

今、問う、大阪マラソンの Well-Being
— 一处处豊かな市民マラソンを目指して —



大阪マラソン2025（第13回大阪マラソン） 共同調査研究報告書

2025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 2025 調査研究結果と考察

1. 大阪マラソンで得る Well-Being（こころの豊かさ）は？	・・・	3
1) 国内ランナーの Well-Being		
2) 海外ランナーの Well-Being		
3) ボランティアの Well-Being		
4) 観客の Well-Being		
2. 大阪マラソンを支える Well-Being の活動は？	・・・	8
1) ボランティアという Well-Being の活動		
2) 観客という Well-Being の活動		
3) 「まいどエイド」という Well-Being の活動		
3. 大会運営改善の評価は？	・・・	14
1) 国内ランナーの評価		
2) 海外ランナーの評価		
4. 今後の大会の運営の改善点は？	・・・	17
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

今、問う、大阪マラソンの Well-Being—こころ豊かな市民マラソンを目指して—	・・・	28
--	-----	----

データ分析集

1. ランナー	・・・	31
1-1 国内ランナーの意識調査（単純集計）		
1-2 国内ランナーの特性別意識の違い（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	・・・	68
2-1 海外ランナーの意識調査（単純集計）		
2-2 海外ランナーの特性別意識の違い（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	・・・	94
3-1 ボランティアの意識調査（単純集計）		
3-2 ボランティアの特性別意識の違い（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	・・・	112
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		
5. 「まいどエイド」	・・・	117
5-1 「まいどエイド」の Well-Being な活動		

資料

ランナー・ボランティア・観客の調査票、新聞記事	・・・	131
-------------------------	-----	-----

はじめに

<趣旨>

これからは VUCA 社会（Volatility：変動性・Uncertainty：不確実性・Complexity：複雑性・Ambiguity：曖昧性）に向うと言われている。そのような中で生きていくために、SDGs（17 の持続可能な開発のための目標）を世界的に進めようとしていることは周知のとおりである。また、これからの社会では、物質的な豊かさではなく、こころの豊かさ（Well-Being）を提供する取り組みが必要であると言われており、日本を含めて OECD の国々では、Well-Being の獲得を目標とした教育が展開されている。このような世界的な潮流の中で、個人及び社会の Well-Being に、大阪マラソンが如何に貢献できるのかを考えていかなければならない。

そこで今回は、テーマを「今、問う、大阪マラソンの Well-Being—こころ豊かな市民マラソンを目指して—」に設定し、大阪マラソンで、どのような Well-Being を感じることができるのか、そのためには、どのような運営をしていけばよいのかについて、調査研究を進めることとした。

そのことを明らかにするため、次の 4 つの疑問について解明を試みた。

1. 大阪マラソンで得る Well-Being（こころの豊かさ）は？ 国内ランナー、海外ランナー、ボランティアに、大阪マラソン 2025 で何に感動し、元気づけられ、こころの豊かさ（Well-Being）を感じたかについて聞いてみた。また、その Well-Being は、参加者の特性によって異なっているのではないかと考え、特性によるクロス分析を行った。そのことによって、大阪マラソンの在り方について考察する。

2. 大阪マラソンを支える Well-Being の活動は？ ランナーが大阪マラソンへの参加を通じて、Well-Being を感じるために、大阪マラソンを支えるボランティアと観客、そして「まいどエイド」の給食はなくてはならない。そこで、この方々の活動や思いを理解し、それぞれの活動によりよく Well-Being を見出してもらえる方策について検討する。

3. 大会運営改善の評価は？ 今回は、「室内の更衣室の設置」「参加費の改定」（海外ランナーは「チャリティランナーとしての参加」）「ランナー盛上げ隊の増設」「コースの変更」「給水・給食の提供の充実」「SDGs を意識した取り組み」の改善を行った。そのことの評価から、今後の在り方を考える。

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

以上の分析から、こころ豊かな（Well-Being）大阪マラソンの在り方について提案したいと思う。

<調査実施概要>

大阪マラソン2025（第13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	「まいどエイド」
調査期間	2025.2.26～3.10			2025.2.24	2025.3.6～3.12
サンプル数	3187	949	871	249	6団体
調査方法	WEB調査			WEB聞き取り調査	インタビュー調査

大阪マラソン 2025 調査研究結果と考察

1. 大阪マラソンで得る Well-Being（こころの豊かさ）は？

1) 国内ランナーの Well-Being

市民マラソンとして、大阪マラソンに参加したくなる要因は、そこで得られる「Well-Being（こころの豊かさ）」にあるのではないかと考え、「大阪マラソン 2025 で何に感動し、元気づけられ、こころの豊かさを感じたか」について聞いてみた。その結果、上位 10 位については、次のような項目が上がってきた（「大いに関係している」と「まあまあ関係している」を合わせて集計する）。これらについて考察すると同時に、国内ランナーの特性（年齢、居住地域、大阪マラソンの参加回数、市民マラソン参加回数、完走時間）との関係をクロス分析から考察する。



- ① 「知らない観客からの応援・声かけ」が 94.4%と最も多く、国内ランナーは観客からの応援・声かけに元気をもらっている。昨年の調査で大阪マラソンを選ぶ理由に 81.2%の人がこの項目をあげており、観客の存在が国内ランナーにとって重要な Well-Being であるといえる。ちなみに、大阪府在住、大阪マラソン参加回数が 2 回以上、市民マラソン参加回数が 10 回以下、完走時間が 5 時間以上の国内ランナーに賛同する人が多かった。これらのことから、地元のリピーターで、市民マラソン経験が比較的少なく、完走を目指す国内ランナーが、「知らない観客からの応援・声かけ」に Well-Being を感じる傾向にある。
- ② 「ボランティア・スタッフからの声掛けや応援」が 93.4%と次に多く、ボランティア・スタッフからの声援や応援に国内ランナーは元気をもらっている。ちなみに、大阪府在住、大阪マラソン参加回数が 2 回以上、完走時間が 5 時間以上の国内ランナーに賛同する人が多かった。これらのことから、地元のリピーターで、マラソン経験が比較的少なく、完走を目指す国内ランナーが、「ボランティア・スタッフからの声援や応援」に Well-Being を感じる傾向にある。
- ③ また、「ボランティア・スタッフの対応や支援」が 91.6%と、9 割の国内ランナーがボランティア・スタッフの対応や支援に感謝している。ちなみに、年齢が 10～40 代、大阪府在住、市民マラソン参加回数が 10 回以下、完走時間が 5 時間以上の国内ランナーに賛同する人が多かった。これらのことから、地元の比較的若い人で、マラソンの経験が比較的少なく、完走を目指す国内ランナーが、「ボランティア・スタッフの対応や支援」に Well-Being を感じる傾向にある。
- ④ さらに、「ボランティア・スタッフがいることの安心感」が 91.0%と、ボランティア・スタッフがいることに、安心感を持っている国内ランナーが 9 割いる。ちなみに、年齢が 10～40 代、大阪府在住、市民マラソン参加回数が 10 回以下、完走時間が 5 時間以上の国内ランナーに賛同する人が多かった。これらのことから、地元の比較的若い人で、マラソンの経験が比較的少なく、完走を目指す国内ランナーが、「ボランティア・スタッフの対応や支援」に Well-Being を感じる傾向にある。

以上のように、ボランティア・スタッフといった受け入れ側のホスピタリティによって、元気と感謝と安心から Well-Being を感じていると言えそうである。
- ⑤ 「道路の横断など交通規制への市民の協力」が 90.8%と、国内ランナーは大阪マラソン 2025 の開催のために、市民の協力があることに感謝している。直接的な関わりでない市民の影の協力に思いを馳せることによって、

Well-Beingを感じているといえる。ちなみに、年齢が10～40代、大阪府在住、市民マラソン参加回数が10回以下、完走時間が5時間以上の国内ランナーに賛同する人が多かった。これらのことから、地元の比較的若い人で、マラソンの経験が比較的少なく、完走を目指す国内ランナーが、「道路の横断など交通規制への市民の協力」にWell-Beingを感じる傾向にある。

- ⑥ 「観客のユーモアあふれる応援ボードや仮装」が81.2%と、「足が痛い、そんな気のせいや」「しんどいんか、代わったるか」といった大阪マラソンならではのユーモアあふれる応援に国内ランナーは元気づけられている。とりわけ、大阪マラソンの観客の笑いを伴った応援によってWell-Beingを感じているといえる。ちなみに、年齢が10～40代、大阪府在住、市民マラソン参加回数が10回以下、完走時間が5時間以上の国内ランナーに賛同する人が多かった。これらのことから、地元の比較的若い人で、マラソンの経験が比較的少なく、完走を目指す国内ランナーが、「観客のユーモアあふれる応援ボードや仮装」にWell-Beingを感じる傾向にある。
- ⑦ 「知り合いからの応援・声かけ」が79.9%と、知り合いからの応援・声かけがあることに、国内ランナーは元気をもらっており、ここでも観客がWell-Beingを与えているといえる。ちなみに、大阪府在住、大阪マラソン参加回数が2回以上、市民マラソン参加回数が10回以下の国内ランナーに賛同する人が多かった。これらのことから、地元のリピーターで、市民マラソン経験が比較的少ない国内ランナーが、「知り合いからの応援・声かけ」にWell-Beingを感じる傾向にある。
- ⑧ 「ランナー盛上げ隊の応援パフォーマンス」は78.4%と、踊りや演奏といった「ランナー盛上げ隊」のパフォーマンスに国内ランナーは元気づけられている。ちなみに、年齢が10～40代、大阪府在住、市民マラソン参加回数が10回以下の国内ランナーに賛同する人が多かった。これらのことから、地元の比較的若い人で、マラソンの経験が比較的少ない国内ランナーが、「ランナー盛上げ隊の応援パフォーマンス」にWell-Beingを感じる傾向にある。
- ⑨ また、「ランナー盛上げ隊からの声かけ」も77.7%と、国内ランナーは「ランナー盛上げ隊」からの声かけにも元気をもらっている。昨年の調査で大阪マラソンを選ぶ理由に57.6%の人が「ランナー盛上げ隊」をあげており、国内ランナーのWell-Beingに大いに貢献しているといえる。ちなみに、年齢が10～40代、大阪府在住、市民マラソン参加回数が10回以下の国内ランナーに賛同する人が多かった。これらのことから、地元の比較的若い人で、マラソンの経験が比較的少ない国内ランナーが、「ランナー盛上げ隊からの声かけ」にWell-Beingを感じる傾向にある。
- ⑩ 『まいどエイド』の給食は71.1%と、大阪市商店会総連盟が提供する大阪マラソンの名物である「まいどエイド」の存在が、「くいだおれ大阪」のイメージを背景として、国内ランナーを元気づける要因になっている。昨年の調査で大阪マラソンを選ぶ理由に57.1%の人が「まいどエイド」をあげており、市民ランナーにとって「まいどエイド」は、Well-Beingを感じる活動になっているといえる。ちなみに、年齢が50代以上、大阪マラソン参加回数が2回以上、完走時間が5時間以上の国内ランナーに賛同する人が多かった。これらのことから、比較的高齢のリピーターで、完走を目指す国内ランナーが、『まいどエイド』の給食にWell-Beingを感じる傾向にある。

以上のように、国内ランナーは「観客」「ボランティア・スタッフ」「市民」「ランナー盛上げ隊」「まいどエイド」といった大阪マラソンを支える人々に、Well-Beingを感じていると言えそうである。

一方で、11位以下では、「コースの文化財などの街の背景」(70.9%)、「一緒に走るランナーからの声かけ」(64.8%)、「チャリティをすることで誰かの役に立つために走ること」(55.1%)については、ある程度Well-Beingを感じているものの、「エリートランナーの走り」(45.0%)や「海外ランナーと一緒に走っていること」(36.2%)については、あまり感動を覚えるものとなっていないという結果であった。

なお、大阪マラソン 2025 に参加しての満足度が高い国内ランナーは、すべての項目について優位を示しており、これらの項目が Well-Being を感じる要素になりうるということを示している。

2) 海外ランナーの Well-Being



海外ランナーの参加希望者が増えてきた。そこで、大阪マラソンのリピーターになる要因として、大会から得られる「Well-Being（こころの豊かさ）」があるのではないかと考え、「大阪マラソン 2025 で何に感動し、元気づけられ、こころの豊かさを感じたか」について海外ランナーに聞いてみた。その結果、上位 10 位については、次のような項目が上がってきた（「大いに関係している」と「まあまあ関係している」を合わせて集計する）。これらについて考察すると同時に、海外ランナーの特性（年齢、フルマラソン経験、

日本の市民マラソン経験、大阪マラソンの参加回数、完走時間、満足度）からクロス分析を行ったが、年齢、フルマラソン経験、満足度以外は有意差がみられなかった。

- ① 「ボランティア・スタッフからの声かけや応援」は 94.5%と多く、海外ランナーは、ボランティア・スタッフからの声かけや応援に元気をもらっている。この活動は、国内ランナー（93.4%）と同様に、Well-Being を感じる重要な働きかけであるといえる。
- ② 「知らない観客からの応援・声かけ」は 94.5%と、ボランティア・スタッフと同様に、多くの海外ランナーが観客から元気をもらっている。昨年の調査で大阪マラソンを選ぶ理由に「沿道の応援が楽しいから」を 94.2%の海外ランナーがあげており、国内ランナー（94.4%）と同様、観客が Well-Being を感じる大きな要因となるといえる。ちなみに、フルマラソンの経験が 10 回以下の海外ランナーで、「知らない観客からの応援・声かけ」に Well-Being を感じる傾向にある。
- ③ 「道路の横断など交通規制への市民の協力」は 94.4%と、国内ランナー（90.8%）よりも多く、海外ランナーは市民マラソンが市民生活に影響があり、市民の協力がなく成り立たないことを知っており、そのことに感謝している。そんな市民のホスピタリティに、Well-Being を感じているといえる。
- ④ 「ボランティア・スタッフの対応や支援」は 92.3%と、9 割の海外ランナーは、その対応や支援に感謝している。昨年の調査で大阪マラソンを選ぶ理由に「スタッフやボランティアのサポートが良いから」を 92.6%の海外ランナーがあげており、その活動に対して Well-Being を感じているといえる。ちなみに、年齢が 20～40 代の海外ランナーが、「ボランティア・スタッフの対応や支援」に Well-Being を感じる傾向にある。
- ⑤ 「ボランティア・スタッフがいることの安心感」は 91.3%と、9 割の海外ランナーがボランティア・スタッフに安心感を覚えている。とりわけ、海外から参加者にとっては、分からないことが多く、それをサポートしてくれるボランティア・スタッフは、安心感を与えてくれる重要な存在であり、その対応に Well-Being を感じるといえよう。ちなみに、年齢が 20～40 代の海外ランナーで、「ボランティア・スタッフがいることの安心感」に Well-Being を感じる傾向にある。
- ⑥ 「コース上の文化財などの街の風景」は 86.3%と、国内ランナー（70.9%）に比べて、感動するものとなっている。海外ランナーのスポーツツーリズムとしては、日本の文化に触れることは重要な要素であり、それに

Well-Beingを感じるのは当然のことだといえる。ちなみに、年齢が20～40代の海外ランナーで、「コース上の文化財などの街の風景」にWell-Beingを感じる傾向にある。

- ⑦ 「国外ランナーと一緒に走っていること」は86.2%と、国内ランナー（36.2%）に比べて、わくわくすることである。多くのランナーが自国以外のランナーであることから、その異文化の中で走ることに、Well-Beingを感じると考えられる。
- ⑧ 「観客のユーモアあふれる応援ボードや仮装」は84.1%と、国内ランナー（81.2%）と同様、感動を促すものである。笑いの文化としての大阪で行われる市民マラソン大会で、観客のユーモアあふれる応援にWell-Beingを感じているといえよう。ちなみに、年齢が20～40代の海外ランナーで、「観客のユーモアあふれる応援ボードや仮装」にWell-Beingを感じる傾向にある。
- ⑨ 「チャリティをすることで誰かの役に立つために走ること」は83.2%と、国内ランナー（55.1%）よりも多く、チャリティをすることにこころの豊かさを感じている。ロンドンマラソンをはじめ海外では、チャリティマラソンは一般化しており、チャリティランナーであることの自覚のもと、走ることが誰かのためになる価値にWell-Beingを感じているといえる。
- ⑩ 「ランナー盛上げ隊の応援パフォーマンス」は82.0%と、国内ランナー（78.4%）と同様、踊りや演奏といった「ランナー盛上げ隊」のパフォーマンスに海外ランナーは元気づけられている。海外では、このようなパフォーマンスは珍しく、それもソーラン舞や太鼓といった日本の伝統的なパフォーマンスを目の当たりにして、Well-Beingを感じていると思われる。

以上のように、海外ランナーは、「観客」「市民」「ボランティア・スタッフ」と、大阪マラソンを支える人々に、国内ランナー同様Well-Beingを感じている。特徴的には「コース上の文化財」、「国外ランナーと一緒に走ること」「チャリティとして走ること」にWell-Beingを感じているといえる。

一方で、11位以下では、「一緒に走るランナーからの声かけ」（81.5%）、『まいどエイド』の給食（78.7%）、「知り合いからの応援・声かけ」（73.7%）、「仮装しているランナー」（71.6%）、「大阪・関西万博に関するコースの装飾」（68.1%）、「エリートランナーの走り」（62.4%）、「ランナー盛上げ隊からの声かけ」（57.9%）、「チャリティグッズを身につけること」（50.4%）と、国内ランナーと違ってWell-Beingを5割以上の海外ランナーが感じている傾向にある。

なお、大阪マラソン2025に参加しての満足度が高い海外ランナーは、すべての項目について優位を示しており、これらの項目がWell-Beingを感じる要素になりうるということを示している。

3) ボランティアのWell-Being

大会を支えるボランティアは減少し、募集に苦労するのが現状である。そこで、大阪マラソン2025でボランティアをして、何に感動し、元気づけられ、こころの豊かさ（Well-Being）を感じたかについて聞いてみた（「大いに関係している」と「まあまあ関係している」を合わせて集計する）。これらについて考察すると同時に、ボランティアの特性（年齢、大阪マラソンのボランティア参加回数、ボランティアをしての満足度）との関係をクロス分析から考察する。



- ① 「ボランティア活動が誰かの役に立っているという実感」は 90.4%と、ボランティアとしての基本的な価値観に Well-Being を感じているといえる。とりわけ、年齢が 10～40 代で、このことに積極的に賛同する傾向にあった。
- ② 「ランナーの楽しそうな表情」は 89.7%と、ランナーと感情を共有することによって、感動している。
- ③ また、「ランナーの頑張っている姿」は 89.0%と、ランナーに自己を投影し、身体を通して元気をもらっている。この 2 点から、ボランティア活動の対象としてのランナーの様相に Well-Being を感じているといえる。
- ④ 「ボランティア同士の助け合い」は 88.6%と、ともに活動するボランティアの協働に、Well-Being を感じている。とりわけ、年齢 50 代以上で、このことに積極的に賛同する傾向にあった。
- ⑤ 「ランナーからの声かけや感謝の言葉」は 80.2%と、ボランティア活動に対するランナーの反応、例えば「ありがとう」などの感謝の言葉に Well-Being を感じている。
- ⑥ 「大きな大会運営をやり遂げたという達成感」は 69.6%と、7 割近いボランティアが、主催者側の立場にたった当事者意識をもって、ボランティア活動にあたっており、その主体的な取り組みを通じて Well-Being を感じている。とりわけ、年齢が 10～40 代で、このことに積極的に賛同する傾向にあった。
- ⑦ 「スタッフからの声かけや支援」は 64.0%と、ボランティアをサポートしてくれるスタッフの声かけは、それほど元気づけられる要素とはなっていないといえる。ただ、年齢 10～40 代で、このことに積極的に賛同する傾向にあった。
- ⑧ 「マラソンの発展に貢献したこと」は 63.5%と、マラソンの発展に貢献したとはあまり考えておらず、抽象度が高く、実感を伴っていないところが、このような結果となっていると思われる。
- ⑨ 「道路の横断など交通規制への市民の協力」は 63.0%と、自分たちもボランティアとして協力しているという意味において、あまり感動的なものとはなっていないといえる。
- ⑩ 「チャリティマラソンであること」は 58.0%と、ボランティア自体が活動のチャリティであるので、このこと自体への感動はあまりないといえる。
- ⑪ 「観客や市民からの声かけや感謝の言葉」は 54.3%と、あくまでランナーのためのボランティア活動であるので、観客や市民からの声かけは、こころを動かすようなものにはなっていないといえる。
- ⑫ 「異文化交流の機会があったこと」は 50.6%と、実際に異文化交流がなかったことも含めて、ボランティア活動にそのことを求めていることの表れではないかと思われる。
- ⑬ 「コース上の文化財などの街の風景」は 46.0%と、最も少なく、ボランティア活動をする上では、あまり意味を持たないといえる。

以上の 13 項目についてクロス分析をしたところ、「大阪マラソンのボランティア参加回数」による違いはなかった。一方で、「ボランティアをとしての満足度」では、13 項目すべてにおいて満足度の高いボランティアの方が、賛同する傾向にあった。また、大阪マラソンのボランティアに初参加した人の方が、満足度が高かった。

以上のことから、主としてボランティア活動が誰かの役に立っているという実感を基本として、そのベクトルがランナーに向いており、そのために、ボランティア同士が協働して活動していることに Well-Being を感じていると言えそうである。そして、それらのことがボランティア活動の満足度につながっていると考えられる。

4) 観客の Well-Being

ランナーに Well-Being を感じさせる観客の存在は、大阪マラソンにとって非常に重要な役割を担っている。では逆に、観客自身は大阪マラソンにどのような Well-Being を感じているのだろうか。そこで、今回の大阪マラソン 2025 で何に感動し、元気づけられ、こころの豊かさ（Well-Being）を感じたかについて、複数回答で聞いてみた。

- ① 「沿道の観客の応援」は 48.5%で最も多く、みずから沿道で応援する一方で、他の観客のユーモアあふれる応援や仮装などに Well-Being を感じていると考えられる。
- ② 「市民ランナーの走り」は 48.1%と次に多く、観客は市民ランナーを元気づけるだけでなく、市民ランナーの走りから感動し、元気づけられており、互いに win-win な関係にあるといえる。
- ③ 「ボランティアやスタッフの対応」は 33.7%と、沿道の整理や力持ちボランティアなど、その活動に接することで、こころの豊かさを感じている。
- ④ 「エリート（トップ）ランナーの出走」は 29.5%と、エリートランナーの走りを目の当たりにして、市民ランナーの走りとは違った感動を得ているといえる。
- ⑤ 「ランナー盛上げ隊」は 28.0%（前回：12.0%）と、ランナーを勇気づけ、元気づけているランナー盛上げ隊であるが、同時に観客も勇気づけられ、元気をもらっていることが分かる。

また、「仮装しているランナー」（15.2%）や「道路の横断など交通規制への市民の協力」（9.8%）についても、観客は目にすることがあるので、感動の対象となっていると言えそうである。

以上のことから、観客は、「観客」「ランナー」「ボランティア・スタッフ」といった目に見える人の活動に感動を覚えるが、目に見えない「チャリティの取り組み」や観客として応援することに関係ない「都会の名所旧跡を巡るコース」といったことについては、Well-Being を感じないということであった。

【まとめ】

大阪マラソンに Well-Being を感じるのは、ランナー、ボランティア、観客の三者の豊かな関係性にある。それらは相互依存（Interdependence）の関係にあり、一方通行ではない。つまり、大阪文化としての「お互い様」の関係が、Well-Being を生みだしていると言っても過言ではない（『大阪マラソンの挑戦』創文企画参照）。これこそが、大阪マラソンが、大阪マラソンたりうる所以であり、都市型市民マラソンの醍醐味と言ってよい。

2. 大阪マラソンを支える Well-Being の活動は？

大阪マラソンにランナーとして参加することで、Well-Being を感じてことができる活動として、大阪マラソンを支えるボランティアと観客、そして「まいどエイド」の給食はなくてはならない存在である。そこで、この方々の活動や思いを理解し、それぞれの活動によりよく Well-Being を見出してもらえる方策について検討する。（以下、「前回」とは、大阪マラソン 2024 の調査結果である）

1) ボランティアという Well-Being の活動

今回も、ボランティアの募集に当たっては、大変苦労した。そこで、大阪マラソンのボランティアとして参加してもらうために、その活動の Well-Being について探ってみた。

大阪マラソン以外のボランティア活動の参加の有無について、「地域活動」が 21.6%（前回：32.7%）と最も多く、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。また、「他のマラソン大会」が 9.1%（前回：18.4%）、「マラソン大会以外のスポーツイベント」が 6.7%（前回：18.4%）から、今回はボランティア経験の少ない人が多く参加している傾向にある。また、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 23.7%（前回：59.4%）と前回より減少している。一方で、「ない」と答えた人が 35.9%（前回：25.7%）と増加し、大阪マラソンのボランティアを初めてする人の方が上回った。さらに、今回を含めた大阪マラソンのボランティア参加経験は、今回が初めてとなる「1 回」が 57.5%（前回：42.9%）と、前回よりも増加している。2 回目以上の参加者が、42.5%（前回：57.1%）と、4 割近くの人がリピーターとして参加しているが、

大阪マラソンを含めて、ボランティアが初めての人が増加していて、リピーターが少ない傾向にある。

ボランティアの募集を知った情報について、「ホームページ」が 44.7%（前回：42.0%）と最も多く、広報活動に有益であると考えられる。また、「メール等直接のお知らせ」が 31.9%（前回：21.0%）と、前回よりも増加しており、直接お知らせ等を送る方法も有益であることが考えられる。そのチラシの入手場所として、「大阪メトロ」が 11.1%、「大阪府の施設（府庁含む）」が 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 17.9%であり、全体の 2 割近くの人しか対面でのボランティア説明会に参加していない。その代わり、YouTube による説明会は、「閲覧した」が 82.4%であり、全体の 8 割を占めている。事前の説明会の参加が難しい人でも、YouTube であると自分の好きなタイミングで視聴ができることもあり、説明会の方法として有効である。

ボランティアの活動内容については、「手荷物預かり・返却」が 23.5%（前回：28.0%）、「コース沿道整理」が 19.7%（前回：40.0%）、「ランナー受付」が 9.3%（前回：28.9%）、「ランナーへの給水」が 9.3%（前回：24.5%）であった。ランナーとふれあいがあるボランティアが回答している傾向にある。このボランティア活動内容の満足度について、「大変満足した」が 18.3%（前回：30.0%）、「まあまあ満足した」が 55.2%（前回：56.8%）と、7 割近くの人がボランティア活動の内容に満足しているが、前回と比べると満足度は低くなったといえる。

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 20.8%（前回：31.2%）、「まあまあ良かった」が 37.2%（前回：44.0%）と、6 割近くの人が良かったと感じている。一方、4 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 18.0%（前回：29.4%）で、「まあまあできた」が 33.2%（前回：35.2%）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、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、活動内容も含めて再考する必要がある。また、ボランティア同士の交流について、「できた」が 32.3%（前回：40.6%）、「まあまあできた」が 47.2%（前回：39.9%）と、前回大会と同様に 8 割近くの人が交流することができたとしている。大阪マラソンのボランティアのリピーターになるためには、ボランティア同士の交流も重要であると考えられる。

チャリティマラソンとしての大阪マラソンでは、ボランティア活動「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 42.9%（前回：47.3%）、「まあまあそうだと思う」が 43.2%（前回：44.6%）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。

以上のことから、今回のボランティアは経験が少ない人が多く、リピーターが少ない傾向にあり、大阪マラソンのボランティアの在り方に何らかの課題があることが示唆された。説明会等のボランティアへの情報提供は、YouTube や SNS 等が有効である。また、スタッフによるサポートやランナーとの交流については評価が低く、ボランティア同士の交流に Well-Being を感じている傾向にある。全体的には、ボランティア活動の満足度は低下していることから、大阪マラソンのボランティアマネジメントを見直す必要があるといえる。たとえば、ベテランのボランティアに任せていくことや現場の判断を重視すること、研修会の徹底など、大阪マラソンのボランティアに参加して Well-Being を感じるができる仕掛けが必要であるといえる。

2) 観客という Well-Being の活動



今回は、冷え込みの厳しい気候にもかかわらず、多くの観客の姿を見ることができた。その観客の参加要因について探ってみた。

居住地域は、「大阪府（大阪市以外）」が 35.0%（前回 29.7%）、「大阪市」は 22.4%（前回：23.3%）、「その他」が 42.6%（前回：47.0%）で、大阪府の参加者が増えてきている。

大阪マラソンの観戦の参加回数については、「今回が初めて」が 56.8%（前回：60.3%）であり、6 割近くの人が初めて参加したマラソン大会であった。一方、「2 回以上」が 43.2%（前回：39.7%）であり、大阪マラソンの観客のリピーターがわずかに増加している。

応援の同伴者について、「家族・親戚」が 45.3%（前回：45.9%）で、あまり変化はないが、「ひとり」が 15.4%（前回：29.3%）と減少している一方で、「友人・知人」が 22.9%（前回：16.7%）と増加している。

大阪城でのセントラルフィニッシュによって、観戦・応援を終えた後、ランナーと、あるいは応援仲間と一緒に食事に行く機会が増え、64.8%（前回：53.0%）の人が観戦・応援後の活動として飲食をあげている。一方、「買い物」は 15.2%（前回：9.6%）と増加しているものの、「観光」は 12.9%（前回：15.3%）とあまり変化は見られない。また、「帰宅」が 31.1%（前回：37.8%）と減少していることから、観客による経済効果が見込めるようになってきているといえる。

観戦・応援の目的としては、「家族や知人を応援したかった」が 63.3%（前回：56.2%）と最も多く、前回より増加している。一方、「応援を楽しみたかったから」が 15.5%（前回：10.8%）と、前回から増加しているものの、「市民ランナーを観戦・応援したかったから」が 12.5%（前回：27.3%）と、減少している。知っている人を応援するという観客と、応援自体を楽しみたいとする観客の 2 層に分かれそうである。ただ、「エリート（トップ）ランナーを観戦・応援したかったから」は、0.0%（前回：15.7%）となく、市民マラソンとしての大阪マラソンを観戦・応援したいという傾向にある。

以上のことから、観客は、大阪府の参加者が増えてきている。4 割がリピーターであり、8 割以上が「家族・親戚」、「友人・知人」と来ていて、観客の増加が見込める。大阪城でのセントラルフィニッシュによって、観戦・応援を終えた後、ランナーと、あるいは応援仲間と一緒に 6 割以上の人が飲食に行っており、経済効果が見込める。観戦・応援の目的としては、知っている人を応援するという観客と、応援自体を楽しみたいとする観客の 2 層に分かれ、エリート（トップ）ランナーの観戦・応援は目的とならない。つまり、観客は市民マラソンとしての大阪マラソンをアフターを含めて楽しむことに Well-Being を感じると言えそうである。

3)「まいどエイド」という Well-Being の活動



「まいどエイド」とは、大阪市商店会総連盟（市商連）に所属する商店街が、30 キロ付近の沿道で、たこ焼き、から揚げ、いわしハンバーグなどバラエティ豊かな食品を提供し、ランナーに残り 10 キロを元気に完走してもらおうと、第 1 回大会から出店して、とりわけ完走を目指すランナーが楽しみにしている大阪マラソンの名物エイドである。今回は、その人気の秘密を探るために、市商連とその女性部・青年部、3 区の商店会のメンバーにインタビュー調査を行った。その結果について報告する。（詳しくはデータ分析集 5.「まいどエイド」を参照）

① まいどエイドの誕生

- ・ 大阪らしい市民マラソンにしたいという話が組織委員会からあって、食い倒れの大阪らしく、ランナーさんに食べ物を提供するのが良いのではないかとということで、「まいどエイド」をコースの沿道に出店することになりました。
- ・ 場所は、住之江競艇場の横の 30 キロ地点で、ここからフィニッシュのインテックス大阪までは、人通りもないし、だらだらと最後の 10 キロがランナーさんにとっては大変なので、「まいどエイド」で元気をつけてもらって、乗り越えてもらおうと考えました。
- ・ ちなみに、ある時、そこに掲げてあった看板に「あと、たった 10 キロ」と書いてあるのですね。この大阪らしい「くすっ」と笑えるようなメッセージとともに、ランナーさんを元気にさせているのではないのでしょうか。これが、「まいどエイド」を貫くランナーさんへの大阪らしい「おもてなし」かなと思います。
- ・ 大阪市の各区（24 区）に商店会がありますが、理事会で参加を募ったところ、第 1 回大会は 9 区（市商連女性部やスタッフ参加の区を含む）が参画しました。参画していただいた各区の体験談などを聞き、参画する商店会が第 2 回大会（2012 年）には 14 区になり、第 5 回大会（2015 年）には 18 区になりました。それまでは、あまり各区の商店会の交流はなかったのですが、「まいどエイド」をきっかけとして、情報交換もでき、商店会のコミュニティができてきたということですね。
- ・ 提供する食品については、第 1 回大会（2011 年）は手探りの状況で、ミニトマトや漬物とか定番商品のあめとか 16 品目でしたが、だんだん種類が増えていき、各商店街の名物が提供されるようになり、多いときは 29 品目（第 8 回：2018 年）になりました。その時の提供食品数は 150,800 でした。

② 「まいどエイド」を運営していくうえでの理念

- ・ 何をエイドするかについても、それがランナーにとってふさわしいか、どのように提供したらよいのかについて、メンバーと一緒に考えて、ベストな方法を決めます。とにかく、ランナーファーストで「まいどエイド」を運営しているのが、ランナーさんに伝わっているのではないかと思います。
- ・ 大切にしているのは、やっぱりランナーさんとのふれあいでしょうね。サブスリーやサブフォーといった記録を狙っている人は、「まいどエイド」にはほとんど寄りません。景色を見ながらゆっくり走るランナーさんにとって、大阪の食べ物があるっていうのは大変魅力じゃないですか。それを提供している商店会の人とのこの温まるふれあいは、東京マラソンにはない特徴なので、「まいどエイド」が大阪マラソンの名物として、参加への大きな誘因になっていけば良いと思います。
- ・ 方向性としては、出店する区の商店会を増やすというよりも、今、参画してくださっている商店会が楽しくや

っていただけるように、運営を充実させていくということでしょうか。皆さんボランティアでやってくださっているのも、その活動がやって良かったと思えるようにしていかなければならないと思っています。

③ エイドを提供するうえで心がけていること

- ・ まず、ランナーさんに美味しく食べてもらえるものを提供します。他の出店では甘いものがちょっと多く見えたので、「とらふぐ寒天」といった、ランナーさんにとっては塩味があって水分のあるものの方がいいのかなと思いました。
- ・ 「たこ焼き」というと、熱々をふうふうして食べるというイメージがあるのですが、冷めても美味しく、ソースやマヨネーズをかけなくても美味しい「たこ焼き」を目指しています。
- ・ 当たり前のことですが、安全性に気を付けて提供しています。前日調理は確実にして、しっかり冷やし込んでから、冷氣保ったままで持っていかせてもらって、直前に出すようにしています。
- ・ 衛生面で、手袋、消毒は当たり前ですが、やっぱり基本的にはマスクとかがして、身内ではできるだけ喋らないようにしています。そして、ランナーさんには、直接自分で取っていただくという風にさせていただいています。
- ・ 大阪は笑いの文化があるから、ランナーに笑ってもらうことに気を配っています。笑ってくれたら、やっぱり疲れが吹っ飛ばじゃないですか。気分転換にもなるしね。あと、走ろうという気になると思います。なんか「疲れとれたわ」とか言ってくれたら嬉しいし、そのための「まいどエイド」だと思っています。
- ・ 「これを食べないと、フィニッシュまで走り切れへんよ」と言ったり、「たこ焼き」を楽しみにしていたけど、遅くて取れなかったランナーには、「来年は食べられるように、もっと速く走り！」と声をかけます。おばちゃんなどの笑いのある声かけを心がけています。ランナーさんと笑ってコミュニケーションをとる、それが大阪マラソン名物としての「まいどエイド」だと思っています。

④ 「まいどエイド」をしていて感動した、こころ豊か（Well-Being）になったこと

- ・ 4時間台、5時間台の方が、立ち止まって食べられることが多く、結構、「まいどエイド」を楽しみに走られる方が多いことに驚きました。そんな情景に出会うと、次回も頑張ろうっていう気になりますね。
- ・ ランナーさんの何人かは、「まいどエイド」で食べて美味しかったからと言って、当店をネットで調べて、買いに来られますよ。大阪マラソンが繋ぐ縁みたいなものに、こころ豊かになります。
- ・ さらに、関西大学の劉先生のゼミの学生さんにお手伝いいただけることが有難いです。最初は遠慮がちだったのが、だんだん元気を出してランナーに声をかけているのを見ると、ランナー以上に元気をもらえます。
- ・ 最後の1個、ランナーが食べてくれた時は、やっていてよかったなと思いますね。また、残さず食べてくださる所で、すごくこころ豊かになる感じがしますね。
- ・ この「まいどエイド」に参画していると、何とかみんなで盛り上げようとなり、他の商店会の人とお知り合いになるっていうのも大きな喜びですね。
- ・ 「まいどエイド」を出店している国際交流センター横の「上町珈琲」の方から、ボランティアにコーヒーを出してくれました。こんなふうに沿道のお店の人が支えてくれるので、とてもこころ豊かになりました。
- ・ 「たこ焼き」を食べた人がね、逆に、ありがとうって言う人が多いんですよ。食べてもらってありがとうなのに。商売していると、こちらからありがとうとは言うけど、言われたことがないので、とても不思議な感じです。
- ・ ランナーさんとの交流が何よりも楽しいです。また、「たこ焼き」は大阪のナンバーワンフードやから、これを提供できるのもありがたですね。ランナーさんが「楽しみにしてたわ」とか言って食べていただくのが、次へ繋がる喜びだと思います。

- ・ 「ドライフルーツ」は最後まで残るんですよ。逆にそれがいいというか、他のエイドを食べられなかったランナーさんが、「ドライフルーツ」を食べることができてよかったということで、「まいどエイド」を楽しみにしてこられている方に、喜んでもらっています。

⑤ 「まいどエイド」をしていて改善した方が良くと思うこと

- ・ 各ブースとブースの間に距離をおいてもいいかなと思いました。ちょっと詰まりすぎてランナーが窮屈そうです。ちょうどお腹がすくのが 30 km 地点ぐらいなので、30 km 地点から、1 km ごとにエイドが転々とあってもいいのではないのでしょうか。
- ・ それぞれの区の商店会の目玉商品を出すのも大切ですね。そして、各区が切磋琢磨して、質の高いエイドを提供していけるようになったら、もっと「まいどエイド」に注目してもらえそうです。
- ・ また、毎年同じものを出すのではなく、新しいエイドを出すと、リピーターの人は、今年はどんなエイドがあるのだろうと楽しみに来られるのではないですか。
- ・ もっと大阪らしさっていうか、それを出せるような大会にしていってことですよ。
- ・ 「まいどエイド」は結果として出来上がったエイドを提供していますが、それを提供するまでのプロセスみたいなものを、ストーリーとして動画で紹介するというのがあってもいいのではないかと思います。そんなストーリーを知ってエイドを食べるとまた一味違うだろうし、「まいどエイド」にかける皆さんの思いが伝わって、こころ豊かなものになるのではないかと思います。
- ・ 「まいどエイド」の入り口に「商店会から愛を込めて」といった横断幕を張りたいです。「まいどエイド」をしている私たちの思いを伝えたいです。
- ・ 制限時間に閉門を通れなかった人はバスに乗りますが、その方々にエイドを配るというのはどうでしょうか。完走できなくてショックを受けていると思いますので、食べることで元気を取り戻してもらいたいです。そうしたら、「こんなことまでしてくれるんだ」と思って、また、来年挑戦しようかということになりませんか。
- ・ 提供するエイドが、衛生面から乾きもんが多くなって、似通ったものになってくるんですよ。ちょゆっくりと食べられるスペースがあってもいいのかもしれないかもしれません。走りながら食べるというより、一息つくという食べ方もいいのではないかと思います。その時、ランナーとの交流もできますし。
- ・ コースの沿道でこんなお店がありますよという案内パンフレットがあれば、お昼をここで食べようということになるかもしれません。ただ、沿道から遠い商店街のお店は、大会が終わってからゆっくりとお越しくださいというような誘い方もいいかもしれませんね。
- ・ あと、EXPO で、もっと「まいどエイド」をアピールできればいいですね。大阪マラソンの誘因として「まいどエイド」を位置づけるなら、ブースの場所やアピールの仕方についても再検討していきたいですね。
- ・ 全体として、なんで「まいどエイド」をしているのかといった理念を共有して活動していくことが、これから大事だと思います。
- ・ われわれは 10 年以上やってきていますので、ある程度のノウハウは持っています。また、運営のマニュアルも作っていますので、もっと現場に任せてほしいですね。



「まいどエイド」の人気の秘密は、エイドを提供する市商連の方々が、何よりもランナーファーストで、どのようにすれば喜んでもらえて、元気を取り戻して完走してもらえるかを考えて、活動に取り組まれていることで

ある。そのためには、衛生面に注意を払いながら、ランナーと楽しくコミュニケーションをとり、食べやすく取りやすい食品を提供するように努めている。このような思いやりの連鎖によって、お互いに **Well-Being** を感じることができる。このランナーのためにというチャリティ意識による活動は、大阪マラソンの目指すべき姿で、これから「まいどエイド」が大阪マラソンの名物として、ランナーに愛され、参加を促していくためには、大阪らしい食品の提供と、活動しやすい場の工夫、現場への委譲と SNS 等による広報活動などの改善が必要となる。

【まとめ】

ボランティア、観客、「まいどエイド」は、大阪マラソンにはなくてはならない存在である。それぞれの活動が、大阪マラソンにかかわる全ての人々に **Well-Being** を感じさせる取り組みとして継続されるためには、組織委員会が、それぞれが主体的に活動できる場を用意する必要がある。そのためには、それぞれの声に耳を傾け、企画の段階から一緒に考えて、市民マラソンを共に創っていく大会にシフトしていくことが望まれる。

3. 大会運営改善の評価は？

毎年、大阪マラソン調査で得られた参加者からの意見を集約して報告書を作成している。その報告書から、大会運営に関して改善点を見出し、実施している。今回は、「室内の更衣室の設置（更衣スペースを大阪城ホールと WW ホール内に設置し、屋内で更衣できるようにした）」、「参加料の改定（参加 T シャツをオプションにすることで、参加費を 17,000 円から 16,000 円に改定した）」又は「チャリティランナーとしての参加（海外チャリティランナーとして参加する機会を得た）」、「ランナー盛上げ隊の増設（沿道応援「ランナー盛上げ隊」の設置場所を増やした）」、「コースの変更（大きな起伏は 1 か所、折り返しを 3 か所に抑え、完走率の高い、走りやすいコースを維持した）」、「給水・給食の提供の充実（「まいどエイド」をはじめ、給食・給水の提供を充実し、テーブル数がわかるように工夫をした）」、「SDGs を意識した取り組み（「再生メダルプロジェクト」「紙コップのリサイクル」「フードロスの削減」等の SDGs を意識した取り組みをした）」の 6 項目の改善を行った。そこで、これらの改善についてランナーの方々はどのように評価しているかを調査した。また、ランナーの特性（年齢、居住地域、大阪マラソン参加回数、市民マラソン参加回数、完走時間、満足度）との関係をクロス分析から考察する。さらに、海外ランナーの特性（年齢、フルマラソン経験、日本の市民マラソン参加回数、大阪マラソン参加回数、完走時間、満足度）についてもクロス分析を行った。



毎年、大阪マラソン調査で得られた参加者からの意見を集約して報告書を作成している。その報告書から、大会運営に関して改善点を見出し、実施している。今回は、「室内の更衣室の設置（更衣スペースを大阪城ホールと WW ホール内に設置し、屋内で更衣できるようにした）」、「参加料の改定（参加 T シャツをオプションにすることで、参加費を 17,000 円から 16,000 円に改定した）」又は「チャリティランナーとしての参加（海外チャリティランナーとして参加する機会を得た）」、「ランナー盛上げ隊の増設（沿道応援「ランナー盛上げ隊」の設置場所を増やした）」、「コースの変更（大きな起伏は 1 か所、折り返しを 3 か所に抑え、完走率の高い、走りやすいコースを維持した）」、「給水・給食の提供の充実（「まいどエイド」をはじめ、給食・給水の提供を充実し、テーブル数がわかるように工夫をした）」、「SDGs を意識した取り組み（「再生メダルプロジェクト」「紙コップのリサイクル」「フードロスの削減」等の SDGs を意識した取り組みをした）」の 6 項目の改善を行った。そこで、これらの改善についてランナーの方々はどのように評価しているかを調査した。また、ランナーの特性（年齢、居住地域、大阪マラソン参加回数、市民マラソン参加回数、完走時間、満足度）との関係をクロス分析から考察する。さらに、海外ランナーの特性（年齢、フルマラソン経験、日本の市民マラソン参加回数、大阪マラソン参加回数、完走時間、満足度）についてもクロス分析を行った。

1) 国内ランナーの評価

大阪マラソン参加者からの意見を反映した大会運営の改善について、その評価を聞いてみた。「大変良かった」と「まあまあ良かった」を合わせて評価する。

- ① 「コースの変更」は 92.4%と評価が高く、記録を目指す、あるいは完走を目指す国内ランナーにとって一番の関心事といえる。とりわけ、10～40 年代、大阪マラソン初参加、完走時間 5 時間未満の国内ランナーに好評であった。
- ② 次いで、「給水・給食の提供の充実」は 85.6%と評価が高く、とりわけ、完走時間 5 時間以上の国内ランナー

に好評であったことから。完走を目指すランナーにとって、その充実は重要である。

- ③ 「SDGsを意識した取り組み」は 83.5%と評価が高く、環境問題への取り組みは国内ランナーの関心事となっているといえる。とりわけ、10～40 年代、大阪府在住、市民マラソン参加 10 回以下、完走時間 5 時間以上の国内ランナーに好評であった。
- ④ 「ランナー盛上げ隊の拡充」は 81.1%と評価が高く、国内ランナーが元気をもらえるランナー盛上げ隊の拡充は、喜ばしいことだといえる。とりわけ、10～40 年代、市民マラソン参加 10 回以下、完走時間 5 時間以上の国内ランナーに好評であった。
- ⑤ 「室内の更衣室の設置」は 56.2%とあまり評価が高くなく、設置したことよりも、その運営について評価を下げる要因があったのかもしれない。とりわけ、大阪府以外在住、大阪マラソン参加 2 回以上、市民マラソン参加 11 回以上、完走時間 5 時間以下の国内ランナーに不評であった。
- ⑥ 「参加費の改定」は 53.3%とあまり評価は高くなく、参加費が値下げしたという認識を持てなかったのかもしれない。とりわけ、大阪府在住、大阪マラソン参加 2 回以上の国内ランナーに不評であった。

なお、「大阪マラソン 2025 に満足されましたか」という質問に対して、「満足した」、「まあまあ満足した」と回答した人を「高満足 (1,967 人)」、「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 (1,220 人)」に分類し、運営改善評価についての回答の割合の差を比較した結果、「高満足」群で、すべての項目で高い評価を得ることができた。このことは、大会運営の改善は、大会参加の満足度を左右するものだと考えられる。

以上のことから、「走りやすいコース」は記録を目指す国内ランナーにとって好評で、『まいどエイド』等の給食・給水の充実」は完走を目指す国内ランナーに、「SDGs の取り組み」「ランナー盛上げ隊の増設」は、比較的マラソン経験が浅く、完走を目指す国内ランナーに好評だった。ただ、「屋内の更衣室」については評価が低い。これは、更衣室を屋内にしたことの評価ではなく、後述するが、その運営に問題があったことによるものと考えられる。「参加 T シャツをオプションにすることによる参加費の軽減」については、値下げとして認識されず、参加 T シャツを楽しみにしていた人にとっても評価が低くなったと考えられる。



2) 海外ランナーの評価

大阪マラソン参加者からの意見を反映した大会運営の改善について、その評価を聞いてみた。「大変良かった」と「まあまあ良かった」を合わせて評価する。

- ① 「SDGsを意識した取り組み」は 96.0%（国内ランナー：83.5%）と評価が高く、環境問題への取り組みに対して海外ランナーは非常に関心が高いといえる。とりわけ、大阪マラソン初参加の海外ランナーに好評であった。
- ② 「ランナー盛上げ隊の増設」は 96.0%（国内ランナー：81.2%）と評価が高く、ランナーが元気をもらえるランナー盛上げ隊は、海外の大会では珍しく、それが評価されたといえる。とりわけ、大阪マラソン初参加の海

外ランナーに好評であった。

- ③ 「給水・給食の提供の充実」は 95.6%（国内ランナー：85.6%）と評価が高く、ランナーにとっては、完走するために重要なポイントであり、海外の大会ではあまり見られないことから、その充実を評価している。
- ④ 「コースの変更」は 93.7%（国内ランナー：92.4%）と評価が高く、記録を目指す、あるいは完走を目指すランナーにとって共通した望みであり、そのことが評価されたといえる。
- ⑤ 「チャリティランナーとしての参加」は 92.0%と評価が高く、これまで、国外のランナーにしか開かれなかったチャリティランナーに参加できるという改善がなされたことに賛同した結果と考えられる。とりわけ、20～40年代、日本の市民マラソン初参加の海外ランナーに好評であった。
- ⑥ 「室内の更衣室の設置」は 73.8%（国内ランナー：56.2%）と他の項目と比較して、あまり評価が高くなく、国内ランナーと同様、設置したことよりも、その運営について評価を下げることもあるのかもしれない。とりわけ、フルマラソン参加 11 回以上、日本の市民マラソン 2 回以上、完走時間 5 時間未満のいわゆる記録を目指すベテランの海外ランナーに不評であった。

なお、「大阪マラソン 2025 に満足されましたか」という質問に対して、「満足した」、「まあまあ満足した」と回答した人を「高満足（644 人）」、「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（305 人）」に分類し、運営改善評価についての回答の割合の差を比較した結果、「高満足」群で、すべての項目で高い評価を得ることができた。このことは、大会運営の改善は、大会参加の満足度を左右するものだと考えられる。

以上のことから、「SDGs の取り組み」「ランナー盛上げ隊の増設」は、大阪マラソン初参加の海外ランナーに好評であったので、大阪マラソンの特徴として、海外ランナーへのアピールポイントとなる可能性がある。『まいどエイド』等の給食・給水の充実も海外の市民マラソンではあまり見られないことから好評で、海外ランナー参加の誘因となりうる。「走りやすいコース」は、当然のこととして、すべてのランナーにとって好評であった。「チャリティランナーの募集」については、日本の市民マラソン初参加の海外ランナーに好評であったので、積極的に進めていってもよいのではないかと考えられる。ただ「屋内の更衣室」については、国内ランナー同様、評価が低く、運営の問題が影響していると考えられる。



【まとめ】

全般的に、大会運営の改善については好評であったが、「参加 T シャツをオプションにすることによる参加費の軽減」については、値下げとは認識されておらず、参加 T シャツを楽しみにしていたランナーにとって（海外のランナーも含めて）は、不満が残るところであった。参加 T シャツは、普段着用することで、大阪マラソンの CM にもなるということも含めて再考が必要かと思われる。さらに、「屋内の更衣室」については、運営の面での改善が必要であるといえよう。

4. 今後の大会運営の改善点は？



大阪マラソンに参加することで、Well-Being が得られる大会運営の在り方について、参加者の活動や要望に応じて、改善に取り組む必要がある。大阪マラソン 2025 での改善についての評価は前述したが、それに加えて、今後さらにどのような改善が必要かを知るために、大阪マラソンに参加する国内ランナー、海外ランナー、ボランティア、観客がどのような活動をし、どのような要望を持っているのかを調査した。なお、大会運営に関する自由記述の分析は、テキストマイニングによる頻出語の分析及び階層的クラスタの分析を行い、そのクラスタで代表的な記述を記載した。なお、観客については自由記述に書かれたものを分類し、代表的なものを記載した（詳しくはデータ分析集を参照）。

1) 国内ランナーの意見

<走る以外の活動について>

大阪の滞在日数については、「日帰りで参加」が 61.0%（前回：62.9%）と最も多く、次いで、「前泊し 2 日間滞在した」が 19.9%（前回：19.7%）であった。一方、「3 日以上滞在した」が 17.9%（前回：16.5%）と前回よりも増加しており、今年も 3 連休を利用して長期滞在した人が増えたと考えられる。

大阪マラソン以外の活動について、「大阪マラソン EXPO2025 を楽しんだ」が 60.7%（前回：66.4%）と最も多く、次いで「大阪名物を飲食した」が 27.1%（前回：27.9%）、「買い物（お土産など）をした」が 22.3%（前回：22.4%）であった。また、「何もしなかった」は 22.1%（前回：19.7%）で少し増加しているが、大阪マラソン以外の活動は活発に行われているといえる。

大阪滞在中の大まかな出費については、「1 万円未満」が 46.4%（前回：45.9%）と最も多い割合を占めているが、「1 万円以上 3 万円未満」が 20.3%（前回：20.3%）、「3 万円位以上 5 万円未満」が 9.8%（前回：10.4%）、「5 万円以上」が 23.5%（前回：19.8%）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 58.8%（前回：61.0%）と最も多く、次いで「2 万円以上 5 万円未満」が 20.7%（前回：17.6%）となっており、近県からの参加者の多さを反映している。
- ・ 「宿泊費」は、「1 円以上 1 万円未満」が、6.5%（前回：7.2%）で、「1 万円以上 2 万円未満」が 11.8%（前回：12.2%）となっており、「大会前後の滞在日数」に対応している。
- ・ 「物販購入費」は、「0 円」が 30.0%（前回：31.2%）と最も多いが、「1 円以上 2 万円未満」が 61.6%（前回：61.3%）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 36.4%（前回：39.5%）と最も多く、「5 千円以上 2 万円未満」が、31.0%（前回：29.5%）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 9.0%（前回：7.7%）となっており、この出費は少ない。

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 DESSE2025 の活用について、「知らなかった」が 58.8（前回：51.7%）と最も多く、「活用しなかった」が 33.5%（前回：37.2%）であり、前回同様 9 割近くの人が活用していなかったことがわかる。ここ数年の傾向から、この制度自体の見直しをする必要があろう。

大会への同伴者については、「同伴者なし」が 38.8%（前回：40.5%）と最も多く、次いで「マラソン仲間」が

34.3%（前回：33.3%）、「家族・親族」が30.1%（前回：30.7%）であった。前回と比べて、国内ランナーの同伴者の数が増えていることが分かる。

大阪マラソンが市民マラソンとエリートマラソン（びわ湖毎日マラソン）の統合については、回答率が28.5%ではあるが、好意的が54.1%で、非好意的が12.0%、どちらでもないが33.9%となっており、積極的な賛成は半分であった。

大阪マラソン2025の参加料について、他のマラソン大会と比較して「高い」が31.6%であり、「どちらかという和高い」が41.0%であった。大阪マラソン2025の参加料を7割の人が高いと感じており、参加料のさらなる検討が望まれる。

大阪マラソン2025に「満足した」が21.2%と前回（2024年）の38.6%より減少し、「まあまあ満足した」が40.5%と前回の42.7%より減少した。合計した満足度は61.7%と前回の81.3%に比べて減少している。その結果を受けて、来年の大阪マラソン2026への参加希望に関しては、「ぜひ参加したい」が29.3%と前回の47.2%より減少し、「できれば参加したい」が38.9%と前回の38.0%より増加した。68.2%の人が次回への参加を希望しているが、前回の85.2%よりも減少している。

<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31.9%（前回：36.9%）、「まあまあ良いと思う」が47.6%（前回：46.7%）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16.7%（前回：12.1%）と最も多く、次いで「なないろチャリティキャップ」が7.2%（前回：8.5%）、「なないろチャリティアームウォーマー」が6.1%（前回：4.7%）であった。また、「購入しなかった」は70.2%（前回：73.5%）と前回大会と同様に多くの国内ランナーが購入しなかったことから、チャリティグッズ購入によるチャリティマラソンとしての大阪マラソンの認識が浸透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40.6%（前回：49.5%）、「今回参加してから知った」が16.7%（前回：18.7%）と国内ランナーの6割近くが認知しているが、「知らない」が42.6%（前回：31.9%）であり、チャリティランナー制度の認知度が低下している。

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47.0%（前回：45.0%）と最も多く、次いで「チャリティランナーの特典のPR」が36.7%（前回：40.0%）、「チャリティランナーの意義のPR」が31.8%（前回：37.4%）であった。チャリティランナー制度の認知向上のためのメッセージの配信を強く推している。また、「寄付先団体の寄付の使い道の明確化」が34.1%（前回：36.8%）、「寄付先団体の活動内容のPR」が26.8%（前回：29.2%）であり、寄付先団体の課題も上げている。さらに、「集める寄付金額の低減」は18.7%（前回：24.0%）で、「寄付先団体数の増加」は8.2%（前回：8.8%）と、チャリティランナーの制度設計の変更についての意見もあった。

チャリティ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17.0%（前回：21.8%）、「他のチャリティマラソンを意識するようになった」が11.9%（前回：16.0%）「チャリティで走ることの楽しさが分かった」が11.1%（前回：13.1%）であり、国内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減少している。さらに、「変わらなかった」が55.6%（前回：45.9%）であり、前回と比べるとチャリティへの意識や活動の変化は見られなくなっており、課題が残る結果となったといえる。

さらに、次のような大会運営に関する課題も指摘されている。

＜大阪マラソン 2025 大会に関する自由記述の分析＞

① ランナー目線での運営を

- ・ もっとランナー目線に立った運用、一生懸命動いてくれるボランティアのことを考えた運営をしてください。
- ・ 3 万人のランナーをスムーズに捌ける、誘導できる運営体制の見直しをお願いします。
- ・ もしかして大阪マラソンで招待選手、エリートランナーの好記録が出て喜び過ぎて一般市民ランナーの方を観てないのかな？そう思われてもしょうがないくらい最悪の対応でした。
- ・ 運営者はランナー目線での大会を運営することを肝に銘じてください。スタートからゴールまでは沿道の応援、ボランティアの方々のサポートで 100 点のマラソン大会です。前日開催された姫路城マラソンと比較しても都会を走れる、沿道の数、まいどエイドと大阪マラソンは素晴らしい大会です。しかしその前後が最悪。

② 大阪らしいコースの設定を

- ・ もう少し大阪らしさが感じられるコースを走りたいかったです。コースの大半が景色に魅力を感じない、知らない普通の道路を走っている感覚で残念でした。
- ・ コースはフラットで走りやすいとは思いますが、大阪らしさを感じたり、街や風景を楽しめなくて残念でした。
- ・ ボランティア・スタッフ、沿道で応援してくれた方々は最高でコースも走りやすかったので、それだけにフィニッシュ後が残念でした。

③ 待ち時間のないスムーズな導線の改善を

- ・ 完走後の大阪城ホールでの荷物受け渡しで 2 時間ぐらい待たされたのは最悪でした。汗をかいて寒い中、外で 1 時間以上も待たされ、具合が悪くなった人も多い。
- ・ 雨天時を想定した屋内での更衣は前回大会から改善が見られ良かったと思います。しかし、大阪城ホールへの誘導や手荷物預け、受け取り時の導線の悪さが目立ちました。
- ・ C ブロックでしたが、ゴールから大阪城ホールまでの導線滞留（寒空の下ホールに入るまで 1 時間）、ホール入場から手荷物返却まで 2 時間かかりましたが、これは完全な運営の失敗です。

④ 大会規模に合った更衣スペースの確保と運営を

- ・ 神戸マラソンのように荷物受取エリアと更衣エリアを別々の建屋にしたらどうか。もしくは、荷物は屋外テント、更衣は大阪城ホールにする等。また荷物受取エリア区分はブロックでなく、ナンバーカードの数字で均等に分けたらどうか。
- ・ 大阪城ホール内で参加者全員の更衣スペースが確保できないなら。近くの OBP なりで場所を手配したら良い。
- ・ 掲示板も案内もない、どこに並ぶかわからない状態でアリーナに詰め込まれた。おまけに A ブロック⇒B ブロック⇒C ブロックという順で処理しているようで、早くゴールした人から処理しないため、どんどん人がたまってしまう状況となっていた。
- ・ 参加費は高くなっても良い(30,000 円ぐらいでも)ので会場規模に見合った参加人数(2 万人程度)への削減。同時に大会の質を上げる必要があります。
- ・ 大阪城ホール内での更衣は暖かくて良いと思ったが、レース前もレース後も非常に混雑が目立ち、何十分・何時間も待たされている人が多かったので、改善すべきだと感じた。

⑤ トイレの増設を

- ・ トイレが少なすぎる。レース前も長蛇の列でスタートに間に合わなくなりそうで行けず、その後の全てのトイレが混雑していて私のような関門ギリギリ通過ランナーには命取りになりかねない。
- ・ スタート地点のトイレの数が少な過ぎて、スタート前にトイレを利用出来ず、競技中に沿道のトイレを利用せざるを得ませんでした。
- ・ 女性トイレの数が少ないです。かなり待ってスタートにも間に合わず、ブロック前のトイレ数が 15 個のうち 2 個しか女子トイレ専用が無かったです。

⑥ 待たせないスムーズな荷物の受け渡しを

- ・ 荷物の受け取りがもっとスムーズに出来ないか工夫してほしい。荷物を受け取るだけで 1 時間半以上列に並び、ゴールした後のランナーの負担も相当に大きいし、それで怒られているボランティアの方も可哀想だった。
- ・ ゴール後に、豆やらカップ麺をちまちま受け取らなければならず、その待ち時間も苦しかった。追い打ちをかけるように、荷物を受け取る場所にも入れず、震えながら待った。途中、体調を崩した。
- ・ ゴール後、預けた荷物の受け取りに大変時間がかかり、その間に体が冷えてしまい、翌日、体調を崩してしまいました。昨年の課題を解決するためだったことは理解できますが、手荷物の受け渡しの方法を改善していただけるよう希望します。

⑦ 完走後の物品渡しの手順と方法の改善を

- ・ 完走後に貰うタオル、メダル、フードが大行列で時間がかかる。雪で寒くて震えているのにタオルが最後はおかしい。初めにメダル、タオルが他の大会では多い。完走後のフードも順番に取るのではなく、初めから袋に入れて準備しておいてそれを渡せば一度で済みます。
- ・ 完走後お土産を渡してくれるのはありがたいけど、セルフサービスで良いものと、手渡しして欲しいものがある。メダルが雑然と置かれていて自分で取るスタイルはやめた方が良い。寒いこの時期、タオルが一番に渡して欲しい！在庫切れで後日郵送はあり得ない。せっかく完走してそれはあまりにも可哀想過ぎます。
- ・ 他の大会だとボランティアの方達が、FINISH 直後にランナー1人1人に直接かけてくれる。特に中高生からねぎらいの言葉と共に渡されたりすると、本当に走り切ってよかったという気持ちになれる。

以上のことから、今年のランナーの傾向は、連休があったため滞在時間が長く、飲食や買い物などの大阪マラソン以外の活動が活発で、その分、経済効果があったといえる。ただ、大阪マラソン DESSE2025 は 9 割の人が活用しなかったことから、制度自体を見直す必要がある。同伴者は、家族・親族、マラソン仲間が増加したことから、更なる経済効果が見込める。また、チャリティについては、グッズの販売促進やチャリティランナー制度の認知度の向上と制度設計の変更を望む声が多かった。しかし、満足度の低下と来年度の大阪マラソンへの参加については消極的であることから、その原因を自由記述に求めたところ、次の 7 つの改善点が指摘された。①ランナー目線での運営、②大阪らしいコースの設定、③待ち時間のないスムーズな導線の改善、④大会規模に合った更衣スペースの確保と運営、⑤トイレの増設、⑥待たせないスムーズな荷物の受け渡し、⑦完走後の物品渡しの手順と方法の改善を求める声が強かった。

2) 海外ランナーの意見

<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 28.0%（前回：25.8%）と最も多く、次いで「4 日」が 22.9%（前回：17.5%）、「6 日」が 14.1%（前回：19.8%）であった。一方、「3 日以下」が 14.7%（前回：13.6%）と前回よりも増加しているが、長期間の「スポーツツーリズム」として大阪マラソンに参加している傾向にある。



大阪マラソン以外の活動について、「大阪名物を飲食した」が 88.7%（前回：88.8%）と最も多く、次いで「買い物（お土産など）をした」が 84.6%（前回：88.2%）、「大阪市内観光をした」が 83.1%（前回：81.0%）、「大阪マラソン EXPO2025 を楽しんだ」が 74.0%（前回：84.1%）であった。一方、「何もしなかった」が 0.3%（前回：0.8%）であり、大阪マラソン以外の活動が活発に行われており、インバウンドによる一定の経済効果があったといえる。

大阪滞在中の大まかな出費については、「20 万円以上」が 57.0%（前回：60.5%）と最も多い割合を占めており、「10 万円以上 20 万円未満」が 31.1%（前回：27.2%）であることから、「10 万円以上」の出費は、88.1%（前回：87.7%）と増加しており、前回よりも経済効果があったといえる。

上記の出費を内容別に集計し、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 21.9%（前回：28.0%）と最も多く、次いで「5 万円以上 10 万円未満」が 23.5%（前回：22.8%）となっており、円安が影響していると考えられる。
- ・ 「宿泊費」は、「5 万円以上 10 万円未満」が 36.2（前回：34.1%）で、「2 万円以上 5 万円未満」が 31.7%（前回：30.3%）、「10 万円以上」が 22.6%（前回：36.0%）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 33.3%（前回：32.3%）と最も多く、「5 万円以上 10 万円未満」が 25.0%（前回：21.5%）となっており、「2 万円以上 5 万円未満」が 23.8%（前回：22.6%）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 43.4%（前回：40.6%）と最も多く、「5 万円以上 10 万円未満」が、21.3%（前回：22.2%）となり、大阪での滞在時間と関係している。
- ・ 「施設入場料」は、「5 千円未満」が 19.8%（前回：16.7%）となっており、出費は他と比べると少ない。

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

大阪滞在中に感じた改善点について、「無し」が 45.6%（前回：53.3%）と、前回に比べて改善点は増えている。特に、改善点として「情報」（16.4%）と「地元の人との交流」（13.5%）があがっており、情報を分かりやすく伝えられるとともに、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。

同伴者について、「マラソン仲間」が 43.6%（前回：45.8%）で最も多く、次いで「家族・親族」が 43.0%（前回：52.8%）、「知人・友人」が 41.9%（前回：44.2%）であった。海外ランナーだけではなく、同伴者のための企画を用意するなど、ホスピタリティの対象を拡大して考えていくことで、大阪マラソンへのインバウンドの拡大が望められると思われる。

大阪マラソンが市民マラソンとエリートマラソン（びわ湖毎日マラソン）の統合については、回答率 10.0%であるが、好意的が 60.6%で、非好意的が 8.5%、どちらでもないが 30.9%となっており、積極的な賛成は 6 割であった。

大阪マラソン 2025 の参加料について、「妥当」が 51.7%（国内ランナー：27.0%）と最も多く、次いで「どちらかというと高い」が 31.5%（国内ランナー：41.5%）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。

大阪マラソン 2025 に「満足した」が 30.9%と国内ランナーの 21.2%よりも高いが、「まあまあ満足した」が 37.0%と国内ランナーの 40.5%より低かった。合計した海外ランナーの満足度は 67.9%となっており、国内ランナーの 61.3%よりも高いといえるが、前回の 83.8%に比べて低くなっている。

来年の大阪マラソン 2026 への参加希望に関しては、「ぜひ参加したい」が 26.2%と国内ランナーの 29.3%よりも低い、「できれば参加したい」が 43.0%と日本の国内ランナーの 38.9%よりも高い。69.2%と多くの海外ランナーが次回への参加を希望しているが、前回の 82.4%より大きく減少している。

<チャリティについて>

国内ランナー全員に 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 39.1%、「まあまあ良いと思う」が 50.1%と、9 割の人が 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 33.1%（国内ランナー：16.7%）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 16.2%（国内ランナー：5.6%）、「チャリティウインドブレーカー」が 13.3%（国内ランナー：2.8%）であった。海外ランナーと国内ランナーと比べた時に、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、「チャリティで走る楽しさが分かった」が 23.0%（国内ランナー：11.1%）であり、「寄付先団体の活動を意識するようになった」が 20.0%（国内ランナー：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 18.0%（国内ランナー：11.9%）と、海外ランナーのチャリティに対する意識や活動の変化がみられる。

ただ、次のような大会運営に関する課題も指摘されている。

<大阪マラソン 2025 大会に関する自由記述の分析>

① フィニッシュ後の荷物等の受け渡しのスムーズな運営を

- ・ 気温が非常に低く凍えるような寒さだったため、ホットスープのエイドステーションと、タオルを完走後すぐに配布することを強くおすすめします。
- ・ 雪まで降る悪天候であったにもかかわらず、荷物預かりとレース後の補給の受け取りは非常に混雑し非効率でした。4 時間前後で完走した C ブロックのランナーとして、レース後はタンクトップとショートパンツのみで屋外で約 100 分間待たされて、私の健康に大きなリスクをもたらしました。
- ・ 総合案内所では中国語の対応もなかったし、荷物の預かりと受け取りやエイドステーションでも、ランナーを効率的にサポートすることができませんでした。
- ・ レース後の荷物の受け取りは非常に悪かったです。列がなく、英語でのアナウンスもなく、日本語のみで案内されていました。

② トイレの増設を

- ・ スタート地点での手洗いが少なく、長蛇の列ができてしまいました。結局、私が手洗いに行かずに我慢して走りました。
- ・ スタート地点の手洗いは、9 時のスタート時間に合わせて閉鎖せずに、すべての選手が出発するまで使えるようにすべきです。

③ 大会運営の改善を

- ・ 日本の大会はもう 11 回目ですが、大阪マラソンの運営にはとてもがっかりしました。もう大阪マラソンには参加しないつもりです。
- ・ 私がもう 3 年連続して大阪マラソンに参加しましたが（2023 年、2024 年、2025 年）今年は最も失望しました。もう参加するつもりもなく、友人にもお勧めしません。
- ・ 友情と笑顔、そしてマラソンとその準備から得られる新しい体験がとても大切です。大阪マラソンはいつも新しい経験を与えてくれます。また来年参加できることを楽しみにしています。

④ ブロックの有効な活用を

- ・ 会場に入ったら C ブロックの荷物受け取りまでまた 45 分かかって、他のブロックのランナーがすでに荷物を受け取ったのにそのブロックのスタッフが立ったままで列の誘導に回りませんでした。たくさんの人が不満と感じました。
- ・ 会場は左から右に A→C という順番のはずなのに、入り口では A ブロックのランナー達に右に行くように指示し、C ブロックのランナーにそのまま中に入るように指示しました。案の定、会場内で皆が交じってしまって、うまく並べなかったです。

⑤ スタッフの対応の充実を

- ・ 体調を崩さないように保温の衣類を優先的に配布し、同時に終点に温かい給食給水を提供するブースを増やしてほしいです。
- ・ 外国人のためにもっと英語を話せるスタッフやボランティアが必要です。助けを求めるためにスタッフからスタッフへとたらい回しにされるのが非常にきつかったです。
- ・ 主催者、全てのスタッフ、ボランティア、応援してくださった皆様に感謝し、私の初マラソン体験が非常に良かったです。

⑥ 天候に配慮したフィニッシュ後のスムーズな対応を

- ・ ゴール後、メダルを受け取るために外で長時間並んでいたため、皆濡れて寒くなってしまいました。ゴールラインにはアルミのブランケットを準備して、ランナーが暖を取れるようにしてください。
- ・ ゴール後、スタッフがメダルをかけてくれなくて、自分で取りにいかねばなりません。
- ・ 主に人の流れの導線が長すぎて遅すぎるため、移動が非常に不便です。安全を考慮しつつ、緊急避難通路を開放することを検討してほしいです。

⑦ 待ち時間のないスムーズな導線の改善を

- ・ 長蛇の列、長時間の待機、大きな混乱があり、大阪城ホールの外でランナーたちは寒さの中、荷物受け取りの列で苦しんでいました。ぜひこの点を改善してください。
- ・ ほとんどのランナーが完走後心身ともに疲労している状態にも関わらず、屋外で風に吹かれながら長時間並ばされました。

以上のことから、今年の海外ランナーの傾向は、大阪の滞在日数が4日から6日で、飲食、買い物、観光と、大阪マラソン以外の活動が活発におこなわれ、スポーツツーリズムとしての大阪マラソンが定着してきたと考えられる。大阪滞在中の大きな出費は20万円以上が6割を占め、インバウンドによる一定の経済効果があったといえる。同伴者は「家族・親族」「マラソン仲間」「知人・友人」と来ることが増えており、これら同伴者のためのイベントを企画することも有効であると考えられる。また、チャリティについては、好意的にとらえており、多くのチャリティグッズを記念品として購入しており、海外ランナー向けのチャリティグッズの企画も考えられる。ただ、満足度の低下と来年度の大阪マラソンへの参加については消極的であることから、その原因を自由記述に求めたところ、次の7つの改善点が指摘された。①フィニッシュ後の荷物等の受け渡しのスムーズな運営、②トイレの増設、③大会運営の改善、④ブロックの有効な活用、⑤スタッフの対応の充実、⑥天候に配慮したフィニッシュ後のスムーズな対応、⑦待ち時間のないスムーズな導線の改善を求める声が強かった。



3) ボランティアの意見

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18.4%（前回：30.0%）、「まあまあ満足した」が55.5%（前回：55.6%）と、7割近くの人が満足していると感じているが、前回より、満足度は低くなったといえる。そのため、来年度の大阪マラソンへの参加意欲として、「ぜひ参加してみたい」が33.3%（前回：42.2%）、「できれば参加したい」が46.3%（前回：45.5%）と、8割近くの人が次回も大阪マラソンのボランティアとして参加を希望しているものの、前回よりは減少している。このように満足度が低下したことについては、運営上の課題として捉え、今後の大会運営の改善点を自由記述から検討してみる。

<大阪マラソン 2025 大会に関する自由記述の分析>

① 集合場所と時間の見直しを

- ・ 事前にいただいた説明会の資料には、当日集合する場所・時間の記載がなく、問い合わせ対応が必要であった。
- ・ 当日集合してから40分以上待たされる。挙句活動場所に移動後2時間することがない。それなら後半の集合時間をもう少し考えるべき。
- ・ 集合場所にその場所を仕切る人、指示をする人がいなかった。そのため集合時間に集合場所へ行ったが、誰の元で何をすれば良いか全く分からなかった。

② 活動の丁寧で十分な説明を

- ・ 事前説明（YouTube 動画）の際に、どの活動内容の人が対象になるかをはっきり分かりやすくして欲しかったです。
- ・ ボランティアに対する説明が十分にされていない。
- ・ ボランティア説明会や活動の計画などが二転三転し、当日のスタッフに不徹底で困った。

③ 大阪マラソンの運営の改善を

- ・ 疲れて帰ってきたランナーに申し訳ない気持ちでいっぱいになり情けなくなりました。改善しなければ

ば、大阪マラソンは続かないと思います。飛行機や新幹線に間に合わないとか、荷物を渡すのに 2 時間待たせるのはあり得ません。

- ・ 皆さんの意見を真摯に受け止め、次回の大阪マラソンでは、大きく改善されたと誰もが感じられるようなイベントにしてほしい。
- ・ 事務局、運営会社の決定権のある方には、大きなマラソン大会へのいちランナー・いちボランティアとして参加してほしい。ランナーファーストの運営を理解してほしいと思います。

④ トイレの誘導と万全の準備を

- ・ マラソン当日の市役所内の誘導では 720 とフルの一番混雑する場所であり、コース戻られる方はこちらといった目立つ看板や、トイレ最後尾のプレートなどがあれば混雑を防げたと思います。
- ・ トイレ誘導をしていたが、トイレの設置台数が全然足りないと思いました。
- ・ トイレ誘導だったが、朝からトイレトペーパーの予備がない、掃除用具がないことをリーダーが本部に伝えたが最後まで何もなかった。結局、区役所からトイレトペーパーを借りることになった。

⑤ ボランティア運営計画の見直しを

- ・ ランナーに担当外の運営に関するクレームをたくさん言われたが、運営スタッフやリーダーがいない状況が続いたので精神的にきつかった。
- ・ ランナーさんに謝罪して頭を下げるお仕事もやりました。でも本来は運営スタッフ側が率先して謝罪するものではないでしょうか。楽しくなければ、ボランティアする意味はないと感じました。
- ・ マニュアルとは異なる配置の指示がありました。マニュアルの記載された図示がとても分かりづらく、大会運営スタッフでさえ分かっていない状況でした。
- ・ ボランティアセンターのスタッフの対応とレスポンスが悪すぎる。

⑥ ボランティアリーダーの研修と配置の改善を

- ・ ランナーを最優先に考えていただくことはもちろんですが、無償で動くボラをあまりに軽く見すぎているように感じました。
- ・ ボランティア参加者への説明不足、リーダーも事情把握してない、手荷物袋の手渡し間違い、今までしたボランティアの中にはなかった出来事が多くあり、驚きました。
- ・ ボランティアリーダーの統率や指示がほとんどなかったため、団体ボランティアで参加していた高校生は沿道で観客に混ざって観戦しており、個人ボランティアで参加した方と 2 人休憩も食事もできなかった。
- ・ リーダーさんは事前に末端のボランティアをどう動かすのか、勉強して欲しいと思いました。融通が効かないのも困りました。臨機応変にやわらかい気持ちで当たって欲しいです。ボランティアをまとめる上の方は優しい気持ちで、暖かく見守って欲しいです。

⑦ 荷物預かりのシステムの見直しを

- ・ 私は預かり荷物返却係をしたけれど、道に迷ったランナーから荷物返却場所を聞かれる事が多かったので、ボランティア説明会で、全ての預り荷物返却場所を地図で確認しておくように伝えるべきだと思います。
- ・ 荷物返却について、導線が整っていない、指揮をするスタッフがいらないなど様々な問題があった。
- ・ 荷物返却の場で、震えながら長時間並ぶランナーに何もしてあげることができず悲しかった。



以上のことから、次の6つの改善が望まれる。①集合場所と時間の見直し、②活動の丁寧で十分な説明、③大阪マラソンの運営の改善、④トイレの誘導と万全の準備、⑤ボランティア運営計画の見直し、⑥ボランティアリーダーの研修と配置の改善を望む声が多かった。これらは、ボランティアを受け入れる側の意識と、組織の在り方の改善が必要であると考えられる。

4) 観客の意見

来年度実施される大阪マラソン 2026 の来場意欲について、「観客として参加したい」が 80.7% (前回: 78.7%) と、8割近くの人が観客としてきたいと思っている。一方、ランナーの走る姿に感化されて、16.7% (前回: 16.4%) の人が前回と同様に「ランナーとして来たい」と思っている。

このようなリピーターをさらに増やすための運営上の工夫について自由記述から考えてみる。

<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 (264 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 (11 件)、②交通規制や観戦に関連すること (20 件)、③観戦アプリに関する件 (3 件) ④その他 (25 件) に分類した。この中から、大会の改善に関しての要望について述べる。

① スタート・フィニッシュでの観戦を可能に

- ・ ゴールを観戦したい！最後まで観客を入れて欲しいです。
- ・ ゴール地点の観戦スポットが分かり辛かった。
- ・ スタート、フィニッシュでランナーのそばまで行けないのはさみしいです。
- ・ スタート地点が分かりにくかった。

② 交通規制や観戦に関連する情報提供を

- ・ エリートの中継をもっと手軽に見たかったです。
- ・ お手洗いの場所を地図に書いておいてほしい。
- ・ 応援者に、例えば何キロ地点だとどの駅でどの乗り口で降りてどう出れば、この地点で応援できるとか詳しく教えてくれるものが欲しい。
- ・ 電車ルートと走行ルートが一緒になっているマップがあると助かります！
- ・ 観客の交通規制の時間が早い。(大阪城)
- ・ 交差点などでどちらにいたら、応援できるかがわかりづらい。

③ 観戦アプリの改善を

- ・ ランナーズアイの反応が鈍かった。
- ・ ランナーズアイの動作が度々止まること。



以上のことから、①スタート・フィニッシュでの観戦を可能にする、②交通規制や観戦に関連する情報提供、③観戦アプリの改善を望む声が多かった。もちろん、感動等について記述してくださっている観客の方もいた。

【まとめ】

今回は、大会運営の新しい試み（更衣室の屋内化）がなされたが、それゆえに運営上の課題が多く見えてきた。また、ボランティアも本来のチャリティとして活動する点での課題が明らかになった。それらの課題を真摯に受け止め、その原因を追究し、やり方（機能）を変えるのか、仕組み（構造）を改変するのかを判断し、改善に取り組むことが望まれる。

おわりに

今、問う、大阪マラソンの Well-Being — ころ豊かな市民マラソンを目指して —

杉本厚夫（大阪マラソン 2025 調査研究代表・関西大学名誉教授）

< 誰のために？ 何のために？ >



「ユニコーンに乗って」（TBS；2022 年）というドラマがあった。バーチャル学校で誰でもが学べるアプリを開発するスタートアップ企業の話である。

ある時、「スタートアップビジネスコンテスト」に完成度の低いアプリを出品して、審査員からその理由を聞かれた。「最初創ったアプリは、高スペック（高性能）なスマホでない限り作動しないので、私たちはあえて技術をおとすことを選びました。なぜなら、多くの人にとって使いやすいプロダクトこそ、幅広く受け入れられ、やがて世界に広がっていくのではないのでしょうか」と CEO は答えた。誰でもが学べるバーチャル学校を目指しているの

ので、誰でもがアクセスできなければならない。

つまり、誰のためのアプリなのかということが明確だからこそ、このような答えになるのである。

このようにして急成長した会社に、M&A（買収）の話を持ち掛けられて、それを受け入れることについて CEO が社員に話をする。「私が一番大事にしたいのは、少しでも早く、このアプリを必要としてくれる人に届けること。そのために、他社が持つ技術や経験、ノウハウなどあらゆる力を取り入れたい。それに、私たちが目指すのはユニコーン企業ではない。もっとその先にある誰でもが平等に学べる場所を創ることだと思うから。私たちの企業の理念は何かあっても変わらない。」「やっぱりぶれないな。うちの CEO は！」（社員）

つまり、何のためにしているのかという理念がぶれないのである。

今回の調査は、大阪マラソンは、「誰のために」、「何のために」あるのかを聞いたかった。それは、市民のために、参加した一人一人が Well-Being（ころの豊かさ）を感じるために、そして人々の Well-Being が実現される社会を構築するために大阪マラソンが貢献することではないだろうか。もう一度、原点に立ち返って、誰のために、何のために大阪マラソンがあるのかを考えてほしい。この報告書がそのきっかけになれば幸いである。

< ソリューション：やり方（機能）を変えるか？ イノベーション：仕組み（構造）を変えるか？ >

「薪でお湯を沸かして、なかなか沸かないとき、あなたならどうしますか？」

「薪をもっとくべる」、それとも「沸かすお湯を減らす」。

前者は、一定のお湯を沸かすという目的は変えずに、薪を増量して熱量をあげるという「やり方（機能）」を変える方法で、ソリューション型の課題解決である。一方、後者は、沸かすお湯の基準を変更するという「仕組み（構造）」を変えるイノベーション型の課題解決である。うまくいかなかったとき、問題が起きたときの解決方法はこの二つである。

今回の大阪マラソン 2025 では、さまざまな課題が発生したが、その課題はなぜ発生したのかを見極めて、その改善のためには、ソリューション型で対応できることなのか、イノベーション型で対応すべきなのかを判断する必

要がある。ソリューション型の課題解決は、この例にあるように、人員を増やしたり、回数を増やしたりする「量」的な解決法であり、成長時代にはよく採られた方法である。しかし、現代の成熟社会では、「質」的な変化を求められる場合が多く、そのための基準や仕組みを見直すイノベーション型による課題解決が有効であると考えられる。今回、大会運営に関して多くのご批判をいただいたピンチを、大阪マラソンの新たな仕組みを創っていくチャンスに変えて、Well-Beingを感じる大会にしてほしいものである。

<世論か？ 輿論か？>

国際船が座礁し、救命ボートには、子ども、高齢者、女性しか乗れず、若い男性は救命胴衣をつけて、海に飛び込まなければならない。そのことを船長さんが各国の人に説得するという寓話。イギリス人には「あなたは紳士でしょう。だからみんなのために飛び込んでください」、ドイツ人には「船のルールで決まっています。ルールを遵守してください」、アメリカ人には「あなたには保険がかけられています。安心して飛び込んでください」と説得するのが有効だそう。では、日本人には。一人一人に耳元で「みんな飛び込むみたいですよ」と説得するのが効果的である。いわゆる同調圧力の国であるとみられている。子どもたちも、何か注意すると「みんなしているもん」と行動基準がみんなにあることを表明する。

メディア史が専門の佐藤卓己氏（上智大学教授）によれば、「世論（せろん）」と「輿論（よろん）」があり、本来「Public Opinion（公論）」という意味で使われていた「輿論（よろん）」が、明治以降「Popular Sentiments（民衆感情）」を意味した「世論」と混同されるようになり、さらに戦後においては、メディアによって「公論」よりも「情緒論」としての意味合いに使われ方が傾いていったという。つまり、この寓話のように、みんながどうかという情緒的な世論によって、われわれは行動を決めているということである。

大阪マラソンも、ある面、市民マラソンが全国で行われているからということで出発した。とりわけ都市型市民マラソンとしての東京マラソンは大阪マラソンのモデルでもあった。その意味では、世論によって大阪マラソンは誕生したといってもよい。では、輿論としての大阪マラソンは、どうあるべきだろうか。それは、日本、世界に誇れる市民マラソンではなく、未来に誇れる市民マラソンを構築することではないだろうか。そのために、未来の Well-Being 社会における相互依存（Interdependence）を具現化するチャリティマラソンの価値を共有する輿論を創り出していきたいものである。



1. ランナー

1-1. 国内ランナーの意識調査

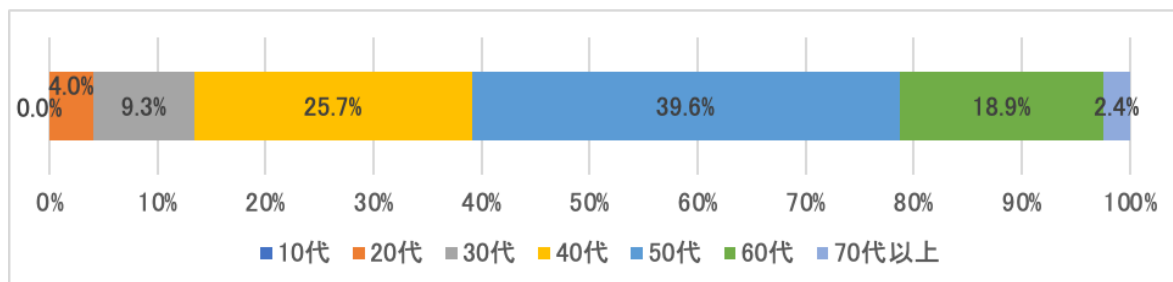
回答：3187

※ここでのいう前回とは、2024 年の第 12 回大会のことである。

※グラフは統計上 100%にならない箇所がある。

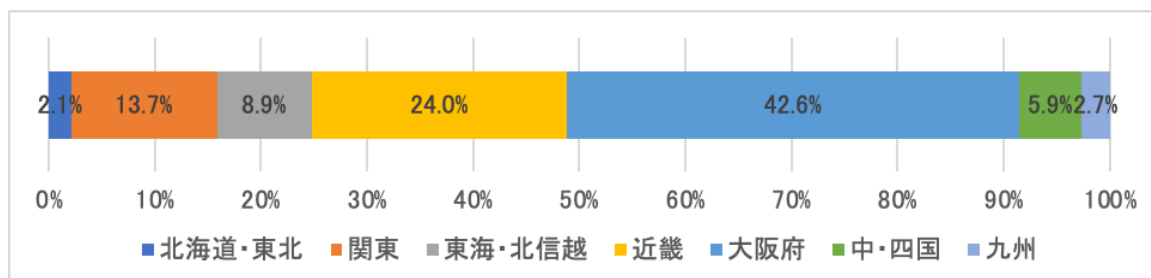
(1) 自分自身について

■年齢（年代）



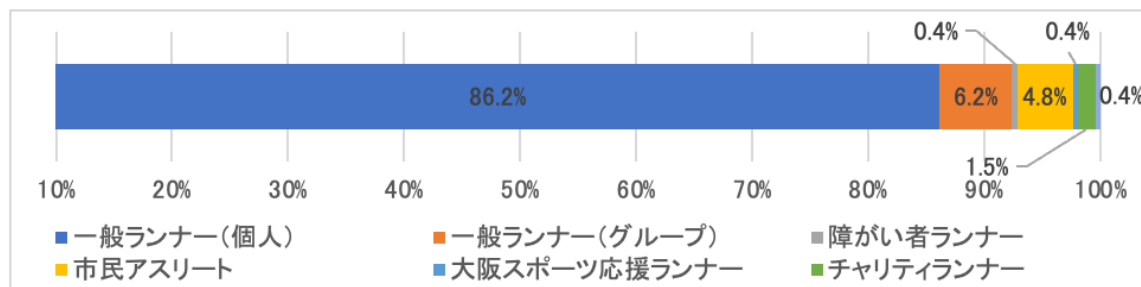
年齢（年代）については、「50代」が 39.6%（前回：43.5%）、「40代」が 25.7%（前回：26.4%）、「60代」が 18.9%（前回：18.6%）と、上位三項目のうち二項目で減少しているが、一項目で増加している。また、「20代」が 4.0%（前回：2.1%）、「30代」が 9.3%（前回：6.8%）と増加している。

■居住地域



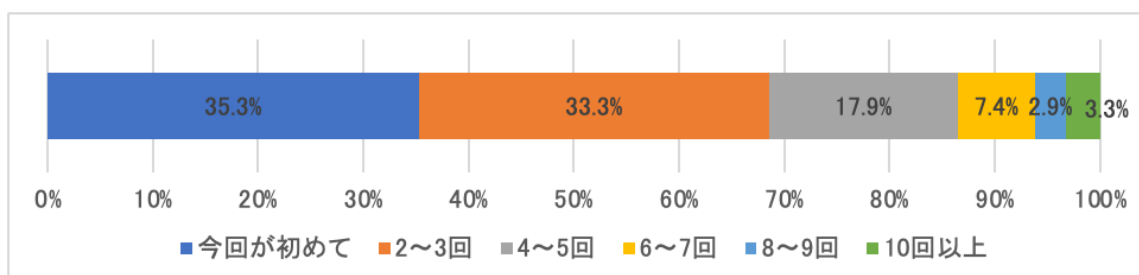
居住地域については、大阪府が 42.6%（前回：46.2%）、近畿が 24.0%（前回：23.3%）、関東が 13.7%（前回：13.5%）と参加ランナーの居住地域は、ほとんど変わっていない。

■申込区分



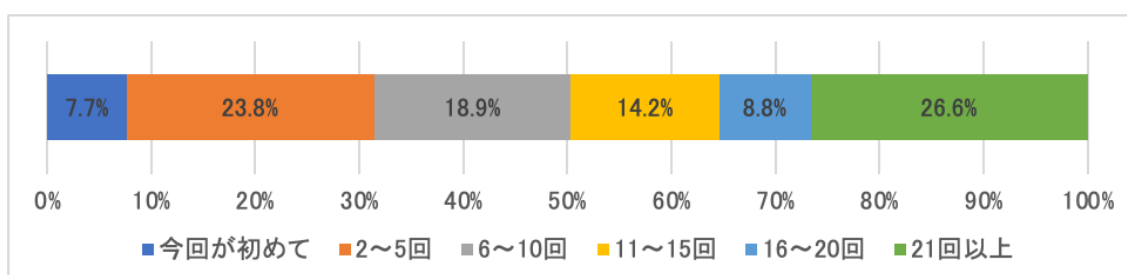
申し区分は、一般ランナーが 86.2%（前回：87.6%）となっている。これは、実際の申し区分の割合ではなく、アンケートに答えていただいた人の割合である。

■大阪マラソン参加回数



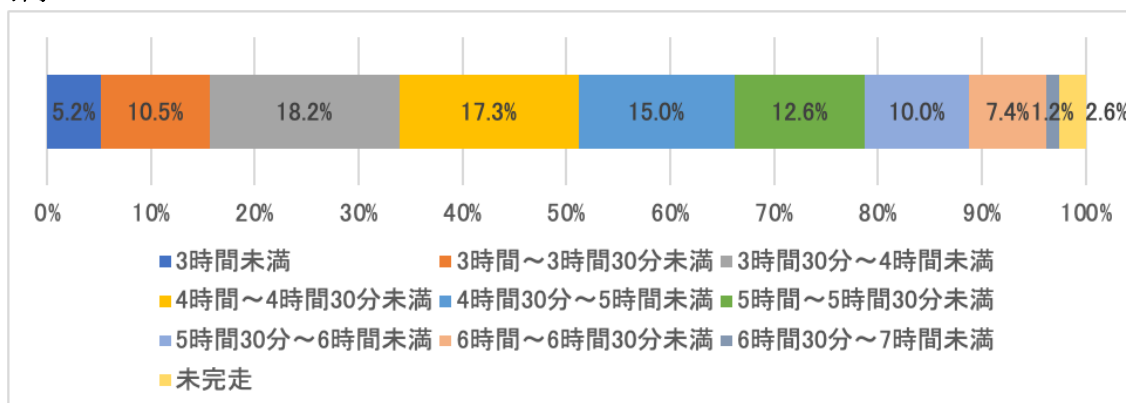
大阪マラソン参加回数は、「今回が初めて」が35.3%（前回：32.4%）と増加している。また、2回以上が64.7%と、7割近くの国内ランナーが大阪マラソンにリピーターとして参加していることがわかる。

■市民マラソン参加経験



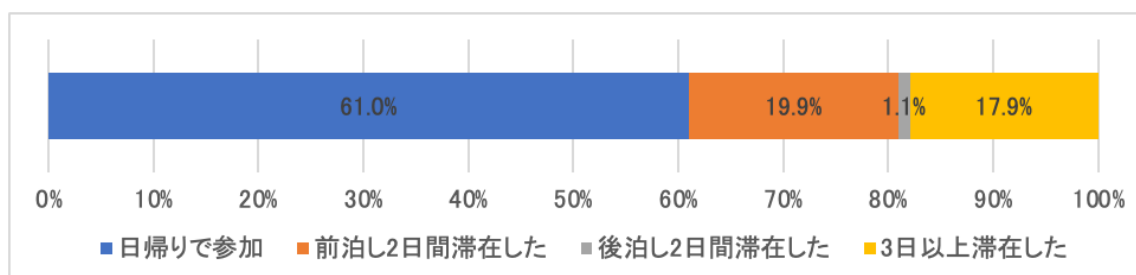
市民マラソン参加回数については、「21回以上」が26.6%（前回：25.5%）、「2～5回」が23.8%（前回：24.5%）、「6～10回」が18.9%（前回：20.0%）となっており、前回とほとんど変わらない。

■完走時間



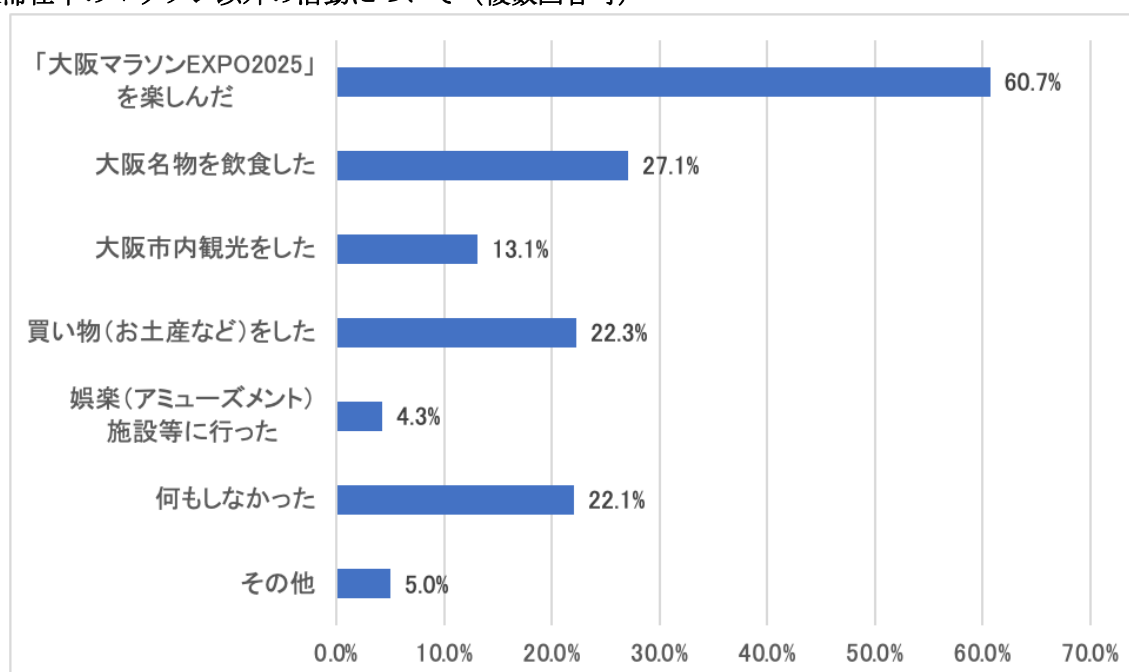
完走時間は、「3時間30分～4時間未満」が18.2%（前回：16.6%）、「4時間～4時間30分未満」が17.3%（前回：17.1%）、「4時間30分～5時間」が15.0%（前回：16.0%）と前回とほとんど代わりないが、5時間を基準に考えた時に、5時間未満が66.2%（前回：63.6%）、5時間以上が31.2%（前回：36.4%）と完走時間が早くなっている。

■大会前後の大阪滞在日数



大阪の滞在日数については、「日帰りで参加」が 61.0%（前回：62.9%）と最も多く、次いで、「前泊し 2 日間滞在した」が 19.9%（前回：19.7%）であった。一方、「3 日以上滞在した」が 17.9%（前回：16.5%）と前回よりも増加しており、今年も 3 連休を利用して長期滞在した人が増えたと考えられる。

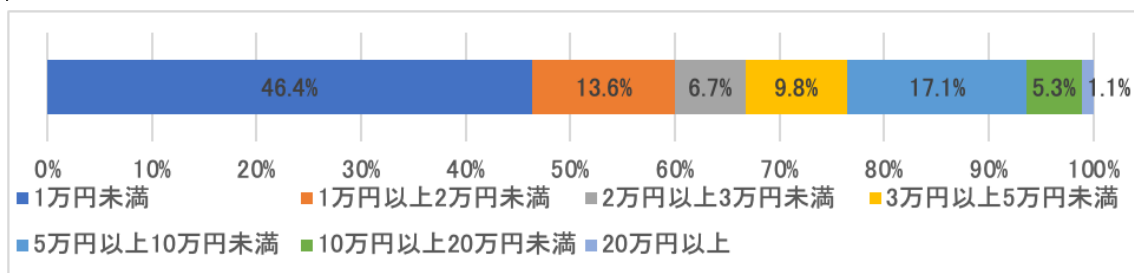
■大阪滞在中のマラソン以外の活動について（複数回答可）



大阪マラソン以外の活動について、「大阪マラソン EXPO2025 を楽しんだ」が 60.7%（前回：66.4%）と最も多く、次いで「大阪名物を飲食した」が 27.1%（前回：27.9%）、「買い物（お土産など）をした」が 22.3%（前回：22.4%）であった。また、「何もしなかった」は 22.1%（前回：19.7%）で少し増加しているが、大阪マラソン以外の活動は活発に行われているといえる。

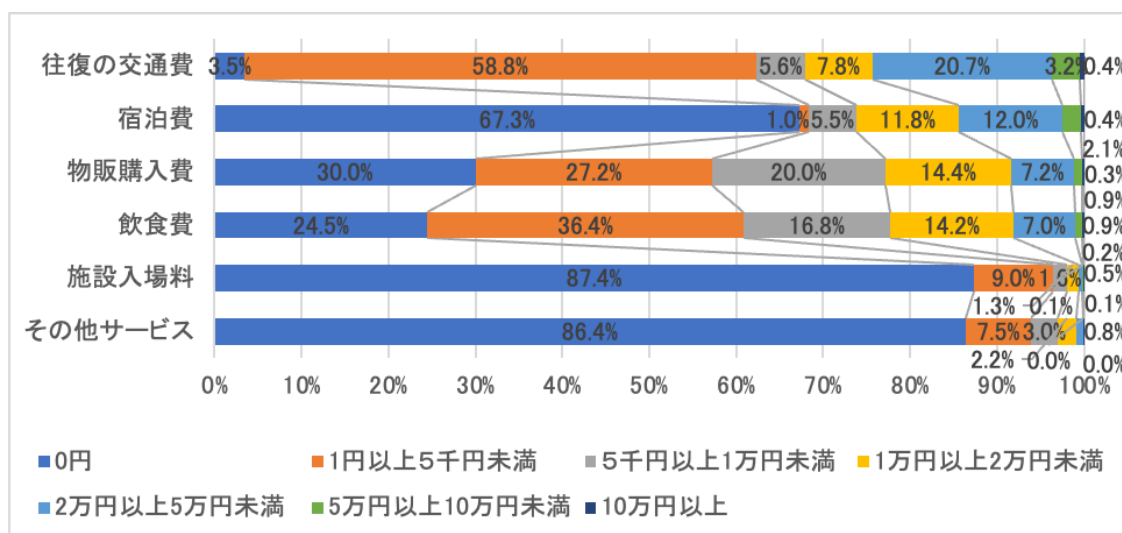
■大阪滞在中の大まかな出費

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46.4%（前回：45.9%）と最も多い割合を占めているが、「1万円以上3万円未満」が20.3%（前回：20.3%）、「3万円位以上5万円未満」が9.8%（前回：10.4%）、「5万円以上」が23.5%（前回：19.8%）となっており、前回同様、経済効果があったといえる。

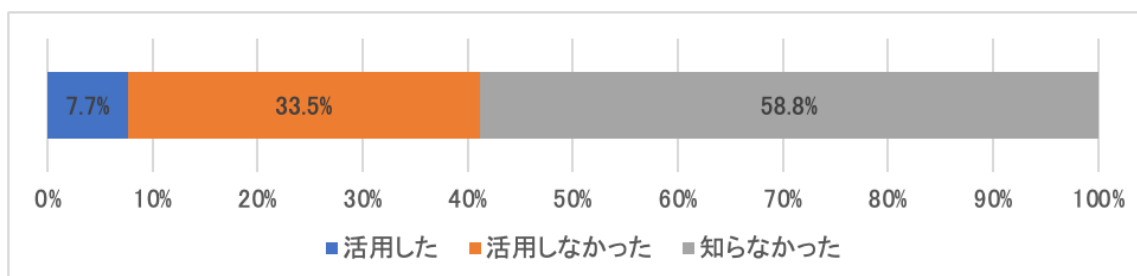
ー内容別



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。

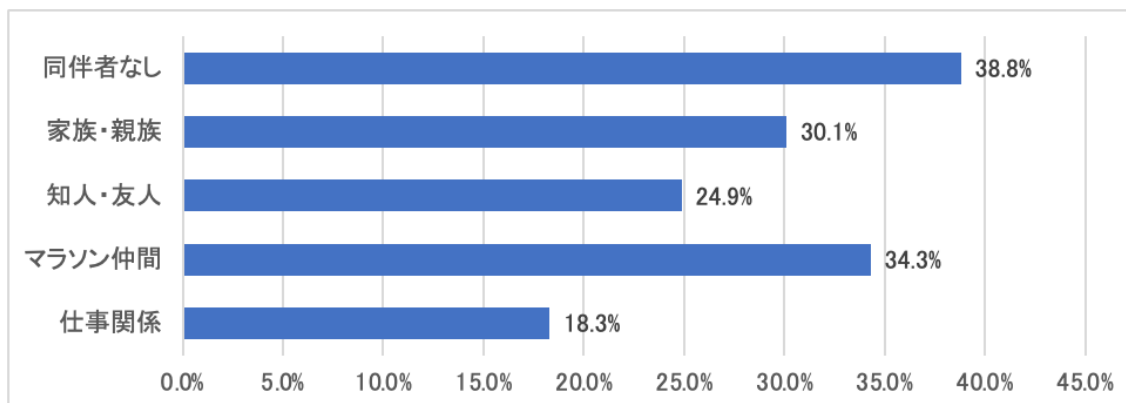
- ・「往復の交通費」は、「1円以上5千円未満」が58.8%（前回：61.0%）と最も多く、次いで「2万円以上5万円未満」が20.7%（前回：17.6%）となっており、近県からの参加者の多さを反映している。
 - ・「宿泊費」は、「1円以上1万円未満」が6.5%（前回：7.2%）で、「1万円以上2万円未満」が11.8%（前回：12.2%）となっており、「大会前後の滞在日数」に対応している。
 - ・「物販購入費」は、「0円」が30.0%（前回：31.2%）と最も多いが、「1円以上2万円未満」が61.6%（前回：61.3%）となっており、2万円未満に抑える傾向にある。
 - ・「飲食費」は、「5千円未満」が36.4%（前回：39.5%）と最も多く、「5千円以上2万円未満」が31.0%（前回：29.5%）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9.0%（前回：7.7%）となっており、この出費は少ない。
- 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 2025 の活用について



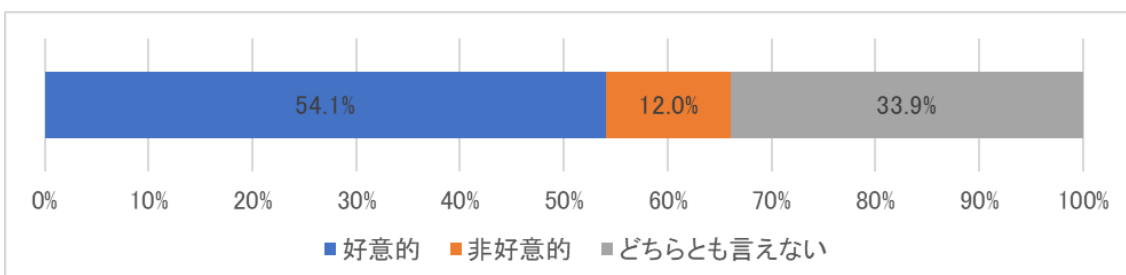
大阪マラソン DESSE2025 の活用について、「知らなかった」が 58.8（前回：51.7%）と最も多く、「活用しなかった」が 33.5%（前回：37.2%）であり、前回同様 9 割近くの人が活用していなかったことがわかる。ここ数年の傾向から、この制度の自体の見直しをする必要があるだろう。

■同伴者との関係



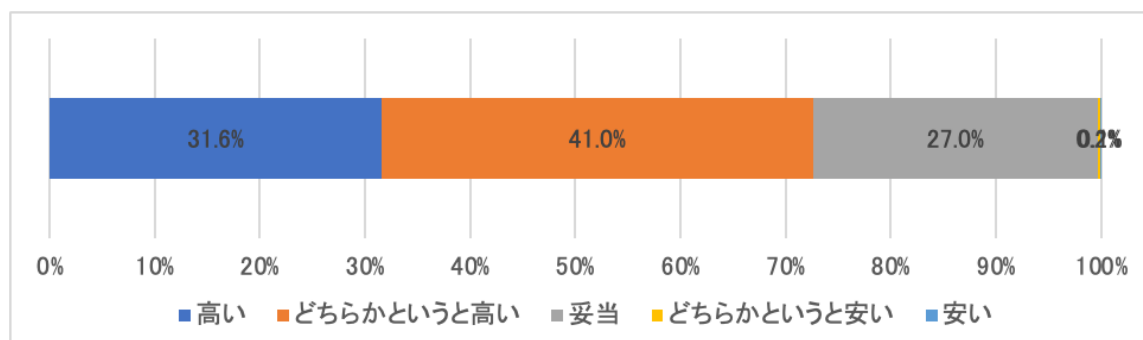
大会への同伴者については、「同伴者なし」が 38.8%（前回：40.5%）と最も多く、次いで「マラソン仲間」が 34.3%（前回：33.3%）、「家族・親族」が 30.1%（前回：30.7%）であった。前回と比べて、国内ランナーの同伴者の数が増えていることが分かる。

■市民マラソンとエリートマラソンの統合について



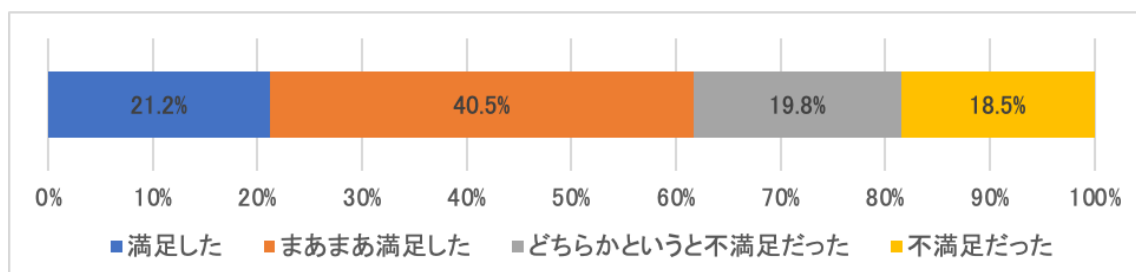
市民マラソンとエリートマラソンの統合に、好意的が 54.1%で、非好意的が 12.0%、どちらでもないが 33.9%となっており、積極的な賛成は半分であった。

■参加料



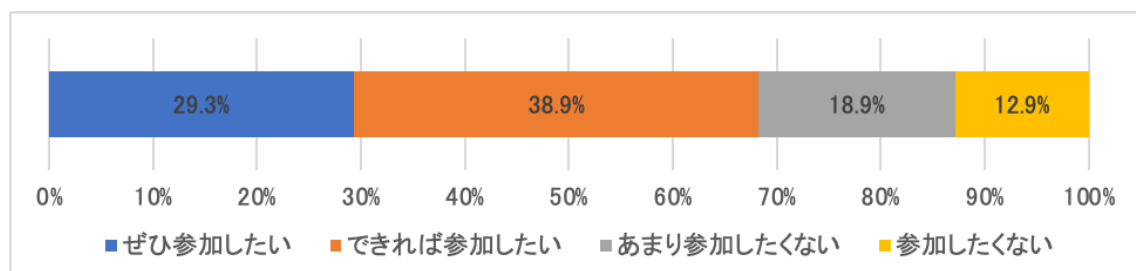
大阪マラソン 2025 の参加料について、他のマラソン大会と比較して「高い」が 31.6%であり、「どちらかという和高い」が 41.0%であった。大阪マラソン 2025 の参加料を 7 割の人が高いと感じており、参加料のさらなる検討が望まれる。

■大阪マラソン 2025 の満足度



大阪マラソン 2025 に「満足した」が 21.2%と前回（2024 年）の 38.6%より減少し、「まあまあ満足した」が 40.5%と前回の 42.7%より減少した。合計した満足度は 61.7%と前回の 81.3%に比べて減少している。

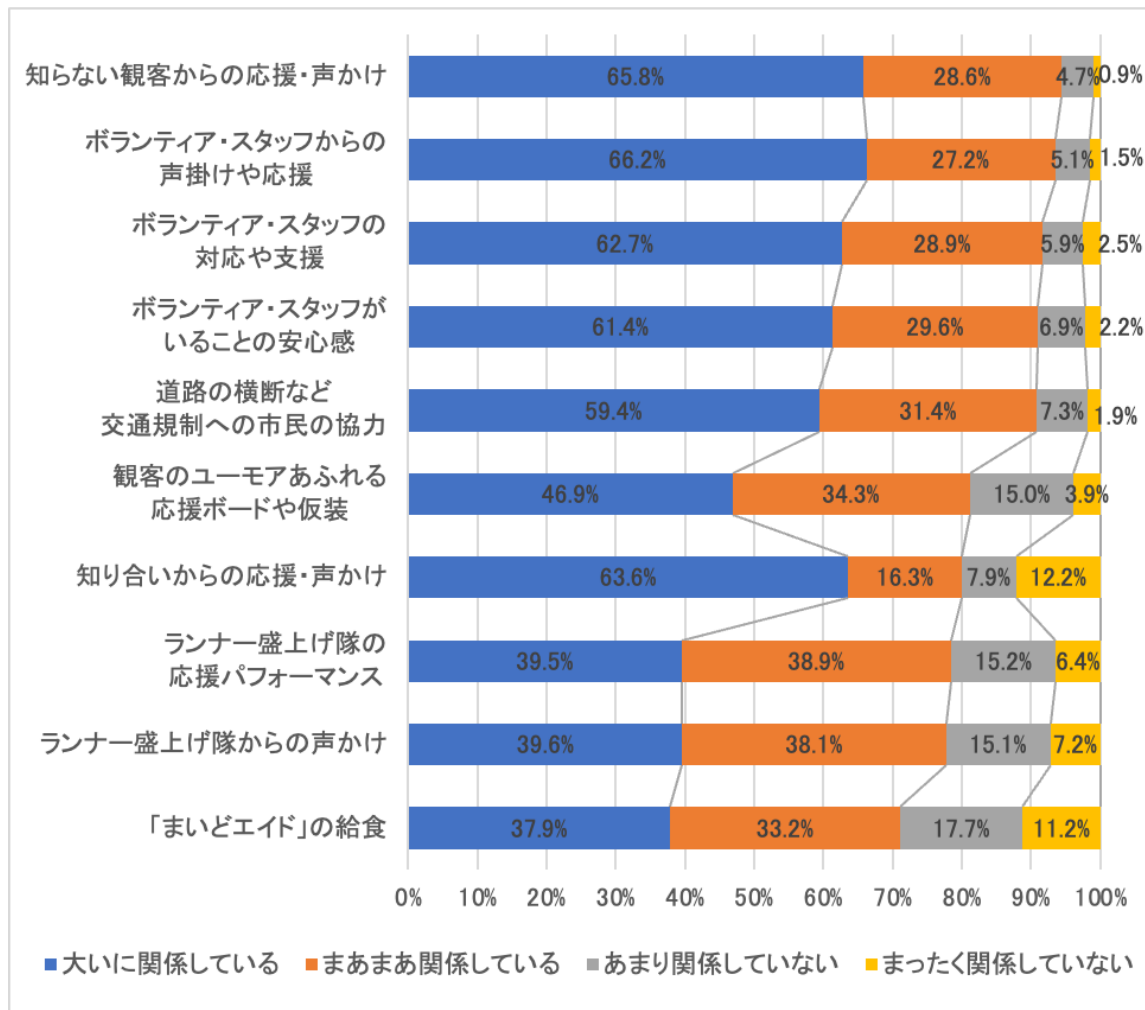
■大阪マラソン 2026 への参加希望



来年の大阪マラソン 2026 への参加希望に関しては、「ぜひ参加したい」が 29.3%と前回の 47.2%より減少し、「できれば参加したい」が 38.9%と前回の 38.0%より増加した。68.2%の人が次回への参加を希望しているが、前回の 85.2%よりも減少している。

(2) 大阪マラソン 2025 の運営について

■大阪マラソン 2025 で何に感動し、元気づけられ、こころの豊かさを感じたか（上位 10 位）



今回、大阪マラソン 2025 で何に感動し、元気づけられ、こころの豊かさ（Well-Being）を感じたかについて聞いてみた。その結果、上位 10 位については、次のような項目が上がってきた（「大いに関係している」を SF、「まあまあ関係している」を WF とする）。

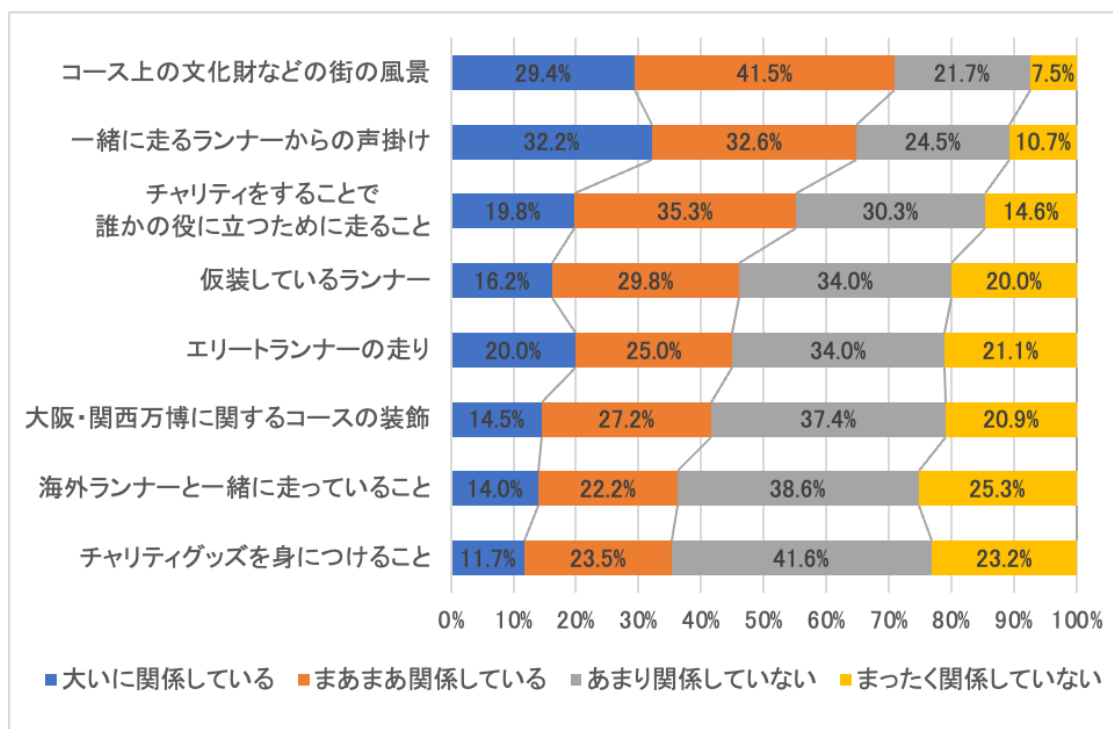
- ① 「知らない観客からの応援・声かけ」が 94.4%（SF：65.8%、WF：28.6%）と最も多く、国内ランナーは観客からの応援・声掛けに元気をもっている。昨年の調査で大阪マラソンを選ぶ理由に 81.2%の人がこの項目をあげていて、観客の存在がランナーにとって重要な Well-Being であると言える。
- ② 「ボランティア・スタッフからの声掛けや応援」が 93.4%（SF：66.2%、WF：27.2%）と次に多く、ボランティア・スタッフからの声援や応援に国内ランナーは元気をもっている。
- ③ また、「ボランティア・スタッフの対応や支援」が、91.6%（SF：62.7%、WF：28.9%）と、9 割の国内ランナーがボランティア・スタッフの対応や支援に感謝している。
- ④ さらに、「ボランティア・スタッフがいることの安心感」が、91.0%（SF：61.4%、WF：29.6%）とボランティア・スタッフがいることに、安心感を持っている国内ランナーが 9 割いる。ボランティア・スタッフといった受け入れ側のホスピタリティに、元気と感謝と安心から Well-Being を感じていると言えそうである。
- ⑤ 「道路の横断など交通規制への市民の協力」が、90.8%（SF：59.4%、WF：31.4%）と、国内ランナーは大阪マラソン 2025 の開催のために、市民の協力があることに感謝している。直接的な関わりでない市民の影の

協力に思いを馳せることによって、Well-Beingを感じていると言える。

- ⑥ 「観客のユーモアあふれる応援ボードや仮装」が 81.2% (SF : 46.9%、WF : 34.3%) と、「足が痛い、そんな気のせいや」「しんどいんか、代わったるか」といった大阪マラソンならではのユーモアあふれる応援に国内ランナーは元気づけられている。とりわけ、大阪マラソンの観客の笑いを伴った応援によって Well-Beingを感じていると言える。
- ⑦ 「知り合いからの応援・声かけ」が、79.9% (SF : 63.6%、WF : 16.3%) と、知り合いからの応援・声かけがあることに、国内ランナーは元気をもらっており、ここでも、観客が Well-Being を与えていると言える。
- ⑧ 「ランナー盛上げ隊の応援パフォーマンス」は、78.4% (SF : 39.5%、WF : 38.9%) と、踊りや演奏といった「ランナー盛上げ隊」のパフォーマンスに国内ランナーは元気づけられている。
- ⑨ また、「ランナー盛上げ隊からの声かけ」も、77.7% (SF : 39.6%、WF : 38.1%) と、国内ランナーは「ランナー盛上げ隊」からの声かけに元気をもらっている。昨年の調査で大阪マラソンを選ぶ理由に 57.6%の人が「ランナー盛り上げ隊」をあげていて、国内ランナーの Well-Being に大いに貢献していると言える。
- ⑩ 『まいどエイド』の給食」は 71.1% (SF : 37.9%、WF : 33.2%) と、大阪市商店会総連盟が提供する大阪マラソンの名物である「まいどエイド」の存在が、「くだおれ大阪」のイメージを背景として、国内ランナーを元気づける要因になっている。昨年の調査で大阪マラソンを選ぶ理由に 57.1%の人が「まいどエイド」をあげており、市民ランナーにとって「まいどエイド」は、Well-Being を感じる活動になっていると言える。

以上のように、国内ランナーは「観客」「ボランティア・スタッフ」「市民」「ランナー盛上げ隊」「まいどエイド」といった大阪マラソンを支える人々に、Well-Beingを感じていると言えそうである。

■大阪マラソン 2025 で何に感動し、元気づけられ、こころの豊かさを感じたか（11 位から 18 位）

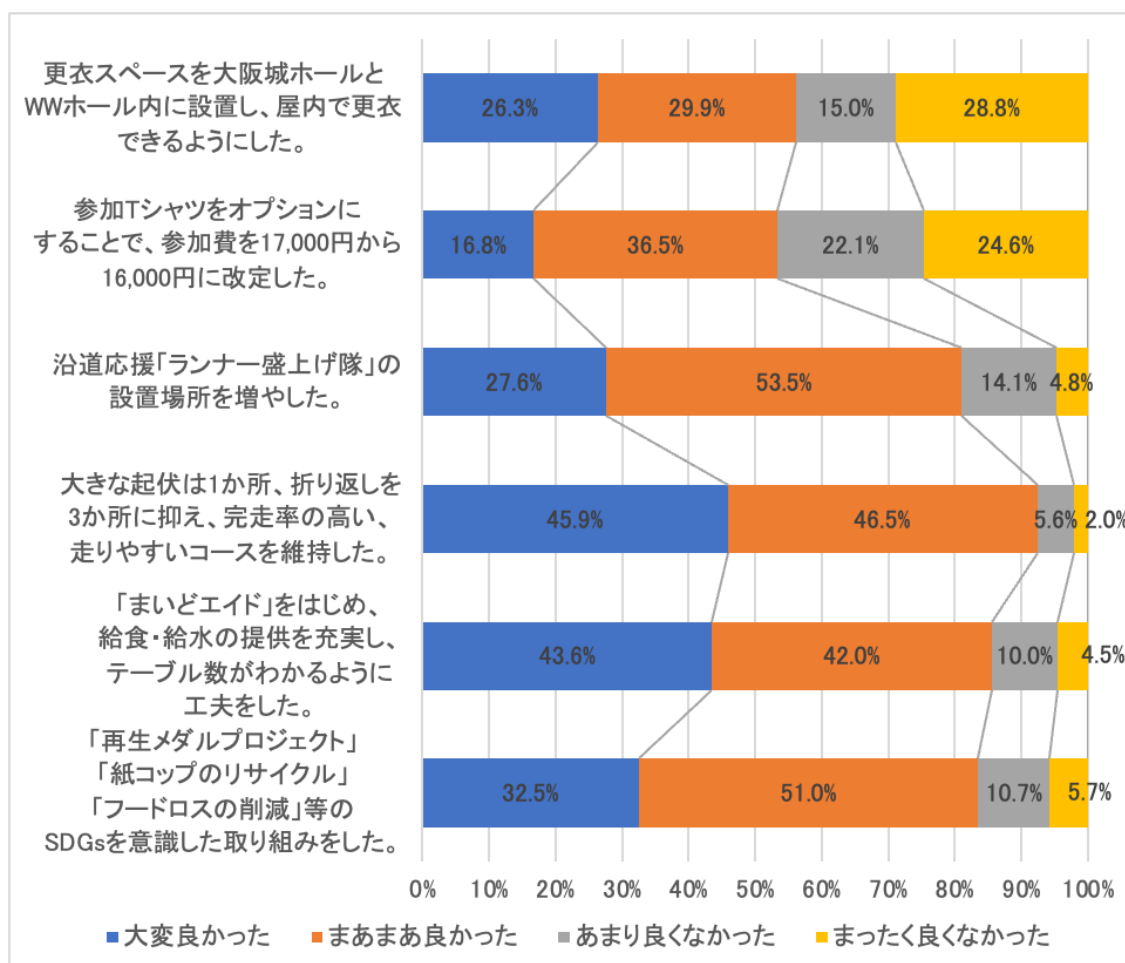


今回、大阪マラソン 2025 で何に感動し、元気づけられ、こころの豊かさ（Well-Being）を感じたかについて聞いてみた。その結果、下位 8 位については、次のような項目が上がってきた。（「あまり関係していない」を HR、「まったく関係していない」を NR とする）。

- ⑪ 「コースの文化財などの街の背景」が 29.2%（HR：21.7%、NR：7.5%）
- ⑫ 「一緒に走るランナーからの声かけ」が 35.2%（HR：24.5%、NR：10.7%）
- ⑬ 「チャリティをすることで誰かの役に立つために走ること」が 44.9%（HR：30.3%、NR：14.6%）
- ⑭ 「仮装しているランナー」が 54.0%（HR：34.0%、NR：20.0%）
- ⑮ 「エリートランナーの走り」が 55.1%（HR：34.0%、NR：21.1%）
- ⑯ 「大阪・関西万博に関するコースの装飾」が 58.3%（HR：37.4%、NR：20.9%）
- ⑰ 「海外ランナーと一緒に走っていること」も 63.9%（HR：38.6%、NR：25.3%）
- ⑱ 「チャリティグッズを身につけること」が 64.8%（HR：41.6%、NR：23.2%）

以上のように、「コースの文化財などの街の背景」、「一緒に走るランナーからの声かけ」、「チャリティをすることで誰かの役に立つために走ること」については、Well-Being を 5 割以上の国内ランナーが感じているが、「エリートランナーの走り」や「海外ランナーと一緒に走っていること」については、あまり感動を覚えるものとなっていないという結果であった。

■ 参加者からの意見を反映した大会運営の改善に対する評価

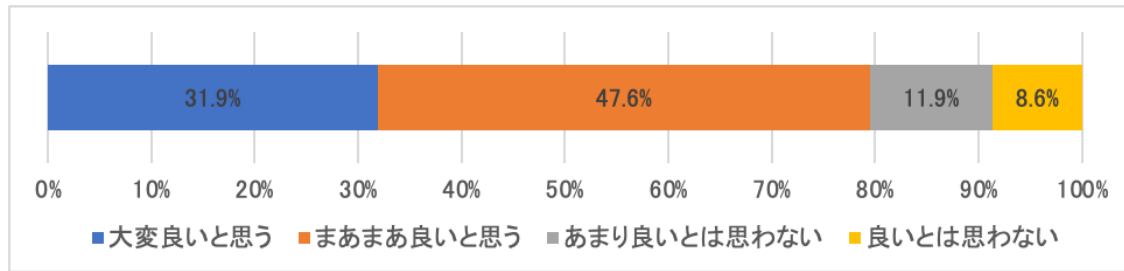


大阪マラソン参加者からの意見を反映した大会運営の改善について、その評価を聞いてみた。「大変良かった」と「まあまあ良かった」を合わせて評価する。

- ① 「大きな起伏は1か所、折り返しを3か所に抑え、完走率の高い、走りやすいコースを維持した」は92.4%と評価が高く、記録を目指す、あるいは完走を目指すランナーにとって一番の関心事と言える。
- ② 次に、「『まいどエイド』をはじめ、給食・給水の提供を充実し、テーブル数がわかるように工夫した」は85.6%と評価が高く、完走を目指すランナーにとって、その充実は重要である。
- ③ 「『再生メダルプロジェクト』『紙コップのリサイクル』『フードロスの削減』等のSDGsを意識した取り組みをした」は83.5%と評価が高く、環境問題への取り組みは国内ランナーの関心事となっている。
- ④ 「沿道応援『ランナー盛上げ隊』の設置場所を増やした」は81.1%と評価が高く、国内ランナーが元気をもらえるランナー盛上げ隊の増設は、喜ばしいことだと言える。
- ⑤ 「更衣スペースを大阪城ホールとWWホール内に設置し、屋内で更衣できるようにした」は56.2%とあまり評価が高くなく、設置したことよりも、その運営について評価を下げることもあるのかもしれない。
- ⑥ 「参加Tシャツをオプションにすることで、参加費を17,000円から16,000円に改定した」は53.3%とあまり評価は高くなく、参加費が値下げしたという認識を持てなかったのかもしれない。

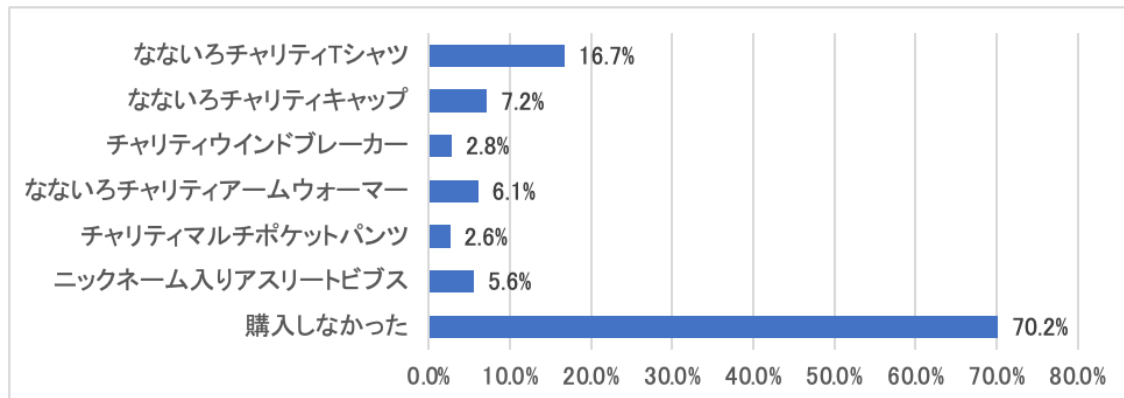
(3) チャリティについて

■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



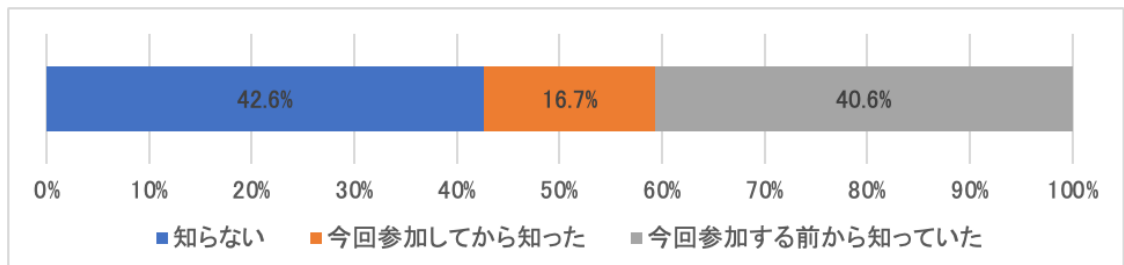
参加ランナー全員に 2 口以上の寄付をお願いしていることについて、「大変良いと思う」が 31.9% (前回: 36.9%)、「まあまあ良いと思う」が 47.6% (前回: 46.7%) と 8 割の国内ランナーが 2 口以上の寄付を肯定的に捉えている。

■チャリティグッズの購入について



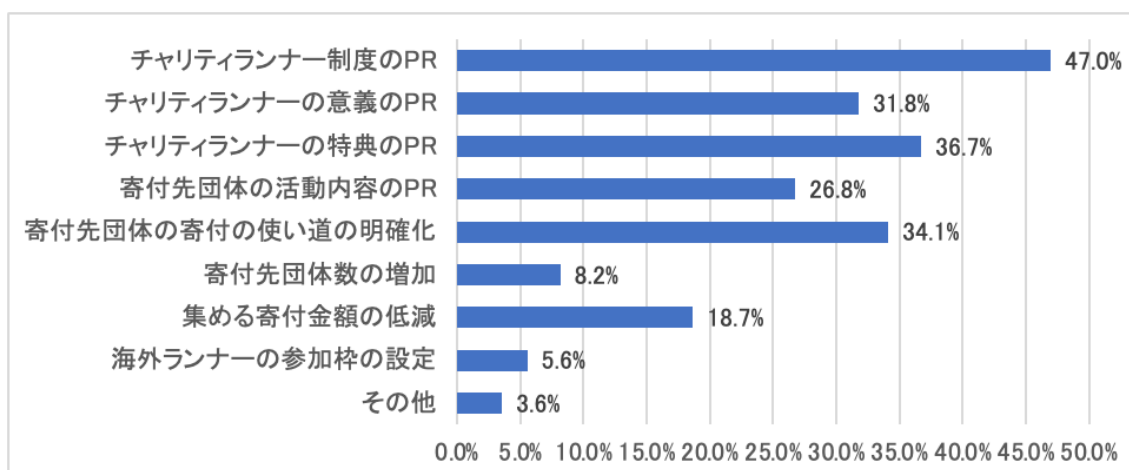
チャリティグッズの購入については、「なないろチャリティ T シャツ」が 16.7% (前回: 12.1%) と最も多く、次いで「なないろチャリティキャップ」が 7.2% (前回: 8.5%)、「なないろチャリティアームウォーマー」が 6.1% (前回: 4.7%) であった。また、「購入しなかった」は 70.2% (前回: 73.5%) と前回大会と同様に多くの国内ランナーが購入しなかったことから、チャリティグッズ購入によるチャリティマラソンとしての大阪マラソンの認識が浸透していないといえる。

■チャリティランナー制度について



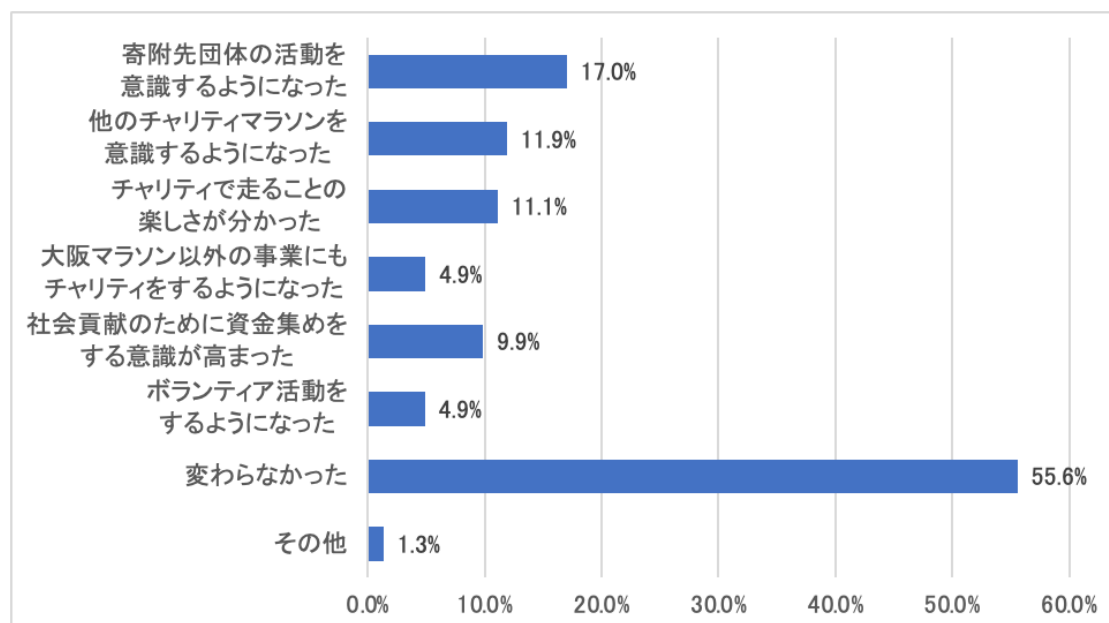
チャリティランナー制度について、「今回参加する前から知っていた」が 40.6% (前回: 49.5%)、「今回参加してから知った」が 16.7% (前回: 18.7%) と国内ランナーの 6 割近くが認知しているが、「知らない」が 42.6% (前回: 31.9%) であり、チャリティランナー制度の認知度が低下している。

■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 47.0%（前回：45.0%）と最も多く、次いで「チャリティランナーの特典の PR」が 36.7%（前回：40.0%）、「チャリティランナーの意義の PR」が 31.8%（前回：37.4%）であった。チャリティランナー制度の認知向上のためのメッセージの配信を強く推している。また、「寄付先団体の寄付の使い道の明確化」が 34.1%（前回：36.8%）、「寄付先団体の活動内容の PR」が 26.8%（前回：29.2%）であり、寄付先団体の課題も上げている。さらに、「集める寄付金額の低減」は 18.7%（前回：24.0%）で、「寄付先団体数の増加」は 8.2%（前回：8.8%）と、チャリティランナーの制度設計の変更についての意見もあった。

■チャリティへの意識や活動の変化について（複数回答可）



チャリティに対する意識や活動の変化については、「寄付先団体の活動を意識するようになった」が 17.0%（前回：21.8%）、「他のチャリティマラソンを意識するようになった」が 11.9%（前回：16.0%）「チャリティで走ることに楽しさが分かった」が 11.1%（前回：13.1%）であり、国内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減少している。さらに、「変わらなかった」が 55.6%（前回：45.9%）であり、前回と比べるとチャリティへの意識や活動の変化は見られなくなっており、課題が残る結果となったといえる。

1-2. 国内ランナーの特性別意識の違い

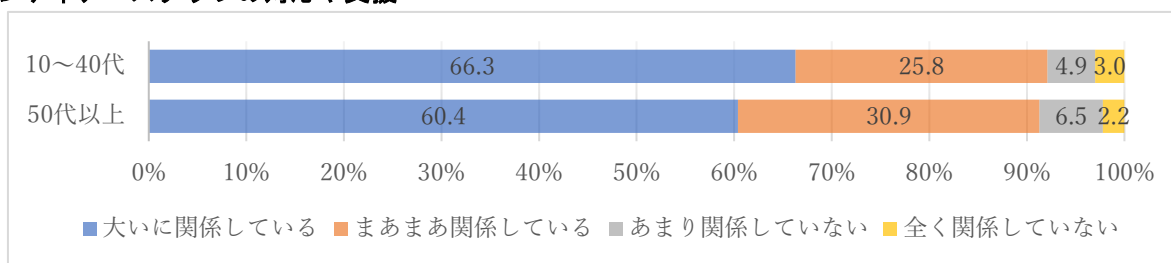
(1) 国内ランナーの特性による Well-Being を感じる違い

「大阪マラソン 2025 で、何に感動し、元気づけられ、こころの豊かさを感じたか」について、18 項目を「大いに関係している」から「まったく関係していない」までの 4 段階で評価してもらった。その評価で関係してい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 を使い、カイ 2 乗検定により、有意水準は 1%未満とし、有意差のあるものを以下に表示する。

① 年齢別

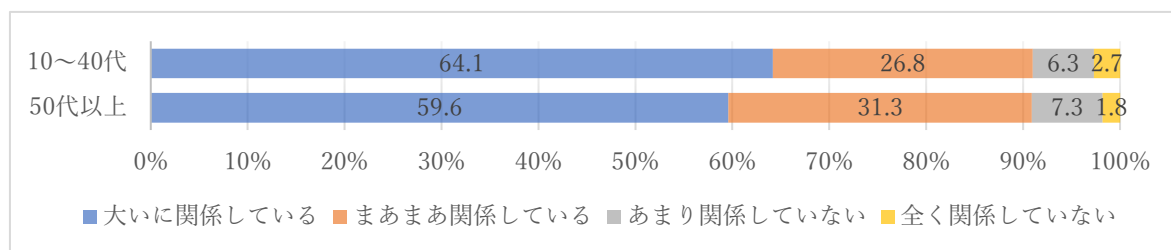
国内ランナーを「10～40 代（1246 名）」と「50 代以上（1941 名）」に分類し、大阪マラソン 2025 の Well-Being を感じている項目の回答の割合の差を比較した。

■ボランティア・スタッフの対応や支援



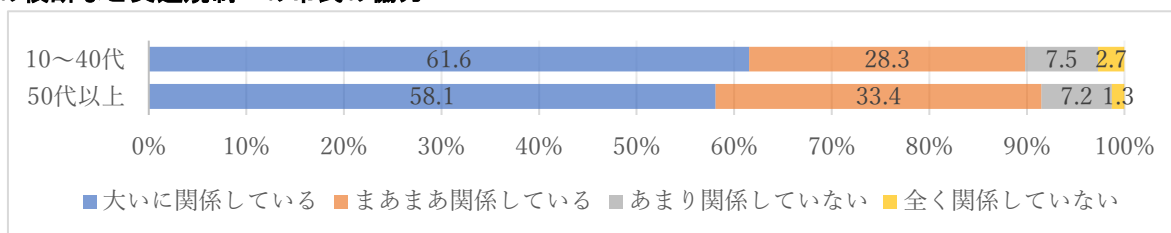
「10～40 代」と「50 代以上」の「ボランティア・スタッフの対応や支援」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「10～40 代」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ボランティア・スタッフがいることの安心感



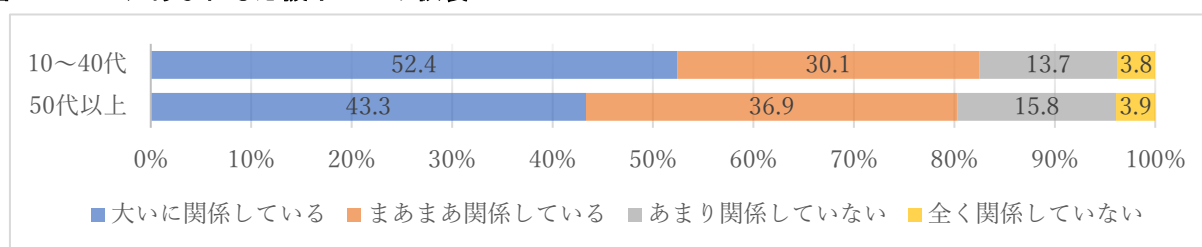
「10～40 代」と「50 代以上」の「ボランティア・スタッフがいることの安心感」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「10～40 代」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■道路の横断など交通規制への市民の協力



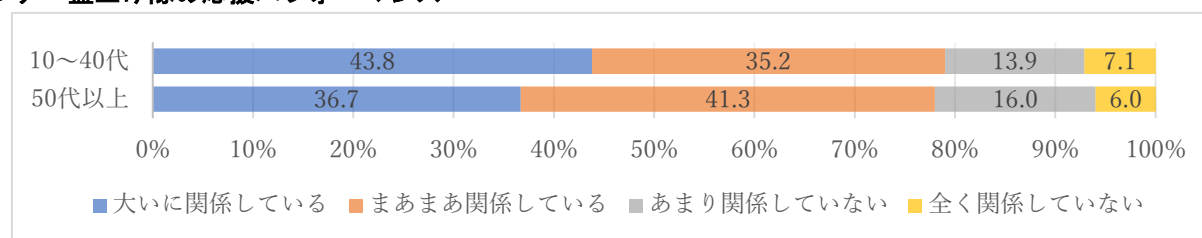
「10～40 代」と「50 代以上」の「道路の横断など交通規制への市民の協力」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「10～40 代」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■観客のユーモアあふれる応援ボードや仮装



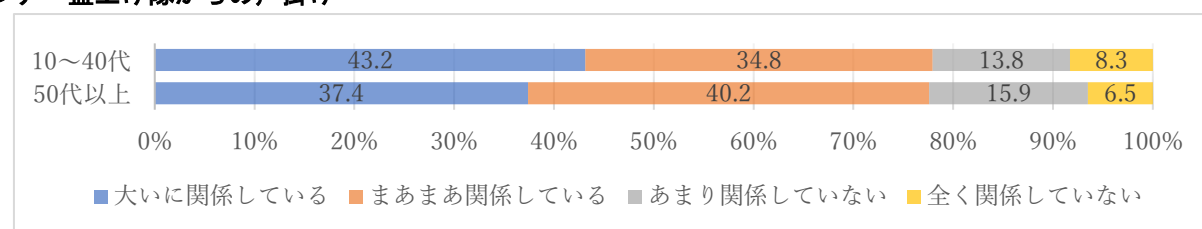
「10~40代」と「50代以上」の「観客のユーモアあふれる応援ボードや仮装」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「10~40代」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ランナー盛上げ隊の応援パフォーマンス



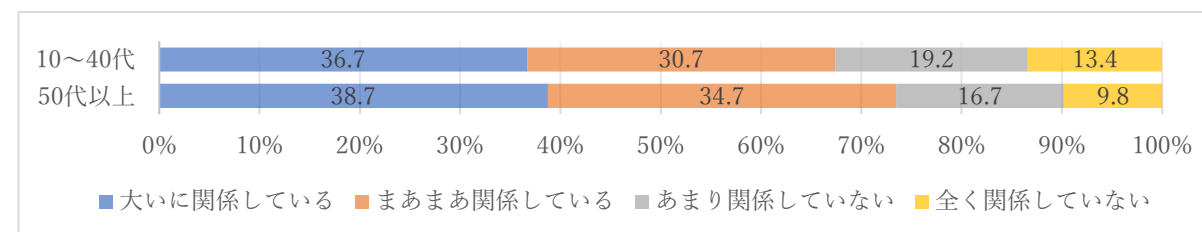
「10~40代」と「50代以上」の「ランナー盛上げ隊の応援パフォーマンス」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「10~40代」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ランナー盛上げ隊からの声掛け



「10~40代」と「50代以上」の「ランナー盛上げ隊からの声掛け」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「10~40代」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■「まいどエイド」の給食

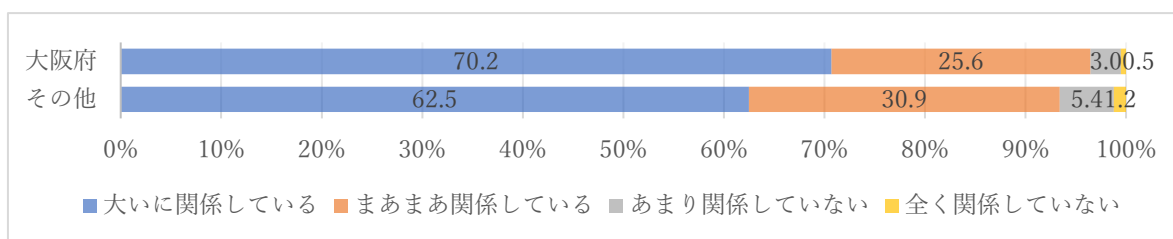


「10~40代」と「50代以上」の「「まいどエイド」の給食」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「50代以上」で「関係している」と回答した人の割合が高かった。

②居住地地域別

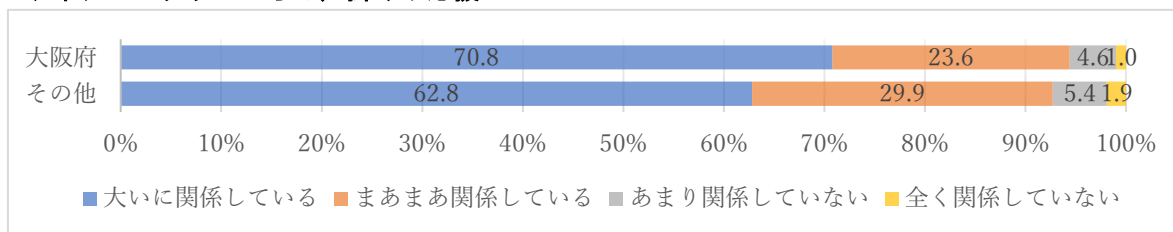
国内ランナーの居住地を「大阪府 (1359 名)」と「その他 (1828 名)」に分類し、大阪マラソン 2025 の Well-Being を感じている項目の回答の割合の差を比較した。

■知らない観客からの応援・声かけ



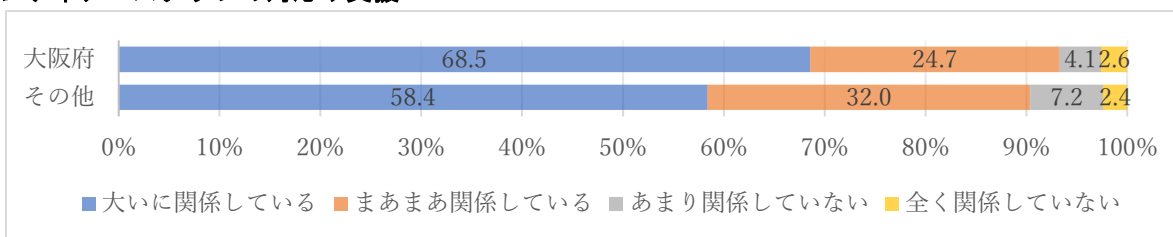
「大阪府」と「その他」の「知らない観客からの応援・声かけ」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「大阪府」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ボランティア・スタッフからの声掛けや応援



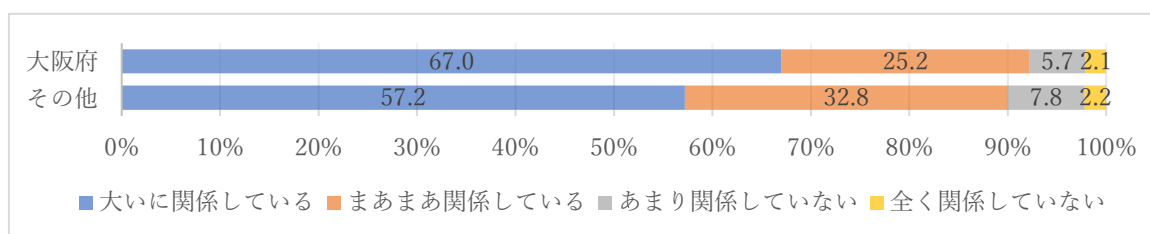
「大阪府」と「その他」の「ボランティア・スタッフからの声掛けや応援」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「大阪府」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ボランティア・スタッフの対応や支援



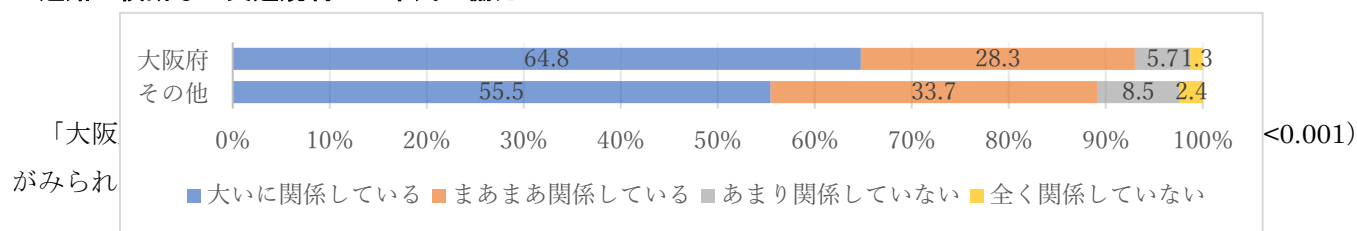
「大阪府」と「その他」の「ボランティア・スタッフの対応や支援」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「大阪府」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ボランティア・スタッフがいることの安心感

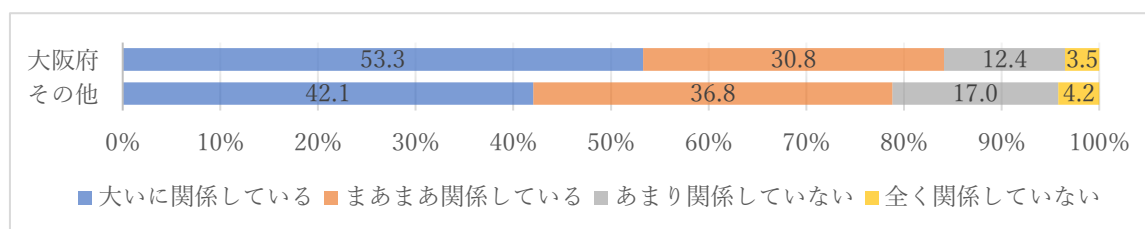


「大阪府」と「その他」の「ボランティア・スタッフがいることの安心感」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「大阪府」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■道路の横断など交通規制への市民の協力

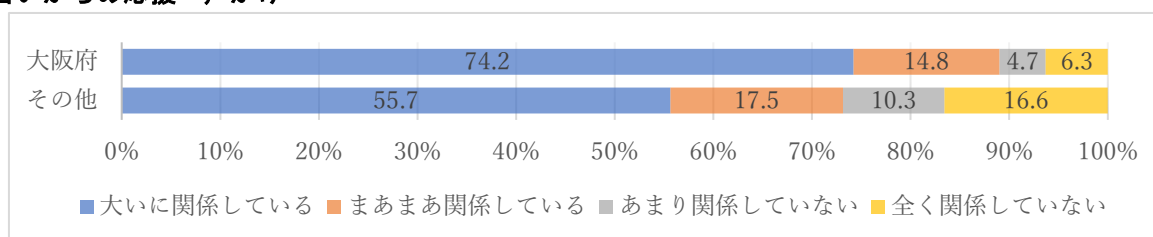


■観客のユーモアあふれる応援ボードや仮装



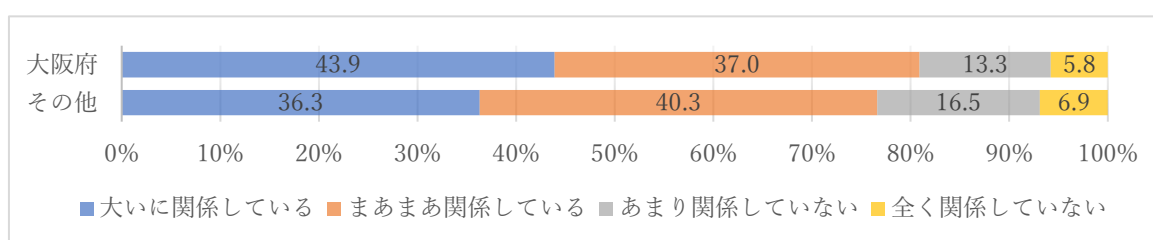
「大阪府」と「その他」の「観客のユーモアあふれる応援ボードや仮装」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「大阪府」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■知り合いからの応援・声かけ



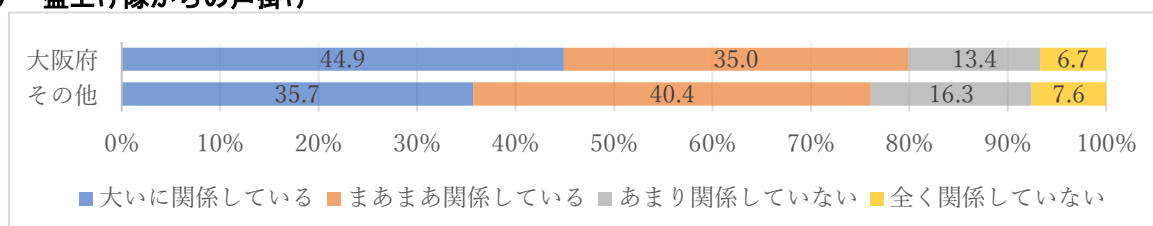
「大阪府」と「その他」の「知り合いからの応援・声かけ」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「大阪府」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ランナー盛上げ隊の応援パフォーマンス



「大阪府」と「その他」の「ランナー盛上げ隊の応援パフォーマンス」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「大阪府」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ランナー盛上げ隊からの声掛け

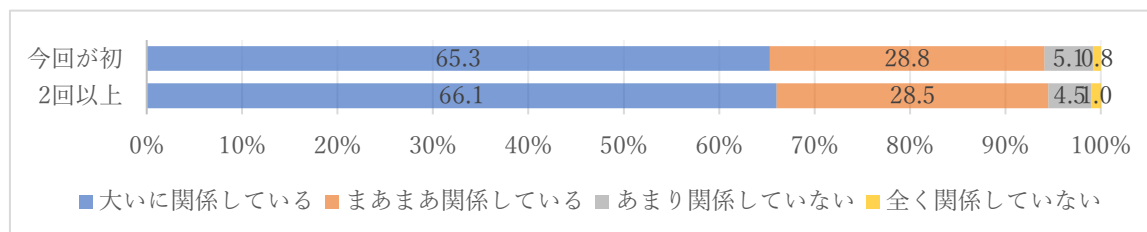


「大阪府」と「その他」の「ランナー盛上げ隊からの声掛け」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「大阪府」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

③大阪マラソン参加回数別

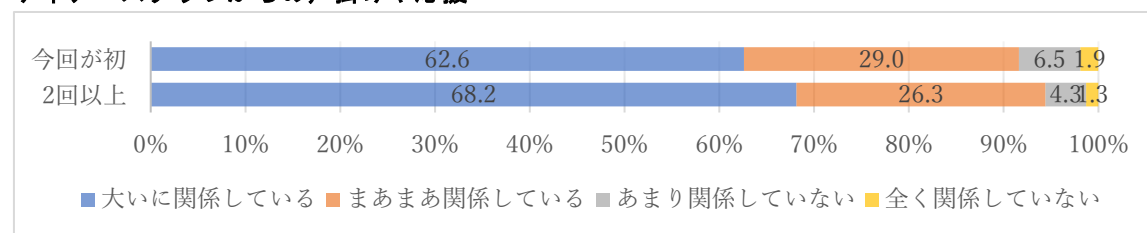
国内ランナーにおける大阪マラソンの参加回数を「今回が初めて (1124 名)」と「2 回以上 (2063 名)」に分類し、大阪マラソン 2025 の Well-Being を感じている項目の回答の割合の差を比較した。

■知らない観客からの応援・声かけ



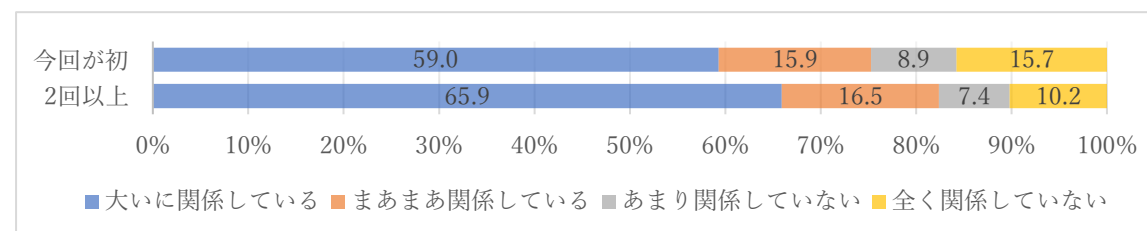
「今回が初めて」と「2 回以上」の「知らない観客からの応援・声かけ」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「2 回以上」で「まあまあ関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ボランティア・スタッフからの声掛けや応援



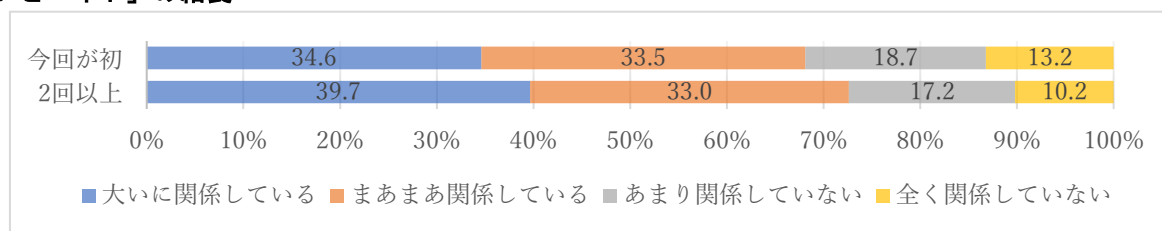
「今回が初めて」と「2 回以上」の「ボランティア・スタッフからの声掛けや応援」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「2 回以上」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■知り合いからの応援・声かけ



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

■「まいどエイド」の給食

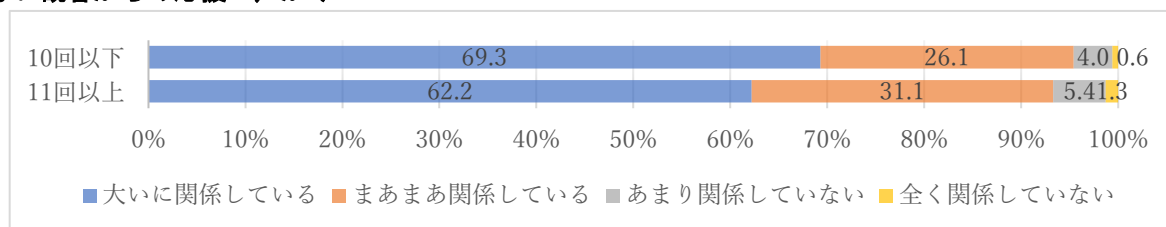


「今回が初めて」と「2回以上」の「「まいどエイド」の給食」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「2回以上」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

④市民マラソン参加回数別

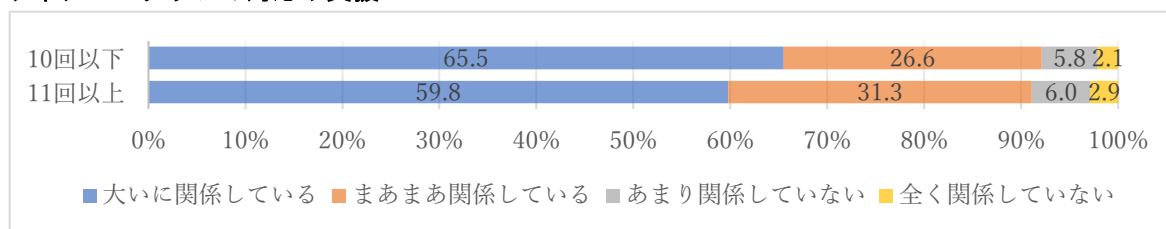
国内ランナーにおける市民マラソンの参加回数を「10回以下 (1604名)」と「11回以上 (1583名)」に分類し、大阪マラソン 2025 の Well-Being を感じている項目の回答の割合の差を比較した。

■知らない観客からの応援・声かけ



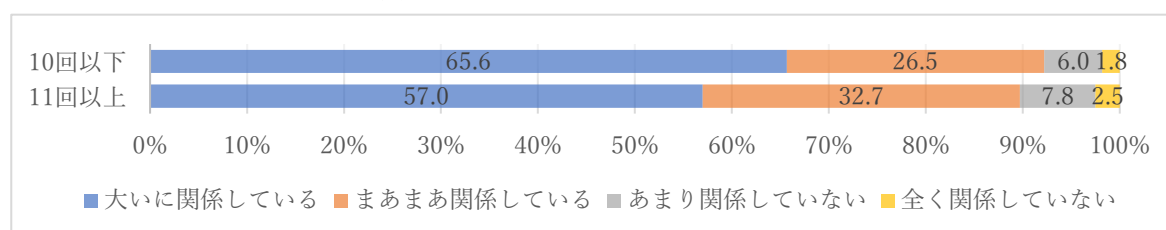
「10回以下」と「11回以上」の「知らない観客からの応援・声かけ」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「10回以下」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ボランティア・スタッフの対応や支援



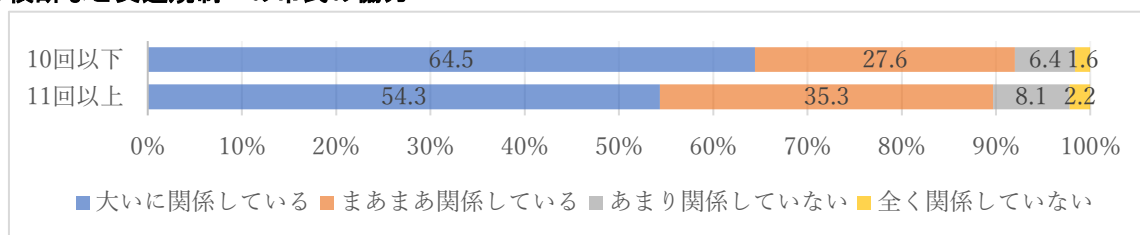
「10回以下」と「11回以上」の「ボランティア・スタッフの対応や支援」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「10回以下」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ボランティア・スタッフがいることの安心感



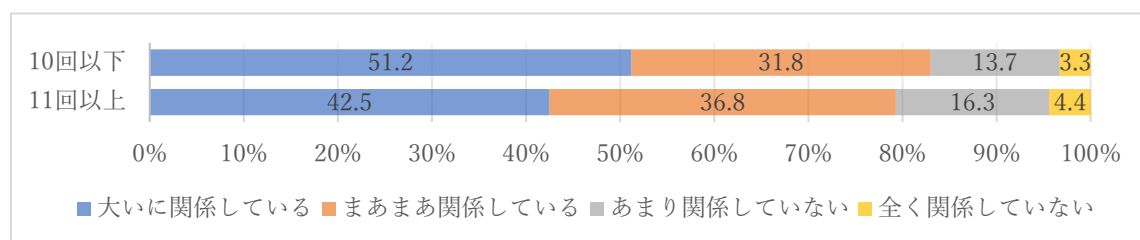
「10回以下」と「11回以上」の「ボランティア・スタッフがいることの安心感」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「10回以下」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■道路の横断など交通規制への市民の協力



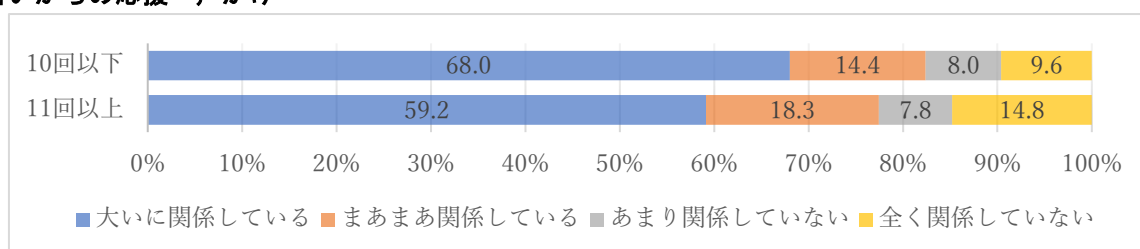
「10 回以下」と「11 回以上」の「道路の横断など交通規制への市民の協力」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「10 回以下」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■観客のユーモアあふれる応援ボードや仮装



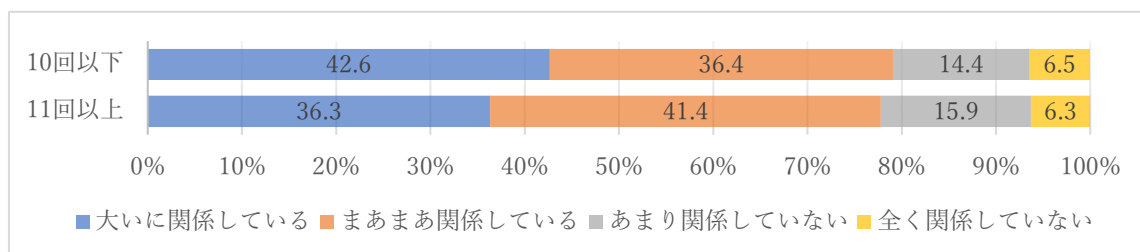
「10 回以下」と「11 回以上」の「観客のユーモアあふれる応援ボードや仮装」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「10 回以下」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■知り合いからの応援・声かけ



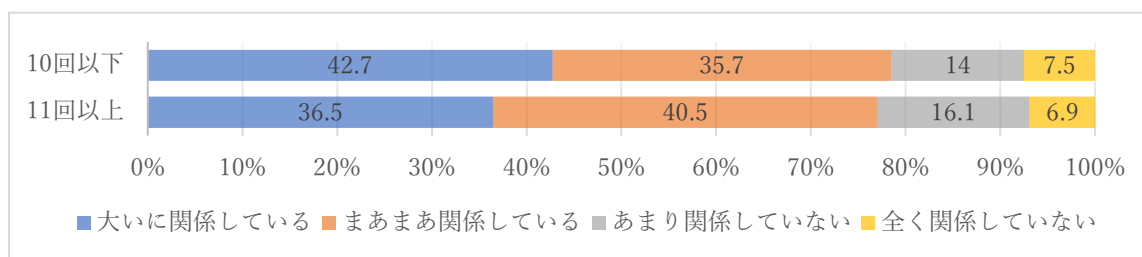
「10 回以下」と「11 回以上」の「知り合いからの応援・声かけ」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「10 回以下」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ランナー盛上げ隊の応援パフォーマンス



「10 回以下」と「11 回以上」の「ランナー盛上げ隊の応援パフォーマンス」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「10 回以下」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ランナー盛上げ隊からの声掛け

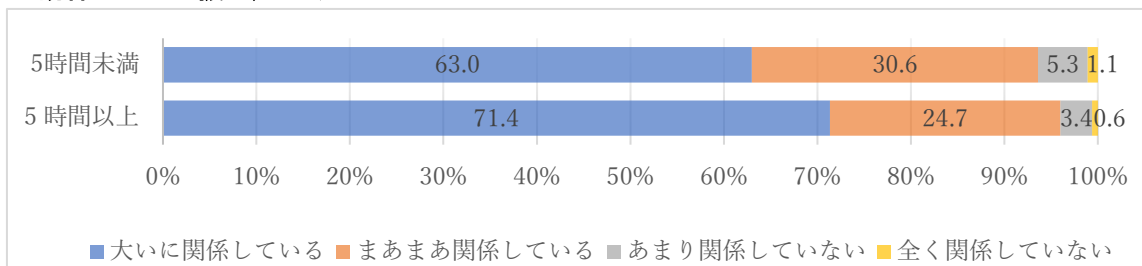


「10 回以下」と「11 回以上」の「ランナー盛上げ隊からの声掛け」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「10 回以下」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

⑤完走時間別

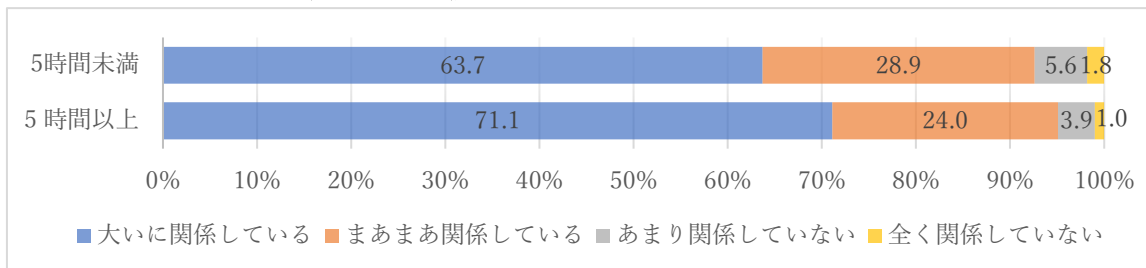
国内ランナーを「5 時間未満で完走 (2108 名)」と「5 時間以上で完走 (1079 名)」(未完走者 153 名含む) に分類し、大阪マラソン 2025 の Well-Being を感じている項目の回答の割合の差を比較した。

■知らない観客からの応援・声かけ



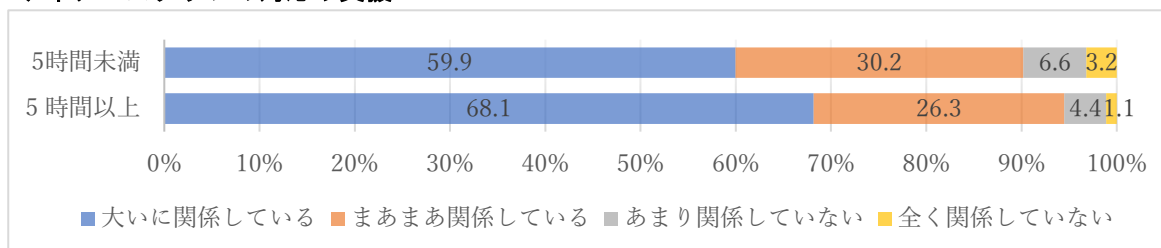
「5 時間未満で完走」と「5 時間以上で完走」の「知らない観客からの応援・声かけ」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「5 時間以上」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ボランティア・スタッフからの声掛けや応援



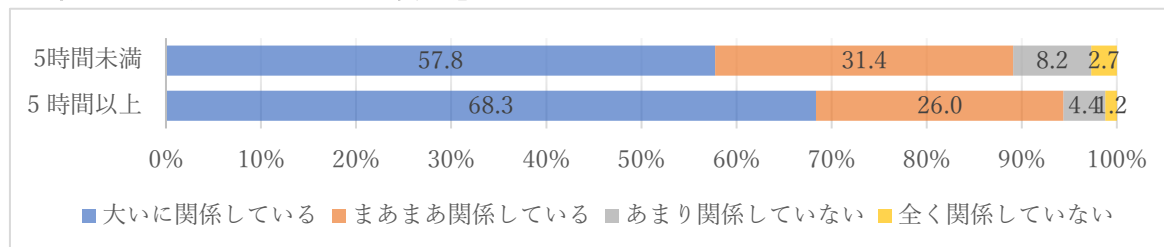
「5 時間未満で完走」と「5 時間以上で完走」の「ボランティア・スタッフからの声掛けや応援」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「5 時間以上」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ボランティア・スタッフの対応や支援



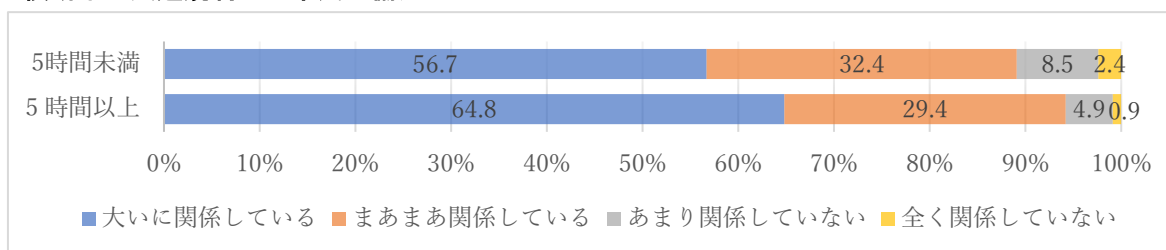
「5時間未満で完走」と「5時間以上で完走」の「ボランティア・スタッフの対応や支援」に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「5時間以上」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ボランティア・スタッフがいることの安心感



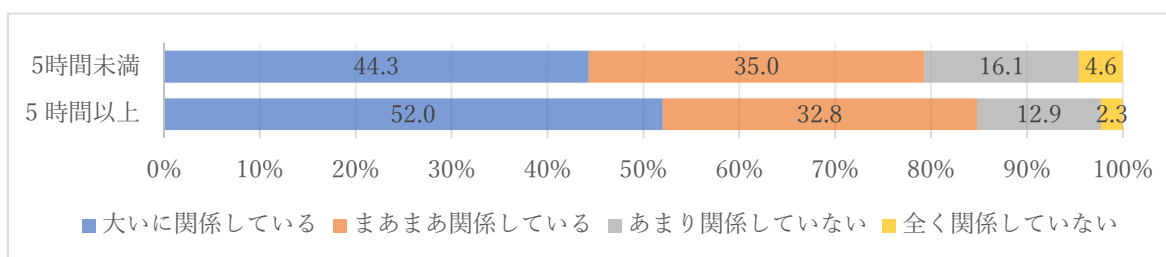
「5時間未満で完走」と「5時間以上で完走」の「ボランティア・スタッフがいることの安心感」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「5時間以上」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■道路の横断など交通規制への市民の協力



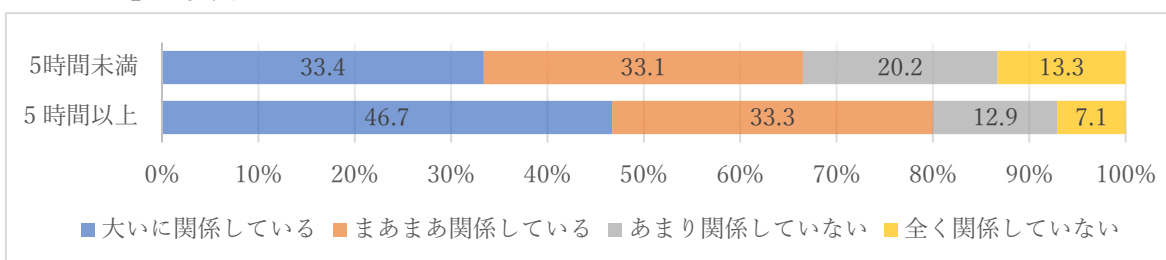
「5時間未満で完走」と「5時間以上で完走」の「道路の横断など交通規制への市民の協力」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「5時間以上」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■観客のユーモアあふれる応援ボードや仮装



「5時間未満で完走」と「5時間以上で完走」の「観客のユーモアあふれる応援ボードや仮装」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「5時間以上」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■「まいどエイド」の給食



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

⑥大阪マラソン 2025 の満足度

「大阪マラソン 2025 に満足されましたか」という質問に対して、「満足した」、「まあまあ満足した」と回答した人を「高満足 (1967 名)」、「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 (1220 名)」に分類し、大阪マラソン 2025 の Well-Being を感じている項目の回答の割合の差を比較した。10 の項目すべてで、「高満足」群が「大いに関係している」とした人の割合が高かった。

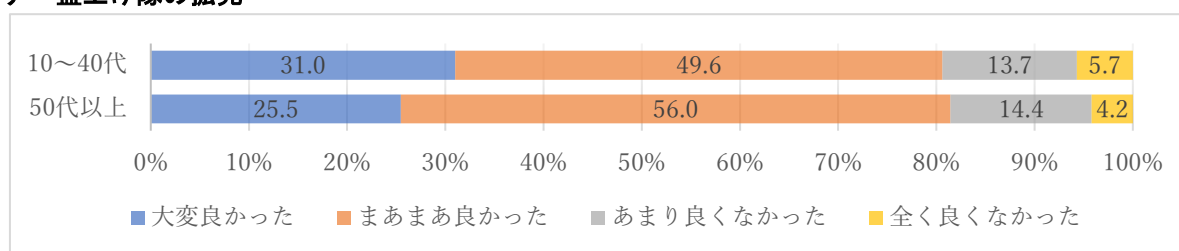
(2) 国内ランナーの特性による運営改善評価の違い

大阪マラソン 2025 で大会運営の改善を行った「室内の更衣室の設置 (更衣スペースを大阪城ホールと WW ホール内に設置し、屋内で更衣できるようにした)」、「参加費の改定 (参加 T シャツをオプションにすることで、参加費を 17,000 円から 16,000 円に改定した)」、「ランナー盛上げ隊の拡充 (沿道応援「ランナー盛上げ隊」の設置場所を増やした)」、「コースの変更 (大きな起伏は 1 か所、折り返しを 3 か所に抑え、完走率の高い、走りやすいコースを維持した)」、「給水・給食の提供の充実 (「まいどエイド」をはじめ、給食・給水の提供を充実し、テーブル数が増えるように工夫をした)」、「SDGs を意識した取り組み (「再生メダルプロジェクト」「紙コップのリサイクル」「フードロスの削減」等の SDGs を意識した取り組みをした)」の 6 項目を、「大いに関係している」から「まったく関係していない」までの 4 段階で評価してもらった。その評価を国内ランナーの特性別 (①年齢、②居住地域、③大阪マラソン参加回数、④市民マラソン参加回数、⑤完走時間、⑥大阪マラソン 2025 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、有意差のあるものを以下に表示する。

① 年齢別

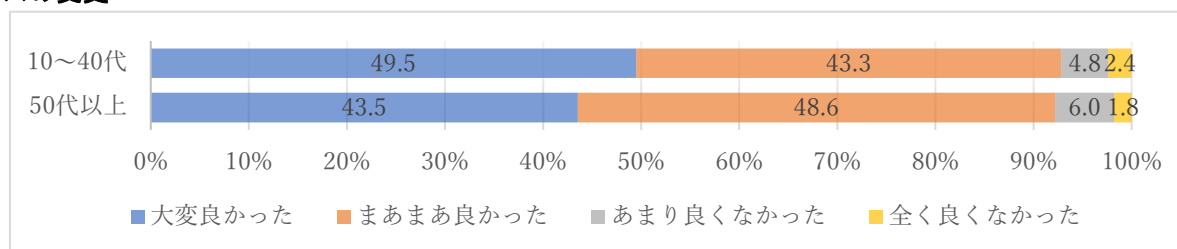
国内ランナーを「10～40 代 (1246 名)」と「50 代以上 (1941 名)」に分類し、運営改善評価についての回答の割合の差を比較した。

■ランナー盛上げ隊の拡充



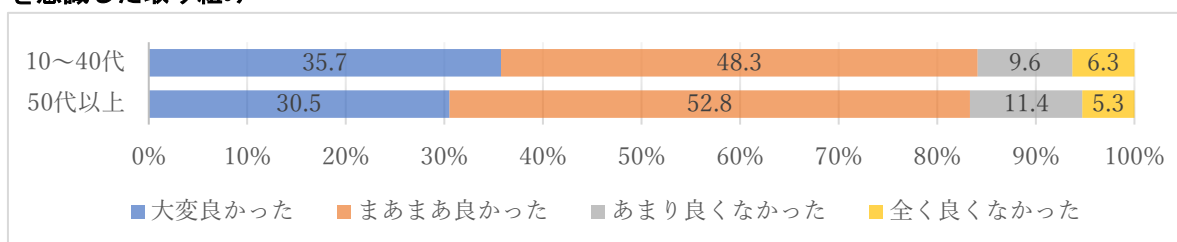
「10～40 代」と「50 代以上」の「ランナー盛上げ隊の増設」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「10～40 代」で「良かった」と回答した人の割合が高かった。

■コースの変更



「10~40代」と「50代以上」の「コースの変更」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「10~40代」で「良かった」と回答した人の割合が高かった。

■SDGsを意識した取り組み

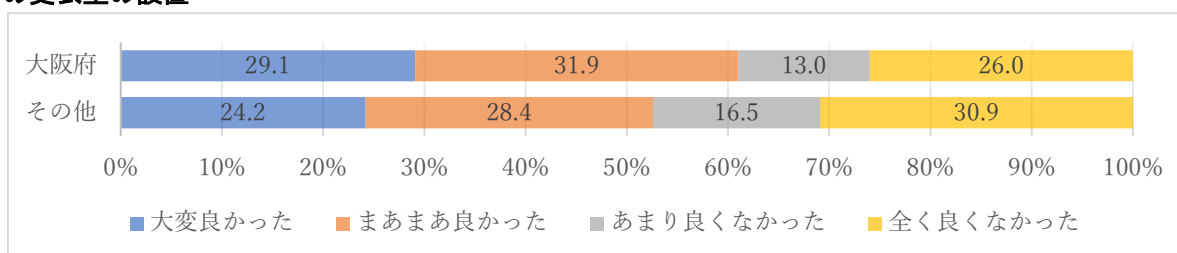


「10~40代」と「50代以上」の『『再生メダルプロジェクト』『紙コップのリサイクル』『フードロスの削減』等のSDGsを意識した取り組みをした』に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「10~40代」で「良かった」と回答した人の割合が高かった。

② 居住地域別

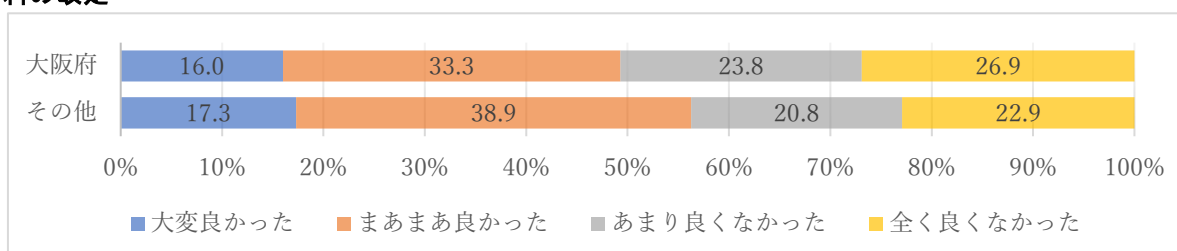
国内ランナーの居住地を「大阪府（1359名）」と「その他（1828名）」に分類し、運営改善評価についての回答の割合の差を比較した。

■屋内の更衣室の設置



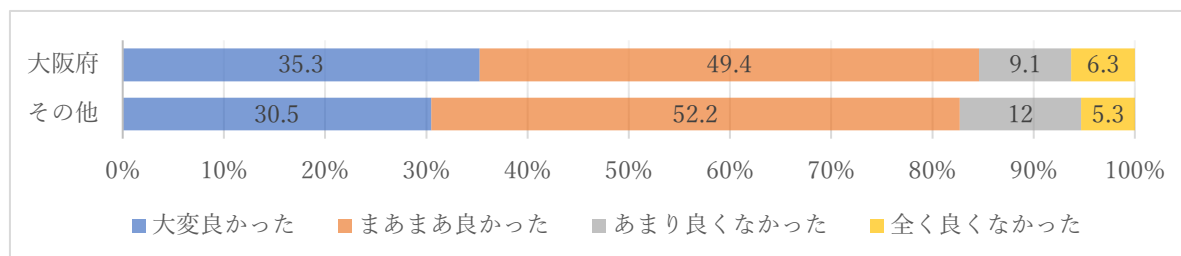
「大阪府」と「その他」の「屋内の更衣室の設置」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「大阪府以外」で「良くなかった」と回答した人の割合が高かった。

■参加料の改定



「大阪府」と「その他」の「参加料の改定」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「大阪府」で「良くなかった」と回答した人の割合が高かった。

■SDGs を意識した取り組み

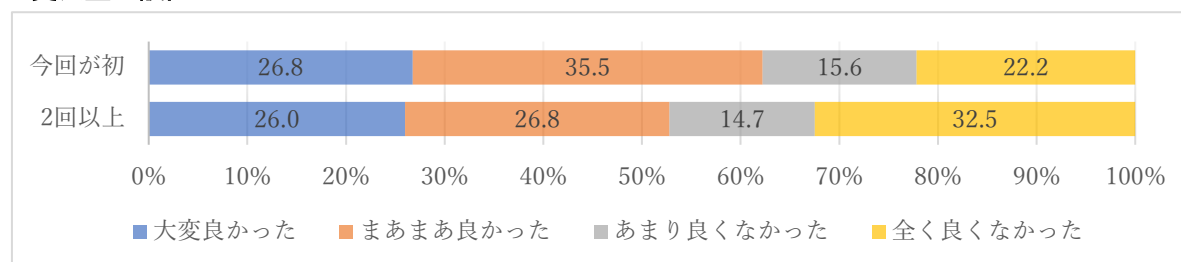


「大阪府」と「その他」の「再生メダルプロジェクト」「紙コップのリサイクル」「フードロスの削減」等の SDGs を意識した取り組みをした。」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「大阪府」で「良かった」と回答した人の割合が高かった。

③大阪マラソン参加回数別

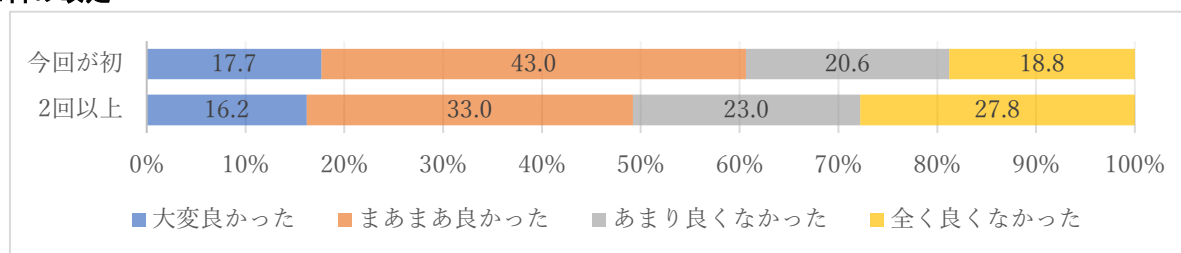
参加ランナーにおける大阪マラソンの参加回数を「今回が初めて (1124 名)」と「2 回以上 (2063 名)」に分類し、運営改善評価についての回答の割合の差を比較した。

■屋内の更衣室の設置



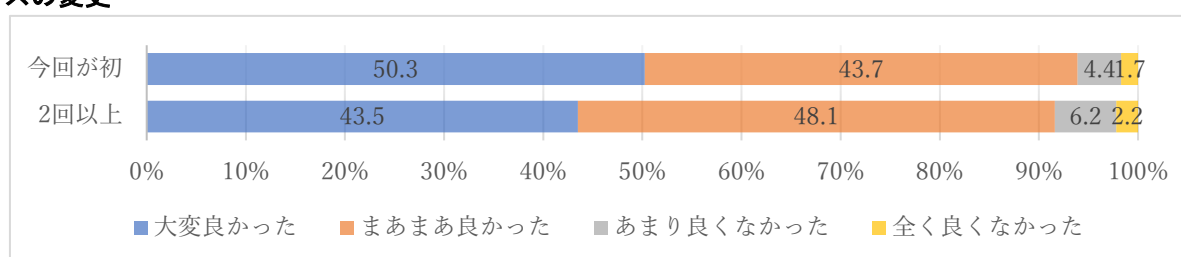
「今回が初めて」と「2 回以上」の「屋内の更衣室の設置」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「大阪マラソン参加 2 回以上」で「良くなかった」と回答した人の割合が高かった。

■参加料の改定



「今回が初めて」と「2回以上」の「参加料の改定」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「大阪マラソン参加2回以上」で「良くなかった」と回答した人の割合が高かった。

■コースの変更

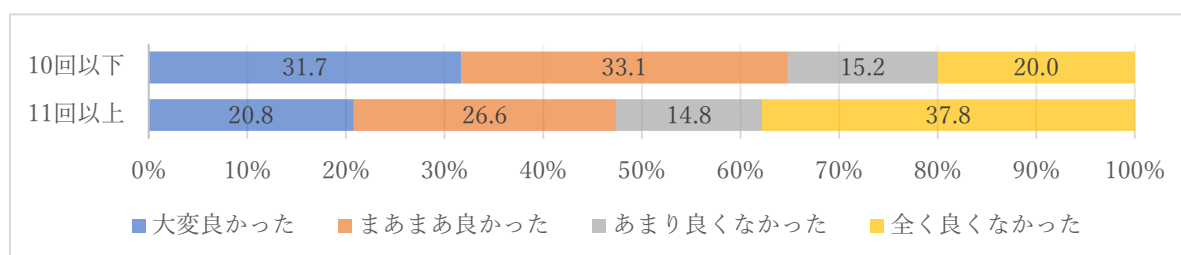


「今回が初めて」と「2回以上」の「大きな起伏は1か所、折り返しを3か所に抑え、完走率の高い、走りやすいコースを維持した。」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「大阪マラソン初参加」で「良かった」と回答した人の割合が高かった。

④市民マラソン参加回数別

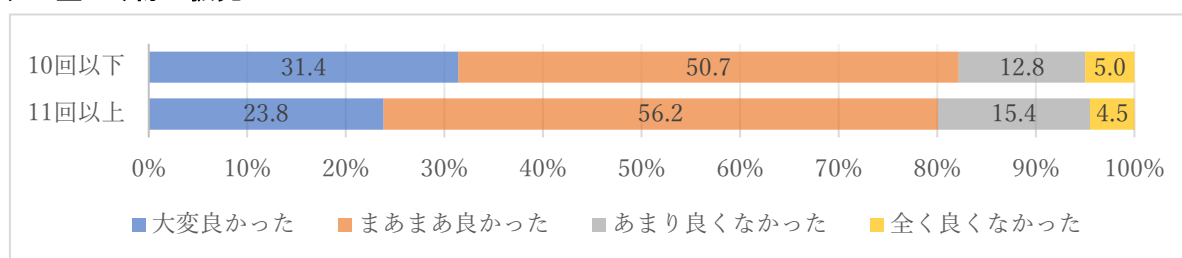
参加ランナーにおける市民マラソンの参加回数を「10回以下 (1604名)」と「11回以上 (1583名)」に分類し、運営改善評価についての回答の割合の差を比較した。

■屋内の更衣室の設置



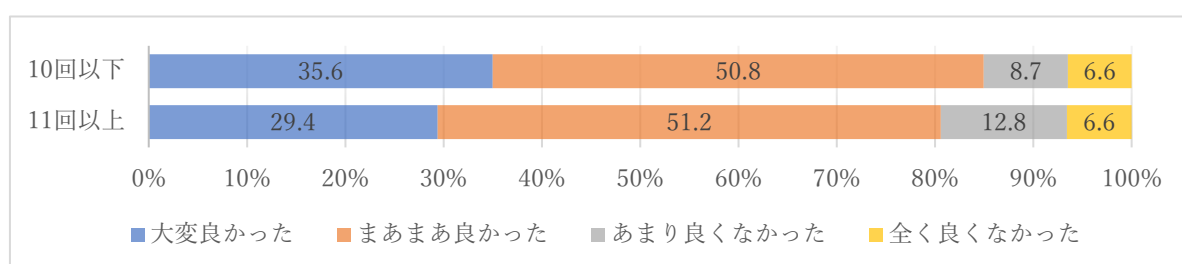
「10回以下」と「11回以上」の「屋内の更衣室の設置」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「市民マラソン参加11回以上」で「良くなかった」と回答した人の割合が高かった。

■ランナー盛上げ隊の拡充



「10回以下」と「11回以上」の「ランナー盛上げ隊の拡充」に対する回答の割合に有意な差（ $p<0.001$ ）がみられ、「市民マラソン参加10回以下」で「良かった」と回答した人の割合が高かった。

■SDGsを意識した取り組み

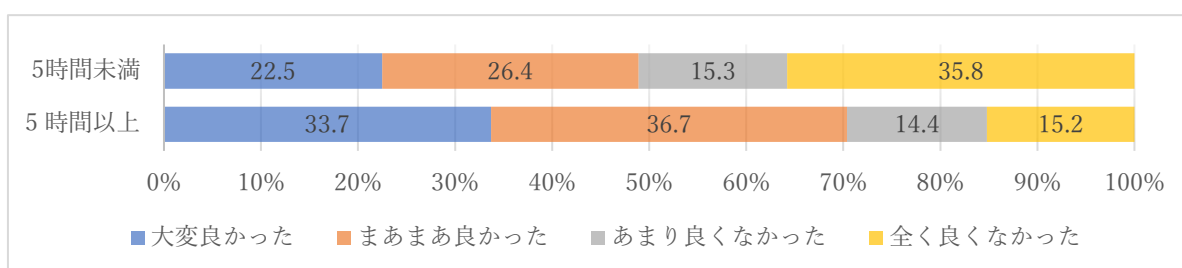


「10回以下」と「11回以上」の「SDGsを意識した取り組み」に対する回答の割合に有意な差（ $p<0.001$ ）がみられ、「市民マラソン参加10回以下」で「良かった」と回答した人の割合が高かった。

⑤完走時間別

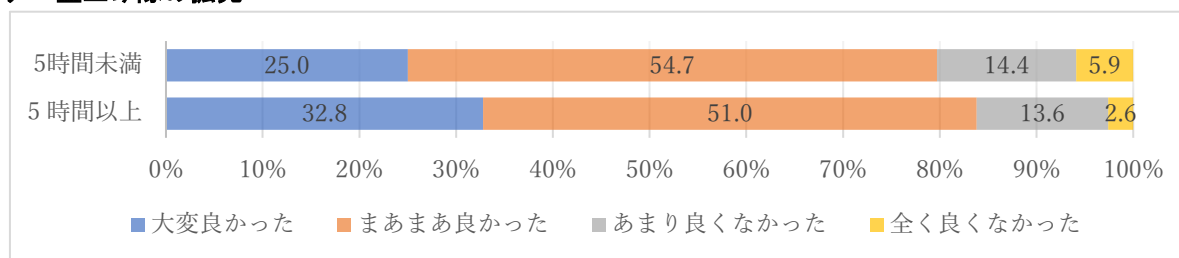
参加ランナーを「5時間未満で完走（2108名）」と「5時間以上で完走（1079名）」（未完走者153名含む）に分類し、運営改善評価についての回答の割合の差を比較した。

■屋内の更衣室の設置



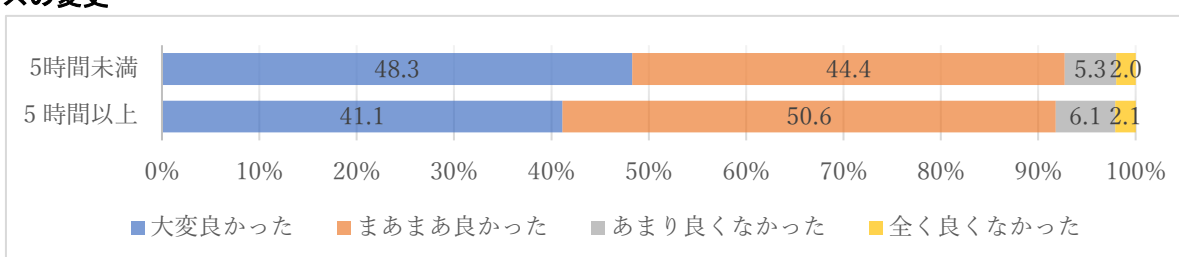
「5時間未満で完走」と「5時間以上で完走」の「屋内の更衣室の設置」に対する回答の割合に有意な差（ $p<0.001$ ）がみられ、「完走時間5時間未満」で「良くなかった」と回答した人の割合が高かった。

■ランナー盛上げ隊の拡充



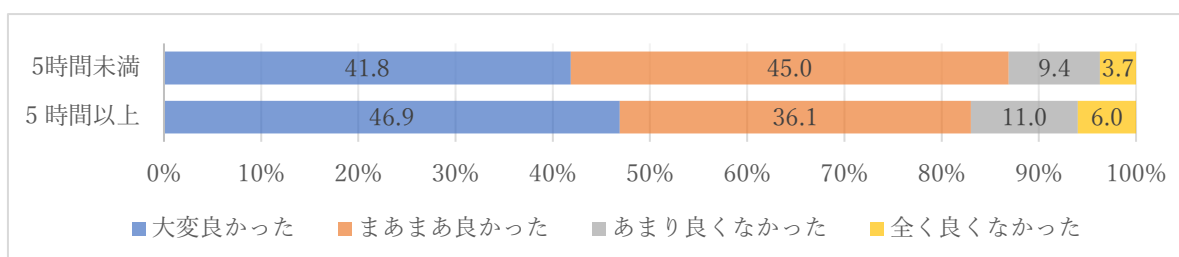
「5 時間未満で完走」と「5 時間以上で完走」の「ランナー盛上げ隊の増設」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「完走時間 5 時間以上」で「良かった」と回答した人の割合が高かった。

■コースの変更



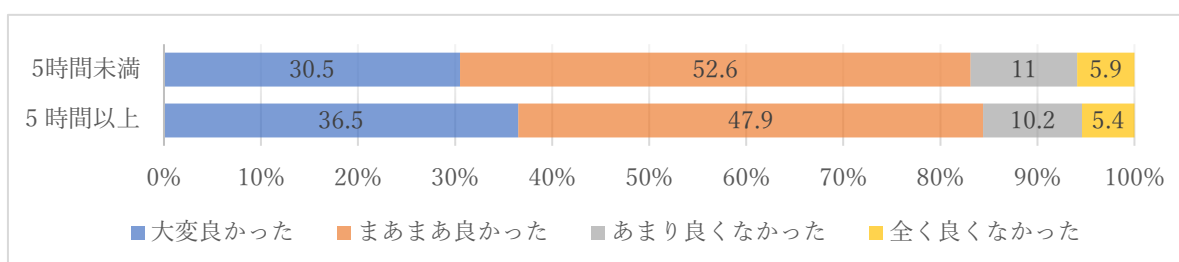
「5 時間未満で完走」と「5 時間以上で完走」の「コースの変更」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「完走時間 5 時間未満」で「良かった」と回答した人の割合が高かった。

■給水・給食の提供の充実



「5 時間未満で完走」と「5 時間以上で完走」の「給水・給食の提供の充実」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「完走時間 5 時間以上」で「良かった」と回答した人の割合が高かった。

■SDGs を意識した取り組み

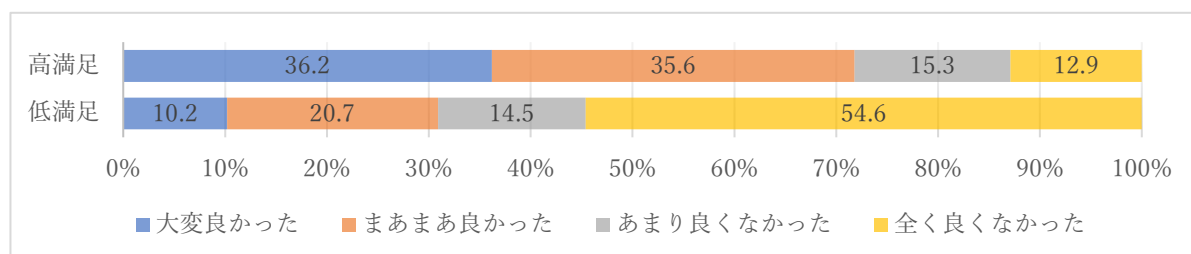


「5 時間未満で完走」と「5 時間以上で完走」の「SDGs を意識した取り組み」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「完走時間 5 時間以上」で「良かった」と回答した人の割合が高かった。

⑥大阪マラソン 2025 の満足度

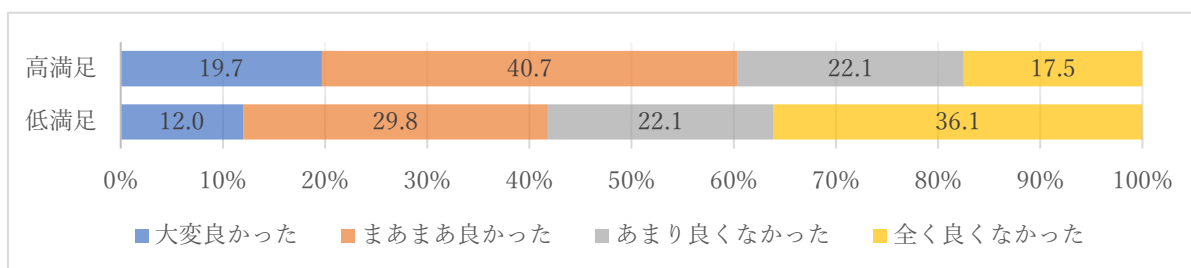
「大阪マラソン 2025 に満足されましたか」という質問に対して、「満足した」、「まあまあ満足した」と回答した人を「高満足（1967 名）」、「どちらかという和不満足だった」、「不満足だった」と回答した人を「低満足（1220 名）」に分類し、運営改善評価についての回答の割合の差を比較した。

■屋内の更衣室の設置



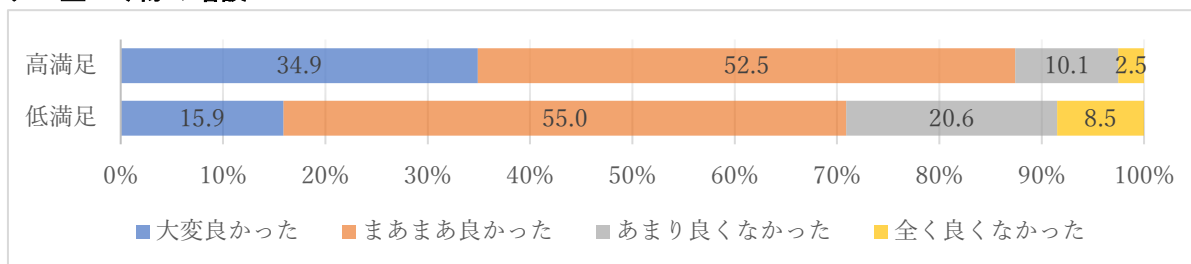
「高満足」と「低満足」の「屋内の更衣室の設置」に対する回答の割合に有意な差（ $p<0.001$ ）がみられ、「高満足」で「良かった」と回答した人の割合が高かった。

■参加料の改定



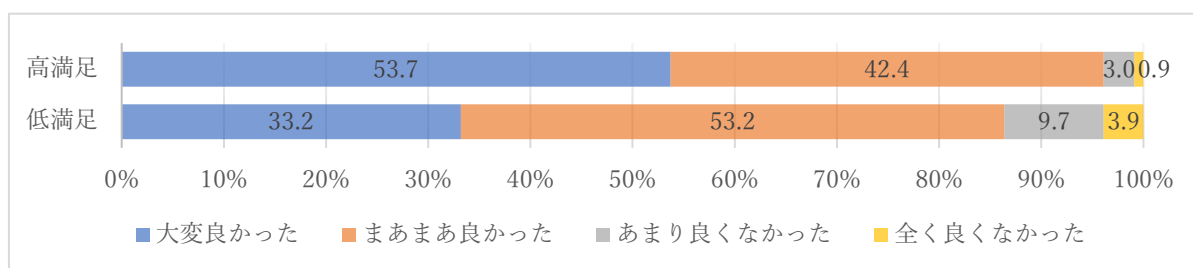
「高満足」と「低満足」の「参加料の改定」に対する回答の割合に有意な差（ $p<0.001$ ）がみられ、「高満足」で「良かった」及び「まあまあ良かった」と回答した人の割合が高かった。

■ランナー盛上げ隊の増設



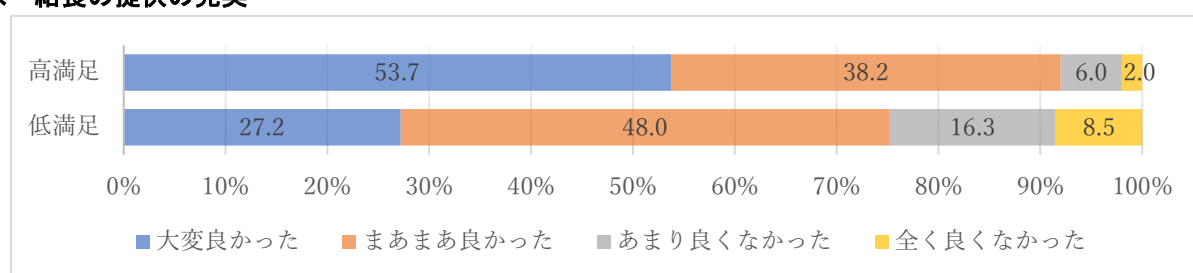
「今回が初めて」と「2 回以上」の「沿道応援「ランナー盛上げ隊」の設置場所を増やした。」に対する回答の割合に有意な差（ $p<0.001$ ）がみられ、「高満足」で「良かった」と回答した人の割合が高かった。

■コースの変更



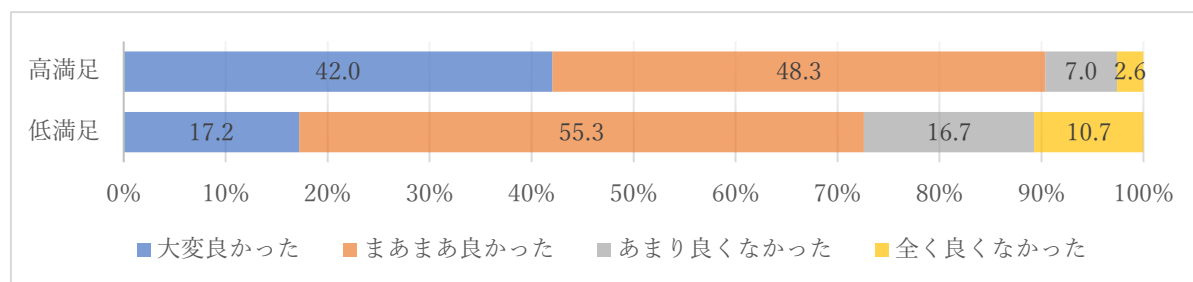
「高満足」と「低満足」の「コースの変更」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「高満足」で「大変良かった」と回答した人の割合が高かった。

■給水・給食の提供の充実



「高満足」と「低満足」の「「まいどエイド」をはじめ、給食・給水の提供を充実し、テーブル数がわかるように工夫をした。」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「高満足」で「良かった」と回答した人の割合が高かった。

■SDGsを意識した取り組み



「高満足」と「低満足」の「SDGsを意識した取り組み」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「高満足」で「良かった」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

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

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

(2) 頻出語の分析

アンケートに協力いただいた参加ランナー (3,187 名) が「大会に関してのご意見」の欄に自由記述した内容 (無回答者も有) の頻出語上位 50 語を以下に示した。分析には、抽出語が多い品詞 (名詞、サ変名詞、形容動詞、動詞、形容詞、組織名、地名、副詞可能) を対象とした。

※品詞の名称は KH Corder 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
荷物	1537	コース	270
ゴール	1075	ブロック	264
トイレ	1018	並ぶ	262
思う	1008	感じる	261
時間	891	多い	229
受け取り	725	今回	228
参加	667	場所	226
大会	665	来年	216
ランナー	644	更衣	213
運営	635	預け	204
改善	628	長い	203
スタート	560	混雑	192
寒い	491	スタッフ	182
タオル	458	待たす	182
少ない	457	最悪	181
マラソン	451	大変	172
走る	405	残念	161
ボランティア	392	ありがとう	155
良い	337	導線	154
完走	326	出る	152
悪い	323	人数	151
大阪城ホール	301	渡す	151
大阪	291	考える	150
前	290	ホール	147
メダル	272	案内	146

これらのうち、出現回数が 800 回以上となったのは、「荷物」、「ゴール」、「トイレ」、「思う」、「時間」、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	マラソン(451)、大阪(291)、ボランティア(392)、大会(665)、運営(635)、参加(667)、ランナー(644)	3,745
クラスター2	長い(203)、大変(172)、ありがとう(155)、残念(161)、走る(405)、コース(270)、感じる(261)、多い(229)、人数(151)、スタッフ(182)、考える(150)	2,339
クラスター3	最悪(181)、悪い(323)、待たず(182)、導線(154)、ホール(147)	987
クラスター4	来年(216)、出る(152)、混雑(192)、今回(228)、ブロック(264)、並ぶ(262)、思う(1,008)、良い(337)、大阪城ホール(301)、更衣(213)、案内(146)、場所(226)、預け(204)	3,749
クラスター5	トイレ(1,018)、少ない(457)、スタート(560)、前(290)	2,325
クラスター6	改善(628)、ゴール(1,075)、時間(891)、荷物(1,537)、受け取り(725)	4,856
クラスター7	渡す(151)、寒い(491)、完走(326)、タオル(458)、メダル(272)	1,698

() 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:【ランナー目線での運営を】では、マラソン (451 回)、大阪 (291 回)、ボランティア (392 回)、大会 (665 回)、運営 (635 回)、参加 (667 回)、ランナー (644 回) の用語が確認された。

ここでは、「同様の意見は多数挙がっていると思いますが、昨年からの運営体制がボロボロです。もっとランナー目線に立った運用、一生懸命動いてくれるボランティアのことを考えた運営をしてください」、「大阪府民として、このままでは大阪マラソンをおすすめできませんし、他府県や海外から参加される方々のイメージダウンにつながります」、「全く見えない順序や表示、英語での音声案内がないのに海外ランナーを参加させようとする。統制の取れてないボランティア。意味のないインテックス大阪のランナー受付。東京マラソンの運営を見習え」、「大阪マラソンが 2 回目という事もあり 2023 年に参加した時ほどの感動は無かった。逆に運営の方のゴタゴタを目の当たりにする事が多い大会だったように感じる」、「ボランティアの方には感謝しかなく頭が上がりませんが、運営された方々は猛省してほしい。私もそうだが次回は出ないランナーがかなりいるのは間違いない」、「参加者からこれほど厳しい意見を貰うマラソン大会も少ないと思います。ボランティアの方が大変気の毒です。3 万人のランナーをスムーズに捌ける、誘導できる運営体制の見直しをお願いします。このままでは参加ランナーが減り、大阪の評判も落とすと感じました」、「運営レベルは過去参加したマラソン大会で最低でした。高速コースには満足しましたが、運営オペレーションの超低速さにがっかりです！継続したいなら本気で他のシティーマラソンに学んでください」、「ボランティアさんは本当にありがたいが、運営が悪い。特に今年はひどすぎる。全然ランナーファーストでなかった。数回参加しているから今年は本当に最悪と感じているが、今年初めての人は大阪マラソンに最悪のイメージを持って二度と参加しないと思う」、「ボランティアの人は指示通りに動いていたと思うので運営係の問題ですよ？過去数回大会に参加しましたが今回のような事は無かったと思います。もしかして大阪マラソンで招待選手、エリートランナーの好記録が出て喜び過ぎて一般市民ランナーの方を観てないのかな？そう思われてもしょうがないくらい最悪の対応でした」、「今回、ボランティアもランナーも来年からは大阪マラソンには参加しないと表明されている方もたくさんいらっしゃいます。規模は違うかもしれませんが、他の都市型マラソンを参考にしたり、大

阪マラソンの受付からすべてが終了するまでのシミュレーションはされていますか？恐らくこのランナーに対する意識調査でたくさんの意見、苦情、不満が集まると思われます」、「運営者はランナー目線での大会を運営することを肝に銘じてください。スタートからゴールまでは沿道の応援、ボランティアの方々のサポートで 100 点のマラソン大会です。前日開催された姫路城マラソンと比較しても都会を走れる、沿道の数、まいどエイドと大阪マラソンは素晴らしい大会です。しかしその前後が最悪」などの記述が見られた。

クラスター2：【大阪らしいコースの設定を】では、長い（203 回）、大変（172 回）、ありがとう（155 回）、残念（161 回）、走る（405 回）、コース（270 回）、感じる（261 回）、多い（229 回）、人数（151 回）、スタッフ（182 回）、考える（150 回）の用語が確認された。

ここでは、「いつも楽しみながら走らせてもらっています。これからも長く大会が続く事願っています。今回も大変ありがとうございました」、「去年の方が良かった。あと、参加記念の T シャツがなくて残念でした。高い参加費なのに参加賞がなくて残念でした。完走後の対応は不満でしたが、スタート位置まで遠すぎますがそれ以外は良かったです」、「途中スタッフの方に聞いても分からない方が多かったのは仕方ないとして、場内の要所に現在地入りのマップ看板を設置すべきかと思います。スタッフへの問い合わせも減ると思います」、「もう少し大阪らしさを感じられるコースを走りたいかったです。コースの大半が景色に魅力を感じない、知らない普通の道路を走っている感覚で残念でした」、「せっかくの大阪城ホールですが、利用しにくく、導線が悪くて残念でした。ゴール後の導線も悪く、人数が多いので大変かとは思いますが、改善されないと事故が起こってからでは遅いと感じました」、「大会を走らせていただきありがとうございます。折り返し、登りが少なくなり走りやすいコースでした」、「色々待たされたり、コースが人で埋まって走り辛いなど、イベントの規模に対して一般の参加者がちょっと多すぎるのかなと感じました」、「コースはフラットで走りやすいとは思いますが、大阪らしさを感じたり、街や風景を楽しめなくて残念でした」、「初参加ですが、コースの面白さとスタート前とゴール後のガッカリ感が激しい大会でした。もっとランナーズファーストの意識が必要か規模を大きくしすぎている(穿った見方をすれば、儲けに走りすぎ)と感じてしまいました」、「通天閣など大阪の著名な建築物の最寄りをコースに加えて欲しい」、「マラソンコースはとても走りやすかったし、沿道の応援に励まされました」、「ボランティアスタッフ、沿道で応援してくれた方々は最高でコースも走りやすかったので、それだけにフィニッシュ後が残念でした」などの記述が見られた。

クラスター3：【待ち時間のないスムーズな導線の改善を】では、最悪（181 回）、悪い（323 回）、待たす（182 回）、導線（154 回）、ホール（147 回）の用語が確認された。

ここでは、「完走後の大阪城ホールでの荷物受け渡しで 2 時間ぐらい待たされたのは最悪でした」、「汗をかいて寒い中、外で 1 時間以上も待たされ、具合が悪くなった人も多い。命にも係わるので、次回は参加しない」、「何度も出ていますが一番最悪だったと思う」、「ゴール後の対応は最悪です。余りにも後味が悪い大会でした」、「ゴール後の物品受け取りが長蛇の列で待たされて、最悪でした」、「汗だくの中タオル 1 枚で 2 時間近く待たされました」、「去年の男子の更衣室のクレームと同じく、今回も最悪でした。大阪マラソン恥ずかしいので改善してください。とにかく、段取り悪すぎて事故になりかねないほど混み合い待たされる」、「去年から、さらに悪くなった。最悪な大会」、「年々サービスが悪くなっている」、「大会 13 回目にもなるのに、効率の悪さに立腹した。20 回以上マラソン出ていますが今回が最悪でした」、「雨天時を想定した屋内での更衣は前回大会から改善が見られ良かったと思います。しかし、大阪城ホールへの誘導や手荷物預け、受け取り時の導線の悪さが目立ちました」、「C ブロックでしたが、ゴールから大阪城ホールまでの導線滞留（寒空の下ホールに入るまで 1 時間）、ホール入場から手荷物返却まで 2 時間かかりましたが、これは完全な運営の失敗です」、「大阪城ホール、およびその周辺の運営が悪すぎて悲惨であった（史上ダントツで最悪）」、「昨年の野外水たまりでの更衣も最悪でしたが、今年は更に最悪でした」などの記述が見られた。

クラスター4:【大会規模に合った更衣スペースの確保と運営を】では、来年(216回)、出る(152回)、混雑(192回)、今回(228回)、ブロック(264回)、並ぶ(262回)、思う(1,008回)、良い(337回)、大阪城ホール(301回)、更衣(213回)、案内(146回)、場所(226回)、預け(204回)の用語が確認された。

ここでは、「神戸マラソンのように荷物受取エリアと更衣エリアを別々の建屋にしたらどうか。もしくは、荷物は屋外テント、更衣は大阪城ホールにする等。また荷物受取エリア区分はブロックでなく、ナンバーカードの数字で均等に分けたらどうか(今回Cブロックに偏りすぎ)」、「ブロック毎に更衣場所変えられなくとも、せめてゴールが被りそうにない3ブロック毎に大阪城ホールと屋外でテント、大阪府庁と分けるなり改善を考えた方が良いと思います」、「更衣スペースは男女共に屋内であるは最低限の事である。真冬に屋外で更衣させる運営の考えがおかしい。大阪城ホール内で参加者全員の更衣スペースが確保できないなら。近くのOBPなりで場所を手配したら良い」、「雨天の可能性を考えた場合、室内での更衣や手荷物保管ができるのはありがたいのだが、オペレーションを改善してほしいと強く強く望みます」、「去年の男子の更衣室のクレームと同じく、今回も最悪でした」、「疲れた状態で参加賞等の受取の渋滞に並ぶのは非常に辛い」、「ブロック集合時に横入りする人が目立ちました。私はBブロックでしたが、集合場所の道路に入る前に沿道を並んで歩いているのに沿道横の石垣を乗り越えている人がいました」、「現地の案内も看板も不十分で分かりづらいものだった。荷物の受け取りも各ブロックの番号でグループにして列で並ばせれば良い。並びが無い番号のグループは隣の列をフォローすれば良い」、「大阪城公園内の案内の少なさには以前から不満がある」、「掲示板も案内もない、どこに並ぶかわからない状態でアリーナに詰め込まれた。おまけにAブロック⇒Bブロック⇒Cブロックという順で処理しているようで、早くゴールした人から処理しないため、どんどん人がたまってしまう状況となっていた」、「会場に入ると誘導案内が不適切で、自身は1Fと間違えて聞き、Cグループの列で1時間以上動かないところに並んだが、実際は2Fでの受け取りだった。適切な案内およびそれぞれの場所で随時この列は何グループであるかの説明が必要だったと思う」、「参加料は高くなっても良い(30,000円ぐらいでも)ので会場規模に見合った参加人数(2万人程度)への削減。同時に大会の質を上げる必要があります」、「衣類・ポンチョ回収箱がもう少し多いと良い気がします」、「レーンを増やしたり、まとめたものを渡すなど工夫があれば良かったなと思いました」、「セキュリティバンドはなんの意味があるのか分からない。ゼッケン見せれば良いのではないと思う。更衣スペースを室内にしたとあったが、更衣スペースに荷物を預けに来る人が多すぎて着替えることができない」、「大阪城ホール内での更衣は暖かくて良いと思ったが、レース前もレース後も非常に混雑が目立ち、何十分・何時間も待たされている人が多かったので、改善すべきだと感じた」、「折角良いマラソンだったのに最後が印象悪く、勿体ないと感じた」、「更衣までの時間もかかりすぎ低体温になり体調を崩すので、検討した方が良い」、「更衣室がもっと広いと良かった」、「ゴール後の参加賞が充実している点は良かったですが、商品をもらうのに時間がかかりとても寒かったです」、「荷物預けは以前の外で良いと思います」、「今回を糧に来年さらに改善していただければと思います。沿道の応援は東京マラソン以上です。必ず、良い大会になるはずです」、「フィニッシュ後の満足度を高めさえすれば、ランナーには良い印象しか残らないと思うので、是非強化して欲しい」、「屋内での荷物の受け渡しや更衣スペースは良かったのですが、あまりにも混雑していた様に感じました」などの記述が見られた。

クラスター5:【トイレの増設を】では、トイレ(1,018回)、少ない(457回)、スタート(560回)、前(290回)の用語が確認された。

ここでは、「スタート前のトイレの設置数が参加者の数に対して少なすぎると感じました」、「スタート地点までは遠い。スタート前のトイレが少ない」、「スタート前のトイレの数が少なくないですか?3万人が参加している大会なのに、トイレの数が少な過ぎて長蛇の列に...。その影響でスタート前にトイレに行くことができず、レース中にトイレに行くことになりタイムロスになりました」、「トイレが異常に少ない。スタート前にトイレ大渋滞に並んで

タイムオーバーでブロック最後方に並ぶことになり身動きとれず。スタートしたからトイレを探しても並んでいてすぐに入らない」、「スタート前のトイレが少なすぎ」、「トイレが少なすぎる。レース前も長蛇の列でスタートに間に合わなくなりそうで行けず、その後の全てのトイレが混雑していて私のような関門ギリギリ通過ランナーには命取りになりかねない」、「スタート前のトイレの数が少なすぎます。40分並んでも行けませんでした」、「トイレが少なすぎる。スタートに間に合わない人続出」、「スタート前のトイレの数が明らかに少ない。男性用の小専用が少なすぎる」、「スタート地点のトイレの数が少な過ぎて、スタート前にトイレを利用出来ず、競技中に沿道のトイレを利用せざるを得ませんでした」、「スタート前のトイレが少なすぎてビックリした」、「スタート前にトイレに行こうとしても何処も人が多すぎてスタートブロック閉鎖に間に合わないのではと感じました」、「スタート付近の仮設トイレの数が少なすぎる。Dブロック付近の洋式トイレは2つだけ。スタート前30~40分並び、挙句の果てスタートブロックの締切時間をアナウンスされ、周りはブーイングの嵐」、「スタート前のトイレの数が少なく、待ち時間が長すぎてスタートに間に合わなかった」、「女性トイレの数が少ないです。かなり待ってスタートにも間に合わず、ブロック前のトイレ数が15個のうち2個しか女子トイレ専用が無かったです」、「特にスタート前の仮設トイレは少なすぎます」、「スタート前のトイレの数ですが、ABブロックのトイレの数が少なすぎです。3万人規模の大会とは思えないほど少ないと思います」、「スタート前の女子トイレの少なさに驚きました。前回までは多かった様に思いますが、今回減らしたのは何故か、理由が知りたいです。因みに場所はABのスタート地点です」、「スタート前のトイレの個数が少なすぎる。女子は昨年の3分の1だった」、「トイレの数が圧倒的に少ない。トイレを男女別にしてほしい。女子の方が時間がかかるため。トイレに50分並んだが間に合わず行けなかった」、「都市型レースなのにスタート前のトイレが少なすぎる」、「スタート前のトイレが少なすぎる。どのトイレ也大渋滞。30分並んだがスタートブロック閉鎖時間が迫ってきたので諦めざるを得なかった。男子小専用でいいので大幅に数を増やしてほしい」、「スタート前のトイレも異常なくらい少ない。1時間も並んでトイレ行けずスタート最後の方にずらされる人が大勢いた」、「とにかくトイレが少ない。スタート前、途中も大行列で、我慢せざるをえず、健康に影響するのでは」、「スタート前のトイレも問題。トイレの数が少ないし、どこに設置しているかもわからない。トイレの列がどう伸びているかもわからない」、「スタート前のトイレ数が少なすぎるので増やして欲しい」、「スタート前のトイレの数が参加人数に対して少なかった」などの記述が大多数を占めた。

クラスター6:【待たせないスムーズな荷物の受け渡しを】では、改善(628回)、ゴール(1,075回)、時間(891回)、荷物(1537回)、受け取り(725回)の用語が確認された。

ここでは、「ゴールしてから手荷物の受け取りまで1時間半もかかったので、ゴールからの導線を改善頂きたい。荷物の受け取りは二年前迄のように外で受け取りで良いので、何とか早く手荷物を受け取れるように頂きたい」、「走り終えてから荷物受け取りまでに2時間も要しました。考えられないくらい段取りが悪いなと思いました。周囲も怒り心頭でした」、「荷物の受け取りがもっとスムーズに出来ないか工夫してほしい。荷物を受け取るだけで1時間半以上列に並び、ゴールした後のランナーの負担も相当に大きいし、それで怒られているボランティアの方も可哀想だった」、「冬の時期にゴール後のランナーを荷物受け取りのために1時間以上(自分は2時間半)待機させるのは極めて悪質な行為であり、またそれに対して未だ大会運営からなんのアナウンスもされていないことは遺憾である」、「完走後の荷物受け取りの並びで、大阪城ホールまで1時間の並び、大阪城ホールに入ってから、特にCのところだけ異常に段取りが悪く、2時間以上満員電車状態で身動き取れない状況でした」、「荷物受け取り→サブ3でゴールしましたが、荷物受付に30分以上かかりました。まわりに震えている方々も多く、ボリュームゾーンは2時間待ちもあつたようです」、「ゴール後荷物の受け取りまでに1時間半以上要しました。前回参加した2年前はこんなことはなかったです。改善はされるだろうが、2026年の参加は見合わせます」、「ゴール後に、豆やらカップ麺をちまちま受け取らなければならない、その待ち時間も苦しかった。追い打ちをかけるように、荷物を受け取る場所に

も入れず、震えながら待った。途中、体調を崩した」、「たくさんの方が書かれると思いますが荷物受け取りの時間がかかり過ぎていました。体力消耗し切ったところで何時間も待たされるのは危険です。昨年雨のなか男性の荷物預けが屋外だったので改善したのだとは思いますが、うまく行っていなかったです」、「とても素晴らしい大会なのに、ゴール後から更衣まで1時間以上屋外で並ばなければならず、荷物の受け取りも体力、精神力を奪われるものでした。低体温症なのか意識も朦朧としました。混雑を避けられるように改善いただきたいです」、「ゴール後の荷物受け取りに1時間以上要したので改善を希望します」、「ゴール後～荷物受け取りまでの流れが悪かった。凍える寒さの中1時間ほどかかった。今回は改善希望」、「ゴール後の荷物受け取りの2時間は凍え死ぬかと思いました。要改善です」、「荷物の受け取りは女性に待たされなかったが、男性は大変だったようで改善してほしい」、「ゴール後の荷物受け取りに約2時間も要した。これでは次回エントリーは考えてしまいます。改善を要望します」、「ゴールして荷物受け取りまで1時間30分かかった。他の大規模大会でもここまで時間はかからない。酷い有り様。早くゴールしてもあとからゴールした人が先に荷物受け取りとはあり得ない」、「Cブロックのゴール後の荷物の受け取りに1時間は明らかに時間かかり過ぎています。私のランナー仲間からの声です。ゴール後体が冷え切った中で1時間は辛かったと思う」、「ゴール後の荷物の受け取りは今まで出てきた大会で一番最悪でした。寒いまま立ったままで2時間近く待たされるのはどうかと思います」、「ゴール後、荷物受け取りまで歩かされる点について批判が出ているが、その点は私は問題なし。それよりも荷物受け取りがカオス。どこにどのように並んでいいのかわからない。ようやく荷物受け取りの列に並ぶと、なかなか列が進まずに、長時間並んで雪が降り冷えた体がさらに冷えていった」、「荷物受け取りに行列ができ全く動かず1時間以上待つなんて異常です」、「特に酷かったと言うかあり得なかったのが荷物の受け取りの時間がゴールしてから2時間半位かかったのは意味が分かりません、寒いなか外で1時間以上待たすのはどうかと思います」、「速い人達もホールでの荷物受け取りで外に待たされたと話題になっていたの、さすがに冷えると思います。低体温になる事も考えて、もし時間かかるなら手荷物預けを減らすように東京マラソンのように有料化してもいいのかも」、「来年からは受け取りに時間がかからないように改善をお願いします」、「ゴール後、手荷物の受け取りにCブロックの人は2時間もたちっぱなしで待たされました。フルマラソンを走った後に、2時間も立って荷物待ちをした大会は走り始めて30年で初体験です」、「ゴール後、預けた荷物の受け取りに大変時間がかかり、その間に体が冷えてしまい、翌日、体調を崩してしまいました。昨年の問題を解決するためだったことは理解できますが、手荷物の受け渡しの方法を改善していただけるよう希望します」などの記述が大多数を占めた。

クラスター7;【完走後の物品渡しの手順と方法の改善】では、渡す(151回)、寒い(491回)、完走(326回)、タオル(458回)、メダル(272回)の用語が確認された。

ここでは、「フィニッシュしてから寒くて凍えてしまいました。レーンを増やしたり、まとめたものを渡すなど工夫があれば良かったなと思いました。完走メダルやタオルなどは大阪らしくとっても嬉しかったです」、「完走後に貰うタオル、メダル、フードが大行列で時間かかる。雪で寒くて震えているのにタオルが最後はおかしい。初めにメダル、タオルが他の大会では多い。完走後のフードも順番に取るのではなく、初めから袋に入れて準備しておいてそれを渡せば一度で済みます」、「ゴールしてから記念品の飲み物や食べ物を頂けるのは、ありがたいですが、タオルと完走メダルを先に渡して欲しかったです。記念品も袋に入れておいてすぐに渡せる方が、良いのではないかと感じました。ゴール後、タオルをもらえるまでが長く寒かった為」、「完走後お土産を渡してくれるのはありがたいけど、セルフサービスで良いものと、手渡しして欲しいものがある。メダルが雑然と置かれていて自分で取るスタイルはやめた方がよい。寒いこの時期、タオルが一番に渡して欲しい！在庫切れで後日郵送はあり得ない。せっかく完走してそれはあまりにも可哀想過ぎます」、「ゴール後、記念品はまとめて渡した方が効率がよい。なので、完走タオルとメダル、記念品で済む。寒い中、時間かかりすぎる」、「ゴール後の完走賞はメダルとタオルを先に渡

して欲しかった。寒さ対策のため」、「フィニッシュしてからの導線の悪さ、他の大会はまず、完走タオルとメダルをいただく。完走タオルが最後ってどう言う事でしょう？寒すぎて風邪ひきました。ちまちましたお菓子などは一つの袋にまとめて渡すので良くないですか」、「先ずメダルやタオルを渡すべきでしょう。給食は欲しい人だけその後に並ぶにすべき。結局、メダルもタオルも貰っていませんが、このまま並んでいたら風邪引いていましたよ」、「テーブルに大量に置かれたメダルとタオルを、ランナー自身が取っていく方式はいかななものか。流れ作業感が否めず、正に持ってけ泥棒状態。他の大会だとボランティアの方達が、FINISH 直後にランナー1人1人に直接かけてくれる。特に中高生からねぎらいの言葉と共に渡されたりすると、本当に走り切ってよかったという気持ちになれる。求められるものまでカットする思考が、今回随所に見られる運営の不手際に表れているのでは。タオルを渡す順番も悪い」、「皆さん苦情を提言していますが、完走後に配布すべきものは『タオル・メダル』だと思います。食べ物最後でいい」、「(レース後) ゴール後、まず完走タオルを配布すべき。寒い中、タオルが一番最後に驚いた。タオル→メダル→ペットボトル→食料の順だと思う。全部逆だった」、「今回ゴール後に配食をしていただいたが、完走タオルが最終だったが汗をかいいた後だし、寒かったので例年通りタオルとメダルを先にもらいたかった。そのほうが完走した実感もえられる」、「走り終わってからのメダルや完走タオルをもらうまでの渋滞に驚いた。寒かったので身体が冷え切ってしまった」、「完走後にメダルなど配られましたがタオルの在庫がなく郵送手続きをしていましたがとても寒く手続きせず帰りました。メダルと同じ数の準備をすれば良いだけと思うのですが」、「フィニッシュ後の景品の受け取りですが、最初にメダル→完走タオルで喜ぶたい（特に初マラソンの方は）でしょう、それからその他の物品を配布すべきだと思う」、「たいていのマラソン大会は、ゴールして感動後すぐに、メダルやタオルをもらえます。それによって完走した喜びが大きくなるのに、大阪マラソンは、お菓子などを長い時間かけてもらってから、最後にやっとメダルやタオルを貰えました。順番が逆でしょう。冬の大会で寒いのに、せめてタオルをください」、「ゴール後のおみやげはほとんど必要なく、寒かったのであったかいスープだけで十分。完走メダルとタオルだけでもいいと思う」、「制限時間ギリギリにゴールしたら完走メダルはあるが、タオルが足りない状況に遭遇しました。ゴール後1時間近く寒空で立ちっぱなし、感動のゴールからの心の冷え込みが凄かったです。メダルと用意した数が違うのか、タオルを関係者にプレゼントしたのかわからないが、マネジメントの問題だと思います」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

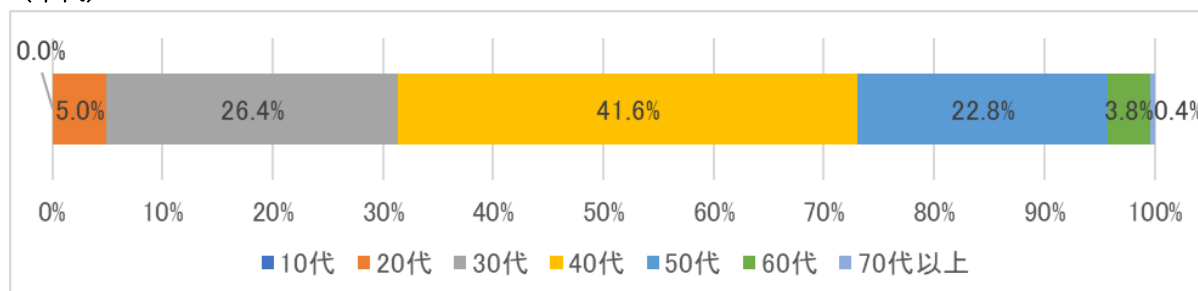
回答：949

※ここでの前回とは、2024 年の第 12 回大会のことである。

※グラフは統計上 100%にならない箇所がある。

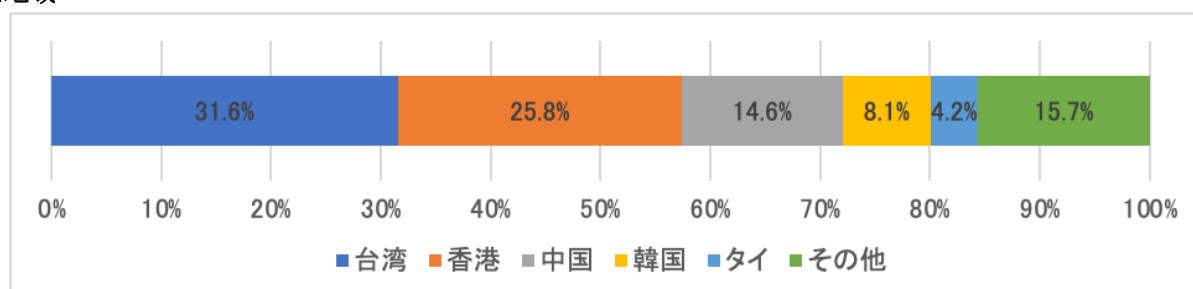
(1) 自分自身について

■年齢（年代）



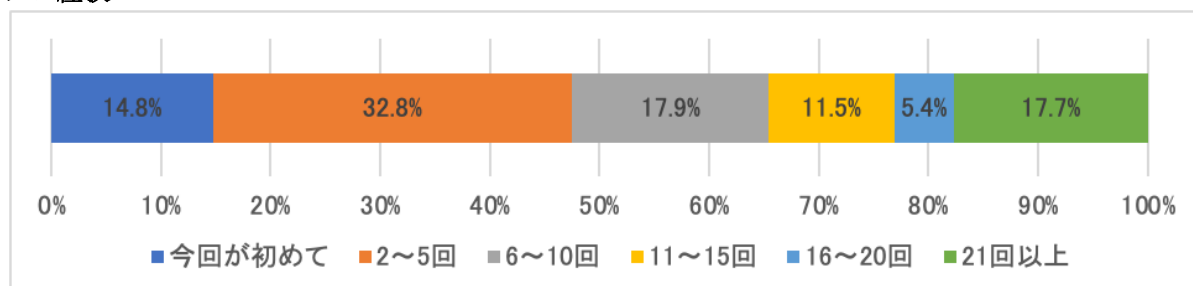
年齢（年代）については、「30 代」が 26.4%（前回：19.0%）、「20 代」が 5.0%（前回：2.5%）と、増加している。一方、「40 代」が 41.6%（前回：45.4%）、「50 代」が 22.8%（前回：26.4%）、「60 代」が 3.8%（前回：6.1%）と、減少している。昨年に比べると、若年化傾向にあると言える。

■居住地域



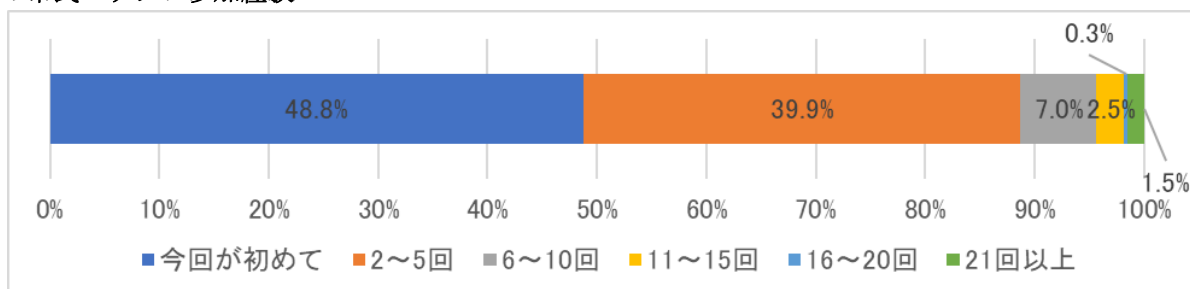
居住地域については、「台湾」が 31.6%（前回：32.6%）で最も多く、「中国」が 14.6%（前回：4.2%）と増加した一方で、「香港」が 25.8%（前回：32.6%）、タイが 4.2%（前回：16.8%）と減少した。

■マラソン経験



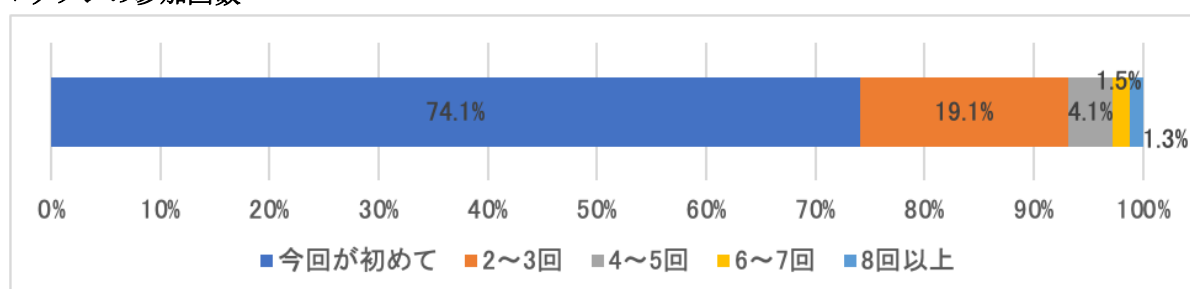
マラソン経験については、「2～5 回」が 32.8%（前回：28.9%）、「6～10 回」が 17.9%（前回：18.4%）、「21 回以上」が 17.7%（前回：18.7%）となっており、第 12 回とほとんど変わらない。

■日本の市民マラソン参加経験



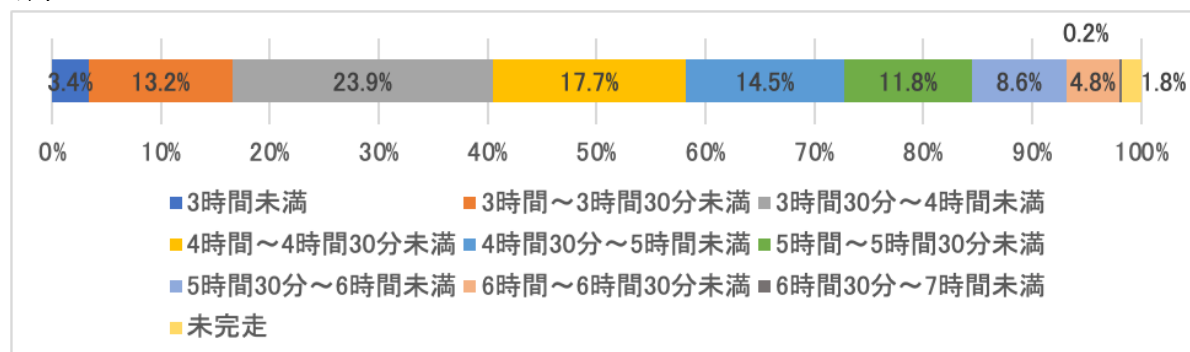
日本での市民マラソン参加経験については、「今回が初めて」が 48.8%（前回：44.2%）、「2～5回」が 39.9%（前回：42.0%）となっており、第 12 回とほとんど変わっていない。

■大阪マラソンの参加回数



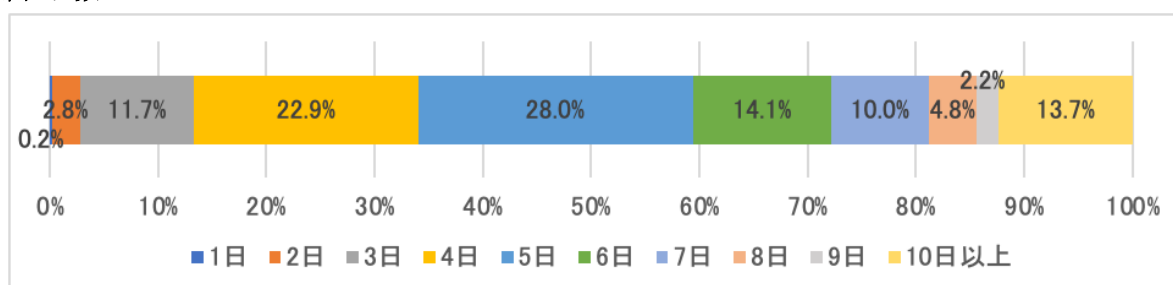
大阪マラソンの参加回数は、「今回が初めて」が 74.1%（前回：68.4%）と最も多く、「日本の市民マラソン参加経験」の結果から考えると、半数近くの海外ランナーが日本での初めての市民マラソンに大阪マラソンを選択したことが分かる。

■完走時間



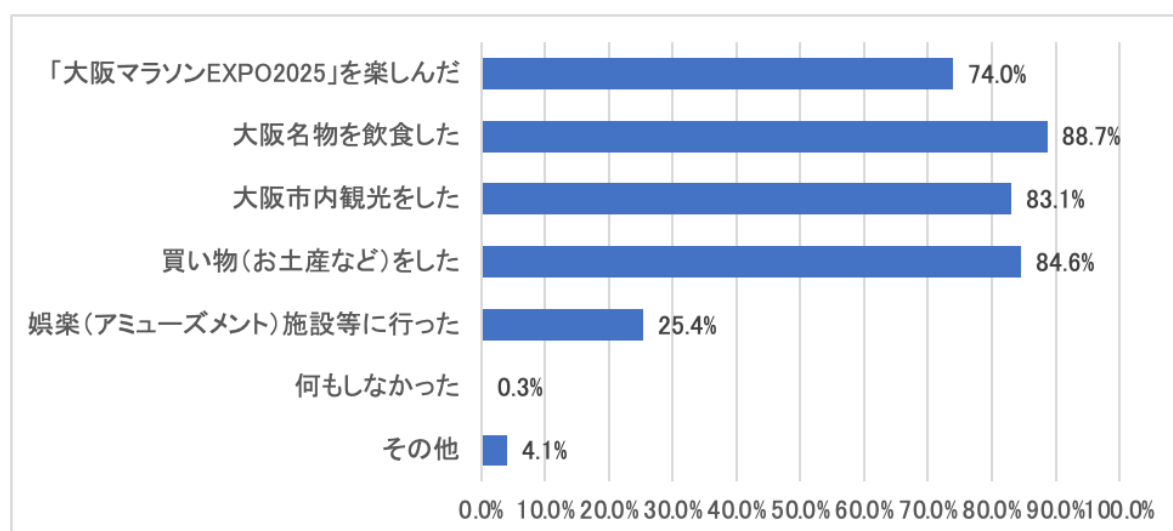
完走時間は、「3 時間 30 分～4 時間未満」が 23.9%（前回：19.8%）、「4 時間～4 時間 30 分未満」が 17.7%（前回：16.7%）、「4 時間 30 分～5 時間」が 14.5%（前回：15.1%）と、前回とほとんど代わりないが、5 時間を基準に考えた時に、5 時間未満が 72.7%（前回：64.6%）、5 時間以上が 25.4%（前回：35.4%）と完走時間が早くなっている。

■大阪滞在日数



大阪の滞在日数については、「5日」が28.0%（前回：25.8%）と最も多く、次いで「4日」が22.9%（前回：17.5%）、「6日」が14.1%（前回：19.8%）であった。一方、「3日以下」が14.7%（前回：13.6%）と前回よりも増加しているが、長期間の「スポーツ・ツーリズム」として大阪マラソンに参加している傾向にある。

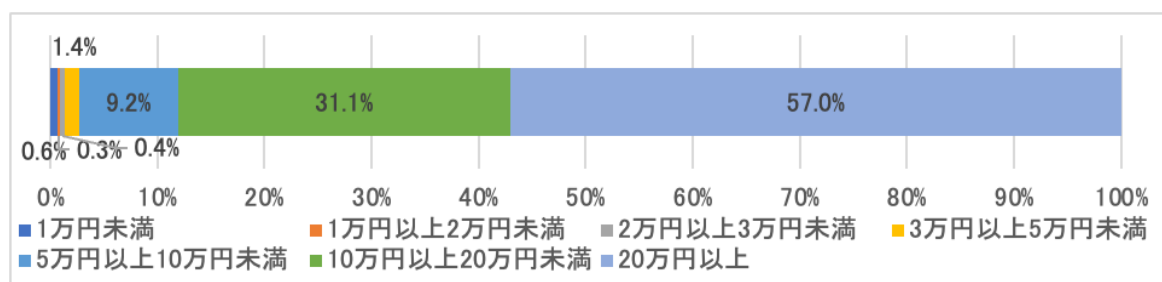
■大阪滞在中の大阪マラソン以外の活動について（複数回答可）



大阪マラソン以外の活動について、「大阪名物を飲食した」が88.7%（前回：88.8%）と最も多く、次いで「買い物（お土産など）をした」が84.6%（前回：88.2%）、「大阪市内観光をした」が83.1%（前回：81.0%）、「大阪マラソン EXPO2025 を楽しんだ」が74.0%（前回：84.1%）であった。一方、「何もしなかった」が0.3%（前回：0.8%）であり、大阪マラソン以外の活動が活発に行われており、インバウンドによる一定の経済効果があったと言える。

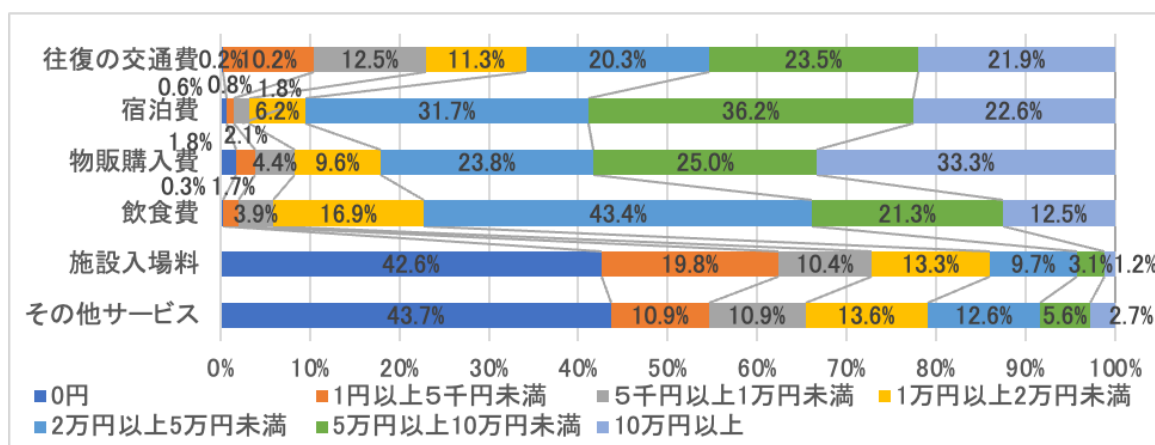
■大阪滞在中の大まかな出費について

—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57.0%（前回：60.5%）と最も多い割合を占めており、「10万円以上20万円未満」が31.1%（前回：27.2%）であることから、「10万円以上」の出費は、88.1%（前回：87.7%）と増加しており、前回よりも経済効果があったといえる。

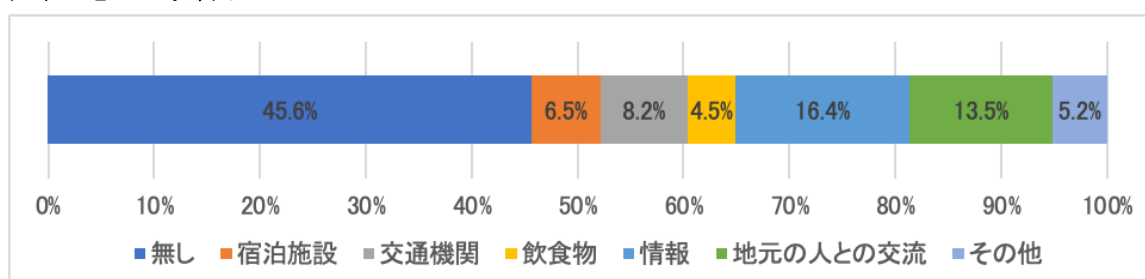
一内容別



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。

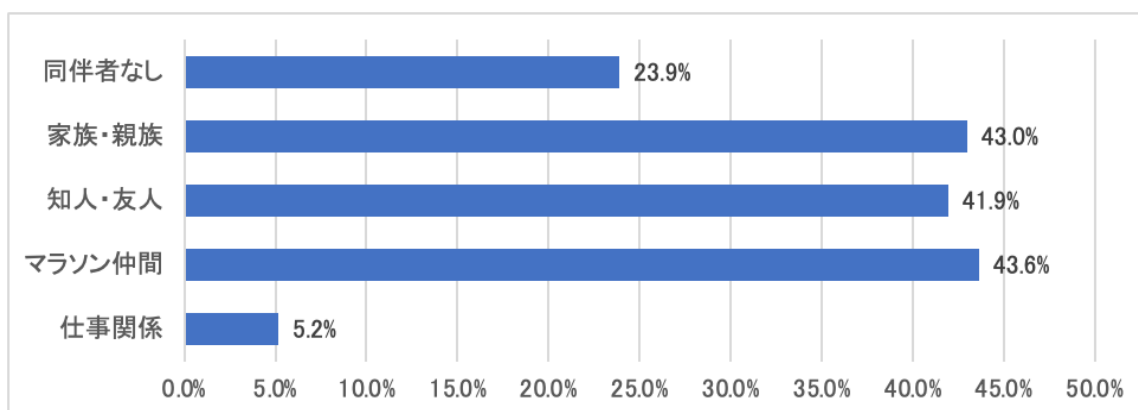
- ・ 「往復の交通費」は、「10 万円以上」が 21.9%（前回：28.0%）と最も多く、次いで「5 万円以上 10 万円未満」が 23.5%（前回：22.8%）となっており、円安が影響していると考えられる。
- ・ 「宿泊費」は、「5 万円以上 10 万円未満」が 36.2（前回：34.1%）で、「2 万円以上 5 万円未満」が 31.7%（前回：30.3%）、「10 万円以上」が 22.6%（前回：36.0%）となっており、滞在日数が長いことから、妥当な金額であると考えられる。
- ・ 「物販購入費」は、「10 万円以上」が 33.3%（前回：32.3%）と最も多く、「5 万円以上 10 万円未満」が 25.0%（前回：21.5%）となっており、「2 万円以上 5 万円未満」が 23.8%（前回：22.6%）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 43.4%（前回：40.6%）と最も多く、「5 万円以上 10 万円未満」が、21.3%（前回：22.2%）となり、大阪での滞在時間と関係している。
- ・ 「施設入場料」は、「5 千円未満」が 19.8%（前回：16.7%）となっており、出費は他と比べると少ない。
このように主な出費は、「交通費」、「宿泊費」、「物販購入費」、「飲食費」となっている。

■大阪滞在中に感じた改善点について



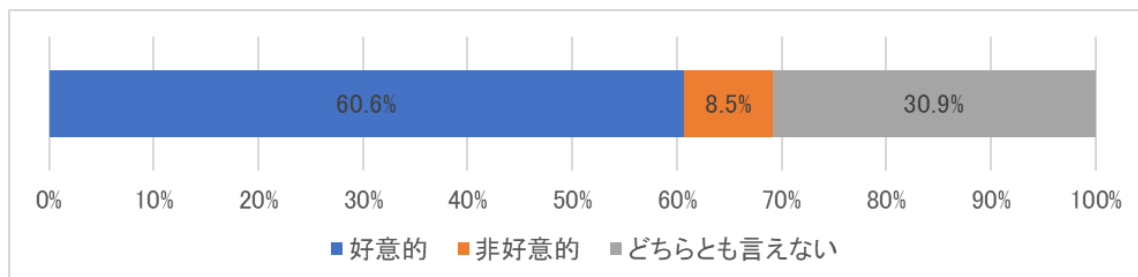
大阪滞在中に感じた改善点について、「無し」が 45.6%（前回：53.3%）と、前回に比べて改善点は増えている。特に、改善点として「情報」（16.4%）と「地元の人との交流」（13.5%）があがっており、情報を分かりやすく伝えるとともに、地元の人と交流できる場を用意することに課題があると考えられる。

■同伴者との関係について



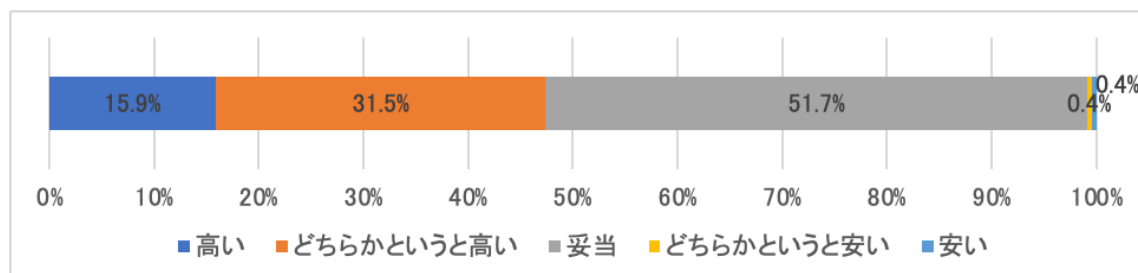
同伴者について、「マラソン仲間」が43.6%（前回：45.8%）で最も多く、次いで「家族・親族」が43.0%（前回：52.8%）、「知人・友人」が41.9%（前回：44.2%）であった。海外ランナーだけではなく、同伴者のための企画を用意するなど、ホスピタリティの対象を拡大して考えていくことで、大阪マラソンへのインバウンドの拡大が望めると思われる。

■市民マラソンとエリートマラソンの統合について



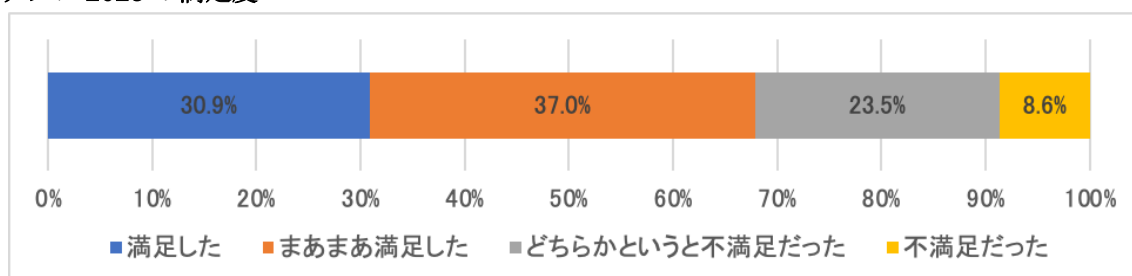
大阪マラソンが市民マラソンとエリートマラソン（びわ湖毎日マラソン）の統合については、好意的が60.6%で、非好意的が8.5%、どちらでもないが30.9%となっており、積極的な賛成は6割であった。

■大阪マラソン 2025 の参加料



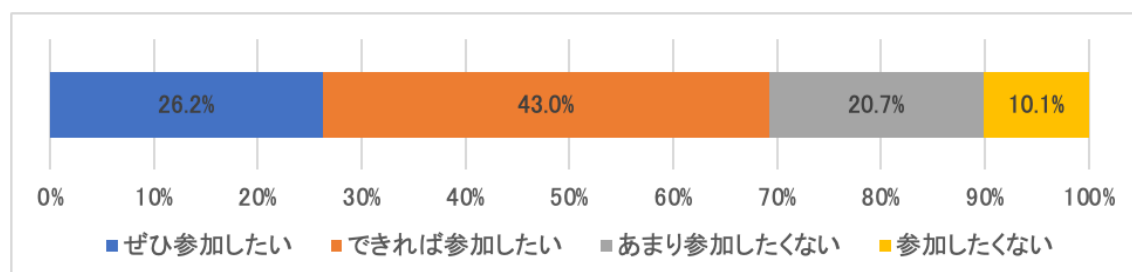
大阪マラソン 2025 の参加料について、「妥当」が51.7%（ランナー：27.0%）と最も多く、次いで「どちらかという和高い」が31.5%（ランナー：41.5%）であった。海外ランナーの半数が参加料を妥当と感じているのは、円安だけの理由ではなく、大会のクオリティの評価が関係している。

■大阪マラソン 2025 の満足度



大阪マラソン 2025 に「満足した」が 30.9%と参加ランナーの 21.2%よりも高いが、「まあまあ満足した」が 37.0%と日本の参加ランナーの 40.5%より低かった。合計した海外ランナーの満足度は 67.9%となっており、日本の参加ランナーの 61.3%よりも高いと言えるが、前回の 83.8%に比べて低くなっている。

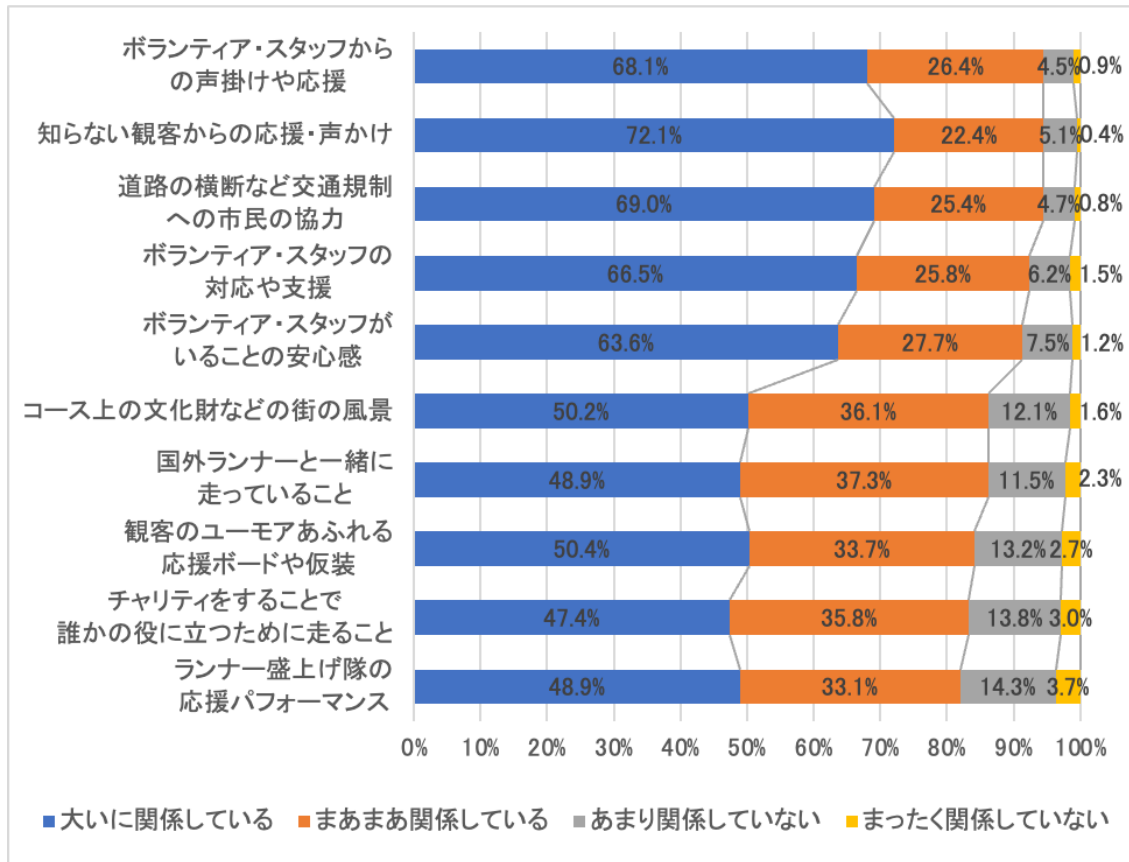
■大阪マラソン 2026 の参加意欲



来年の大阪マラソン 2026 への参加希望に関しては、「ぜひ参加したい」が 26.2%と参加ランナーの 29.3%よりも低い、「できれば参加したい」が 43.0%と日本の参加ランナーの 38.9%よりも高い。69.2%と多くの海外ランナーが次回への参加を希望しているが、前回の 82.4%より大きく減少している。

(2) 大阪マラソン 2025 の運営について

■大阪マラソン 2025 で、何に感動し、元気づけられ、心の豊かさを感じたのか（上位 10 位）



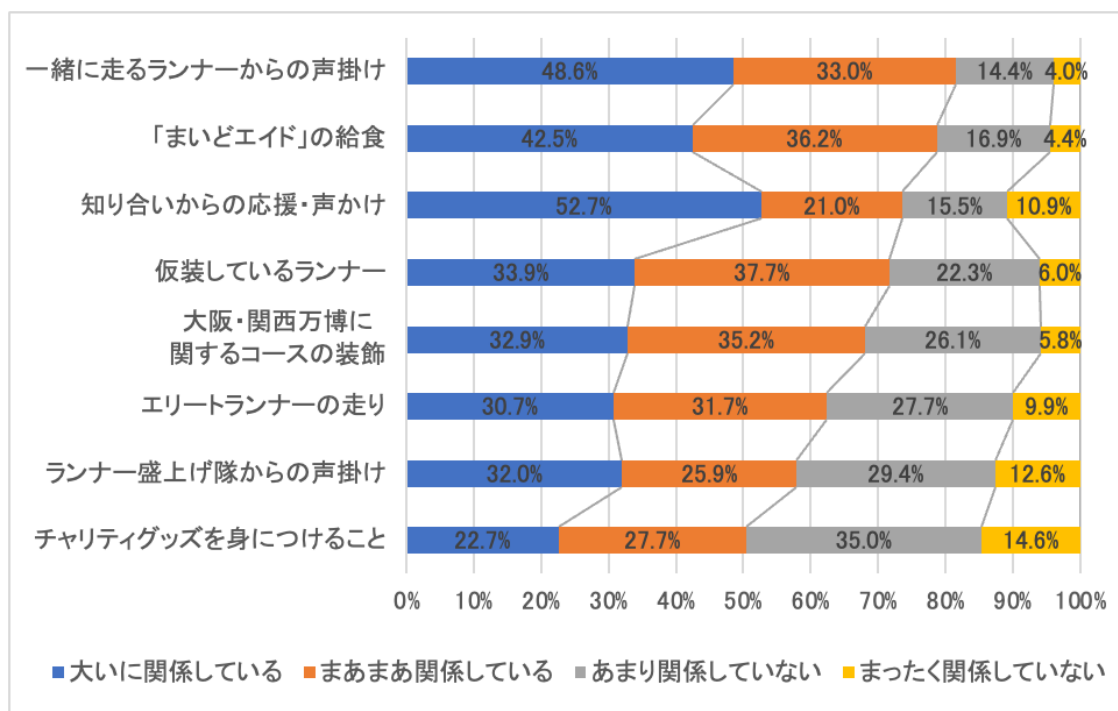
今回、大阪マラソン 2025 で、何に感動し、元気づけられ、こころの豊かさ（Well-Being）を感じたかについて聞いてみた。その結果、上位 10 位については、次のような項目が上がってきた（「大いに関係している」を SF、「まあまあ関係している」を WF とする）。

- ① 「ボランティア・スタッフからの声掛けや応援」は 94.5%（SF：68.1%、WF：26.4%）と多く、海外ランナーは、ボランティア・スタッフからの声掛けや応援に元気をもたらしている。この活動は、国内ランナー（93.4%）と同様に、Well-Being を感じる重要な働きかけであると言える。
- ② 「知らない観客からの応援・声かけ」は 94.5%（SF：72.1%、WF：22.4%）と、ボランティア・スタッフと同様に、多くの海外ランナーが観客から元気をもたらしている。昨年の調査で大阪マラソンを選ぶ理由に「沿道の応援が楽しいから」を 94.2%の海外ランナーがあげており、国内ランナー（94.4%）と同様、観客は Well-Being を感じる大きな要因となると言える。
- ③ 「道路の横断など交通規制への市民の協力」は 94.4%（SF：69.0%、WF：25.4%）と、国内ランナー（90.8%）よりも多く、海外ランナーは市民マラソンは市民生活に影響があり、市民の協力がないと成り立たないことを知っており、そのことに感謝している。そんな市民のホスピタリティに、Well-Being を感じていると言える。
- ④ 「ボランティア・スタッフの対応や支援」は 92.3%（SF：66.5%、WF：25.8%）と、9 割の海外ランナーは、その対応や支援に感謝している。昨年の調査で大阪マラソンを選ぶ理由に「スタッフやボランティアのサ

ポートが良いから」を 92.6%の海外ランナーがあげており、その活動に対して Well-Being を感じていると言える。

- ⑤ 「ボランティア・スタッフがいることの安心感」は 91.3% (SF : 63.6%、WF : 27.7%) と、9 割の海外ランナーがボランティア・スタッフに安心感を覚えている。とりわけ、海外から参加者にとっては、分からないことが多く、それをサポートしてくれるボランティア・スタッフは、安心感を与えてくれる重要な存在であり、その対応に Well-Being を感じると言えよう。
- ⑥ 「コース上の文化財などの街の風景」は 86.3% (SF : 50.2%、WF : 36.1%) と、国内ランナー (70.9%) に比べて、感動するものとなっている。海外ランナーのスポーツ・ツーリズムとしては、日本の文化に触れることは重要な要素であり、それに Well-Being を感じるのは当然だと言える。
- ⑦ 「国外ランナーと一緒に走っていること」は 86.2% (SF : 48.9%、WF : 37.3%) と、国内ランナー (36.2%) に比べて、わくわくすることである。多くのランナーが自国以外のランナーであることから、その異文化の中で走ることに、Well-Being を感じることになると考えられる。
- ⑧ 「観客のユーモアあふれる応援ボードや仮装」は 84.1% (SF : 50.4%、WF : 33.7%) と、国内ランナー (81.2%) と同様、感動を促すものである。笑いの文化としての大阪で行われる市民マラソン大会で、観客のユーモアあふれる応援に Well-Being を感じていると言えよう。
- ⑨ 「チャリティをすることで誰かの役に立つために走ること」は 83.2% (SF : 47.4%、WF : 35.8%) と、国内ランナー (55.1%) よりも多く、チャリティすることにこころの豊かさを感じている。ロンドンマラソンをはじめ海外では、チャリティマラソンは一般化しており、チャリティランナーであることの自覚のもと、走ることが誰かのためになる価値に Well-Being を感じていると言える。
- ⑩ 「ランナー盛上げ隊の応援パフォーマンス」は 82.0% (SF : 48.9%、WF : 33.1%) と、国内ランナー (78.4%) と同様、踊りや演奏といった「ランナー盛上げ隊」のパフォーマンスに海外ランナーは元気づけられている。海外では、このようなパフォーマンスは珍しく、それもソーラン舞や太鼓といった日本の伝統的なパフォーマンスを目の当たりにして、Well-Being を感じていると思われる。

■大阪マラソン 2025 で、何に感動し、元気づけられ、心の豊かさを感じたのか（上位 11 位から 18 位）

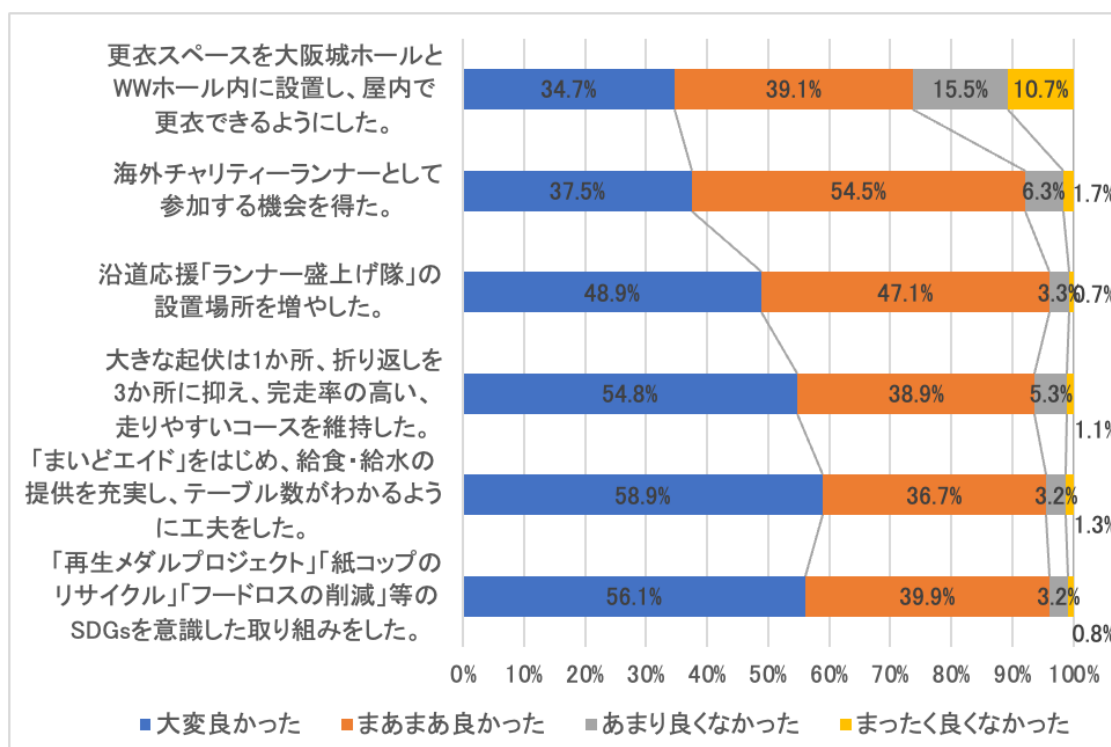


今回、大阪マラソン 2025 で、何に感動し、元気づけられ、こころの豊かさ（Well-Being）を感じたかについて聞いてみた。その結果、下位 8 位については、次のような項目が上がってきた（「あまり関係していない」を HR、「まったく関係していない」を NR とする）。

- ⑪ 「一緒に走るランナーからの声掛け」 18.4%（HR：14.4%、NR：4.0%）
- ⑫ 『まいどエイド』の給食 21.3%（HR：16.9%、NR：4.4%）
- ⑬ 「知り合いからの応援・声かけ」 26.4%（HR：15.5%、NR：10.9%）
- ⑭ 「仮装しているランナー」 28.3%（HR：22.3%、NR：6.0%）
- ⑮ 「大阪・関西万博に関するコースの装飾」 31.9%（HR：26.1%、NR：5.8%）
- ⑯ 「エリートランナーの走り」 37.6%（HR：27.7%、NR：9.9%）
- ⑰ 「ランナー盛上げ隊からの声掛け」 42.0%（HR：29.4%、NR：12.6%）
- ⑱ 「チャリティグッズを身につけること」 49.6%（HR：35.0%、NR：14.6%）

以上のことから、「一緒に走るランナーからの声掛け」、「『まいどエイド』の給食」、「知り合いからの応援・声かけ」、「仮装しているランナー」、「大阪・関西万博に関するコースの装飾」、「エリートランナーの走り」、「ランナー盛上げ隊からの声掛け」、「チャリティグッズを身につけること」については、国内ランナーと違って Well-Being を 5 割以上の海外ランナーが感じている傾向にある。

■ 参加者からの意見を反映した大会運営の改善に対する評価

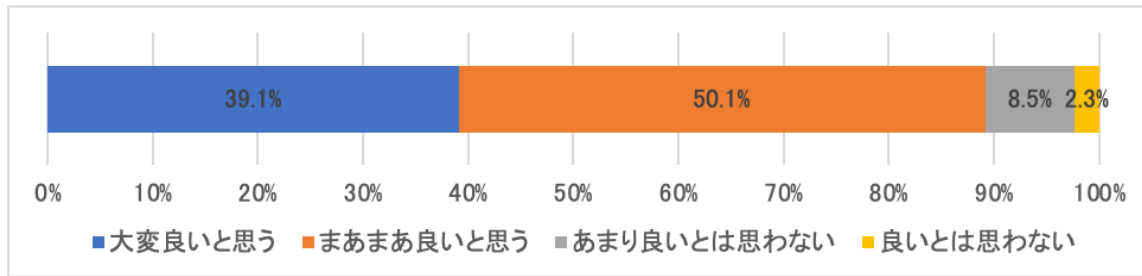


大阪マラソン参加者からの意見を反映した大会運営の改善について、その評価を聞いてみた。「大変良かった」と「まあまあ良かった」を合わせて評価する。

- ① 「SDGs を意識した取り組み」は 96.0%（国内ランナー：83.5%）と評価が高く、環境問題への取り組みに対して海外ランナーは非常に関心が高いといえる。
- ② 「ランナー盛上げ隊の拡充」は 96.0%（国内ランナー：81.2%）と評価が高く、ランナーが元気をもらえるランナー盛上げ隊は、海外の大会では珍しく、それが評価されたといえる。
- ③ 「給水・給食の提供の充実」は 95.6%（国内ランナー：85.6%）と評価が高く、ランナーにとっては、完走するために重要なポイントであり、海外の大会ではあまり見られないことから、その充実を評価している。
- ④ 「コースの変更」は 93.7%（国内ランナー：92.4%）と評価が高く、記録を目指す、あるいは完走を目指すランナーにとって共通した望みであり、そのことが評価されたといえる。
- ⑤ 「チャリティーランナーとしての参加」は 92.0%と評価が高く、これまで、国外のランナーにしか開かれなかったチャリティーランナーに参加できるという改善がなされたことに賛同した結果と考えられる。
- ⑥ 「屋内の更衣室の設置」は 73.8%（国内ランナー：56.2%）と他の項目と比較して、あまり評価が高くなく、国内ランナーと同様、設置したことよりも、その運営について評価を下げることもあるのかもしれない。

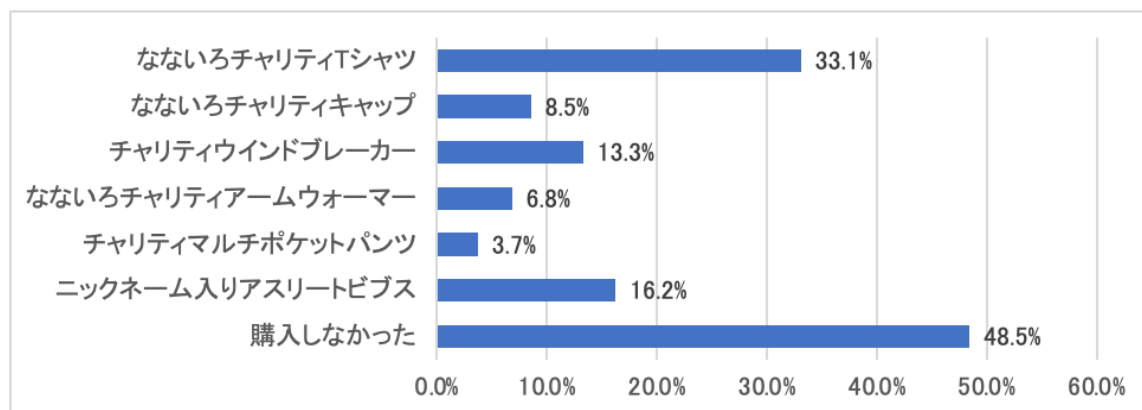
(3) チャリティについて

■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



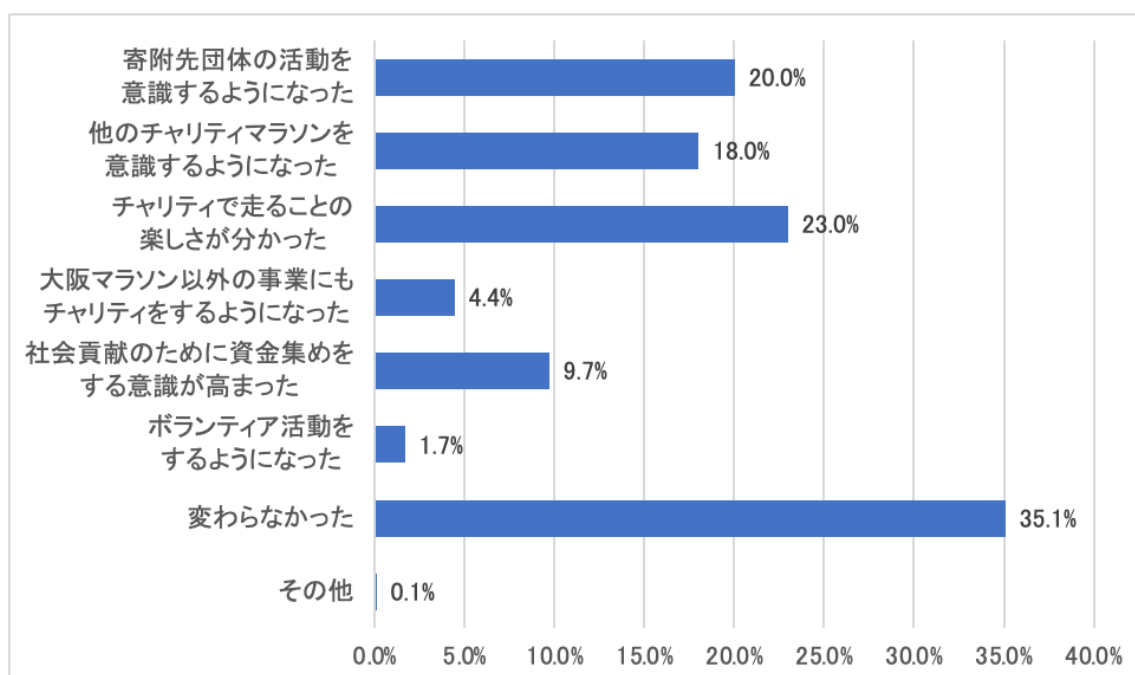
参加ランナー全員に2口以上の寄付をお願いしていることについて、「大変良いと思う」が39.1%、「まあまあ良いと思う」が50.1%と、9割の人が2口以上の寄付を肯定的に捉えている。

■チャリティグッズは購入について（複数回答可）



チャリティグッズの購入については、「なないろチャリティ T シャツ」が33.1（ランナー：16.7%）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16.2%（ランナー：5.6%）、「チャリティウインドブレーカー」が13.3%（ランナー：2.8%）であった。海外ランナーと日本の参加ランナーと比べた時に、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、「チャリティで走ることの楽しさが分かった」が 23.0%（ランナー：11.1%）であり、「寄附先団体の活動を意識するようになった」が 20.0%（ランナー：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 18.0%（ランナー：11.9%）と、海外ランナーのチャリティに対する意識や活動の変化がみられる。

2-2. 海外ランナーの特性別意識の違い

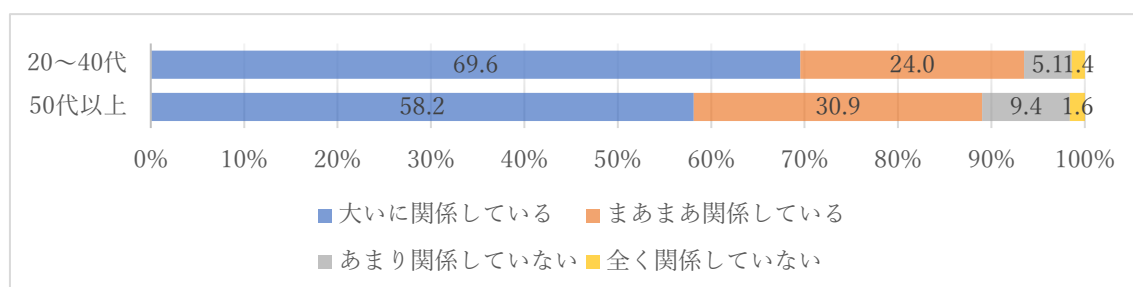
(1) 海外ランナーの特性による Well-Being を感じる違い

「大阪マラソン 2025 で、何に感動し、元気づけられ、こころの豊かさを感じたか」について、18 項目を「大いに関係している」から「まったく関係していない」までの 4 段階で評価してもらった。その評価で関係してい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、③日本の市民マラソン経験、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、有意差のあるものを以下に表示する。

① 年齢別

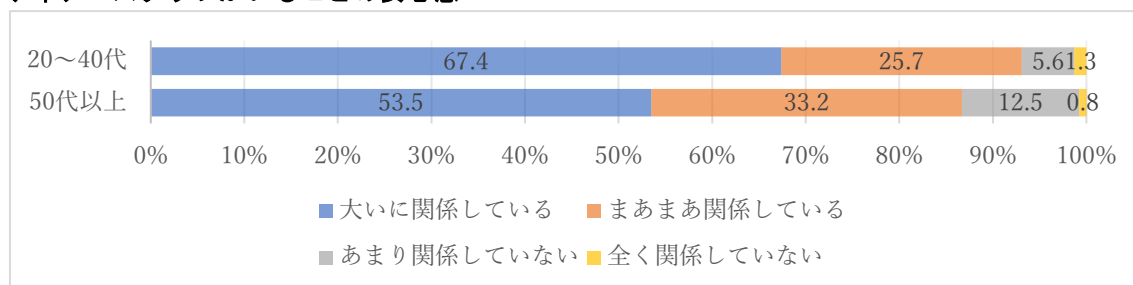
海外ランナーを「20～40 代（693 名）」と「50 代以上（256 名）」に分類し、大阪マラソン 2025 の Well-Being を感じている項目の回答の割合の差を比較した。

■ボランティア・スタッフの対応や支援



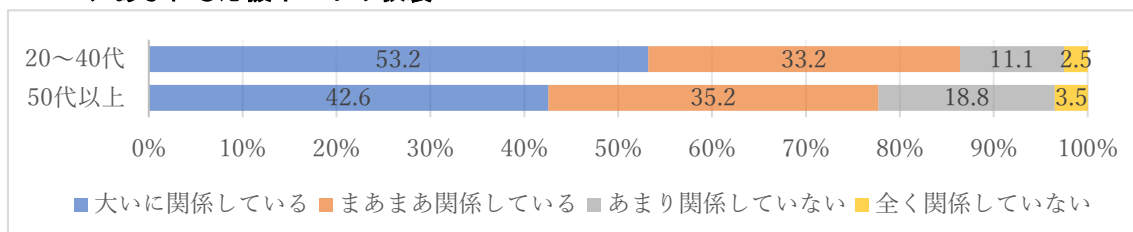
「20～40 代」と「50 代以上」の「ボランティア・スタッフの対応や支援」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「20～40 代」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ボランティア・スタッフがいることの安心感



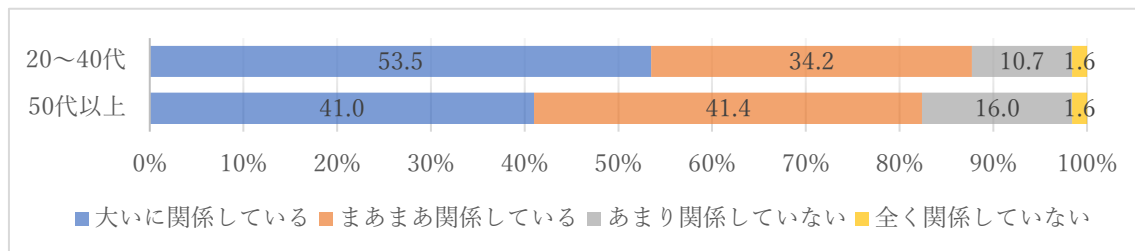
「20～40 代」と「50 代以上」の「ボランティア・スタッフがいることの安心感」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「20～40 代」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■観客のユーモアあふれる応援ボードや仮装



「20～40代」と「50代以上」の「観客のユーモアあふれる応援ボードや仮装」に対する回答の割合に有意な差（ $p<0.01$ ）がみられ、「20～40代」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■コース上の文化財などの街の風景

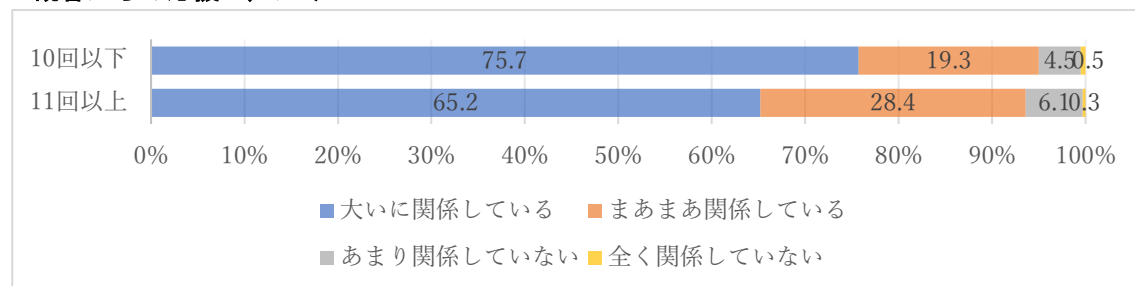


「20～40代」と「50代以上」の「コース上の文化財などの街の風景」に対する回答の割合に有意な差（ $p<0.01$ ）がみられ、「20～40代」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

②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（621名）」と「11回以上（328名）」に分類し、大阪マラソン2025のWell-Beingを感じている項目の回答の割合の差を比較した。

■知らない観客からの応援・声かけ



「10回以下」と「11回以上」の「知らない観客からの応援・声かけ」に対する回答の割合に有意な差（ $p<0.01$ ）がみられ、「10回以下」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

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（463名）」と「2回以上（486名）」に分類し、大阪マラソン2025のWell-Beingを感じている項目の回答の割合の差を比較したが、有意差がある項目はなかった。

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（703名）」と「2回以上（246名）」に分類し、大阪マラソン2025のWell-Beingを感じている項目の回答の割合の差を比較したが、有意差がある項目はなかった。

⑤完走時間別

海外ランナーを「5時間未満で完走（690名）」と「5時間以上で完走（259名）」（未完走者17名含む）に分類

し、大阪マラソン 2025 の Well-Being を感じている項目の回答の割合の差を比較したが、有意差がある項目はなかった。

⑥大阪マラソン 2025 の満足度

「大阪マラソン 2025 に満足されましたか」という質問に対して、「満足した」、「まあまあ満足した」と回答した人を「高満足（644 名）」、「どちらかというとな満足だった」、「不満足だった」と回答した人を「低満足（305 名）」に分類し、大阪マラソン 2025 の Well-Being を感じている項目の回答の割合の差を比較した。10 の項目すべてで、「高満足」群が「大いに関係している」とした人の割合が高かった。

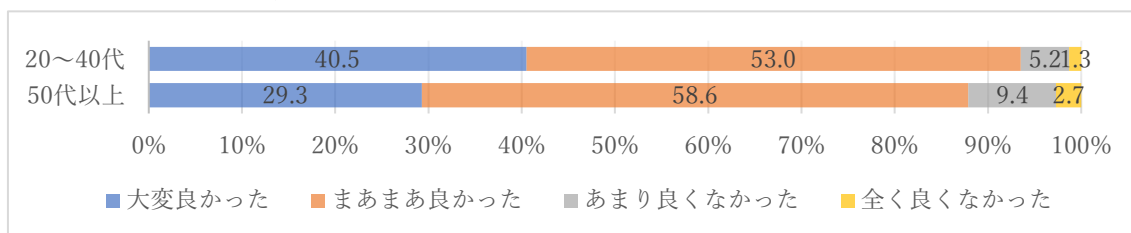
（2）海外ランナーの特性による運営改善評価の違い

大阪マラソン 2025 で大会運営の改善を行った「屋内の更衣室の設置（更衣スペースを大阪城ホールと WW ホール内に設置し、屋内で更衣できるようにした）」、「チャリティランナーとしての参加（海外チャリティランナーとして参加する機会を得た）」、「ランナー盛上げ隊の拡充（沿道応援「ランナー盛上げ隊」の設置場所を増やした）」、「コースの変更（大きな起伏は 1 か所、折り返しを 3 か所に抑え、完走率の高い、走りやすいコースを維持した）」、「給水・給食の提供の充実（「まいどエイド」をはじめ、給食・給水の提供を充実し、テーブル数がわかるように工夫をした）」、「SDGs を意識した取り組み（「再生メダルプロジェクト」「紙コップのリサイクル」「フードロスの削減」等の SDGs を意識した取り組みをした）」の 6 項目を、「大いに関係している」から「まったく関係していない」までの 4 段階で評価してもらった。その評価を海外ランナーの特性別（①年齢、②フルマラソン経験、③日本の市民マラソン参加回数、④大阪マラソン参加回数、⑤完走時間）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、有意差のあるものを以下に表示する。

①年齢別

海外ランナーを「20～40 代（693 名）」と「50 代以上（256 名）」に分類し、運営改善評価についての回答の割合の差を比較した。

■チャリティランナーとしての参加

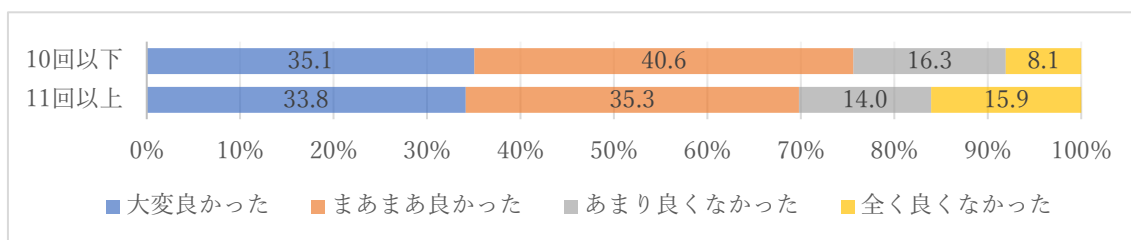


「20～40 代」と「50 代以上」の「チャリティランナーとしての参加」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「20～40 代」で「良かった」と回答した人の割合が高かった。

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（621 名）」と「11 回以上（328 名）」に分類し、運営改善評価についての回答の割合の差を比較した。

■屋内の更衣室の設置

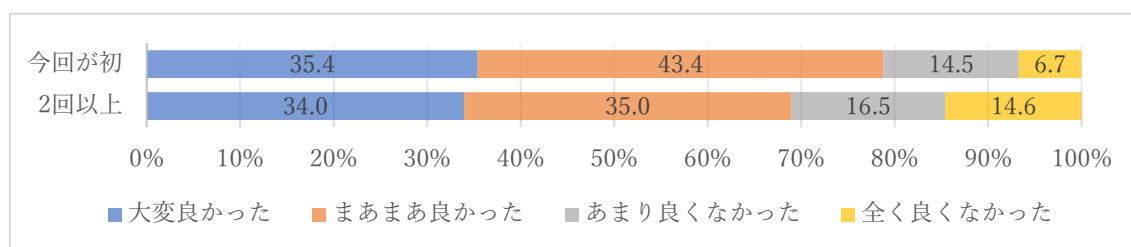


「10回以下」と「11回以上」の「屋内の更衣室の設置」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「フルマラソン参加 11 回以上」で「良くなかった」と回答した人の割合が高かった。

③日本の市民マラソン参加回数別

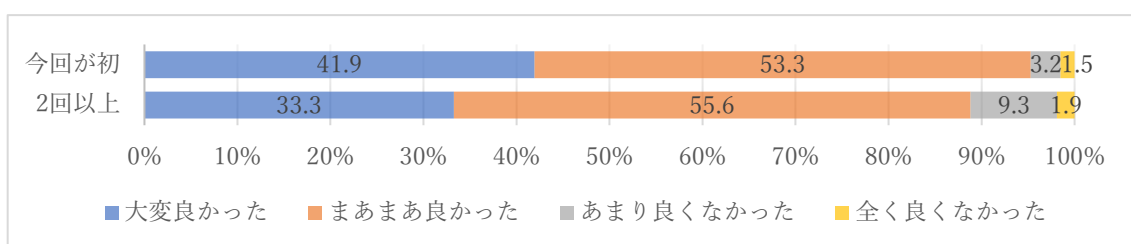
海外ランナーにおける日本の市民マラソンの参加回数を「今回が初めて (463 名)」と「2 回以上 (486 名)」に分類し、運営改善評価についての回答の割合の差を比較した。

■室内の更衣室の設置



「今回が初めて」と「2 回以上」の「室内の更衣室の設置」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「日本の市民マラソン参加 2 回以上」で「良くなかった」と回答した人の割合が高かった。

■チャリティランナーとしての参加

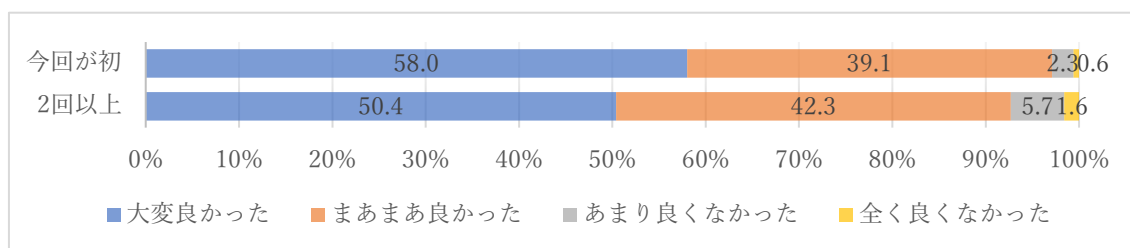


「今回が初めて」と「2 回以上」の「チャリティランナーとしての参加」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「日本の市民マラソン初参加」で「良かった」と回答した人の割合が高かった。

④大阪マラソン参加回数別

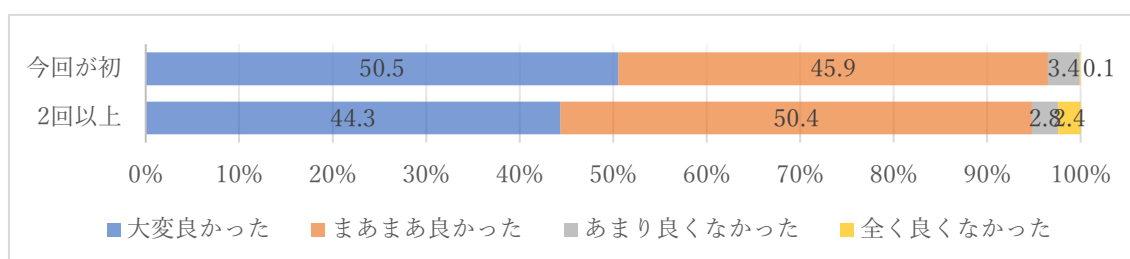
海外ランナーにおける大阪マラソンの参加回数を「今回が初めて (703 名)」と「2 回以上 (246 名)」に分類し、運営改善評価についての回答の割合の差を比較した。

■SDGs を意識した取り組み



「今回が初めて」と「2回以上」の「SDGs を意識した取り組み」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「大阪マラソン初参加」で「良かった」と回答した人の割合が高かった。

■ランナー盛上げ隊の拡充

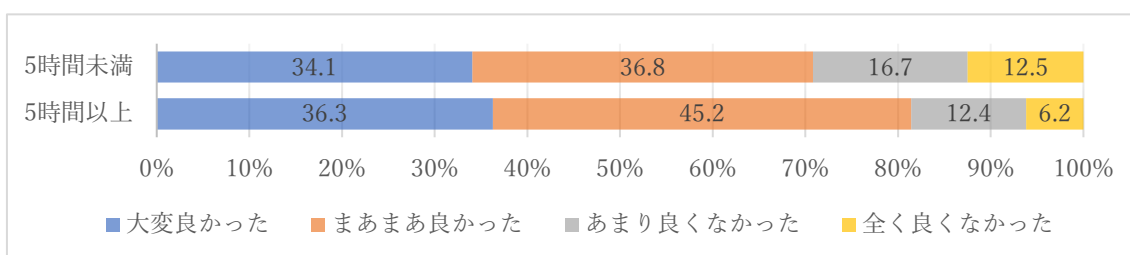


「今回が初めて」と「2回以上」の「ランナー盛上げ隊の拡充」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「大阪マラソン初参加」で「良かった」と回答した人の割合が高かった。

⑤完走時間別

海外ランナーを「5 時間未満で完走 (690 名)」と「5 時間以上で完走 (259 名)」(未完走者 17 名含む) に分類し、運営改善評価についての回答の割合の差を比較した。

■屋内の更衣室の設置

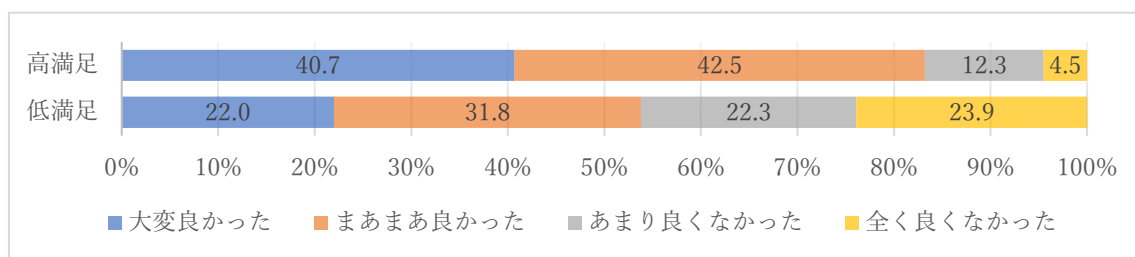


「5 時間未満」と「5 時間以上」の「屋内の更衣室の設置」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「完走時間 5 時間未満」で「良くなかった」と回答した人の割合が高かった。

⑥大阪マラソン 2025 の満足度

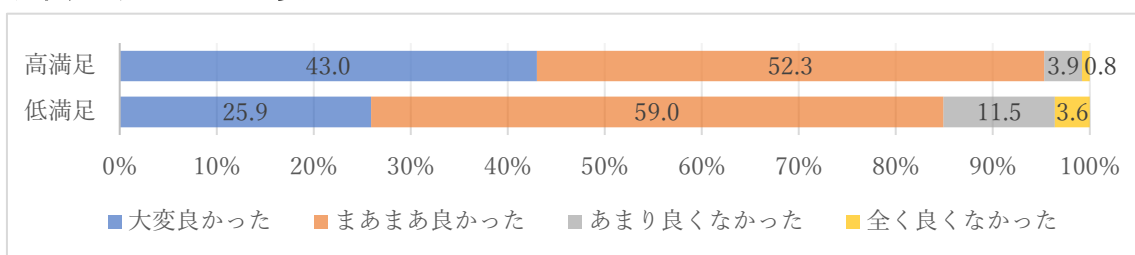
「大阪マラソン 2025 に満足されましたか」という質問に対して、「満足した」、「まあまあ満足した」と回答した人を「高満足 (644 名)」、「どちらかという不満足だった」、「不満足だった」と回答した人を「低満足 (305 名)」に分類し、運営改善評価についての回答の割合の差を比較した。

■屋内の更衣室の設置



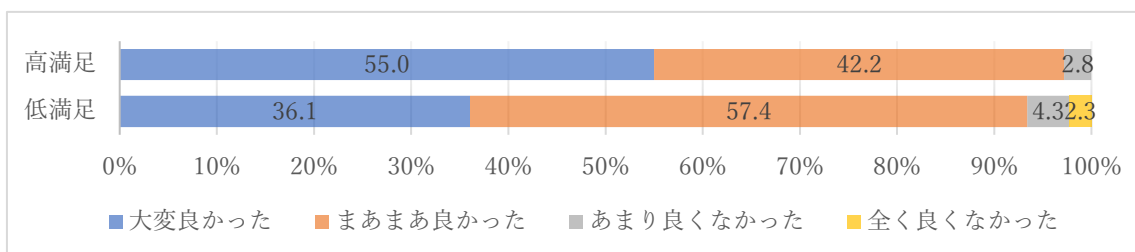
「高満足」と「低満足」の「屋内の更衣室の設置」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「高満足」で「良かった」と回答した人の割合が高かった。

■チャリティランナーとしての参加



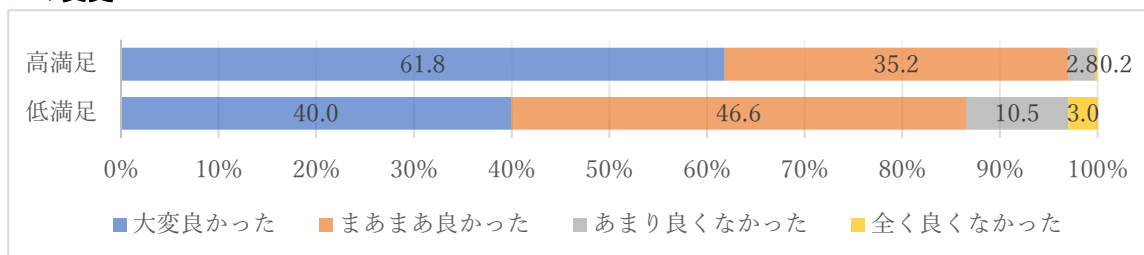
「高満足」と「低満足」の「チャリティランナーとしての参加」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「高満足」で「良かった」と回答した人の割合が高かった。

■ランナー盛上げ隊の増設



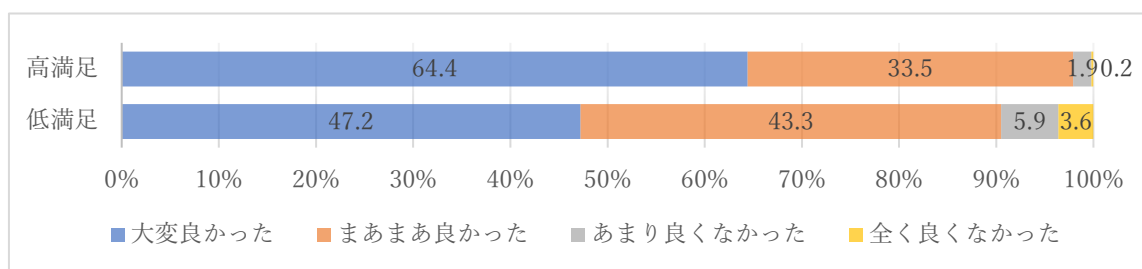
「高満足」と「低満足」の「ランナー盛上げ隊の増設」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「高満足」で「良かった」と回答した人の割合が高かった。

■コースの変更



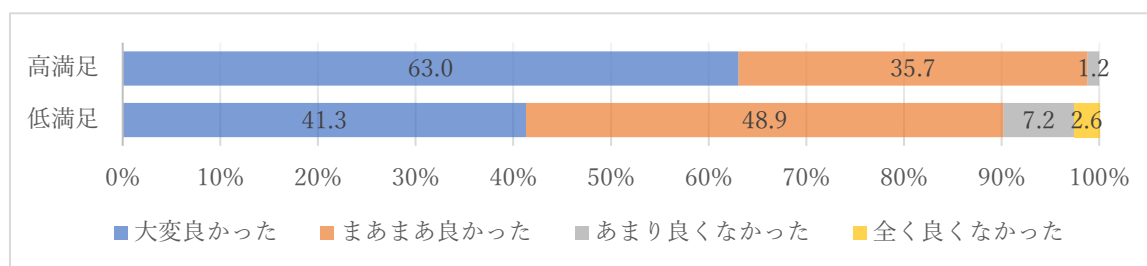
「高満足」と「低満足」の「コースの変更」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「高満足」で「良かった」と回答した人の割合が高かった。

■給水・給食の提供の充実



「高満足」と「低満足」の「給水・給食の提供の充実」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「高満足」で「良かった」と回答した人の割合が高かった。

■SDGs を意識した取り組み



「高満足」と「低満足」の「SDGs を意識した取り組み」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「高満足」で「大変良かった」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

ここでは、テキストマイニングによる頻出語の分析及び階層的クラスターの分析を行った。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だそうとする技術の総称である。（詳細については、「1-3 国内ランナーの大会運営に関する自由記述の分析」を参照）

（1）頻出語の分析

アンケートに協力いただいた海外ランナー（949 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、地名、副詞可能）を対象とした。

■頻出語上位 50 語

抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
受け取り	360	地点	69
荷物	326	預かる	68
ランナー	266	補給	65
完走	224	必要	64
寒い	185	良い	64
時間	185	大会	61
非常	168	長時間	58
タオル	136	混乱	49
マラソン	131	場所	48
改善	126	混雑	46
レース	123	運営	45
トイレ	119	スタッフ	42
配布	110	待機	38
参加	104	提供	38
長い	103	今年	35
待つ	96	コース	34
思う	91	記念	34
ゴール	86	引き取る	33
物資	84	多く	32
並ぶ	82	渡す	32
大阪	78	屋外	31
ブロック	74	少ない	30
メダル	74	感じる	29
スタート	72	天候	29
悪い	69	本当に	29

これらのうち、出現回数が 200 回以上となったのは、「受け取り」、「荷物」、「ランナー」、「完走」の用語であった。

（2）階層的クラスター分析

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

■ クラスタ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	タオル(136)、配布(110)、完走(224)、物資(84)、時間(185)、荷物(325)、受け取り(360)、レース(123)、非常(168)、ランナー(266)、寒い(185)	2,166
クラスター2	スタート(72)、地点(69)、トイレ(119)、少ない(30)	290
クラスター3	参加(104)、マラソン(131)、大阪(78)	313
クラスター4	預かる(68)、場所(48)、ブロック(74)、混雑(46)	236
クラスター5	本当に(29)、スタッフ(42)、今年(35)、記念(34)、多く(32)、大会(61)、提供(38)、運営(45)、感じる(29)、コース(34)、思う(91)、良い(64)	534
クラスター6	長い(103)、待機(38)、天候(29)、渡す(32)、ゴール(86)、メダル(74)	362
クラスター7	補給(65)、屋外(31)、並ぶ(82)、長時間(58)、待つ(96)、悪い(69)、改善(126)、必要(64)、混乱(49)、引き取る(33)	673

() 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:【フィニッシュ後の荷物等の受け渡しのスムーズな運営を】では、タオル(136回)、配布(110回)、完走(224回)、物資(84回)、時間(185回)、荷物(325回)、受け取り(360回)、レース(123回)、非常(168回)、ランナー(266回)、寒い(185回)の用語が確認された。

ここでは、「完走後の物資受け取りの導線を改善してください。完走後は、まずタオルと水を配布すべきで、お菓子などは後回しにすべきです」、「完走後の物資受け取りは先にタオルを配布し、ランナーに保温グッズを最初に提供の方がいいです」、「完走後のタオルもすぐに配布されなかったため、さらに寒さを感じました。加えて、私たちのようにスローペースのランナーたちが完走後、多くの完走記念品がすでに無くなってしまい、十分な数の品を用意していないのが非常に残念でした」、「完走後の物資の配布システムがあまり良くないです。気温が低いから、先にタオルを配ったほうがいいです」、「物資と荷物の受け取りに時間がかかりすぎました。また、寒さが予想される中、タオルは先に配布すべきだったと思います」、「保温用のタオルやメダルを先に配布し、その後に給食や他の物資を配ってもいいと思います」、「完走後の物資配布の順番ですが、そんな寒い中でタオルを先に配るべきです」、「完走後の補給配布プロセスでは、まずタオルを優先的に配布すべきです」、「大会当日は寒かったし、ランナーが薄着で走ることも多いです。しかし、大会側は完走者にすぐにタオルを配布せず、他の記念品が配布された後により早くタオルを渡してくれました」、「完走後は、まずタオルを配布し、選手たちを後ろ側に進ませるように指示するべきです。でないと、みんなが前方に集中してしまいます」、「気温が非常に低く凍えるような寒さだったため、ホットスープのエイドステーションと、タオルを完走後すぐに配布することを強くおすすめします」、「完走後まずタオルを先に配布し、選手の防寒対策を優先した上で補給配布を行うべきです」、「完走後、ランナーの体温が急激に下がり低体温症を起こしやすいため、先に大型タオルを配布してほしいです」、「極寒の中で、完走後に保温の用品が一切提供されず、唯一暖めてくれるタオルも最後で配布されました。私は大阪マラソンに3回参加しました(2015年、2019年、2025年)が、2015年以外の2回(2019年と2025年)のどちらも完走後の手配が混乱の極まりでした」、「寒いので、完走後はまずタオルを配布すべきです」などの記述が多数見られた。

一方で、「雪まで降る悪天候であったにもかかわらず、荷物預かりとレース後の補給の受け取りは非常に混雑し非効率でした。4時間前後で完走したCブロックのランナーとして、レース後はタンクトップとショートパンツのみ

で屋外で約 100 分間待たされて、私の健康に大きなリスクをもたらしました」、「G ブロックランナーの荷物預かり場所はあまり良くて、寒い中 WW HALL の近くのところまで歩いていかなければならないし、そして着替えも WW HALL の中にはありませんでした」、「レース後の荷物受け取りにかかる時間が長すぎます。2 時間以上に並んでようやく自分の荷物を受け取りました」、「大阪城公園は、たくさんの人が集まるときに適切であり、素晴らしいスタート地点ですが、完走したランナーが退場するときに不適切で、良いゴール地点ではありません。レース後に荷物を受け取るために 2 時間も立ったままで待たされて、非常に悪い経験でした」、「総合案内所では中国語の対応もなかったし、荷物の預かりと受け取りやエイドステーションでも、ランナーを効率的にサポートすることができませんでした。荷物の預かりと受け取りは男女別に分けられていましたが、ルールが煩雑で、現場の秩序も乱れていました。選手がゴールしてから、荷物を受け取るまで 2 時間近くかかりました」、「完走後の荷物受け取りは完全に悪夢でした。私は B ブロックのランナーで、荷物預かりは体育館内でしたが、並び列には秩序が悪くて、柔軟性が欠いていました」、「待機時間が長すぎて、マラソンを終えたばかりのランナーにとっては非常に悪い体験でした」、「慈善物資の受け取りの時間が日本ランナーの 3 倍もありました。最もひどかったのは完走後、寒さに震えながら荷物受け取りを待っていました」、「レース後の荷物受け取りの効率が悪かったし、交通案内（方向指示）が明確ではありませんでした」、「レース後の荷物引き取りが非常に残念でした」、「レース後の荷物の受け取りは非常に悪かったです。列がなく、英語でのアナウンスもなく、日本語のみで案内されていました。荷物を受け取るのに 15 時まで待たされ、非常に非効率的でした」、「レース後の荷物受け取りの列が本当に長すぎました。1 時間半もかかってようやく受け取れましたが、その体験は非常に不満でした」などの記述も多数見られた。

クラスター2:【トイレの増設を】では、スタート（72 回）、地点（69 回）、トイレ（119 回）、少ない（30 回）の用語が確認された。

ここでは、「スタート地点の手洗いの数と配置が少なすぎました」、「スタート地点での手洗いが少なく、長蛇の列ができてしまいました。結局、私が手洗いに行かずに我慢して走りました」、「無料の参加 T シャツがなくなり、スタート前の手洗いの配置が少なく、約 1 時間に並ばないといけません」、「スタート地点での手洗いの数が少なすぎます」、「スタート地点のところに多くの手洗いを設置してほしいです」、「手洗いの行列が五、六百メートル以上あります」、「荷物預かり場所もスタート地点から遠く、手洗いの数も不足していました」、「スタート地点の手洗いは、9 時のスタート時間に合わせて閉鎖せずに、すべての選手が出発したまで使えるようにすべきです」、「スタート地点の手洗いが非常に不足で、長蛇の列が出来て辛かったです」、「スタート地点の手洗いが不足しており、長時間の待機で成績にも影響を与えました」、「レースのスタート地点にもっとポータブルトイレがあれば素晴らしいですね」、「トイレの問題は、特にスタート地点やレースの序盤で、ランナーの数に対してトイレの数が非常に少なかったことです」、「スタート地点のブロック区分は再検討してもいいと思います」、「スタート地点にゴミ箱がなかったのが少し不便でした」、「コースの一部が狭いため、複数のスタート時間を設けて参加者を分散させるべきでした」、「EXPO とスタート地点の指示はもっと明白にするべきです」、「スタート地点で待機している時は立ったままで、ウォームアップエリアを設けてほしいです」などの記述が見られた。

クラスター3:【大会運営の賛否を参考に】では、参加（104 回）、マラソン（131 回）、大阪（78 回）の用語が確認された。

ここでは、「日本の大会はもう 11 回目ですが、大阪マラソンの運営にはとてもがっかりしました。もう大阪マラソンには参加しないつもりです」、「来年以降も今年のような運営をしていたら、女性ランナーたちは大阪マラソンに参加する理由がなくなります」、「大阪マラソンに参加したいとか全く思いませんでした。約 30,000 円の参加費も支払ったが、このような運営では全くその値打ちがありません」、「参加費が高すぎる。値段がボストンマラソンよりも高いです。ボストンマラソンは時々割引や複数枚セット価格があるのに、大阪マラソンでは何もありません」、

「今年で3回大阪マラソンに参加するが、前の2回はともいい印象を残したが、今年はこんな酷かったとは。来年また参加するか迷いました」、「今回大会の運営について全体的に残念に思います。今後、大阪で開催されるマラソンには一切参加しないつもりです」、「2024年に参加した私が、友達を誘って2025年の大阪マラソンに参加することを決めた理由の一つは、参加費に含まれていた大会公式Tシャツと7色のランナーストバンドでした。元々は7色のリストバンドを集めたかったのですが、今年が両者ともなくなり、とても失望しています」、「参加費が増加したにもかかわらず、私が大阪マラソンに参加して以来初めて、主催者から公式のミズノTシャツが配布されなかったのは残念です」、「私がもう3年連続して大阪マラソンに参加しましたが（2023年、2024年、2025年）今年は最も失望しました。もう参加するつもりもなく、友人にもお勧めしません」、「次回、大阪マラソンに参加するのは非常に難しいと感じました」、「こんなひどい国際大会は初めてでした。二度と大阪マラソンには参加しないと心に決めました」、「完走後のこの非常に不快な経験が大阪マラソン全体への不満にも繋がります」などの記述が見られた。

一方で、「大阪マラソンは今回で3回目の参加です。オニオンスープは最高でした」、「全体として、特にEXPOの運営は東京マラソンよりもよく組織されていたと感じました」、「全体的に、大阪マラソンはEXPOの日からゴールラインまで非常に良く運営されていました」、「友情と笑顔、そしてマラソンとその準備から得られる新しい体験がとても大切です。大阪マラソンはいつも新しい経験を与えてくれます。また来年参加できることを楽しみにしています」、「今後も大阪マラソンに参加したいと思います」、「すべてのスタッフには感謝しています。大阪マラソンは素晴らしい大会です」などの記述も見られた。

クラスター4：【ブロックの有効な活用を】では、預かる（68回）、場所（48回）、ブロック（74回）、混雑（46回）の用語が確認された。

ここでは、「ABCブロックが混雑して、1時間以上ストレッチもできず、体感が悪くなる一方です」、「私はBブロックのランナーで、荷物預かりは体育館内でしたが、並び列には秩序が悪くて、柔軟性が欠いていました。すでにブロックを分けて荷物を預けているのに、なぜ受け取りもブロックごとに分けませんでしたか」、「会場に入ったらCブロックの荷物受け取りまでまた45分かかって、他のブロックのランナーがすでに荷物を受け取ったのにそのブロックのスタッフが立ったままで列の誘導に回りませんでした。たくさんの人が不満と感じました」、「会場は左から右にA→Cという順番のはずなのに、入り口ではAブロックのランナー達に右に行くように指示し、Cブロックのランナーにそのまま中に入るように指示しました。案の定、会場内で皆が交じってしまって、うまく並べなかったです」、「今年Gブロックがとても混雑していたので、自分の成績を考慮したらより前方のブロックに配属されるべきではと思います」、「今年、A、B、Cブロックの補給の受け取りはちょっと混乱していました。去年Gブロック所属で、荷物預かりエリアは屋外ですが受け取るのはもっと早かったです」、「今年、私はGブロックに配置されて、混雑のため最初の5キロメートルですでに5分以上遅れた結果、台湾SUB310を目指すことを断念しました」などの記述が見られた。

クラスター5：【スタッフの対応の賛否を参考に】では、本当に（29回）、スタッフ（42回）、今年（35回）、記念（34回）、多く（32回）、大会（61回）、提供（38回）、運営（45回）、感じる（29回）、コース（34回）、思う（91回）、良い（64回）の用語が確認された。

ここでは、「今回大会の運営について全体的に残念に思います」、「私にとって、2018年以前の大阪マラソンは本当に感動的なマラソン大会で、コロナ後の大阪マラソンは年々悪くなっていると感じます」、「ミズノが提供するグッズの品質と数量には、改善の余地があります」、「ワールドマラソンメジャーズ（WMM）は確かにもっと高額かつ提供されるものも少ないかもしれませんが、他の多くのマラソン大会では最低でもタンクトップやイベントTシャツが配布されています」、「将来的には、ランナーのためにハーフマラソンを追加し、もっと多くの無料記念品を

提供してほしいです」、「寒さが予想される場合、大会側が更に防寒対策（温かい食べ物・飲み物の提供）をしていただけないでしょうか」、「完走後、先に防寒用品を提供してほしいです」、「体調を崩さないように保温の衣類を優先的に配布し、同時に終点に温かい給食給水を提供するブースを増やしてほしいです」、「ゴール後にポンチョやブランケットが提供されるべきでした」、「フィニッシャーT シャツをぜひ提供してください」、「外国人のためにもっと英語を話せるスタッフやボランティアが必要です。助けを求めるためにスタッフからスタッフへとたらい回しにされるのが非常にきつかったです」、「会場には英語が話せるスタッフがいなくて、とても困りました」、「スタッフは大変だったかもしれないが、正しい情報が伝わっていませんでした」、「私がもう3年連続して大阪マラソンに参加しましたが（2023年、2024年、2025年）今年は最も失望しました」、「今年は昨年よりもひどかったです」、「今年の運営は昨年よりもはるかに混乱していました」、「記念品の品質もあまり良くありませんでした」、「今年は記念T シャツがなくて少し残念でした」、「寒い中、記念品を受け取るために20分以上も並ばなければならず、記念品自体も特に魅力的ではありませんでした」などの記述が見られた。

一方で、「とても良かったと思います。スタッフの皆さん、本当にお疲れ様でした」、「主催者、全てのスタッフ、ボランティア、応援して下さった皆様に感謝し、私の初マラソン体験が非常に良かったです」、「ボランティアやスタッフの皆さんのご努力に感謝します」、「全体的には満足していて、全てのスタッフの尽力に感謝しています」、「ようやく今年当たって参加できたが、こんな悪い経験でした。それでも最後にはすべてのスタッフに感謝しています。スタッフの皆さんは素晴らしかったです。あなたたちのせいではありません」などの記述も見られた。

クラスター6：【天候に配慮したフィニッシュ後のスムーズな対応を】では、長い（103回）、待機（38回）、天候（29回）、渡す（32回）、ゴール（86回）、メダル（74回）の用語が確認された。

ここでは、「異常気象への対応が不十分で、ゴール地点も混乱していました。寒さだけでなく、私も完走メダルを受け取れませんでした」、「ゴール後、メダルを受け取るために外で長時間並んでいたため、皆濡れて寒くなってしまいました。ゴールラインにはアルミのブランケットを準備して、ランナーが暖を取れるようにしてください」、「アイテムを事前にパッケージしておき、ランナーがゴール後にすぐに受け取れるようにすべきです。もっとしっかりした運営が必要だと思います」、「完走メダルを受け取る際にもスムーズな対応をお願いしたいです。東京マラソンを参考にいただければと思います」、「メダルはゴール地点を通過した後すぐに渡してくれるべきです」、「ゴール後メダル授与の列が混雑して待ち時間が長すぎました。その上で寒くて体温が下がってしまい、体調が悪かったです」、「ゴール後すぐにメダルを胸に掛けてくれなかったことは少し残念でした」、「寒いから、ゴール地点からメダルを受け取る場所までの道のりが長すぎて、周りの人たちがみんな寒さに震えていました」、「ゴール後、スタッフがメダルをかけてくれなくて、自分で取りにいかねばなりません」、「ゴール後、食べ物やメダルを受け取るために非常に長い行列ができていました」、「ランナーはゴールのプレゼントを受け取るまで、冷たい風の中で長い間待たなければなりませんでした」、「長い待ち時間のせいでたくさんの人が体調を崩しました」、「主に人の流れの導線が長すぎて遅すぎるため、移動が非常に不便です。安全を考慮しつつ、緊急避難通路を開放することを検討してほしいです」、「2月の天候は非常に寒いです。すべてのランナーが同じ場所でアイテムを受け取るため、待機時間が長すぎます」、「レース後に寒い天候の中でランニングバックを受け取るために待機することは、ランナーの健康にとって良くありませんでした。ランナーが暖を取る選択肢がなく、皆が長時間動かずに寒さに耐えなければならぬ状況でした」などの記述が見られた。

クラスター7：【待ち時間のないスムーズな導線の改善を】では、補給（65回）、屋外（31回）、並ぶ（82回）、長時間（58回）、待つ（96回）、悪い（69回）、改善（126回）、必要（64回）、混乱（49回）、引き取る（33回）の用語が確認できた。

ここでは、「外で長時間並ばなければならず、寒い天候の中で暖かい服もなく待つのは危険でした。非常に改善が

必要です」、「私は大阪マラソンに 2012 年、2023 年、2025 年と参加しましたが、今回が最も悪い経験となりました。運営側はこれらの手続きや人の導線を改善する方法を再考する必要があると思います」、「長蛇の列、長時間の待機、大きな混乱があり、大阪城ホールの外でランナーたちは寒さの中、荷物受け取りの列で苦しんでいました。ぜひこの点を改善してください」、「全体的には素晴らしい体験でしたが、レース後の荷物の受け取りに長時間待たされました。プロセスは混乱しており、案内が不明確で、引き取りカウンターも少なすぎました」、「寒い天候のため、ランナーはタオルを受け取るまで長時間待たなければならませんでした」、「今年は本当に長時間待ちました」、「始める前に 40 分も並びました」、「すべてが寒い中で行われ、健康面でとても危険でした。改善の優先度は非常に高いです」、「ほとんどのランナーが完走後心身ともに疲労している状態にも関わらず、屋外で風に吹かれながら長時間並ばされました」、「待機時間が長いと、もっとスピーディーに対応できるよう改善が必要です」、「ランナーは大阪城ホールの外と中で長時間並ばなければならないので、改善が必要です」、「ランナーが長距離を歩いて補給を受け取らせるのはよくないです」、「大会の補給受領のシステムがひどすぎます」、「完走後の補給の受け取り方を改善してください」、「前半の荷物預かりやコースの体験は良かったし、途中の補給も充実していました。しかし、完走後の荷物受け取りは一番悪かったです」、「ABC ブロックは室内でもこんなに混乱していて、屋外で荷物預けたランナーたちはもっと辛かったでしょう」、「大阪の気温が非常に低かったため、屋外の寒風の中で並ばされたことに非常に不快な思いをしました」、「(スタート前の待機場所について) A、B、C ウェーブは屋内に配置され、E、H、G、女性ランナーは屋外に配置されています。次に、スタートラインが遠すぎて、非常に混雑していました」、「完走後の荷物受け取りも長蛇の列で 1 時間半も並ぶことになり、屋外の寒さで凍え死にそうでした」、「マラソンを完走した者にとって、1 時間も屋外で物資を受け取るために並ばされたのは過酷です」、「混雑の管理が不十分で、荷物の引き取りに長い行列ができ、効率的ではありませんでした。大きな改善が必要です」、「レース後の荷物引き取り (C グループ) は長時間の行列になりました」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

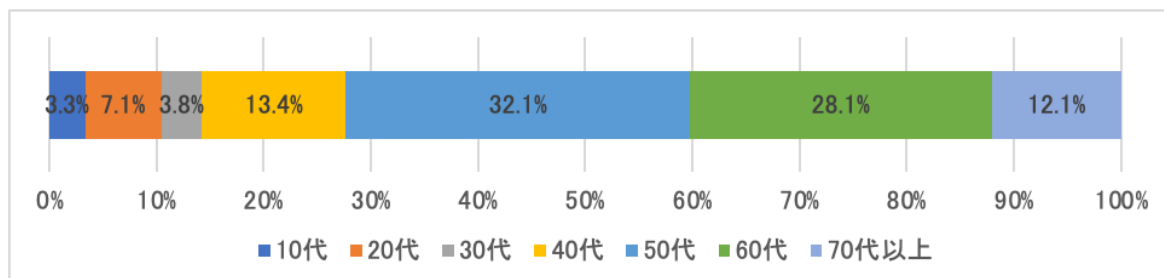
回答：871

※ここで言う前回とは、2024 年の第 12 回大会のことである。

※グラフは統計上 100%にならない箇所がある。

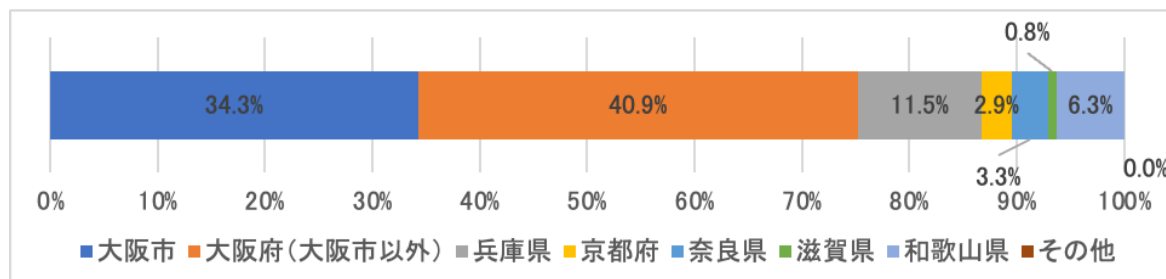
(2) 自分自身について

■年齢（年代）



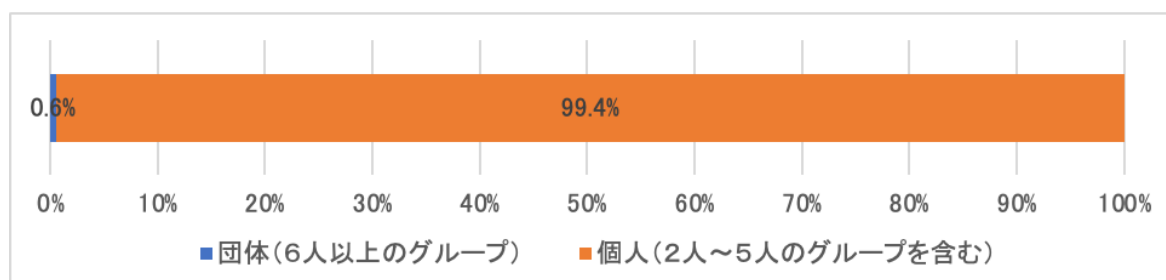
年齢（年代）については、「50代」が 32.1%（前回：30.1%）、「60代」が 28.1%（前回：21.3%）、「40代」が 13.4%（前回：12.5%）と年齢層が高い人の参加が多い傾向にある。「20代」が 7.1%（前回：11.9%）増加傾向にあった若者のボランティアが減少傾向にある。

■お住まいのエリア



居住地域では、大阪府（大阪府以外）が 40.9%（前回：39.6%）、大阪市が 34.3%（前回：36.5%）と、近隣地域からであり、前回とほとんど変わらない。

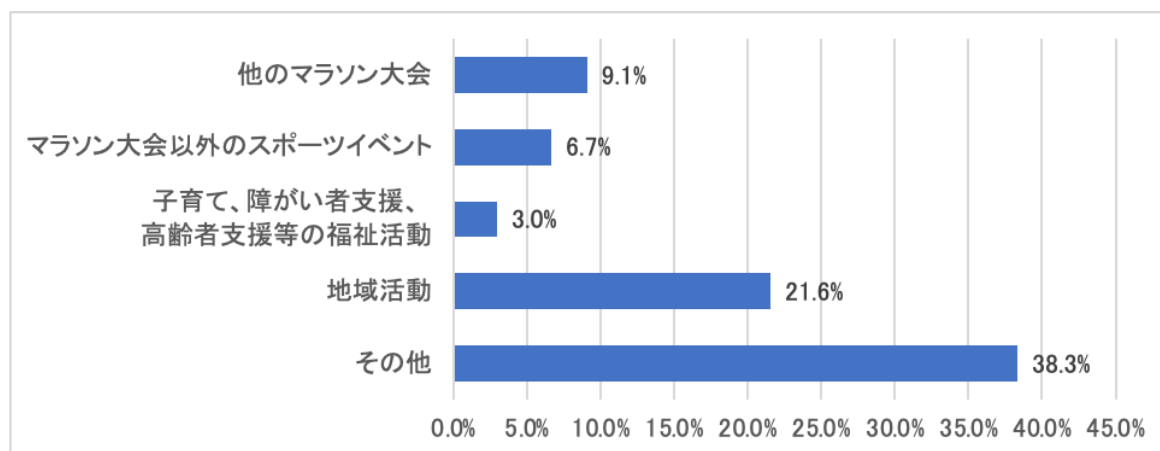
■申込区分



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 99.4%（前回：75.2%）、団体（6 人以上のグループ）が 0.5%（前回：24.8%）と、個人での参加が増加している。

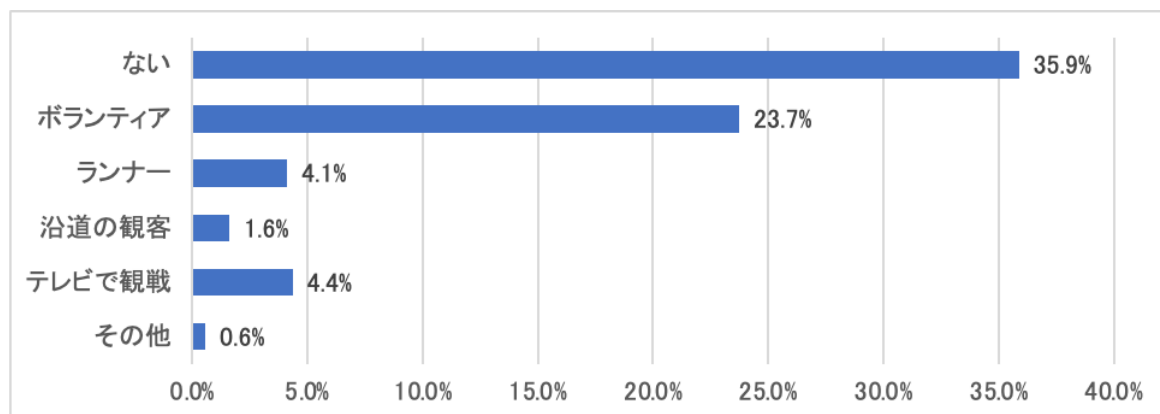
(2) 大阪マラソンのボランティアについて

■大阪マラソン以外のボランティア活動の参加の有無（複数回答可）



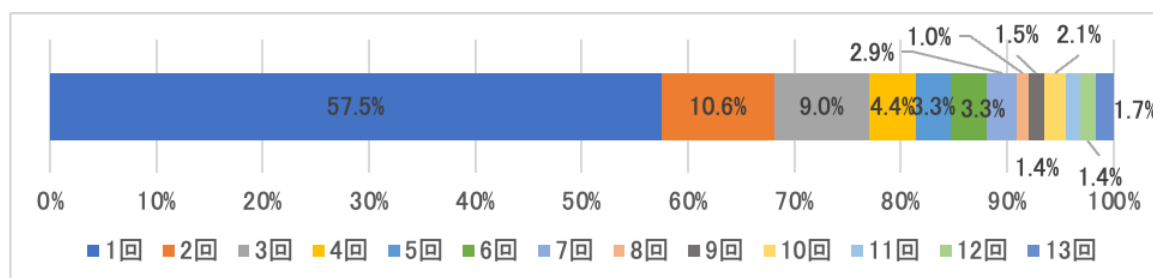
大阪マラソン以外のボランティア活動の参加の有無について、「地域活動」が 21.6%（前回：32.7%）と最も多く、地域でのボランティア経験が大阪マラソンのボランティアに繋がっている。また、「他のマラソン大会」が 9.1%（前回：18.4%）、「マラソン大会以外のスポーツイベント」が 6.7%（前回：18.4%）から、今回はボランティア経験の少ない人が多く参加している傾向にある。

■これまでの大阪マラソンとの関わり（複数回答可）



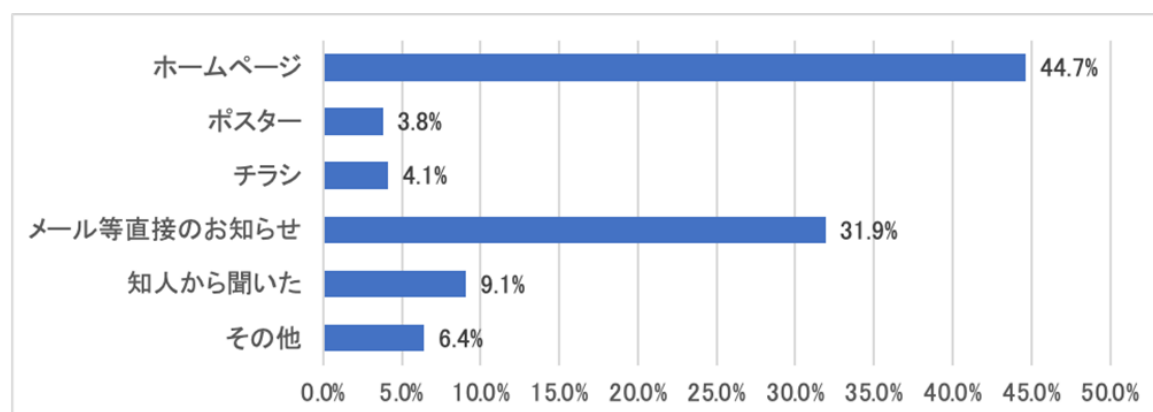
これまでの大阪マラソンでの関わり方について、「ボランティア」が 23.7%（前回：59.4%）と前回より減少している。一方で、「ない」と答えた人が 35.9%（前回：25.7%）と増加し、大阪マラソンのボランティアを初めてする人の方が上回った。

■大阪マラソンのボランティア参加経験



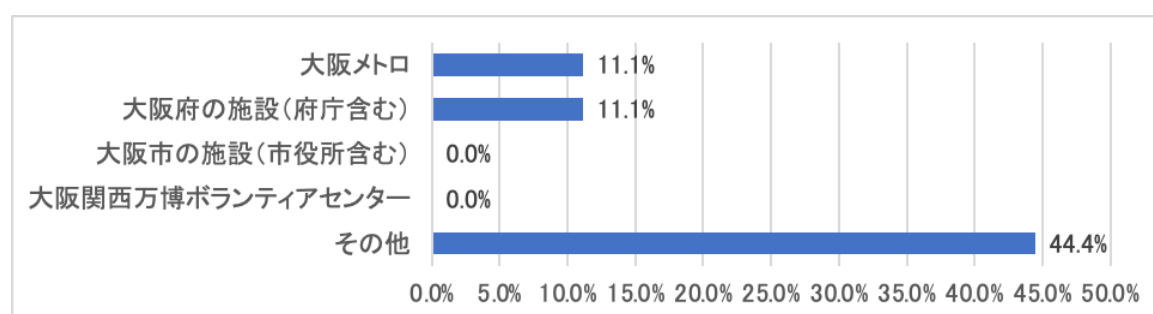
今回を含めた大阪マラソンのボランティア参加経験は、今回が初めてとなる「1回」が57.5%（前回：42.9%）と、前回よりも増加している。2回目以上の参加者が、42.5%（前回：57.1%）と、4割近くの人がリピーターとして参加している。

■募集のきっかけ



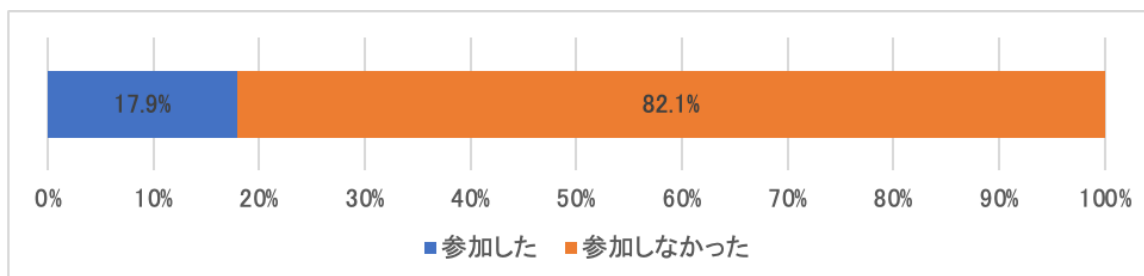
ボランティアの募集を知った情報について、「ホームページ」が44.7%（前回：42.0%）と最も多く、広報活動に有益であると考えられる。また、「メール等直接のお知らせ」が31.9%（前回：21.0%）と、前回よりも増加しており、直接お知らせ等を送る方法も有益であることが考えられる。

■チラシの入手場所



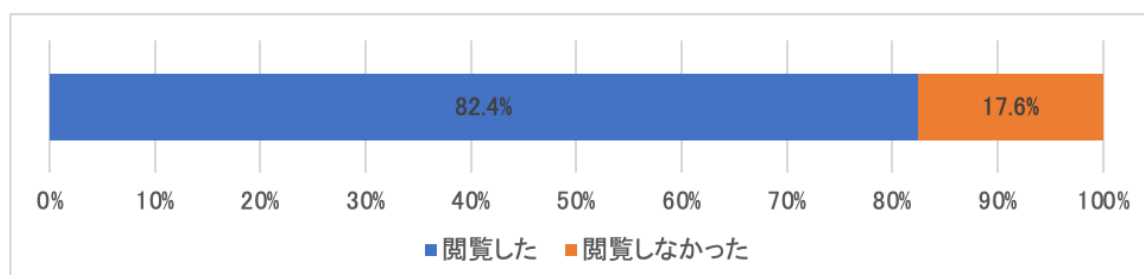
チラシの入手場所として、「大阪メトロ」が11.1%、「大阪府の施設（府庁含む）」が11.1%であった。

■事前のボランティア説明会の参加



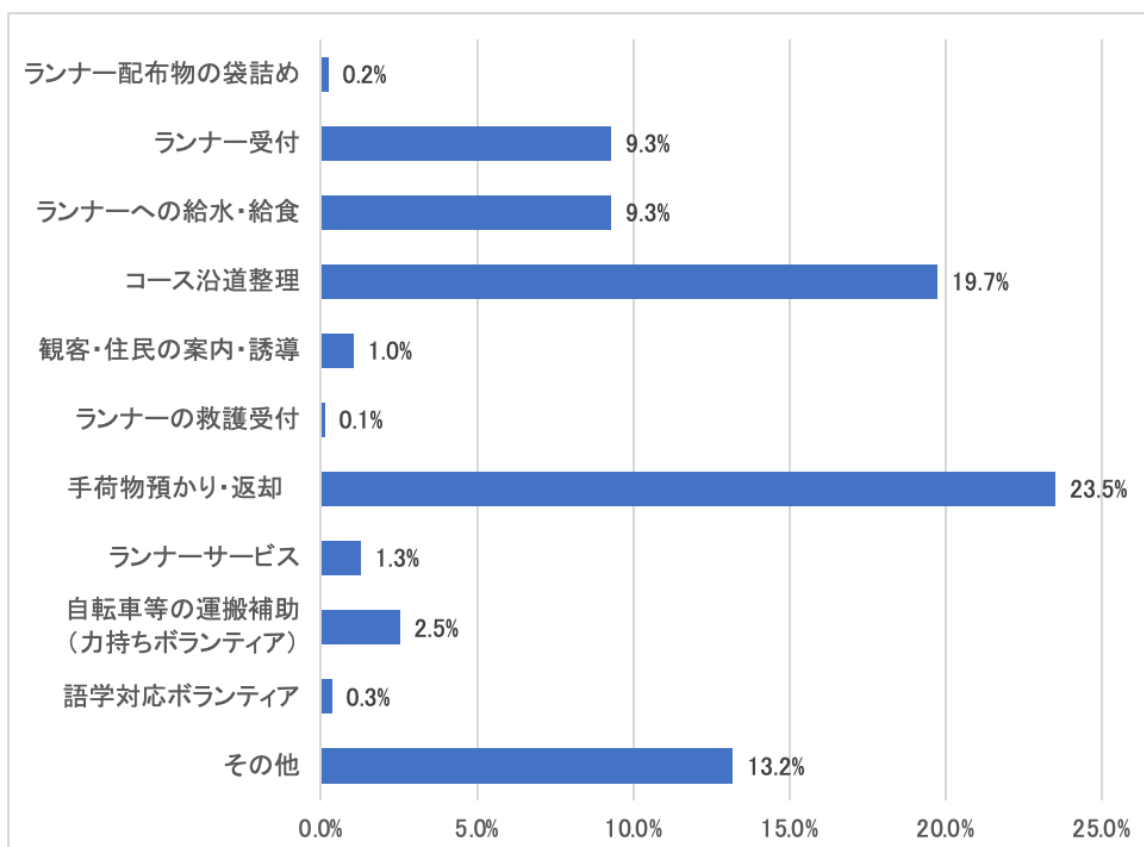
事前のボランティア説明会の参加は、「参加した」が17.9%であり、全体の2割近くの人しか対面でのボランティア説明会に参加していない。

■YouTubeによる説明会の閲覧



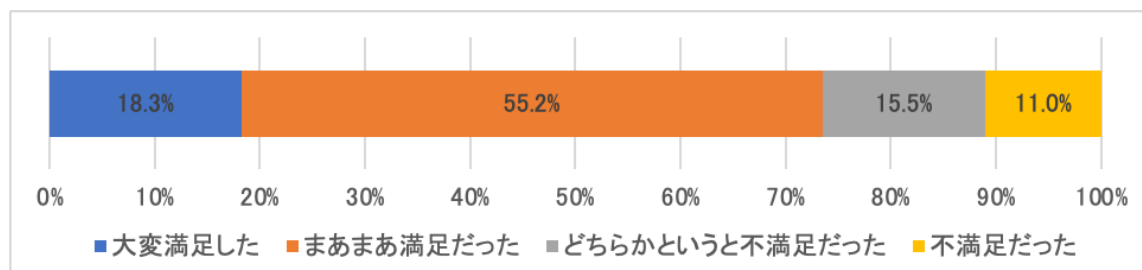
YouTubeによる説明会の閲覧は、「閲覧した」が82.4%であり、全体の8割を占めている。事前の説明会の参加が難しい人でも、YouTubeであると自分の好きなタイミングで視聴ができることもあり、説明会の方法として有効である。

■活動内容（複数回答可）



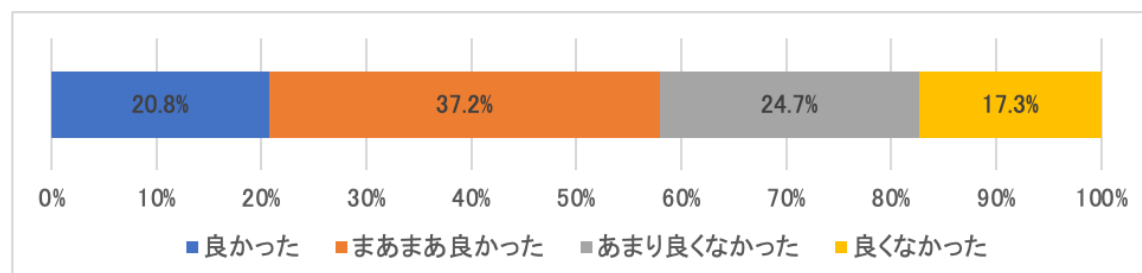
ボランティアの活動内容については、「手荷物預かり・返却」が 23.5%（前回：28.0%）、「コース沿道整理」が 19.7%（前回：40.0%）、「ランナー受付」が 9.3%（前回：28.9%）、「ランナーへの給水」が 9.3%（前回：24.5%）であった。ランナーと接触があるボランティアが回答している傾向にある。

■活動内容の満足度



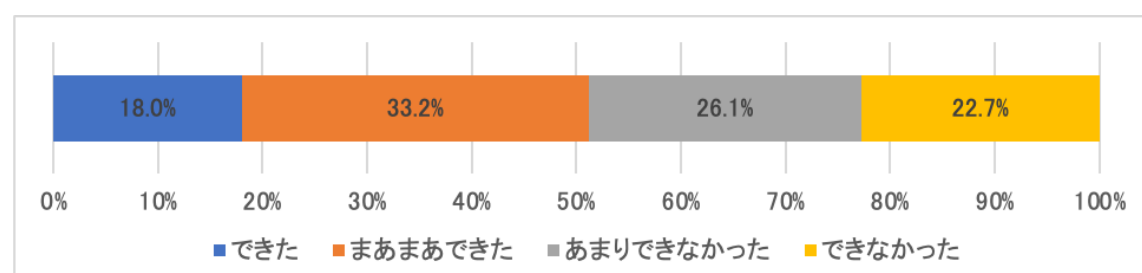
ボランティア活動内容の満足度について、「大変満足した」が 18.3%（前回：30.0%）、「まあまあ満足した」が 55.2%（前回：56.8%）と、7 割近くの人がボランティア活動の内容に満足しているが、前回と比べると満足度は低くなったといえる。

■ボランティアのスタッフによるサポート



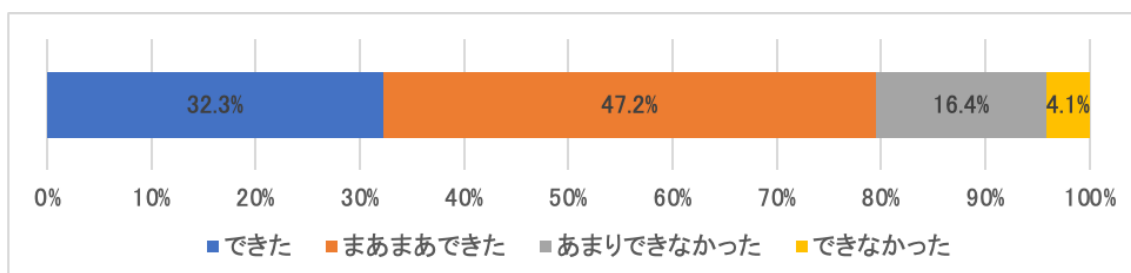
ボランティアのスタッフによるサポートについて、「良かった」が 20.8%（前回：31.2%）、「まあまあ良かった」が 37.2%（前回：44.0%）と、6 割近くの人が良かったと感じている。一方、4 割近くの人が良くなかったと感じているため、その内容を把握し、改善していく必要があると考えられる。

■ランナーとの交流



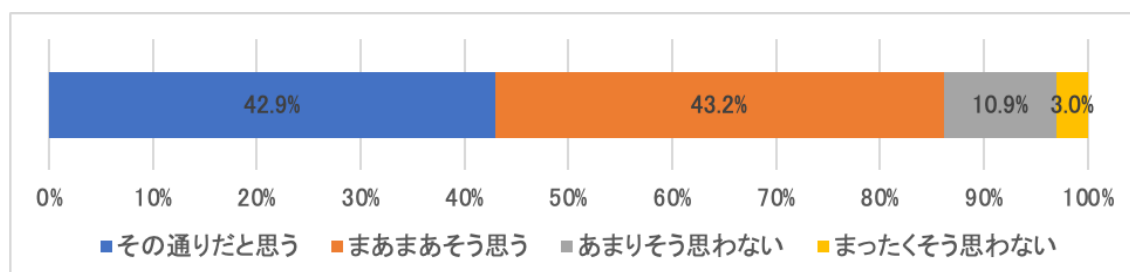
ランナーとの交流について、「できた」が 18.0%（前回：29.4%）で、「まあまあできた」が 33.2%（前回：35.2%）と、5 割のボランティアがランナーとの交流ができたと感じている。一方で、48.8%のボランティアはランナーとの交流ができておらず、活動内容も含めて再考する必要がある。

■ボランティア同士の交流



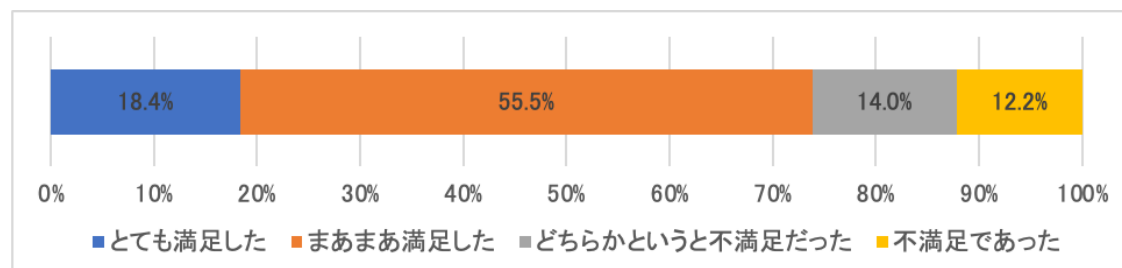
ボランティア同士の交流について、「できた」が 32.3% (前回: 40.6%)、「まあまあできた」が 47.2% (前回: 39.9%) と、前回大会と同様に 8 割近くの人が交流することができたとしている。大阪マラソンのボランティアのリピーターになるためには、ボランティア同士の交流が重要であると考えられる。

■ボランティアは「活動のチャリティ」と言われていることについて



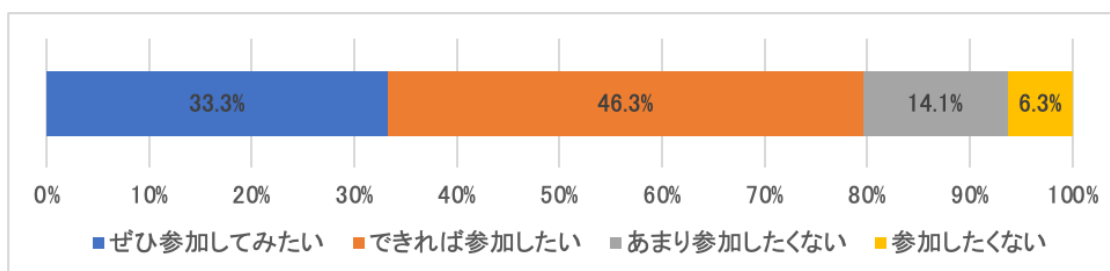
チャリティマラソンとしての大阪マラソンでは、ボランティア活動も「活動のチャリティ」と捉えている。そのことについて、「その通りだと思う」が 42.9% (前回: 47.3%)、「まあまあそうだと思う」が 43.2% (前回: 44.6%) と、前回と同様に 9 割近くのボランティアが同意している。

■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 18.4% (前回: 30.0%)、「まあまあ満足した」が 55.5% (前回: 55.6%) と、7 割近くの人が満足していると感じているが、前回に比べて満足度は低くなったといえる。

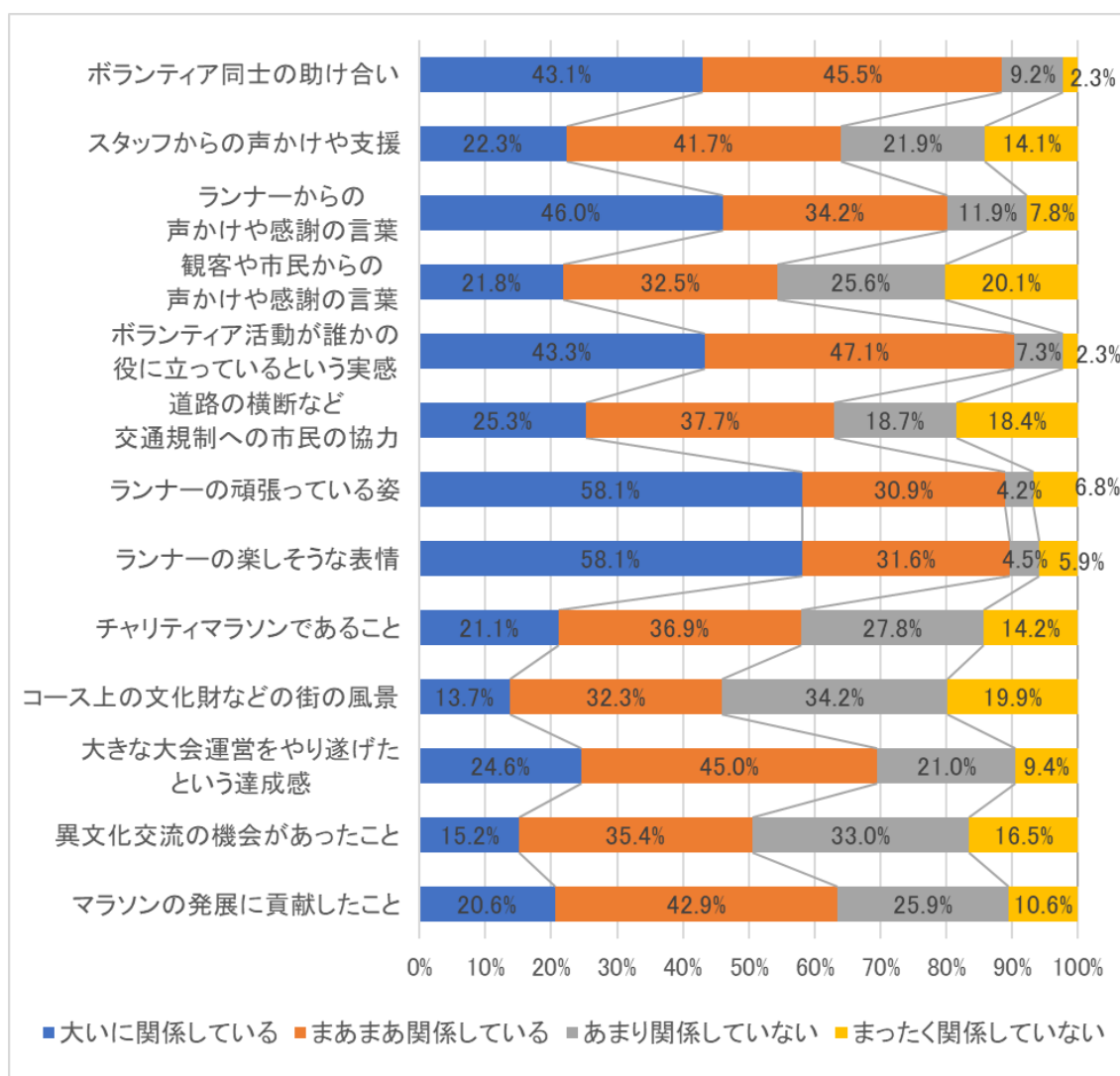
■来年度の参加意欲



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 33.3%（前回：42.2%）、「できれば参加したい」が 46.3%（前回：45.5%）と、8 割近くの人が次回も大阪マラソンのボランティアとして参加を希望しているものの、前回よりは減少している。

大阪マラソン 2025 の運営について

■大阪マラソン 2025 でボランティアをして、何に感動し、元気づけられ、こころの豊かさを感じたか



今回、大阪マラソン 2025 でボランティアをして、何に感動し、元気づけられ、こころの豊かさ（Well-Being）を感じたかについて聞いてみた。（「大いに関係している」を SF、「まあまあ関係している」を WF とする）。

- ⑭ 「ボランティア活動が誰かの役に立っているという実感」は 90.4% (SF : 43.3%、WF : 47.1%) と、ボランティアとしての基本的な価値観に Well-Being を感じているといえる。
- ⑮ 「ランナーの楽しそうな表情」は 89.7% (SF : 58.1%、WF : 31.6%) と、ランナーと感情を共有することによって、感動している。
- ⑯ 「ランナーの頑張っている姿」は 89.0% (SF : 58.1%、WF : 30.9%) と、ランナーに自己を投影し、身体を通して元気をもらっている。
- ⑰ 「ボランティア同士の助け合い」は 88.6% (SF : 43.1%、WF : 45.5%) と、ともに活動するボランティアへの協働に、Well-Being を感じている。
- ⑱ 「ランナーからの声かけや感謝の言葉」は 80.2% (SF : 46.0%、WF : 34.2%) と、ランナーの反応、とりわけ「ありがとう」などの感謝の言葉に、Well-Being を感じている。
- ⑲ 「大きな大会運営をやり遂げたという達成感」は 69.6% (SF : 24.6%、WF : 45.0%) と、主催者側の立場にたった当事者意識をもって、ボランティア活動にあたっていて、その主体的な取り組みに対して Well-Being を感じている。
- ⑳ 「スタッフからの声かけや支援」は 64.0%と、ボランティアをサポートしてくれるスタッフの声かけは、それほど元気づけられる要素とはなっていないといえる。ただ、年齢 10～40 代で、このことに積極的に賛同する傾向にあった。
- 21 「マラソンの発展に貢献したこと」は 63.5%と、マラソンの発展に貢献したとはあまり考えておらず、抽象度が高く、実感を伴っていないところが、このような結果となっていると思われる。
- 22 「道路の横断など交通規制への市民の協力」は 63.0%と、自分たちもボランティアとして協力しているという意味において、あまり感動的なものとはなっていないといえる。
- 23 「チャリティマラソンであること」は 58.0%と、ボランティア自体が活動のチャリティであるので、このこと自体への感動はあまりないといえる。
- 24 「観客や市民からの声かけや感謝の言葉」は 54.3%と、あくまでランナーのためのボランティア活動であるので、観客や市民からの声かけは、こころを動かすようなものにはなっていないといえる。
- 25 「異文化交流の機会があったこと」は 50.6%と、実際に異文化交流がなかったことも含めて、ボランティア活動にそのことを求めていることの表れではないかと思われる。
- 26 「コース上の文化財などの街の風景」は 46.0%と、最も少なく、ボランティア活動をする上では、あまり意味を持たないといえる。

3-2. ボランティアの特性別意識の違い

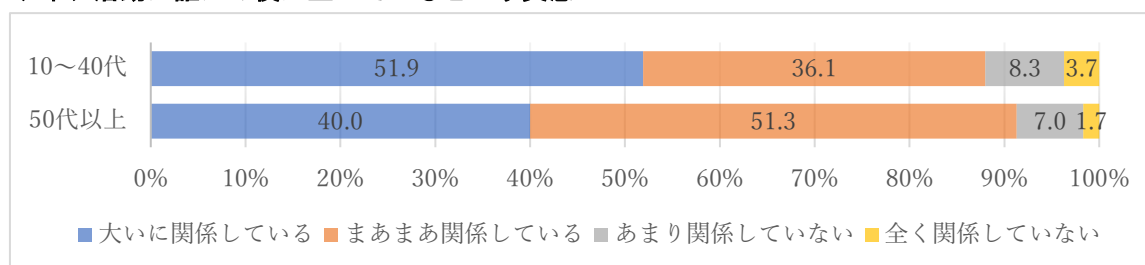
(1) ボランティアの特性による Well-Being を感じる違い

「大阪マラソン 2025 で、何に感動し、元気づけられ、こころの豊かさを感じたか」についての 13 項目を「大いに関係している」から「まったく関係していない」までの 4 段階で評価してもらった。その 13 項目の評価について、ボランティアの特性別（①年齢、②大阪マラソンのボランティア参加回数、③ボランティアをとしての満足度）にクロス分析を行った。統計処理には SPSS30.0J を使い、カイ 2 乗検定により、有意水準は 1%未満とし、有意差のあるものを以下に表示する。

① 年齢別

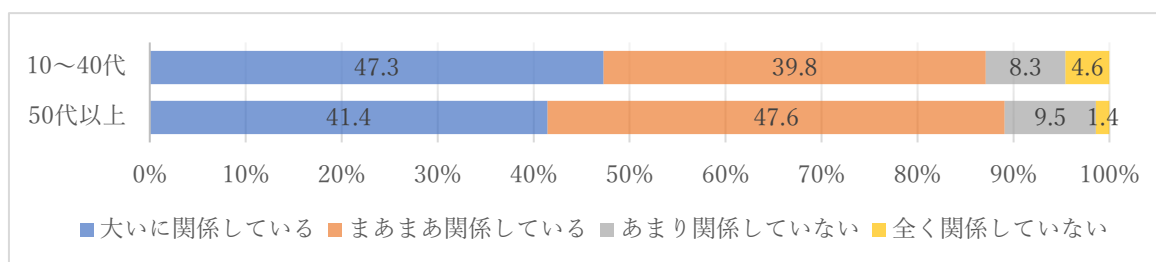
ボランティア参加者を「10～40 代（241 名）」と「50 代以上（630 名）」に分類し、大阪マラソン 2025 のボランティアで Well-Being を感じている項目の回答の割合の差を比較した。

■ボランティア活動が誰かの役に立っているという実感



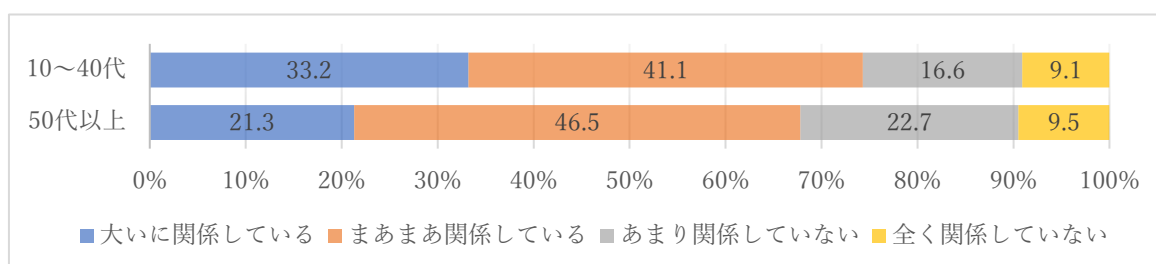
「10～40 代」と「50 代以上」の「ボランティア活動が誰かの役に立っているという実感」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「10～40 代」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ボランティア同士の助け合い



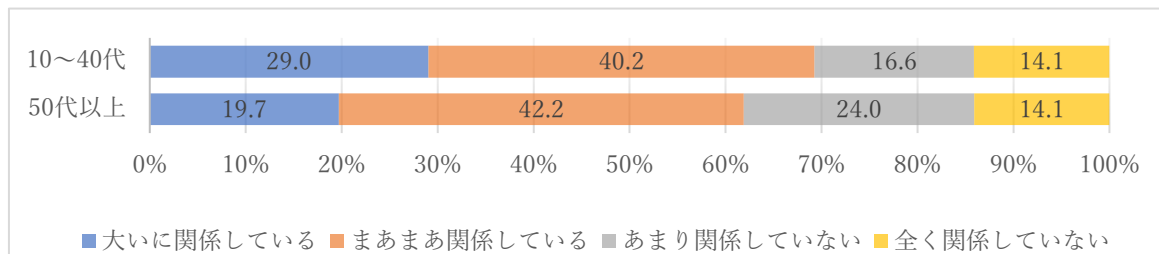
「10～40 代」と「50 代以上」の「ボランティア同士の助け合い」に対する回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「50 代以上」で「まあまあ関係している」と回答した人の割合が高かった。

■大きな大会運営をやり遂げたという達成感



「10～40代」と「50代以上」の「大きな大会運営をやり遂げたという達成感」に対する回答の割合に有意な差（ $p<0.01$ ）がみられ、「10～40代」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■スタッフからの声かけや支援



「10～40代」と「50代以上」の「スタッフからの声かけや支援」に対する回答の割合に有意な差（ $p<0.01$ ）がみられ、「10～40代」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

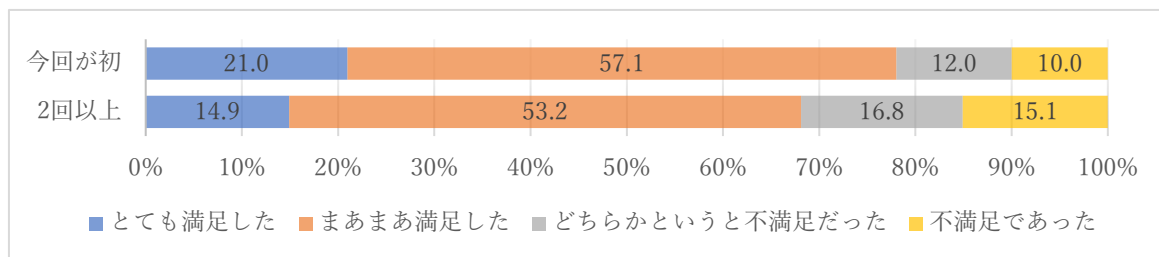
② 大阪マラソンのボランティア参加回数別

ボランティアの大阪マラソン参加回数を「今回が初めて（501名）」と「2回以上（370名）」の2群に分類し、大阪マラソン2025のボランティア活動にWell-Beingを感じている項目の回答の割合の差を比較したが、有意差がある項目はなかった。

③ 大阪マラソン2025の満足度

「大阪マラソン2025のボランティア活動に満足されましたか」という質問に対して、「満足した」、「まあまあ満足した」と回答した人を「高満足（643名）」、「どちらかというの不満足だった」、「不満足だった」と回答した人を「低満足（228名）」に分類し、大阪マラソン2025のボランティア活動にWell-Beingを感じている項目の回答の割合の差を比較した。13の項目すべてで、「高満足」群が「大いに関係している」とした人の割合が高かった。

また、その満足度と大阪マラソンのボランティア参加回数についてクロス分析したところ、



「今回が初めて」と「2回以上」の「大阪マラソン2025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

ここでは、テキストマイニングによる頻出語の分析及び階層的クラスターの分析を行った。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だそうとする技術の総称である。（詳細については、「1-3 国内ランナーの大会運営に関する自由記述の分析」を参照）

（1）頻出語の分析

アンケートに協力いただいたボランティア（871 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、地名、副詞可能）を対象とした。

■頻出語上位 50 語

抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
ボランティア	512	事前	74
ランナー	343	マラソン	72
思う	309	分かる	69
リーダー	297	改善	66
荷物	269	案内	63
運営	242	連絡	61
時間	160	見る	59
場所	153	来る	59
参加	149	配置	57
説明	148	必要	57
当日	123	受付	55
集合	121	出来る	55
活動	110	行く	54
担当	107	大変	53
大会	106	聞く	52
スタッフ	104	預かる	50
感じる	97	メール	49
今回	96	大阪	49
指示	95	来年	49
多い	88	メンバー	48
返却	85	マニュアル	46
言う	84	考える	46
良い	83	誘導	46
トイレ	81	内容	43
対応	76	経験	41

これらのうち、出現回数が 200 回以上となったのは、「ボランティア」、「ランナー」、「思う」、「リーダー」、「荷物」、「運営」、の用語であった。

（２）階層的クラスター分析

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

■クラスター分析による語の分類

クラスター番号	構成する用語	出現数の合計(回)
クラスター1	時間(160)、場所(153)、集合(121)	434
クラスター2	案内(63)、メール(49)、来る(59)、行く(54)事前(74)、説明(148)、当日(123)、内容(43)、活動(110)、連絡(61)	784
クラスター3	マラソン(72)、大阪(49)	121
クラスター4	トイレ(81)、誘導(46)	127
クラスター5	スタッフ(104)、感じる(97)、受付(55)、多い(88)、良い(83)、経験(41)、言う(84)、聞く(52)、大変(53)、担当(107)、今回(96)、メンバー(48)、マニュアル(46)、考える(46)、指示(95)、配置(57)、見る(59)、必要(57)、出来る(55)、対応(76)、分かる(69)	1,468
クラスター6	大会(106)、ランナー(343)、運営(242)、ボランティア(512)、リーダー(297)、思う(309)、参加(149)	1,958
クラスター7	預かる(50)、荷物(269)、返却(85)、改善(66)、来年(49)	519

() 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：【集合場所と時間の見直しを】では、時間（160 回）、場所（153 回）、集合（121 回）の用語が確認された。

ここでは、「事前にいただいた説明会の資料には、当日集合する場所・時間の記載がなく、問い合わせ対応が必要であった。実際、問い合わせで回答いただいた集合場所・時間は、資料に記載されておらず、動画でも述べられていなかった」、「集合場所だけでなく、整列方法なども決めて事前に案内するべきかと思った」、「集合場所に行ったが誰が指揮を取ってくれるのか分からず大変困った」、「集合時間が 9 時になったが活動の時間は 14 時ぐらいだったので時間がもったいないと思います。集合時間を後ろに調整したほうがいいと思います」、「早い集合時間だったにも関わらず、給水のカゴ車を 30,40 分は待ったと思う。それなら、もう少し集合時間を遅めでも良かったと思う」、「当日集合してから 40 分以上待たされる。挙句活動場所に移動後 2 時間することがない。それなら後半の集合時間をもう少し考えるべき」、「メールの集合場所時間の間違い、ハガキの当日集合場所も明らかに手違いがあった」、「当日の担当場所と ウェアーと帽子を受け取りに行った時に集合場所の場所と時間など書かれた用紙をいただき、当日にいきましたが、書かれていた給水 1 の方々はチーム参加なので、私の名前もありませんでした」、「運営の不手際、活動時間の正確時間、集合場所のわかりにくさ、不満が多かった」、「全体的に段取りが悪い。集合時に時間前でもチーム番号表示すべき。運営の人が時間通り来ず待たされた」、「点呼表に休憩時間の振分けもあらかじめ書いておいて欲しいです」、「集合場所にその場所を仕切る人、指示をする人がいなかった。そのため集合時間に集合場所へ行ったが、誰の元で何をすれば良いか全く分からなかった」、「運営者からの連絡メールがなかなか来ないし、当日の集合場所や、時間を尋ねても返信が無く当日参加の集合場所の連絡もあやふやで失望しました」、「なぜこんなに対応と準備が出来ていないのかびっくりしました。集合場所に行ったら自分たちの名前が載っていない。まあいいかと言って名前を書いていた。誰がブロックの担当か全く分かっていない。来年は絶対にボランティアに参加

しない」、「スタッフの指示待ちで集合場所にはやく来てもなかなか活動ができなかった」、「指定の場所に集合したが、全く表示もなく、集合場所がわからなくて、時間を無駄にしたと感じた」などの記述が見られた。

クラスター2：【活動の丁寧で十分な説明を】では、案内（63回）、メール（49回）、来る（59回）、行く（54回）事前（74回）、説明（148回）、当日（123回）、内容（43回）、活動（110回）、連絡（61回）の用語が確認された。

ここでは、「事前説明（YouTube 動画）の際に、どの活動内容の人が対象になるかをはっきり分かりやすくして欲しかったです。例えばこの説明は国内いろはにほへと、一般男子の方が対象の内容です。など伝えてくださると、よりそこを重点的に動画が見られたと思います」、「説明会が直前でオンラインに変更になる。予定をわざわざ空けていたこちらの都合はどうなるのか。ウェアを引き取った時必要なカードを渡されない」、「案内のメールも全く理解に苦しむ内容でした。当日の従事に関しても責任者やリーダーから何の説明もなくボランティアだけで話し合いなんとか準備をし、臨機応変に協力しながらやり遂げた感じです」、「説明会、活動場所などの連絡が遅すぎて、予定がつかみませんでした」、「説明会の日程なども、二転三転して予定を組むのに大変でした。説明会に参加されていた人も、かなりご立腹されていた」、「ボランティアに対する説明が十分にされていない。（ハガキを送った、メールを送ったというだけ）」、「説明会がぎりぎりになって開催されなかった（経費の節約?）」、「前日ウェア受取り当日活動に来ない人がいる。オンライン説明会わかりにくかった等、まだ気になった事ありますが、これらを改善しないと活動する人減って来ると思います」、「ボランティア説明会や活動の計画などが二転三転したうえ、当日のスタッフに不徹底で困った」、「ボランティア参加者への説明会開催スケジュール等の度重なる変更に惑わされ、自己スケジュールの調整にも支障をきたした。又、ウェアの引渡し日時、場所の事前の案内メールも文章の羅列でなく、活動グループ名別・参加日の午前午後別・引渡場所時間などを一覧図表形式で見て理解し易い方法の検討を」、「22日にボランティアウェアを取りに行った時メール内容に誤りがあるにも関わらず訂正のメールが来ず会場を探すのが大変だった。わかった時点で連絡するべきだ」、「キャンセルが多く出たので違うエリアに行って欲しいとメールが来て承諾し行きました。当日リーダーが来ずやむを得ず代わりにリーダーを引き受けました」、「集合場所に行ったらどこに行けば良いかわからず右往左往したり、リーダーがなかなか来られず何をするべきか分からなかったのも、未経験者も居ると言う事を踏まえきちんと段取りしてほしい」などの記述が見られた。

クラスター3：【大阪マラソンの運営の改善を】では、マラソン（72回）、大阪（49回）の用語が確認された。

ここでは、「前日に取りに行ったが受取会場が大阪駅から遠く不便だった」、「今一度、大阪マラソンの様々な現場やランナーの声、大阪マラソン関係の SNS 投稿を丁寧に分析してみてください」、「今回の大阪マラソンは、正直過去、7回の大阪マラソンにランナーとして、ボランティアとして3回参加し、東京、京都、神戸、福岡、別府、防府、北海道、琵琶湖、佐賀、鹿児島、仙台、ハワイ、地方大会等のマラソン大会に参加させて頂きましたが恐らくランナーさんからも苦情があると思いますが、残念ながら全国のマラソン大会の中で歴史に残るぐらい一番ダメなマラソン大会だったと思います」、「疲れて帰ってきたランナーに申し訳ない気持ちでいっぱいになり情けなくなりました。改善しなければ、大阪マラソンは続かないと思います。飛行機や新幹線に間に合わないとか、荷物を渡すのに2時間待たせるのはあり得ません」、「複数回開催されている大阪マラソンがこんなにお粗末が多いとは、びっくりしました」、「大阪マラソンボランティアセンターに問い合わせで電話した時の、スタッフの対応がとても悪く、不快感と不安になった」、「何回か大阪マラソンのボランティアで参加させてもらいましたが、今まで一番最悪だったと思います」、「解散時にもスタッフ来ず」の悪さに、大阪マラソン下支えの不甲斐なさを大いに感じ、来年以降の運営側の大いなる改善は期待しますが、実行できる人が現れるのでしょうか」、「皆さんの意見を真摯に受け止め、次回大阪マラソンでは、大きく改善されたと誰もが感じられるようなイベントにしてほしい」、「何度か大阪マラソンのボランティアに参加していますが、今回ほど手順が悪く疲れたボランティアはありませんでした」、「マラソンボランティア経験者が居なかったら、大阪マラソンはできていませんよ」、「事務局、運営会社の決定権のある方

には、大きなマラソン大会へのランナー・いちボランティアとして参加してほしい。ランナーファーストの運営を理解してほしいと思います」、「過去に、7 回ボランティア（大阪マラソン）に、参加していますが...今回は...最低でした」などの記述が見られた。

クラスター4：【トイレの誘導と万全の準備を】では、トイレ（81 回）、誘導（46 回）の用語が確認された。

ここでは、「マラソン当日の市役所内の誘導では 720 とフルの一番混雑する場所であり、コース戻られる方はこちらといった目立つ看板や、トイレ最後尾のプレートなどがあれば混雑を防げたと思います。トイレ地下と 2 階利用可能のプレートはより混乱を招いてしまったと思うので要らないと思いました」、「今回はトイレ誘導のボランティアをしました。自分はランナーを誘導するだけでしたが、他の担当がトイレトペーパーなど備品の補充をしてくれました。トイレトペーパーが早くなくなり、とても困っていました。備品はゆとりが必要です」、「担当したランナー受付も、トイレ誘導もとにかく人が足りなかった」、「トイレ誘導をしていたが、トイレの設置台数が全然足りないと思いました」、「沿道のトイレ誘導係でした。トイレに大行列ができ、トイレは詰まって使えないし、次のトイレに誘導できるのかも分からず、ランナーさんに有効とはいえませんでした」、「トイレが水が流れないトラブルが発生し、人力で水を流す状況となりました（トイレなどはトラブルの発生する可能性が高いので、運営側が頻繁にチェックし問題が発生しても対応がとれるようにしてほしい）」、「当日はトイレ誘導。ペーパーもトイレの数も流す水も全く足りません。ボランティアの私物のペーパーをかき集めました。10 パック以上ですよ」、「トイレ誘導だったが、朝からトイレトペーパーの予備がない、掃除用具がないことをリーダーが本部に伝えたが最後まで何もなかった。結局、区役所からトイレトペーパーを借りることになった」、「今回はトイレ誘導でボランティア 5 人でした。トイレの水が全然出でなく、ポリタンクの水で 1 回ずつボランティアが流しながら対応しました。お腹を壊しているランナーも多く、ペーパーも足りなかったです。備品の用意がなく汚れ等に対応も大変でした」、「当日 8 人中 2 人が連絡なしに欠席した。トイレ誘導の人手が不足で大変だった」、「塩草 2 交差点近くのトイレ誘導を担当しましたが、電動自転車やランナーと並走して走る自転車がトイレから出て走り出すランナーとぶつかりそうになる事が度々ありました。特に後半にトイレが混雑した時間帯は危なかったです」、「お手洗い誘導のお手伝いでしたが簡易なトイレなので水洗の水補充の水とトイレトペーパーの補充分が少なすぎてランナーの人達が困っていた。十分な補充が必要です」、「トイレ誘導の件で。ペーパー・水の補給誰がするのか？清掃道具が無い。使用出来ない箇所の掲示物があれば解りやすい」、「78 区トイレ誘導沿道整理を担当したのですが、始まってまもなく 7 基のうち 3 基が使用禁止。挙句のはてランナーの長蛇の列最後尾に並んでいたランナータイムアウトの為パスに。収容センターの方は必ず下見をお願いします」などの記述が見られた。

クラスター5：【ボランティア運営計画の見直しを】では、スタッフ（104 回）、感じる（97 回）、受付（55 回）、多い（88 回）、良い（83 回）、経験（41 回）、言う（84 回）、聞く（52 回）、大変（53 回）、担当（107 回）、今回（96 回）、メンバー（48 回）、マニュアル（46 回）、考える（46 回）、指示（95 回）、配置（57 回）、見る（59 回）、必要（57 回）、出来る（55 回）、対応（76 回）、分かる（69 回）の用語が確認された。

ここでは、「ランナーに担当外の運営に関するクレームをたくさん言われたが運営スタッフやリーダーがいない状況が続いたので精神的にきつかった」、「担当区間のリーダー不在、マニュアル内部で矛盾した記載。他部門（ランパス）との調整も一切無し。マニュアルどおり設営しようとしたら、ランパス担当から怒られる始末」、「案内スタッフの配置や導線の確保、手荷物置き場の主に広さを改善してほしい。適切な運営計画とはいえないと感じた」、「ランナーさんに謝罪して頭を下げるお仕事もやりました。でも本来は運営スタッフ側が率先して謝罪するものではないでしょうか。楽しくなければ、ボランティアする意味はないと感じました」、「たまに顔を出すスタッフも何もしてくれず、混乱した現場を放置していたように感じた。そもそもスタッフが現場のことをわかっていなさすぎる」、「荷物預かりは力仕事で疲れた、年配の方も多く配置を考えた方が良かったと思った」、「ベルト装着（終日）かなりし

んどかったです。当日欠席の方が多かったから仕方なかったとは思いますが、もう少し楽しく出来たら良かったと思います」、「集合場所の案内メールでのボランティアウェア引き換え場所の階数が間違っていたり、集合場所もマニュアルに書かれている所と違ったり、ランナーへの対応方法もリーダーに聞いたのと現地の前半メンバーに聞いたのとでは違っていた。なかなか今回はそういうまちがいが目立った」、「今回初めて参加したが、ほんとに最低の運営だったと思える。Run ネットのコメントをじっくり見て欲しい。我々、現場で多くのランナーからクレームをお聞きした」、「今回沿道整備を担当しましたが、ランナーの捨てるゴミ（ビニールポンチョなど）がボランティアスタッフに預けられるのは困ります。ゴミ袋を用意していただけたら良かったかなと思います」、「説明会やマニュアル配布をしたにしても、初参加や配置が見知らぬ土地のボランティア参加者がいるにも関わらず指示出しが0に等しすぎる」、「マニュアルとは異なる配置の指示がありました。マニュアルの記載された図示がとても分かりづらく、大会運営スタッフでさえ分かっていない状況でした」、「事前研修動画やマニュアル作りの拙さ、当日の人員配置がマニュアル通りでなかったり指示系統もない」、「メンバーの配置や業務内容の指示があるとやり易い」、「効率よくことを進めるためには、まず流れの確認など細かいことから見直す必要があると感じた」、「活動前に必要な情報の共有がない（会場の導線など）。ランナーさん側からも運営のまずさを指摘されているようだが、ボランティア側から見てグダグダと感じた」、「責任者は現場を見た方が良い」、「ボランティアセンターのスタッフの対応とレスポンスが悪すぎる。経費の削減か分からないが、年を重ねる毎に備品の種類や数が少なくなって困っている。必要な場所に、必要なものと数を、しっかり配置してもらいたい」、「参加者数が分かっているにも関わらずグッズ(荷物入袋、マップ、完走タオル等)の品切れ、荷物返却の杜撰さ、体調不良者への対応遅延(ドクター到着まで20分以上要す)」などの記述が見られた。

クラスター6：【ボランティアリーダーの研修と配置の改善を】では、大会（106回）、ランナー（343回）、運営（242回）、ボランティア（512回）、リーダー（297回）、思う（309回）、参加（149回）の用語が確認された。

ここでは、「運営面に関しましてはランネットでの大会レポートや各種 SNS 等で皆さんが記載されている通りです。率直な感想としては十分にランナーさんのサポートをすることができず、沢山のお怒りや不満の声を聞いて涙が出るぐらい悔しかったです。普段はマラソン大会に出場する側ですが、いつもボランティアスタッフの皆様に沢山のパワーとサポートをいただいておりますので、今回は感謝の気持ちを持って参加させていただきましたが非常に残念な結果でした」、「ランナーを最優先に考えていただくことはもちろんですが、無償で動くボラをあまりに軽く見すぎているように感じました。スポーツボラの楽しさを知るきっかけにはなりましたが次は別の大会で参加しようと思っています」、「ボランティアへの謝罪メールは今日届きました。大会は一昨日です。この日に向けて頑張ってきたランナーが気の毒です。どんな気持ちで準備されてきたのでしょうか。大会を運営するお力がなさすぎます」、「エリートランナー、一般ランナー、ボランティアがみんな心がモヤモヤした大会でした」、「今回程残念なボラ活動はなかったです。こんなにひどい大会はないと何人もの方に言われました。ボラである以上運営の方が決めた方針に従いたかったのですが。今一度ボラとランナーさんの立場に立った運営になることを願うばかりです」、「もっとランナー目線の大会運営をしてください。運営の方も他の大会でボランティアをしたりして勉強していただきたい」、「ランナーさんの立場にたった運営をしてほしい。普段走っているような気持ちがわかる人を入れて、他大会を見学行って良いところをとりいれてほしい」、「大会運営オペレーションはよくなかった。あまりに現場に丸投げで無責任。結果、ボランティアの心意気に依存するズルさを組織側に感じた。ボランティア達の気持ちに配慮すら出来ないなら、ランナーへの配慮も出来ないでしょうね、と思います」、「もっと他のマラソン大会の運営を見てきたほうが良いと思う」、「ランナー目線の又参加したいと言ってもらえる大会にして下さい。悲しくなります。何年運営しているんですか、いい加減解決して下さい」、「大会運営事務局のレベルアップを望みます。ランナーが可哀想に思いました」、「ランナーの事がわかる人を運営においてください。他の大会も見てください」、「ボランテ

ィア参加者への説明不足、リーダーも事情把握してない、手荷物袋の手渡し間違い、今までしたボランティアの中にはなかった出来事が多くあり、驚きました」、「今回、22日のボランティアで参加しましたが、担当が国内女性ランナーのところでした。当日、そのボランティアリーダーが不在で誰を頼ったらいいのかわからなかった。リーダー不在はありえないと思います」、「ボランティアリーダーの統率や指示がほとんどなかったため、団体ボランティアで参加していた高校生は沿道で観客に混ざって観戦しており、個人ボランティアで参加した方と2人休憩も食事もできなかった。また、点呼時点で個人ボランティアが配属されることになっていなかったみたいで、掌握の面でも疑問を感じた。ボランティアリーダーになる方、団体ボランティアに参加する方々に任務をしっかりと伝えるべきかと思います」、「マラソン当日のボランティアにおいてリーダーが不在だった。リーダーが体調不良で欠席なら仕方ありませんが、手違いで初めから配置されていなかった。中には初めてボランティアに参加されている方もおられたので、今回の結果に満足されていないと思われるのが残念です」、「残念だったのは、ボランティアリーダーがいなかった事です。給食3のリーダーが給食4も担当してくれたのですが、やはり人数が2チームで人数も多く、大変だったと思います。次回もし参加する事があるなら、人員配置の面やあらかじめ予備リーダーの設定など、工夫が必要だと感じました」、「ボランティアとは言え、無断欠席されたりなさる方々がまあまあたくさんいらっしゃる事には驚きました。特に当日ボランティアリーダーが無断欠席なされると初めて参加の私のような人間ばかりの時、あたふたしてしまいます。なので、やはりリーダーは少なくともボランティアではなく、主催者側の人間か、でなければリーダーを3人は決めておく必要があるのではないかと思います」、「指示命令が出来ていない事が残念、ボランティアリーダーが内容を把握していない事が原因だと思う、事前研修や育成がもっと必要」、「運営担当者・リーダーの対応がひど過ぎました。リタイアランナーさんが戻って来られても椅子や車椅子の手配をお願いしても『ありません』と言ったきり雑談。『嘔吐されてます』と言っても『見えてます』と対応せず」、「リーダーさんは事前に末端のボランティアをどう動かすのか、勉強して欲しいと思いました。融通が効かないのも困りました。臨機応変にやわらかい気持ちで当たって欲しいです。ボランティアをまとめる上の方は優しい気持ちで、暖かく見守って欲しいです」などの記述が見られた。

クラスター7:【荷物預かりのシステムの見直しを】では、預かる(50回)、荷物(269回)、返却(85回)、改善(66回)、来年(49回)の用語が確認された。

ここでは、「荷物預かりの時、ランナーが1時間のうちに9割くらいのランナーが預けに来ていたので、分散させて欲しい。また、預かった荷物の整理の際、マニュアルでは、2段に並べるようになっていたが、下の段の荷物が埋もれてしまったり、上の段の物はバランスを取りづらく、他の荷物を取ると荒れてしまう」、「荷物の預かり返却システムの効率が悪いと思う」、「あの段ボールの仕切りの中で、大切な荷物の管理は無理です。荷物の預かり方の改善を求めます」、「荷物返却に関してランナーからの意見を来年の改善点に活かすべきだと思う」、「今回のランナーの荷物の預かり、返却方法は、ランナーのストレスが強かったと思いますので、来年改善されればいいなと思います」、「私は預かり荷物返却係をしたけれど、道に迷ったランナーから荷物返却場所を聞かれる事が多かったので、ボランティア説明会で、全ての預り荷物返却場所を地図で確認しておくように伝えるべきだと思います(荷物を預けた場所が返却場所だといっても、だからどこ？と言われる)」、「荷物返却について、導線が整っていない、指揮をするスタッフがいらないなど様々な問題があった」、「Bブロックの手荷物返却を担当しましたが、とにかくスペースが狭く手荷物の整理もままならず、スムーズな手荷物返却が困難なことは初めから明らかでした。案の定大混乱、荷物が見つからないことが多々ありランナーの方々に多大なるご迷惑をおかけしたことがとても心苦しかったです。改善してください」、「手荷物の返却がスムーズではなく、走り終えたランナーが行列で並んでるのを見て申し訳なく思いました」、「大阪城ホール、荷物返却の運営はひどかった」、「効率的な荷物返却方法を1から考え直すこと必須」、「荷物返却の場で、震えながら長時間並ぶランナー達に何もしてあげることができず悲しかった」、「私は女子

の担当で頑張ってスピーディーに対応したつもりですが、男子の返却列の長さは酷すぎました...ランナーに申し訳なくて悲しい気持ちになりました」、「男性ランナーへの手荷物返却をしましたが、人によっては 10 キロ以上ある荷物の置き場が狭くて探すのに苦労しました」、「来年からは導線を作る、指揮をとる人をつけるなど改善して欲しいと思う」、「連絡ミスや物品不足など多々あったので、来年は改善されたらと思います」などの記述が見られた。

4. 觀客

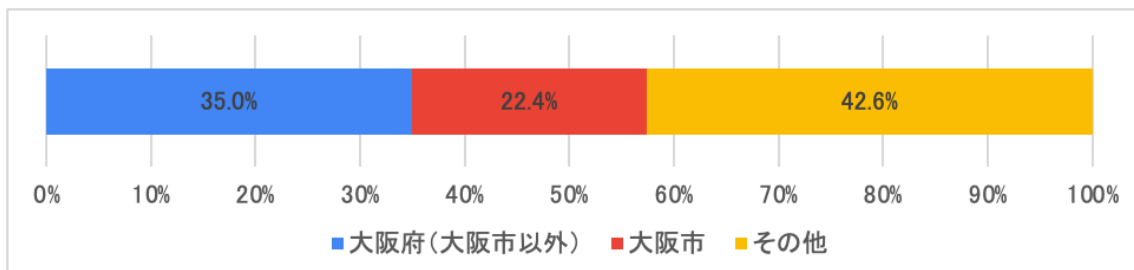
4-1 観客の意識調査

回答：249

※ここでのいう前回とは、2024 年の第 12 回大会のことである。

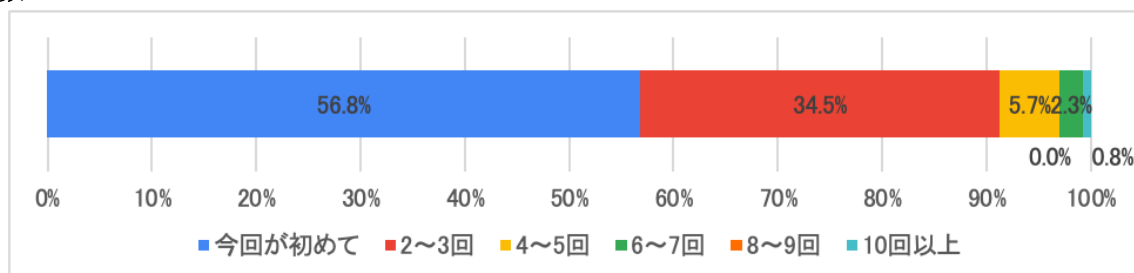
※グラフは統計上 100%にならない箇所がある。

■居住地



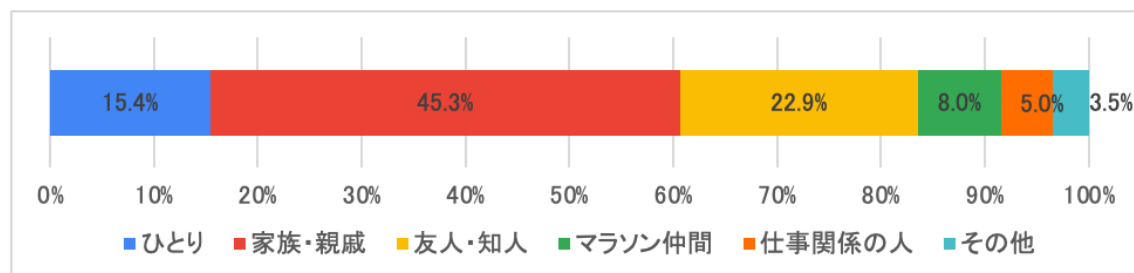
居住地域は、「大阪府（大阪市以外）」が 35.0%（前回 29.7%）、「大阪市」は 22.4%（前回：23.3%）、「その他」が 42.6%（前回：47.0%）で、大阪府の参加者が増えてきている。

■参加回数



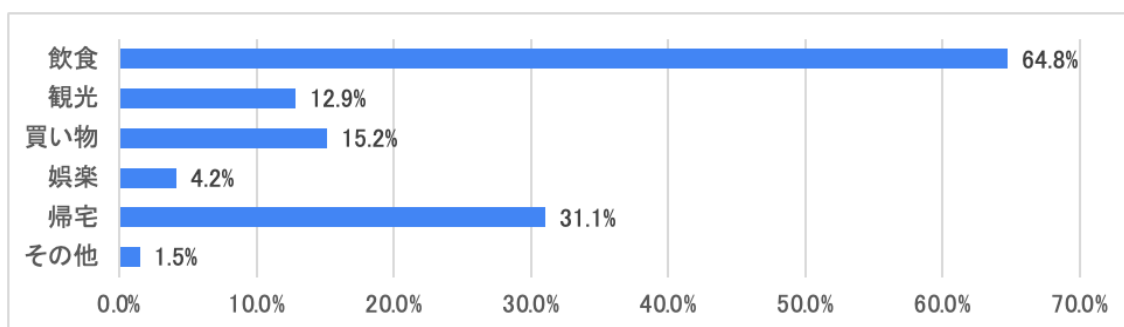
大阪マラソンの観戦の参加回数については、「今回が初めて」が 56.8%（前回：60.3%）であり、6 割近くの人が初めて参加したマラソン大会であった。一方、「2 回以上」が 43.2%（前回：39.7%）であり、大阪マラソンの観客のリピーターがわずかに増加している。

■応援の同伴者



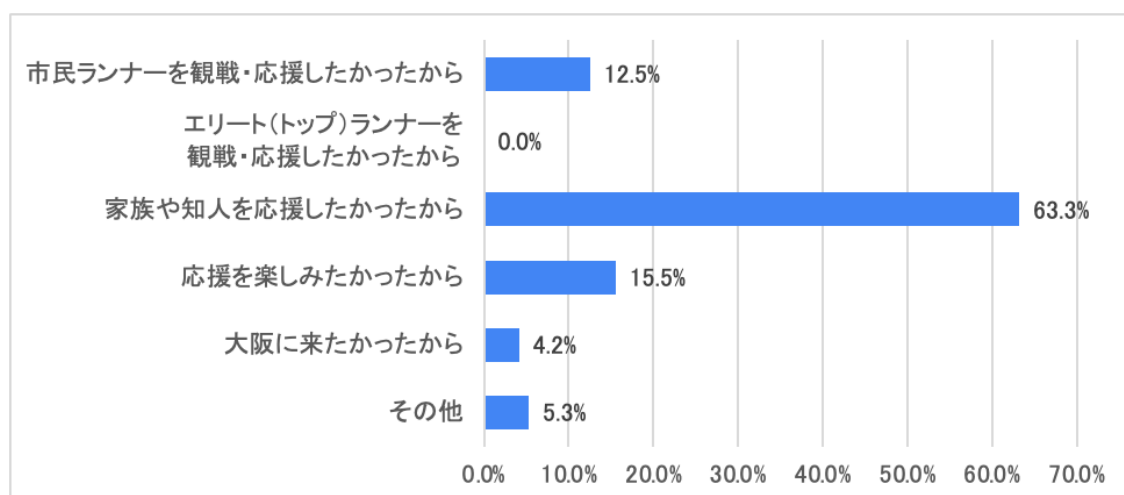
応援の同伴者について、「家族・親戚」が 45.3%（前回：45.9%）で、あまり変化はないが、「ひとり」が 15.4%（前回：29.3%）と減少している一方で、「友人・知人」が 22.9%（前回：16.7%）と増加している。

■観戦・応援を終えた後の活動（複数回答可）



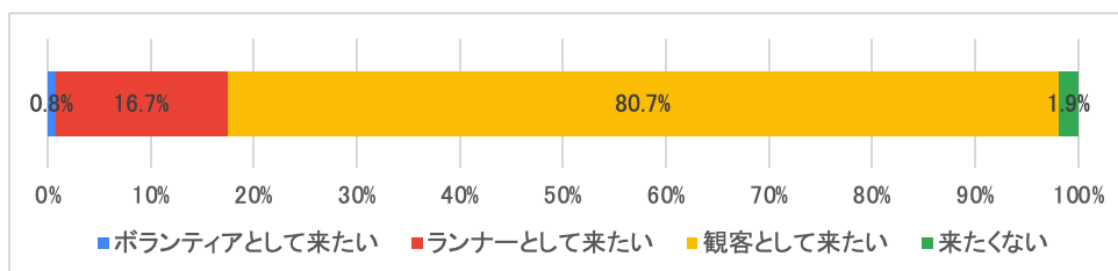
大阪城でのセントラルフィニッシュによって、観戦・応援を終えた後、ランナーと、あるいは応援仲間と一緒にご飯に行く機会が増え、64.8%（前回：53.0%）の人が観戦・応援後の活動として飲食をあげている。一方、「買い物」は15.2%（前回：9.6%）と増加しているものの、「観光」は12.9%（前回：15.3%）とあまり変化は見られない。また、「帰宅」が31.1%（前回：37.8%）と減少していることから、観客による経済効果が見込めるようになってきているといえる。

■観戦・応援目的（複数回答可）



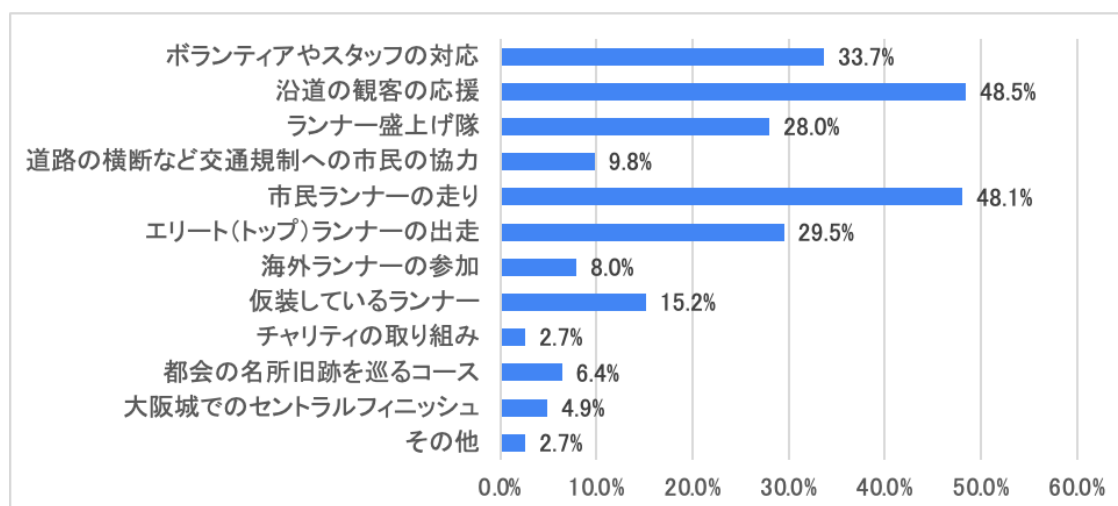
観戦・応援の目的としては、「家族や知人を応援したかった」が63.3%（前回：56.2%）と最も多く、前回より増加している。一方、「応援を楽しみたかったから」が15.5%（前回：10.8%）と、前回から増加しているものの、「市民ランナーを観戦・応援したかったから」が12.5%（前回：27.3%）と、減少している。知っている人を応援するという観客と、応援自体を楽しみたいとする観客の2層に分かれそうである。ただ、「エリート（トップ）ランナーを観戦・応援したかったから」は、0.0%（前回：15.7%）となく、市民マラソンとしての大阪マラソンを観戦・応援したいという傾向にある。

■大阪マラソン 2026 の来場意欲



来年度実施される大阪マラソン 2026 の来場意欲について、「観客として参加したい」が 80.7%（前回：78.7%）と、8 割近くの人が観客としてきたいと思っている。一方、ランナーの走る姿に感化されて、16.7%（前回：16.4%）の人が前回と同様に「ランナーとして来たい」と思っている。

■大阪マラソン 2025 で何に感動し、元気づけられ、こころの豊かさを感じたか



今回の大阪マラソン 2025 で何に感動し、元気づけられ、こころの豊かさ（Well-Being）を感じたかについて、複数回答で訊いてみた。

- ⑥ 「沿道の観客の応援」は 48.5%で最も多く、みずから沿道で応援する一方で、他の観客のユーモアあふれる応援や仮装した応援などに Well-Being を感じていると考えられる。
- ⑦ 「市民ランナーの走り」は 48.1%と次に多く、観客は市民ランナーを元気づけるだけでなく、市民ランナーの走りから感動し、元気づけられており、互いに win-win な関係にあると言える。
- ⑧ 「ボランティアやスタッフの対応」は 33.7%と、沿道の整理や力持ちボランティアなど、その活動に直接接することで、心の豊かさ Well-Being を感じている。
- ⑨ 「エリート（トップ）ランナーの出走」は 29.5%と、エリートランナーの走りを目の当たりにして、市民ランナーの走りとは違った感動を得ているといえる。
- ⑩ 「ランナー盛上げ隊」は 28.0%（前回：12.0%）と、ランナーを勇気づけ、元気づけているランナー盛上げ隊であるが、同時に、観客も勇気づけられ、元気をもらっていることが分かる。

また、「仮装しているランナー」（15.2%）や「道路の横断など交通規制への市民の協力」（9.8%）についても、観客は目にすることがあるので、感動の対象となっていると言えそうである。

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（264 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（11 件）、②交通規制や観戦に関連すること（20 件）、③観戦アプリに関する件（3 件）④感動したこと等（25 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、「ゴールに入れない、大阪城公園内のゴールまでの道がわかりにくい」、「ゴールを観戦したい！最後まで観客を入れて欲しいです！」、「ゴール地点の観戦スポットが分かり辛かった」、「スタート、フィニッシュでランナーのそばまで行けないのはさみしいです」、「スタートの合流がわかりづらかった」、「スタート地点が分かりにくかった」、「案内が少なく、ゴール場所がわかりにくい」などの記述が見られた。

②交通規制や観戦に関連することでは、「エリートの中継をもっと手軽に見たかったです」、「お手洗いの場所を地図に書いておいてほしい」、「トイレが少ない」、「寒さ対策が大変」、「応援マップをインテックス大阪でも配ってほしかった」、「応援者に、例えば何キロ地点だとどの駅でどの乗り口で降りてどう出れば、この地点で応援できるとか詳しく教えてくれるものが欲しい」、「観客の交通規制の時間が早い。（大阪城）」、「観戦ルートが分かればより良かった」、「交差点などでどちらにいたら、応援できるかがわかりづらい」、「谷町 9 丁目の歩道橋の誘導がよく分らなかった」、「電車ルートと走行ルートが一緒になっているマップがあると助かります！」などの記述が見られた。

③観戦アプリに関する件では、「アプリが時々フリーズしました」、「ランナーズアイの反応が鈍かった」、「ランナーズアイの動作が度々止まること」の記述が見られた。

④感動したこと等では、「ボランティアにしても、素晴らしく良い対応をしていると感じました」、「楽しく応援出来ました」、「感動しました」、「いつも熱い応援、ランナーのみなさんに感動です」、「拍手や応援がもっとあるといい」、「来年も見に行きたいです」などの記述が見られた。

5. 「まいどエイド」

5-1 「まいどエイド」の Well-Being な活動

「まいどエイド」とは、大阪市商店会総連盟（市商連）に所属する商店街が、30 キロ付近の沿道で、たこ焼き、から揚げ、いわしハンバーグなどバラエティ豊かな食品を提供し、ランナーに残り 10 キロを元気に完走してもら



おうと、第 1 回大会から出店して、とりわけ完走を目指すランナーが楽しみにしている大阪マラソンの名物エイドである。

そこには、ランナーとエイド（給食）する商店会の方々、さらには関西大学の劉先生のゼミ生との交流があり、大阪独特の「おもてなし」によるこころが通い合う Well-Being がある。

今回は、その人気の秘密を探るために、市商連とその女性部・青年部、3 区の商店会のメンバーに、下記の通りインタビュー調査を行った。

大阪マラソン2025「まいどエイド」調査						
	調査協力者	所属	調査日程			調査場所
			3月6日	3月7日	3月12日	
1	森浦 進	大阪市商店会総連盟事務局長			11:30	大阪産業創造館12F事務所
2	木林義典 三浦広之	市商連青年部		11:00		天王寺MIOプラザ館4階「赤のれん」
3	阪本一恵	市商連女性部	16:00			新京橋商店街
4	三谷政子	天王寺区商連			14:00	玉造日之出倶楽部
5	十楚武司	旭区商連	14:00			千林商店街（町の小さな魚屋さん）
6	森川和廣	大正区商連		14:30		大正区千島（チャンピオン）

その結果、「まいどエイド」の人気の秘密は、エイドを提供する市商連の方々が、何よりもランナーファーストで、どのようにすれば喜んでもらえて、元気を取り戻して完走してもらえるかを考えて、活動に取り組まれていることである。そのためには、衛生面に注意を払いながら、ランナーと楽しくコミュニケーションをとり、食べやすく取りやすい食品を提供するように努めている。このような思いやりの連鎖によって、お互いに Well-Being を感じることができる。このランナーのためにというチャリティ意識による活動は、大阪マラソンの目指すべき姿で、これから「まいどエイド」が大阪マラソンの名物として、ランナーに愛され、参加を促していくためには、大阪らしい食品の提供と、活動しやすい場の工夫、現場への委譲と SNS 等による広報活動などの改善が必要となる。

次ページから、そのインタビュー結果を掲載した。



大阪マラソンの名物としての「まいどエイド」へ

大阪市商店会総連盟（市商連）事務局長 森浦 進

・市商連として、大阪マラソンに「まいどエイド」を提供することになった理由と経緯について教えてください。

大阪らしい市民マラソンにしたいという話が組織委員会からあって、当時の理事長が、それだったら、大阪市の商店会が、ランナーさんに食べ物を提供するのいいのではないですかという話で、「まいどエイド」をコースの沿道に出店することになりました。

出店の場所ですが、コースや沿道の条件を考慮して、住之江競艇場の横の 30 キロ地点になりました。なぜなら、ここからフィニッシュのインテックス大阪までは、人通りもないし、だらだらと最後の 10 キロがランナーさんにとっては大変なので、「まいどエイド」で元気をつけてもらって、乗り越えてもらおうと考えたからです。

ある時、そこに掲げてあった看板に「あと、たった 10 キロ」と書いてあるのですね。この大阪らしい「くすっ」と笑えるようなメッセージとともに、ランナーさんを元気にさせているのではないのでしょうか。給水では、こんなユーモアあふれる声掛けはないですよ。これが、「まいどエイド」を貫くランナーさんへの大阪らしい「おもてなし」かなと思います。その点で、「まいどエイド」がランナーさんにとっては、走るうえでの一つの目安となっているようです。また、準備は大変でしたが、ランナーさんの喜びが伝わってきて、スタッフのモチベーションも上がり、続けることができました。

それが、第 9 回大会（2019 年）に大阪城をゴールとするセントラルフィニッシュになったことで、コースが変更になり、「まいどエイド」の場所も、上本町の都ホテルの前が変わり、コロナ禍明けの第 12 回大会（2024 年）から大阪国際交流センターに変わりました。

第 1 回大会（2011 年）は、手探りの状況で、ミニトマトや漬物とか、定番商品のあめとか 16 品目でしたが、だんだん種類が増えていき、各商店街の名物が提供されるようになり、多いときは 29 品目（第 8 回：2018 年）になりました。その時の提供食品数は 150,800 でした。

大阪市の各区（24 区）に商店会がありますが、理事会で参加を募ったところ、第 1 回大会は 9 区（市商連女性部やスタッフ参加の区を含む）が参画しました。参画していただいた各区の体験談などを聞き、参画する商店会が第 2 回大会（2012 年）には 14 区になり、第 5 回大会（2015 年）には 18 区になりました。それまでは、あまり各区の商店会の交流はなかったのですが、「まいどエイド」をきっかけとして、情報交換もでき、商店会のコミュニティができてきたということですね。そのことで、市商連の理事会でも、今こんな悩みがあるなど本音で話ができる雰囲気になりました。また、こうしたらどうか、ああしたらどうかなど、建設的な意見が多く聞かれるようになりました。



・「まいどエイド」を運営していくうえでの方針や理念等を教えてください。

方向性としては、出店する区の商店会を増やすというよりも、今、参画してくださっている商店会が楽しくやっていただけるように、運営を充実させていくということでしょうか。それぞれの区で、状況が違いますので、全区が参画するということはあまり考えていません。皆さんボランティアでやってくださっているので、その活動がやって良かったと思えるようにしていかなければならないと思っています。また、コースの近くの商店会が出店することでもありません。そんな条件に関係なく、自主的に出店して関わりたいという商店会に参画してもらっています。とにかく無理なくかかわってもらうのが大切だと考えています。

また、ランナーの皆さんにできるだけエイドが提供できるように、品種と数をメンバーと一緒に考えています。ただ、予算がギリギリなので、最初に提示した予算を超えたらちょっと払えない場合はあるんで、数で調整してくださいとお願いしています。物価が上がっているので、大変だと思いますが。これは材料費だけで、人件費はもちろん入ってないので、基本的にボランティアでやってもらっています。最初は商店街やお店に少しでもスポットが当たればいいなと考えていましたが、2014年からは、関西大学の劉先生のゼミの学生さんが広報をやってくださっているので、活動を充実してもらうことに重点を置いています。組織委員会が予算を増やしてくれたら食材も増え、内容的にも充実すると思うので、お願いしていこうと思います。

何をエイドするかについても、それがランナーにとってふさわしいか、どのように提供したらよいのかについて、メンバーと一緒に考えて、ベストな方法を決めます。とにかく、ランナーファーストで「まいどエイド」を運営しているのが、ランナーさんに伝わっているのではないかと思います。

大切にしているのは、やっぱりランナーさんとのふれあいでしょうね。サブスリーやサブフォーといった記録を狙っている人は、「まいどエイド」にはほとんど寄りません。景色を見ながらゆっくり走るランナーさんにとって、大阪の食べ物があるっていうのは大変魅力じゃないですか。それを提供している商店会の人とのこころ温まるふれあいは、東京マラソンにはない特徴なので、「まいどエイド」が大阪マラソンの名物として、参加への大きな誘因になっていけば良いなと思います。

・今後、「まいどエイド」を続けていくうえで、改善した方がよいと思うことは何ですか。

旗とかの備品等は、こちらで用意するのですが、テーブル等の設備は、組織委員会が準備してくれます。しかし、ここ2年、依頼した業者との連絡が取れていないのか、その段取りが悪く、遅れてきたり、忘れたりして、現場に届かなかったことがあります。また、それを連絡しても担当者が把握してない場合も少なくありません。去年は雨でしたが、その対策についてもあまり考えてなくて、現場は混乱しました。また、スタッフのトイレなんかにしても、例えば、都ホテルをお借りしたときは、こちらで交渉して、善意で貸してもらったりしています。われわれは10年以上やってきていますので、ある程度のノウハウは持っています。また、運営のマニュアルも作っていますので、もっと現場に任せてほしいですね。

「まいどエイド」の理念を共有して

市商連青年部 木林義典 三浦広之

・「まいどエイド」へ参画しようと思った理由と経緯について教えてください。



青年部は、最初は出店しなくて、スタッフとしてかかわっていました。それは、食品を宣伝しようっていうことから始まったと思います。各出店を取材してきたものを SNS にあげていました。それと同時に、商店街の CM をかねて特産品を紹介するということに取り組んでいました。今、関西大学の劉先生のゼミ生がやっていることをしていました。当時は、やっぱり商店街を宣伝するってことが 1 番の目的でしたからね。ただ、スポンサーや著作権の関係もあって、なかなか宣伝することが難しくなりました。そこで、第 8 回大会（2018 年）から、「ドライフルーツ」を提供するために出店をしました。以前、都島区商連の冷やしパイナップルに関わっていましたが、生ものを扱うのは難しいので、「ドライフルーツ」なら安全だということで始めました。その後、コロナ禍で大会が中止になり、再開した時には生ものの提供ができなくなったので、先見の明があったのではないのでしょうか。

・エイドを提供するうえで気を付けていること、工夫していることは何ですか。

「ドライフルーツ」は最後まで残るんですよね。逆にそれがいいというか、他のエイドを食べられなかったランナーさんが、「ドライフルーツ」を食べることができてよかったということで、「まいどエイド」を楽しみにしてこられている方に、喜んでもらっています。だから、余ることを前提で仕入れています。それがわれわれの存在意義かなと思っています。

「ドライフルーツ」は手掴みなので、衛生面から提供する方は手袋をしています。そして、トレーに入れて「どうぞ取ってください」と手渡しはしないようにしています。声掛けは「ドライフルーツあるよ、よっといで」という程度です。袋で持っていくランナーさんもいますが別に注意したりしません。途中で他のランナーさんに配ったり、レース後にみんなで食べたりする人もいますので。寛容な心です。

・「まいどエイド」をしていて感動した、こころ豊かになったエピソードがあればお聞かせください。

各区の商店街を取材をしていて、そこの役員さんとかと知り合いになり、繋がりができるようになって、市商連の青年部としての活動がしやすくなりました。

また、ランナーさんが喜んだっていう話を聞いたら、それだけで嬉しいですね。さらに、SNS で映像を通して、辞めないでちょうだいか応援してくれるランナーがいて、やって良かったと思います。「まいどエイド」で食べたのがおいしかったからと、大会が終わってから、ネットで調べてお店に買い物に来たっていうランナーさんがいたりして、有難いですね。

・今後、「まいどエイド」を続けていくうえで、改善した方がよいと思うことは何ですか。

これまでに、辞めたところもあるし、これから参画しようかっていうところもあるかと思いますが、そういう方々にやっぱり「まいどエイド」をする目的を、きちっと伝えなくてはならないと思います。全体として、なんで「まいどエイド」をしているのかといった理念を共有して活動していくことが、これから大事だと思います。そ

のモデルとなるのが、青年部や女性部での出店ではないかと考えています。

また、商店会との直接の繋がりが薄くなっている気がします。提供するエイドの半分以上は仕入れてくるものですよね。去年、旭区商店会はお魚屋さんが店の品物を出店して、今年は平野区商店会が「玉ねぎボール」を出して、ランナーに喜ばれると同時に、商店街の紹介にもなりました。

あとは、商店街もいろんな状況にあって、屋根があって繁盛している商店街もあれば、シャッターが多くおりている商店街もあります。また、商店会ですごく頑張っている人と、「まいどエイド」自体も知らない人と、そのギャップがすごく大きくて、各商店会でこの「まいどエイド」の意義をもう少し浸透させていかないと、おもてなしというか、大阪を盛り上げていけないと思います。

・大阪マラソンが参加したくなる大会になるために、どうしたらいいかのご意見があれば、お聞かせください。

「まいどエイド」は、東京マラソンにもない大阪マラソンの特徴として、もっと組織委員会がアピールしていけばいいのではないのでしょうか。他の市民マラソンと差別化していくことが大切で、大きく違うのは、大阪市の商店会が「まいどエイド」を出店していることで、公式のホームページや SNS で情報提供をしてほしいですね。

お店と協働して、「Desse」をしています、ランナーだけでなく、ボランティアをした人とか、観客にも広げたいのではないのでしょうか。ランナーは完走メダル、ボランティアの人はウェア、観客はチャリティグッズなど、証明するものを持っていったら、お店でサービスを受けられるとか考えたらいいのではないですか。

逆に、サービスをする代わりに、他の商店街にはない、こんな魅力がありますとか、そういうのを打ち出していないと、わざわざその商店街に行かないと思います。また、ランナーはある程度の階層の人だと思いますので、安いというより、質の高さを求めるように思いますよ。経営者感覚としても、やっぱり価値のあるものはみんなお金出してでも買いたいし、食べたいですもんね。そういう時代になってきていると思いますけどね。

観客のための商店街の案内パンフレット（もちろん、ネットで見られる）があってもいいかもしれませんね。コースの沿道でこんなお店がありますよという案内パンフレットがあれば、お昼をここで食べようということになるかもしれません。ただ、沿道から遠い商店街のお店は、大会が終わってからゆっくりとお越しく下さいというような誘い方もいいかもしれませんね。

あと、EXPO で、もっと「まいどエイド」をアピールできればいいですね。大阪マラソンの誘因として「まいどエイド」を位置づけるなら、ブースの場所やアピールの仕方についても再検討していきたいですね。

大阪マラソンは、もともと地域の活性化にあったのですから、「まいどエイド」もそのことに貢献できるように尽力していきたいと思います。

市民マラソンの楽しみとしての「まいどエイド」を

市商連女性部 阪本一恵

・「まいどエイド」へ参画しようと思った理由と経緯について教えてください。

大阪マラソンの「まいどエイド」がはじまった当初（2011年）から、女性部は参画しています。最初は「いなり寿司」でしたが、3年目から「たこ焼き」を提供しています。「たこ焼き」は大阪の粉ものの名物であることと、冷めても美味しく、ランナーが走りながら食べやすい形状であることが特徴なので提供しています。

・エイドを提供するうえで気を付けていること、工夫していることは何ですか。

衛生面については、素手での接触を最小限に抑え、パック詰めでの運搬、現場での開封という方式を採用しています。「たこ焼き」というと、熱々をふうふうして食べるというイメージがありますが、冷めても美味しく、ソースやマヨネーズをかけなくても美味しい「たこ焼き」を目指しています。

あとは、ランナーさんが食べやすい状態に置くというので、走りながら摘まんでいただけるように、大きな器に山積みになっています。平積にしていると、なかなか掴めないんですね。それから、パッケージを5つ用意して、蓋を開けて並べて、別れて取りやすくしています。その時、最初の方のパッケージは看板みたいなもので、ランナーの方は、あの方のパッケージからとっていかれますね。つまり、ここが「たこ焼き」とわかるように並べ方を工夫しています。



また、女性部メンバーは統一された割烹着を着用しています。大阪市全体の商店街のイベントでも割烹着で、それが1番目立つし、揃えやすいので着用しています。また、割烹着だと白なんで、衛生的にも、見た目でも統一感があっていいのではないかと思います。

ランナーへの声かけや応援も積極的に行っています。お手伝いされる方は、商売人の奥さんなんで、売り手、買い手の気持ちがわかるんで、声掛けは上手ですよ。「たこ焼き」は人気なので、早くなくなります。「たこ焼き」を楽しみにしていたけど、遅くて取れなかったランナーには、「来年は食べられるように、もっと速く走り！」と声をかけます。逆に去年は食べられなかったけれど、今年は食べれたっていう人もいて、「もう大阪マラソンはたこ焼きを食べに来てんねん」というランナーさんもいます。

・「まいどエイド」をしていて感動した、こころ豊かになったエピソードがあればお聞かせください。

「たこ焼き」を食べた人がね、逆に、ありがとうって言ってくれる人が多いんですよ。食べてもらってありがとうなのに。商売していると、こちらからありがとうと言うけど、言われたことがないので、とても不思議な感じです。

例年よりは韓国のランナーが多かったですね。女性部の人は韓国好きだから、アニョハセヨと声をかけたりして。ところが「日本人や韓国ちゃん」と言われ、大笑いしました。

女性部としてやっていて、みんなで工夫しながらエイドをすることが楽しいし、ランナーさんとの交流が何より

も楽しいです。また、「たこ焼き」は大阪のナンバーワンフードやから、これを提供できるのもありがたいですね。それが続けていける力となっていますね。やっぱり評価が良かったり、ランナーさんが「楽しみにしてたわ」とか言って食べていただくのが、次へ繋がる喜びだと思います。

・今後、「まいどエイド」を続けていくうえで、改善した方がよいと思うことは何ですか。

もっとブースが増えてもいいかなとおもいます。大阪市は 24 区あるので、すべての区の商店街に参加していただきたいです。

提供するエイドが、衛生面から乾きもんが多くなって、似通ったものになってくるんですよね。前は「きゅうりアイス」なんかあったんですけど。また、「パイナップル」のひとかけをカップに入れて提供したことがあるんですよね。ちょっと、バリエーションが増えればいいかなと思います。

雨対策は必要ですね。去年は、蓋を開けても雨が入るから、ビニールシートを持ってランナーさんが来たら開けるという対策をしていました。今年は雪だったので、エイドに少々かかっても大丈夫かなと思いました。やっぱり天候対策、特に雨対策が今後課題かなと思っています。ランナーは雨でも走りますもんね。

住之江の時はあったのですが、テントを張ってもらうのも必要かなと思います。それに伴い、ゆっくりと食べられるスペースがあってもいいのかもしれない。走りながら食べるというより、一息つくという食べ方もいいのではないかと思います。その時、ランナーとの交流もできますし。

それから、フィニッシュ後のエイドがあってもいいのかもしれない。寒い時期ですから、温かいうどんとか、スープとかをフィニッシュ後に食べられるのは、ランナーにとってありがたいのではないのでしょうか。

・大阪マラソンが参加したくなる大会になるために、どうしたらいいかのご意見があれば、お聞かせください。

第 10 回から、びわ湖毎日マラソンと一緒にあって、競技性が強くなったでしょ。以前の大阪マラソンのほんわかった感じがなくて、大阪のおいしいものを皆さんに味わってもらって、誰でも来てやってというような雰囲気が始まったのに、今はもうタイムを競うっていう風に移行したのがちょっと残念ですね。海外でもアピールできるのには、タイムも大事やけど、そういう楽しいマラソンにしてもらう方が、私らも協力できるかなと思うんですけど。

それから、劉先生と学生さんで「まいどエイド」を SNS でアピールしてもらっていますが、ランナーさんや関係者が、SNS で流してもらえようようなストーリー性のある活動にしていきたいです。

女性部では、「たこ焼き」が全部なくなっても、できるだけ最後のバスが来るまでは、そのブース前で応援しようっていうのが基本なんです。そんな「おもてなしの心」を感じることができる大会になったらいいかなと思います。

ランナーさんが元気になるお手伝いを

天王寺区商店会 三谷政子

- ・「まいどエイド」へ参画しようと思った理由と経緯について教えてください。



天王寺区の商店会は、ずっとスタッフとして参加していたのですが、コースが変わって、天王寺区を走るようになったので、2年前から出店することにしました。私自身は、女性部で最初からかかわっていました。いなり寿司、そのあとたこ焼きですね。天王寺区は何を出そうかということになって、ランナーは疲れているから糖分補給が必要ではないかということでチョコレートにしました。知り合いでそれを扱っている人を知っていたこともあります。青年部のドライフルーツと、天王寺区のチョコレートは最後のランナーまでいきわたるようにしようと言っています。来年は、全国のグランプリを取った天王寺区の和菓子を提供しようかと計画しています。

- ・エイドを提供するうえで気を付けていること、工夫していることは何ですか。

衛生面で、手袋、消毒は当たり前ですが、やっぱり基本的にはマスクとかして、身内ではできるだけ喋らないようにしています。そして、ランナーさんには、直接自分で取っていただくっていう風にさせていただいています。

また、大阪は笑いの文化があるから、ランナーに笑ってもらうことに気を配っています。うちの女性は頭にキラキラのカチューシャをつけているんですよ。みんなは最初は恥ずかしいと言っていたんですが、慣れてくると結構楽しんでます。そうなんですよ。まず、コスプレで笑ってもらうということです。そうして、笑ってくれたら、やっぱり疲れが吹っ飛ばじゃないですか。気分転換にもなるしね。あと、走ろうという気になると思います。なんか「疲れとれたわ」とか言ってくれたら嬉しいし、そのための「まいどエイド」だと思っています。ただ、黄色いジャンパー着て、ずっと立って、食べ物を配るでは、なんか寂しいじゃないですか。

声掛けも工夫しています。「これを食べないと、フィニッシュまで走り切れへんよ」と言ったり、おばちゃんの笑いのある声掛けを心がけています。ランナーさんと笑ってコミュニケーションをとる、それが大阪マラソン名物としての「まいどエイド」だと思っています。

- ・「まいどエイド」をしていて感動した、こころ豊かになったエピソードがあればお聞かせください。

「まいどエイド」を出店している国際交流センター横の「上町珈琲」の方から、「何かお手伝することはありますか？」って聞かれた時に、ボランティアは足りているので、「寒いときなんで、温かいコーヒーがいいな」とダメ元で言ったら、「ほんな、しますわ」と言って、ボランティアにコーヒーを出してくれました。こんなふうに沿道のお店の人が支えてくれるので、とてもこころ豊かになりました。

普段はみんな商売でやってますが、まいどエイドはあくまでボランティアなんで、見返りなしでの活動の楽しさを味わっています。特に、自分の子どもぐらいの学生さんがボランティアでかかわってくれて、楽しく活動しているのをみると感動します。

もちろん、ランナーさんがわれわれに対して、SNSに「感謝します」ってたくさん書いてくれているのを見ると嬉しいですね。そのためだけにやっているのわけではないけど、ランナーさんがそういう気持ちで走ってくださっ

ていると思うと、なんだかジーンとくるものがあります。

・今後、「まいどエイド」を続けていくうえで、改善した方がよいと思うことは何ですか。

国際交流センターがトイレになっているんですけど、ランナーさんが結構迷っていることがあるんです。だから、「まいどエイド」はトイレもあるよっていうのを、看板とかあげて、もうちょっと知らせていったらいいのかなと思います。

本当に最後のランナーさんまで食べさせてあげたいっていうのがあるので、もっと多くの商店会が出店してくれたらいいなと思います。また、出店の並びも考えた方がいいのではないのでしょうか。もう少し、各ブースの間が空いてもいいかなと思います。

紙コップかなんかを渡して、そこにエイドを入れて、持ちながら走って、捨てそうなところにゴミ箱がいっぱいあればいいですね。それと少し先にウォーターを提供してあげた方がよいと思います。食後に水を飲むということで、一息つくということになるのではないですか。

「まいどエイド」の入り口に「商店会から愛を込めて」といった横断幕を張りたいです。「まいどエイド」をしている私たちの思いを伝えたいです。また、元気の出る BGM も流したいですね。ここを通過することで、ランナーさんが元気になって、完走できるお手伝いができればと強く思っていますので。

・大阪マラソンが参加したくなる大会になるために、どうしたらいいかのご意見があれば、お聞かせください。

トイレをちょっと増やしてあげてほしいと思います。例えば、玉造筋に面しているとしたら、ランナーさんは商店街に入ってきてオッケーとか、居酒屋さんとかも協力してあげてほしいなと思います。また、大きい施設ではトイレ休憩をさせてあげるとか、例えば上本町だとハイハイタウンも解放してあげてほしいですね。特に公共の施設の消防署とか区役所とかも、トイレ休憩の場所にしたらいいと思います。とりわけ、冬の寒い中走るの、トイレはランナーにとっては必須だと思います。

制限時間に閉門を通れなかった人はバスに乗りますが、その方々にエイドを配るというのはどうでしょうか。完走できなくてショックを受けていると思いますので、食べることで元気を取り戻してもらいたいです。そうしたら、「こんなことまでしてくれるんだ」と思って、また、来年挑戦しようかということになりませんか。

「まいどエイド」を楽しみに走るランナーに感動

旭区商店会 十楚武司

・「まいどエイド」へ参画しようと思った理由と経緯について教えてください。

うちの商店街で、前の理事長の漬物屋さんが、第1回大会（2011年）から「まいどエイド」に参画していたんですね。だから、「きゅうりアイス」を提供していました。しかし、コロナ禍で3年間中止になりました。私が旭区の青年部長として市商連に行くようになって、その際にやってみないかっていうことで、去年のコロナ明けの再開から参画することになりました。

提供するエイドは、私が魚屋（千林商店街の「町の小さな魚屋さん」）なので、「イワシのハンバーグ」「とらふぐ寒天」「白身魚ビアフリッター」です。魚屋っていうのも珍しく、皆さんにとっては新鮮みたいです。とくに、「とらふぐ寒天」は人気があります。旭区のファンフェスタでは、「白身魚ビアフリッター」も人気があるので、これらを提供することにしました。



・エイドを提供するうえで気を付けていること、工夫していることは何ですか。

まず、ランナーさんに美味しく食べてもらえるものを提供します。他の出店では甘いものがちょっと多く見えたので、僕は反対に、「とらふぐ寒天」といった、ランナーさんにとっては塩味があって水分のあるものの方がいいのかなと思いました。あとは、魚を使って食べやすいので「白身魚のビアフリッター」と「イワシのハンバーグ」を提供して、全部きれいになりました。

もう一つは、当たり前のことですが、安全性に気を付けて提供しています。やっぱり食べるもんなんで、前日調理は確実にして、大型の冷蔵庫があるので、そこでしっかり冷やし込んでから、発泡スチロールに詰めて、冷氣保ったままで持っていかせてもらって、直前に出すようにしています。やっぱりものが魚なので、温度には気を付けています。その点では、2月でよかったのかなと思います。

あとは、エイドを提供する時に、諸先輩方から、積み上げといったら勝手に持って行ってもらえるよって聞いたんですけど、そうでもなかったです。そこで、今回は「とらふぐの寒天」とかは小さいカップに入れて、衛生面に気を付けて配りました。逆にずっと取れるものに関しては、ある程度平積みにして、簡単にとれるように工夫しました。

渡す時の声かけも工夫しています。韓国のランナーには、マシソヨ（美味しいよ）と韓国語で声をかけます。すごく乗ってくれます。僕は海外に住んでいたんで、ある程度英語は喋れますし、韓国人の友達もいて、単語もちょっとだけは知っているので。

・「まいどエイド」をしていて感動した、こころ豊かになったエピソードがあればお聞かせください。

お客さんが走られているんですよ。まいどエイドをさせてもらって、お客さんのランナーに会ったときは感動します。そういうお客さんが走ってくれている中で、僕なんかが、助けるって言ったら変な言い方ですけど、お手伝いできているので、それはありがたいです。絆が深まります。

ランナーさんの何人かは、「まいどエイド」で食べて美味しかったからと言って、当店をネットで調べて、買いに

来られますよ。大阪マラソンが繋ぐ縁みたいなものに、こころ豊かになります。

うちの出店の手前がチャーシュで、その手前が唐揚げとコロッケなんですね。さらに、その手前に海苔巻きがあります。全部手に持ったり、口に頬張って、うちに来た時に、これ以上は無理って言われたきは笑ってしまいました。また、食べた人が逆走して帰ってきて、もう一回食べるランナーもいます。これがやっぱりおいしかったからと言って。そんな情景に感動します。

あと、今回は富士加代子さんが来られて、「とらふぐの寒天」を食べに来たと言ってくれた時は感動しました。思わず一緒に写真を撮りました。

4 時間台、5 時間台の方が、立ち止まって食べられることが多く、結構、「まいどエイド」を楽しみに走られる方が多いことに驚きました。そんな情景に出会えると、次回も頑張ろうっていう気になりますね。

さらに、関西大学の劉先生のゼミの学生さんにお手伝いいただけることが有難いです。最初は遠慮がちだったのが、だんだん元気を出してランナーに声をかけているのを見ると、ランナー以上に元気をもらえます。

・今後、「まいどエイド」を続けていくうえで、改善した方がよいと思うことは何ですか。

前回は雨で、今回は雪だったんですね。

コップは、土砂降りの雨だったら水が溜まって使えなくなります。去年はドライフルーツがドライではなくウェットになって、元に戻りました。だから、難しいかもしれませんが、屋根があったらいいなと思いました。せめてエイドを提供するところぐらいは屋根があったらありがたいです。晴天やったら問題はないんですけど、やっぱ 2 年連続で、天気が悪かったのもそう思いました。

あと、各ブースとブースの間に距離をおいてもいいかなと思いました。ちょっと詰まりすぎてランナーが窮屈そうです。ちょうどお腹すくのが 30 km 地点ぐらいなので、30 km 地点から、1 km ごとにエイドが転々とあってもいいのではないのでしょうか。また、ランナーさんは、EXPO でどんなエイドがあるのかを調べて、ここでこれを食べようと決めて来られている方もいらっしゃるんですね。ただ、遅いとなくなって、食べられない場合があるので、もう少し数を増やす必要もありそうですね。

・大阪マラソンが参加したくなる大会になるために、どうしたらいいかのご意見があれば、お聞かせください。

大阪で商売させていただいて、それへの恩返しだと思って参画しています。また、商店街はシャッターを閉めるところが多くなっていくし、同じ方向を向いていなかったりします。「まいどエイド」に参画することで、そんな商店街を活性化できればと思っています。

また、終わってから 1 週間程度、各商店街で大阪マラソンの参加者にメダルを持ってきてもらったら割引をするのも良いと思います。

ランナーさんに喜んでもらえる工夫をみんなでするのが楽しい

大正区商店会 森川和廣

・「まいどエイド」へ参画しようと思った理由と経緯について教えてください。



大正区の商店会の会長さんから誘われて、第4回（2014年）にスタッフとして参加してみました。そこで、エイドの渡し方とか、並べ方とかを学びました。これまで、市商連に貢献していなかったの
で、「まいどエイド」に参画しようと思いました。それで何をエイド
しようかと考えたとき、私は肉屋なので、「コロッケ」や「から揚げ」
なら出せるなと思って出店しました。これまでに大正区のお祭りで
出して好評だったので。それともう一つは、なんかちょっと変わった
エイドを提供しようというのが基本的な考え方で、最初は、「サー
ターアンダーギー」にしました。大正区は沖縄料理店が多く、1個1
個手作りしてもらって、4分割してランナーが食べやすいようにし
ました。その次は、「ミンチボール」で、2年やりました。ここ2年
は「天使のクッキー」です。大正区のお店で売っているものという
のが基本です。

・エイドを提供するうえで気を付けていること、工夫していることは何ですか。

手伝ってくれる学生さんと相談して、テーブルに置いておくのではなく、トレーに入れて配るという方法をとっています。そうすると、ランナーさんは喜んでとって行ってくれます。だから、結構なくなるのが早いです。

声かけも工夫しています。大正区のお店で作ったコロッケですよとか、天使のクッキーどうですかとか言ったりして、自分のところの商品をアピールするという感じでやっていますね。唐揚げはどうでしたかとランナーに聞くと、おいしいとか、これは重たいとか感想を言ってくれて、コミュニケーションをとって楽しんでいます。手伝ってくれている学生さんらに前面に出てもらって、ランナーさんと交流を積極的にしてもらっています。

また、コロッケは丸いものじゃなくって半分に切って、唐揚げもちょっと小さめに作って、ランナーさんが持った時に、一口で食べられるように工夫しています。衛生面でも気を付けていて、油で揚げて、消毒を完全にした包丁で1個1個切ったりとか、唐揚げも油をちゃんと切って消毒した箱に詰めています。ランナーさんが食べる時に潰れないように、油の温度を200度のちょっと強めにして外をカラッと揚げています。それでも、唐揚げとコロッケは作るのに5、6時間かかります。

・「まいどエイド」をしていて感動した、こころ豊かになったエピソードがあればお聞かせください。

最後の1個、ランナーが食べてくれた時は、やっていてよかったなと思いますね。また、残さず食べてくださることで、すごくこころ豊かになる感じがしますね。

僕ら大人になってもずっと働いていたら、これが普通かなと思っていても、学生さんが違う目線で見えてくれて、新しいこと色々やってくれるのが嬉しいですね。例えば、Instagramにエイドをあげるとき、どうやったら映えるかなとか、どうやったら綺麗に写るかなとか、ランナーさんが食べたくなるような感じの写真をどうやったら撮れるとかね。そんなのを一緒に考えたりするのが楽しいですね。逆に普通の商売に役立つこともあります。

この「まいどエイド」に参画していると、何とかみんなで盛り上げようとなり、他の商店会の人とお知り合いになるっていうのも大きな喜びですね。

・今後、「まいどエイド」を続けていくうえで、改善した方がよいと思うことは何ですか。

何これ？という風に、驚いてもらえるエイドを提供する必要がありますね。いわゆる目玉商品です。その時、ネーミングも大切です。ポンデケージョっていうのがあるんですが、何？ってなるでしょ。ポルトガルのチーズのパンみたいなものです。それぞれの区の商店会の目玉商品を出すのも大切ですね。そして、各区が切磋琢磨して、質の高いエイドを提供していけるようになったら、もっと「まいどエイド」に注目してもらえると思います。われわれがやっているように、定番のエイドと驚いてもらえる目玉商品を提供するのがいいのかなと思います。そうすると、ランナーさんが大会が終わってから、「まいどエイド」で食べたからと言って、店をネットで探して来てくださる方がいらっしやいます。そんな大阪マラソンをきっかけとしてランナーとつながりを持つということも大切だと思います。

また、毎年同じものを出すのではなく、新しいエイドを出すと、リピーターの人は、今年はどんなエイドがあるのだろうと楽しみに来られるのではないですか。

もっと大阪らしさっていうか、それを出せるような大会にしていってことですよ。

結局、もうちょっとバラエティ豊かにしていった方がいいかなという感じです。

「まいどエイド」は結果として出来上がったエイドを提供していますが、それを提供するまでのプロセスみたいなものを、ストーリーとして動画で紹介するというのがあってもいいのではないかと思います。そんなストーリーを知ってエイドを食べるとまた一味違うだろうし、「まいどエイド」にける皆さんの思いが伝わって、こころ豊かなものになるのではないかと思います。

せっかく大阪市で商売しているんだから、なんか大阪市に恩返しみたいなことができないかなと思います。その点で、それぞれの商店会が「まいどエイド」に協力することで、商店街が活性化すればいいなと思います。また、「まいどエイド」でつながり、困ったときには助け合い、大阪全体の商店会が繁栄していけばいいなと思っています。

・大阪マラソンが参加したくなる大会になるために、どうしたらいいかのご意見があれば、お聞かせください。

いろんな企業さんがかかわっていらっしやいますが、それぞれ、特色のある取り組みをされているので、それをEXPOだけではなく、当日のコースでも展開されたらどうでしょうか。別に食べるもんじゃなくてもいいかもしれません。今、エイドではゴールしてからお配りになっている企業さんは結構いらっしやるんですけども、コースにはほとんど出てないというので、「まいどエイド」みたいな形で、コースにも出店するというのはどうでしょうか。

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 2025（第 13 回大阪マラソン）

参加ランナー意識調査

このたびは、大阪マラソン 2025（第 13 回大阪マラソン）（以下「大阪マラソン 2025」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 2025 参加ランナー意識調査」は、大阪マラソンがもたらす効果と影響を明らかにし、今後の大会運営に活かすことを目的として、読売新聞社と関西大学が、大阪マラソン組織委員会の依頼を受け、調査を実施するものです。

調査結果は、大阪マラソン組織委員会に報告するとともに、読売新聞に掲載し、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、・・・④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
⑦万博チケット付きランナー

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 EXPO2025」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 2025 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 2025 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 2025 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 2026 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 2025 の運営について>

15. 大阪マラソン 2025 で、何に感動し、元気づけられ、こころの豊かさを感じたかをお聞かせください。次の項目について、「大いに関係している」から「まったく関係していない」までの4段階の評価から選んでください。

① ボランティア・スタッフからの声掛けや応援	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
② ボランティア・スタッフの対応や支援	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
③ ボランティア・スタッフがいることの安心感	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
④ 知らない観客からの応援・声かけ	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない

⑤ 知り合いからの応援・声かけ	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑥ 観客のユーモアあふれる応援ボードや仮装	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑦ 道路の横断など交通規制への市民の協力	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑧ 一緒に走るランナーからの声掛け	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑨ 海外ランナーと一緒に走っていること	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑩ エリートランナーの走り	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑪ ランナー盛上げ隊の応援パフォーマンス	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑫ ランナー盛上げ隊からの声掛け	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑬ チャリティをすることで誰かの役に立つために走ること	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑭ チャリティグッズを身につけること	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑮ コース上の文化財などの街の風景	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない

	○まったく関係していない
⑯ 大阪・関西万博に関するコースの装飾	○大いに関係している ○まあまあ関係している ○あまり関係していない ○まったく関係していない
⑰ 仮装しているランナー	○大いに関係している ○まあまあ関係している ○あまり関係していない ○まったく関係していない
⑱ 「まいどエイド」の給食	○大いに関係している ○まあまあ関係している ○あまり関係していない ○まったく関係していない

その他、大阪マラソン 2025 で、感動し、元気づけられ、こころの豊かさを感じたことがあれば、お書きください。

16. 大阪マラソンは、今大会でエリートマラソン（びわ湖毎日マラソン）と統合して 4 年目を迎えました。市民マラソンとエリートマラソンの統合について感じたことがあれば、お書きください。

17. 今回、皆さんのご意見から、大会運営の改善を行いました。評価をお聞かせください。次の項目について、「大変良かった」から「まったく良くなかった」までの 4 段階の評価から選んでください。

① 更衣スペースを大阪城ホールと WW ホール内に設置し、屋内で更衣できるようにした。	○大変良かった ○まあまあ良かった ○あまり良くなかった ○まったく良くなかった
② 参加 T シャツをオプションにすることで、参加費を 17,000 円から 16,000 円に改定した。	○大変良かった ○まあまあ良かった ○あまり良くなかった ○まったく良くなかった
③ 沿道応援「ランナー盛上げ隊」の設置場所を増やした。	○大変良かった ○まあまあ良かった ○あまり良くなかった ○まったく良くなかった
④ 大きな起伏は 1 か所、折り返しを 3 か所に抑え、完走率の高い、走りやすいコースを維持した。	○大変良かった ○まあまあ良かった ○あまり良くなかった ○まったく良くなかった
⑤ 「まいどエイド」をはじめ、給食・給水の提供	○大変良かった

を充実し、テーブル数がわかるように工夫をした。	<input type="radio"/> まあまあ良かった <input type="radio"/> あまり良くなかった <input type="radio"/> まったく良くなかった
⑥ 「再生メダルプロジェクト」「紙コップのリサイクル」「フードロスの削減」等の SDGs を意識した取り組みをした。	<input type="radio"/> 大変良かった <input type="radio"/> まあまあ良かった <input type="radio"/> あまり良くなかった <input type="radio"/> まったく良くなかった

<チャリティについて>

18. 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

19. 次のチャリティグッズは購入しましたか。（複数回答可）

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

20. 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

21. 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（ ）

22. 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 2025（第 13 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 2025（第 13 回大阪マラソン）（以下「大阪マラソン 2025」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 2025 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 EXPO2025」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 2025 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どちらかというと高い ③妥当 ④どちらかというと安い ⑤安い

13. 大阪マラソン 2025 に満足されましたか。

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

14. 来年の大阪マラソン 2026 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 2025 の運営について>

15. 大阪マラソン 2025 で、何に感動し、元気づけられ、こころの豊かさを感じたかをお聞かせください。次の項目について、「大いに関係している」から「まったく関係していない」までの4段階の評価から選んでください。

① ボランティア・スタッフからの声掛けや応援	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
② ボランティア・スタッフの対応や支援	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
③ ボランティア・スタッフがいることの安心感	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
④ 知らない観客からの応援・声かけ	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑤ 知り合いからの応援・声かけ	<input type="radio"/> 大いに関係している

	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑥ 観客のユーモアあふれる応援ボードや仮装	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑦ 道路の横断など交通規制への市民の協力	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑧ 一緒に走るランナーからの声掛け	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑨ 日本のランナーと一緒に走っていること	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑩ エリートランナーの走り	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑪ ランナー盛上げ隊の応援パフォーマンス	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑫ ランナー盛上げ隊からの声掛け	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑬ チャリティをすることで誰かの役に立つために走ること	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑭ チャリティグッズを身につけること	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑮ コース上の文化財などの街の風景	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない

⑯ 大阪・関西万博に関するコースの装飾	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑰ 仮装しているランナー	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑱ 「まいどエイド」の給食	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない

その他、大阪マラソン 2025 で、感動し、元気づけられ、こころの豊かさを感じたことがあれば、お書きください。

16. 大阪マラソンは、今大会でエリートマラソン（びわ湖毎日マラソン）と統合して 4 年目を迎えました。市民マラソンとエリートマラソンの統合について感じたことがあれば、お書きください。

17. 今回、皆さんのご意見から、大会運営の改善を行いました。評価をお聞かせください。次の項目について、「大変良かった」から「まったく良くなかった」までの 4 段階の評価から選んでください。

① 更衣スペースを大阪城ホールと WW ホール内に設置し、屋内で更衣できるようにした。	<input type="radio"/> 大変良かった <input type="radio"/> まあまあ良かった <input type="radio"/> あまり良くなかった <input type="radio"/> まったく良くなかった
② 海外ランナーにもチャリティランナーとして参加してもらえるようにした。	<input type="radio"/> 大変良かった <input type="radio"/> まあまあ良かった <input type="radio"/> あまり良くなかった <input type="radio"/> まったく良くなかった
③ 沿道応援「ランナー盛上げ隊」の設置場所を増やした。	<input type="radio"/> 大変良かった <input type="radio"/> まあまあ良かった <input type="radio"/> あまり良くなかった <input type="radio"/> まったく良くなかった
④ 大きな起伏は 1 か所、折り返しを 3 か所に抑え、完走率の高い、走りやすいコースを維持した。	<input type="radio"/> 大変良かった <input type="radio"/> まあまあ良かった <input type="radio"/> あまり良くなかった <input type="radio"/> まったく良くなかった

⑤ 「まいどエイド」をはじめ、給食・給水の提供を充実し、テーブル数がわかるように工夫をした。	<input type="radio"/> 大変良かった <input type="radio"/> まあまあ良かった <input type="radio"/> あまり良くなかった <input type="radio"/> まったく良くなかった
⑥ 「再生メダルプロジェクト」「紙コップのリサイクル」「フードロスの削減」等の SDGs を意識した取り組みをした。	<input type="radio"/> 大変良かった <input type="radio"/> まあまあ良かった <input type="radio"/> あまり良くなかった <input type="radio"/> まったく良くなかった

<チャリティについて>

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

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

19. 次のチャリティグッズは購入しましたか。（複数回答可）

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

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

その他、チャリティについてご意見がありましたら、お書きください。

<大阪マラソンへの要望>

大会に関してご意見があれば、ご自由にお書きください。（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 2025（第 13 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 2025（第 13 回大阪マラソン）（以下「大阪マラソン 2025」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 2025 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、ご協力をお願いします。

<あなた自身について>

1. 年齢を選択してください。

①10代 ②20代 ③30代 ④40代 ⑤50代 ⑥60代 ⑦70代以上

2. お住まいの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
⑥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いろんな人と知り合いになれた ④自分自身を高めることができた
⑤日常生活に張り合いを持てた ⑥大阪マラソンが好きになった
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 2025 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 2026 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 2025 の運営について>

12. 大阪マラソン 2025 でボランティアをして、何に感動し、元気づけられ、こころの豊かさを感じたかをお聞かせください。次の項目について、「大いに関係している」から「まったく関係していない」までの4段階の評価から選んでください。

① ボランティア同士の助け合い	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
② スタッフからの声かけや支援	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
③ ランナーからの声かけや感謝の言葉	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
④ 観客や市民からの声かけや感謝の言葉	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑤ ボランティア活動が誰かの役に立っているという実感	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑥ 道路の横断など交通規制への市民の協力	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑦ ランナーの頑張っている姿	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑧ ランナーの楽しそうな表情	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している

	<input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑨ チャリティマラソンであること	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑩ コース上の文化財などの街の風景	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑪ 大きな大会運営をやり遂げたという達成感	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑫ 異文化交流の機会があったこと	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない
⑬ マラソンの発展に貢献したこと	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> あまり関係していない <input type="radio"/> まったく関係していない

その他、大阪マラソン 2025 のボランティアで、感動し、元気づけられ、こころの豊かさを感じたことがあれば、お書きください。

<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 2025 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。

<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 2026 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. 大阪マラソン 2025 で、何に感動し、元気づけられ、こころの豊かさを感じましたか。3 つまで選んでください（1 つでもかまいません）。

- | | |
|-------------------|---------------------|
| ①ボランティアやスタッフの対応 | ②沿道の観客の応援 |
| ③ランナー盛上げ隊 | ④道路の横断など交通規制への市民の協力 |
| ⑤市民ランナーの走り | ⑥エリート（トップ）ランナーの出走 |
| ⑦海外ランナーの参加 | ⑧仮装しているランナー |
| ⑨チャリティの取り組み | ⑩都会の名所旧跡を巡るコース |
| ⑪大阪城でのセントラルフィニッシュ | |
| ⑫その他（ | ） |

8.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。

参加者の一体感魅力

本社・関大共同調査



2月に開催された「大阪

マラソン2025」(読売新聞社共催)で、読売新聞と関西大が参加者に行った共同アンケート調査の結果がまとまった。「何に感動し、心の豊かさを感じたか」との質問に、ランナーの9割

超が観客やボランティアからの応援・声かけを挙げ、ランナー、観客、ボランティアの一体感が大会の魅力として浮かび上がった。

調査対象は、国内ランナー13187人、海外ランナー1949人、ボランティア871人、観客249人など。共通質問の「何に感動」に、ボランティアの9割前後が「誰かの役に立って

いる実感」や「ランナーの楽しそうな表情」を選択。観客は「沿道の観客の応援」と「市民ランナーの走り」が多く、5割近くが挙げた。

ただ、ランナーの満足度は大幅に低下した。ゴール地点の大阪城公園(大阪市中央区)内にある大阪城ホールで誘導に不手際があり、ゴール後の手荷物受け取りに時間がかかったこと

が影響した。「満足」「まあまあ満足」と答えた国内ランナーの割合は6割強で、前回から2割近く落ち込んだ。

調査責任者の杉本厚夫・関西大名誉教授は「ランナー、観客、ボランティアの豊かな関係性が大阪マラソンの価値であり、都市型マラソンの醍醐味。課題に真摯に向き合い、改善に取り組んでほしい」と指摘した。

△詳報20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