

第 8 回大阪マラソン 参加ランナー・観客へのアンケート調査結果(抜粋)

大阪マラソン組織委員会

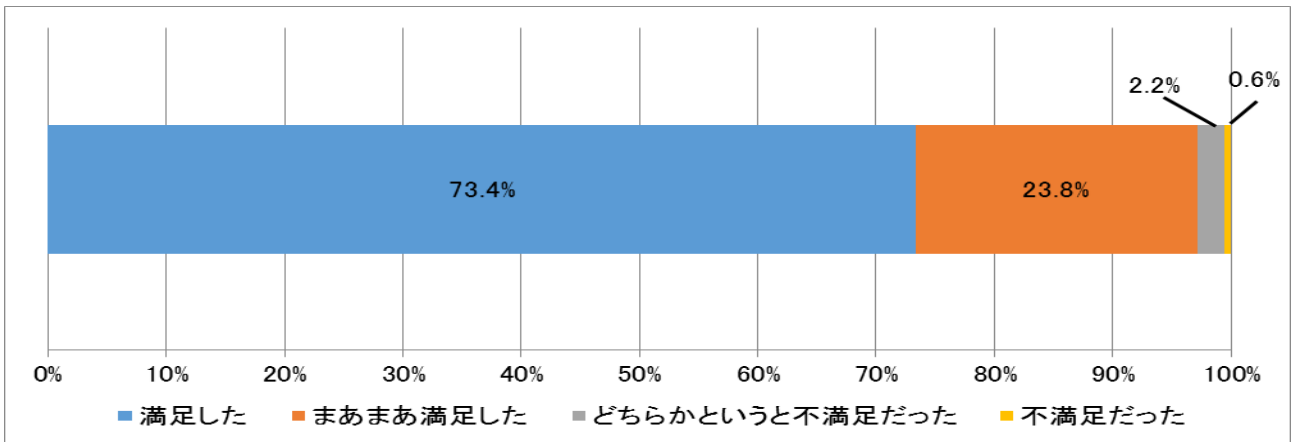
出典:第 8 回大阪マラソン共同調査研究(関西大学・読売新聞社)

本資料は、第8回大阪マラソンに参加したランナー、観客を対象に、大会参加の意識、大会運営に対する評価、チャリティマラソンの社会的意義などを明らかにすると同時に、大阪マラソンの課題を解決し、今後の大会運営に活かすことを目的とする「第8回大阪マラソン共同調査研究」結果を元に作成したものです。

なお、同研究は、大阪マラソン組織委員会が、読売新聞大阪本社と関西大学に共同調査研究を依頼したものです。

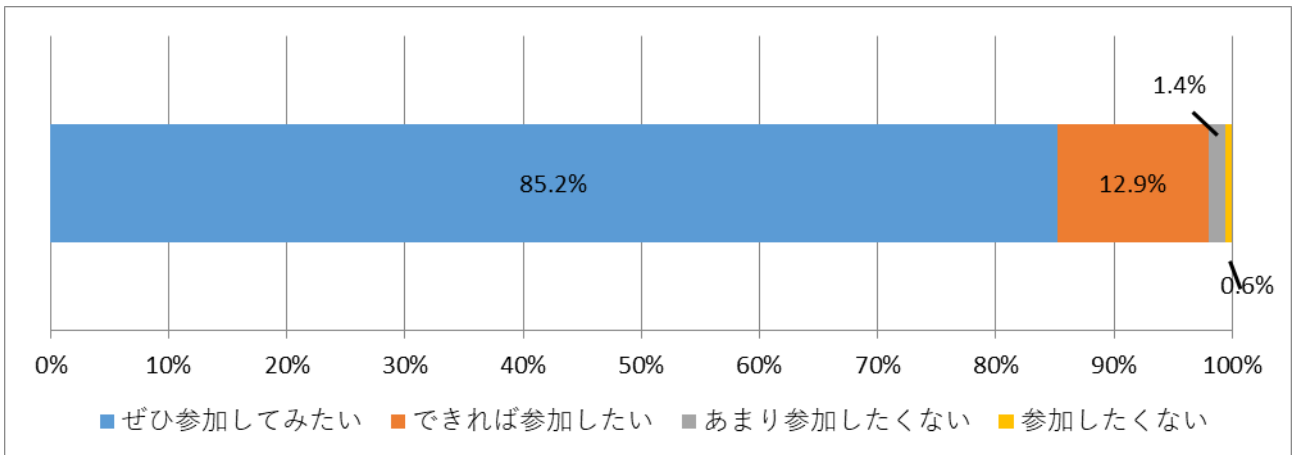
一般ランナー意識調査

■第8回大阪マラソンに満足しましたか？



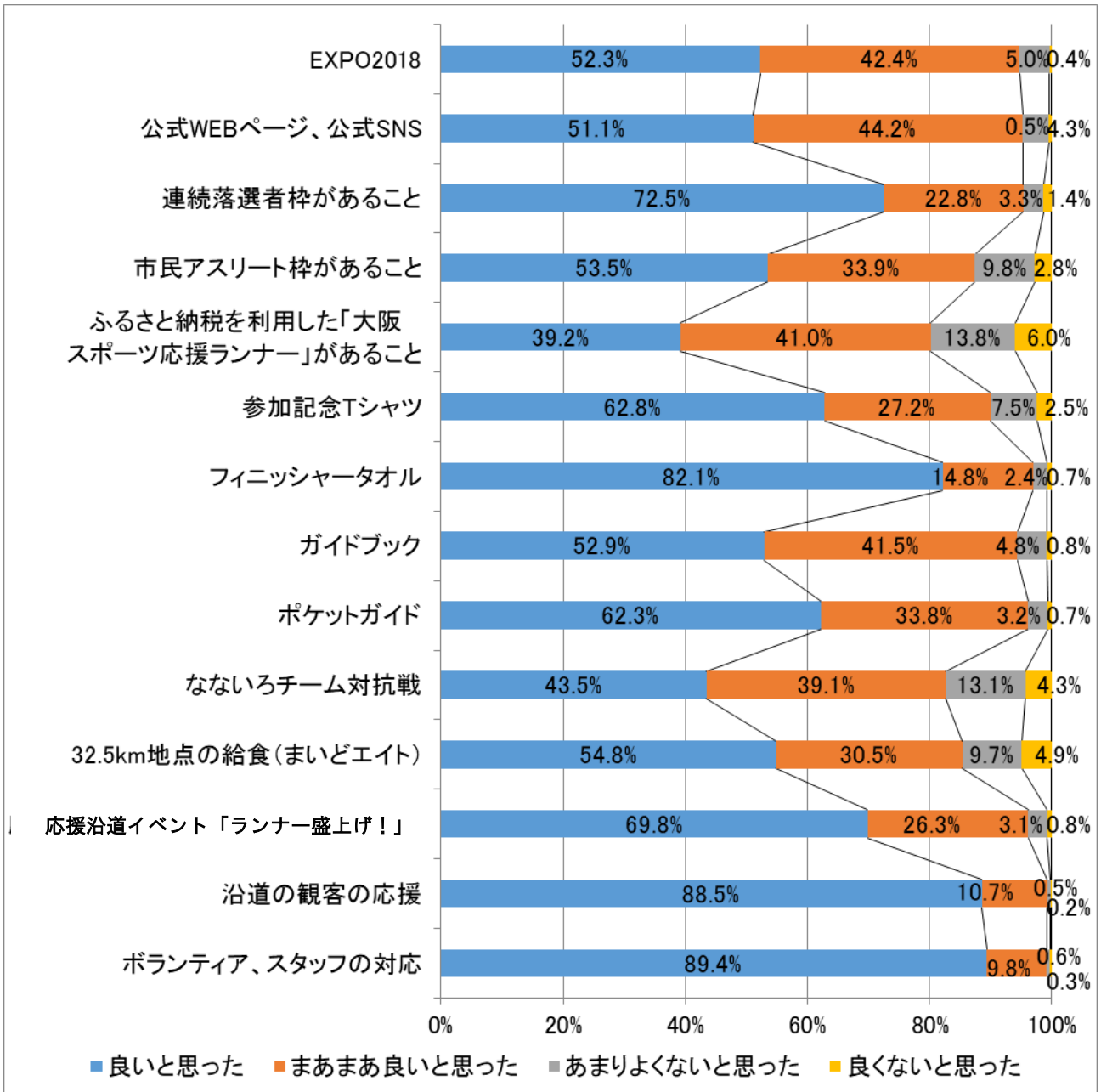
大会の評価について、「満足した」が73.4%（昨年70.0%）で、昨年よりも増加した。「まあまあ満足した」の23.8%（昨年27.1%）を加えると、97.2%（昨年97.1%）であり、ランナーの満足度は向上しているといえる。

■第9回大阪マラソンに参加してみたいですか？



第9回マラソンへの参加について、「ぜひ参加してみたい」が85.2%（昨年80.1%）と昨年より増加しており、「できれば参加したい」の12.9%（昨年17.2%）を加えると、98.1%（昨年97.3%）のランナーが参加したいと回答しており、リピート率は僅かに高まっているといえる。

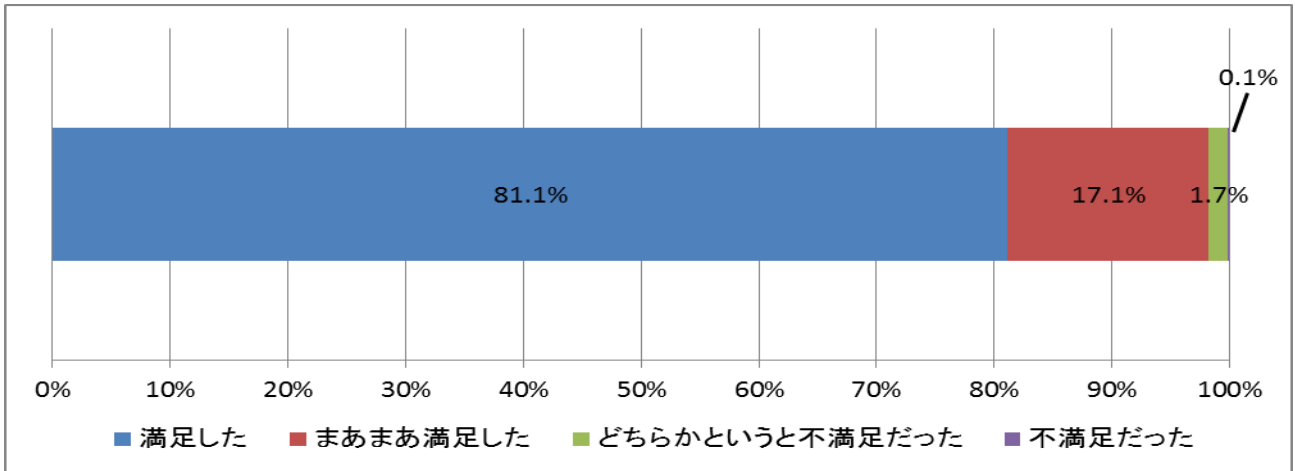
■第8回大阪マラソンの運営について、どのように思われますか？



大阪マラソンの運営について、「良いと思った」と回答した人の割合だけで見ると、「ボランティア、スタッフの対応」が89.4%(昨年91.3%)が最も高く、次いで「沿道の観客の応援」が88.5%(昨年88.7%)となっており、昨年と同様、9割近くのランナーに評価されている。これらは、市民マラソンで大切なホスピタリティが発揮されていて、リピーターの増加につながっていると考えられる。また、「フィニッシャータオル」が82.1%(昨年73.1%)、「参加記念Tシャツ」62.8%(昨年46.3%)、「連続落選者枠があること」72.5%(昨年68.6%)といずれも昨年より評価が高く、大阪マラソンの特徴的な運営も好評といえる。一方、「なないろチーム対抗戦」は43.5%(43.5%)と昨年に引き続き低い評価となっており、大阪マラソンにおける再検討が必要だと考えられる。

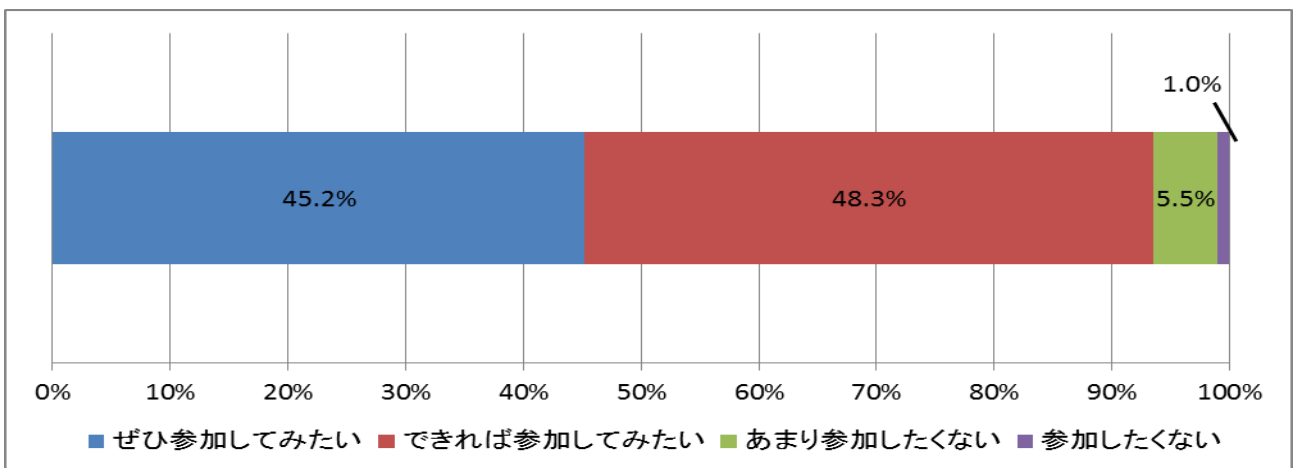
海外ランナー意識調査

■ 第8回大阪マラソンに満足しましたか？



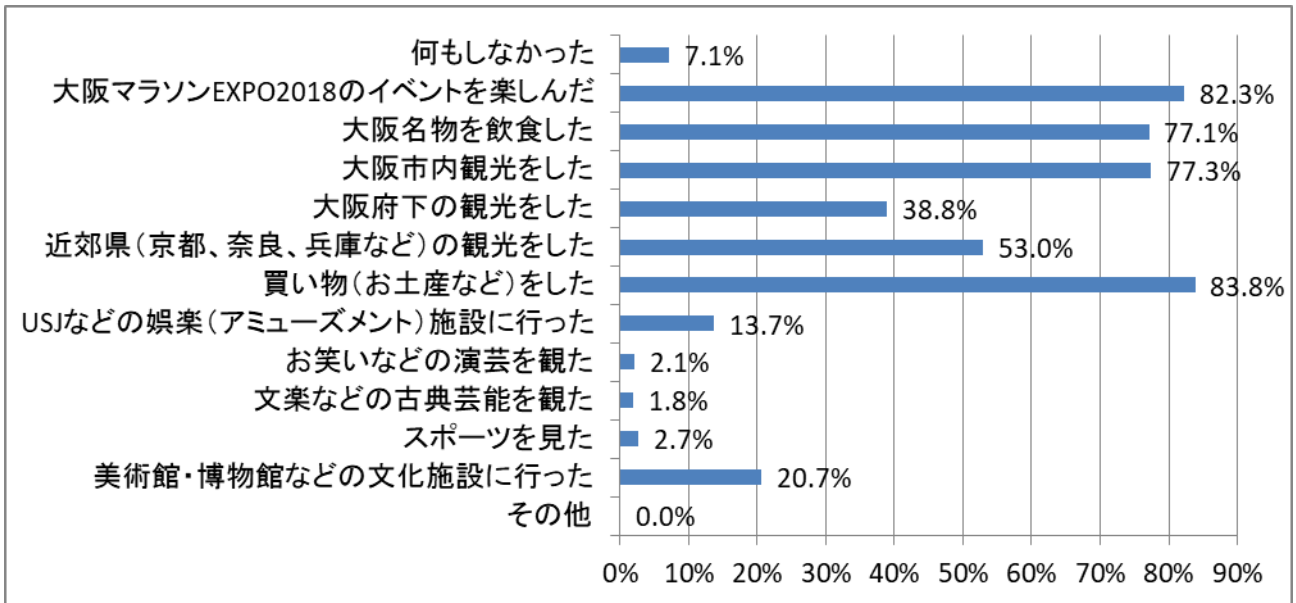
大会の評価について、「満足した」が 81.1%（日本 73.4%）で、日本人ランナーに比べて海外ランナーの方が満足度が高い。「まあまあ満足した」の 17.1%（日本 23.8%）を加えると、98.2%（日本 97.2%）であり日本人に比べて大会への満足度は少し高いといえる。

■ 第9回大阪マラソンに参加してみたいですか？



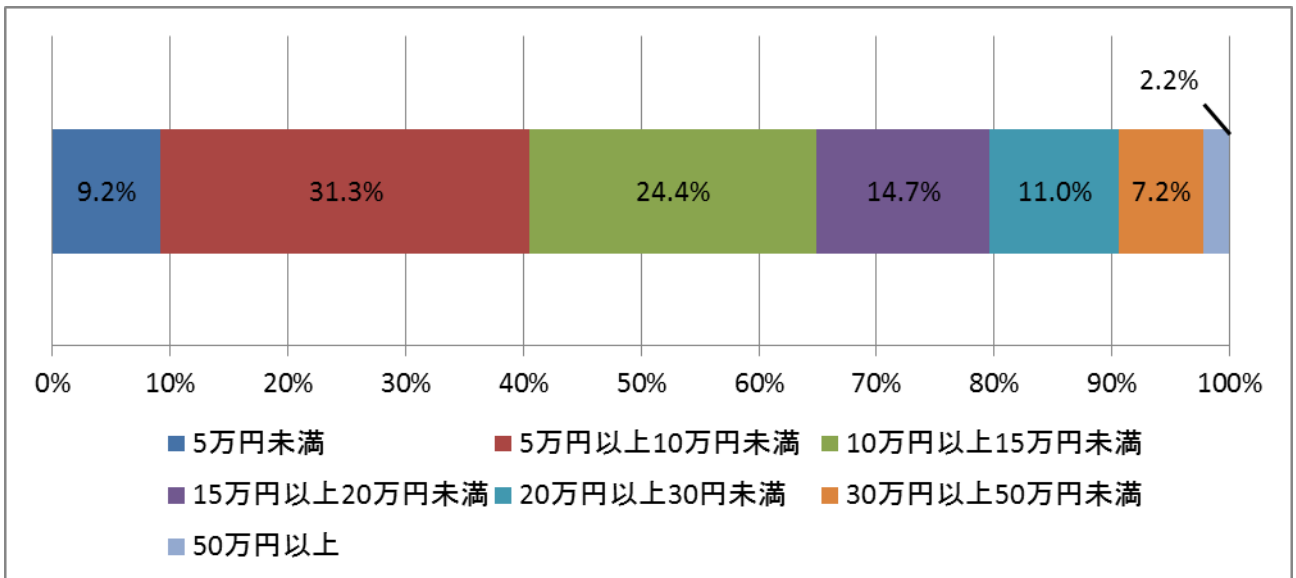
第 9 回大阪マラソンへの参加について、「ぜひ参加してみたい」が 45.2%（日本 85.2%）と日本人に比べて半数近く少ない。しかし、「できれば参加してみたい」が 48.3%（日本 12.9%）を加えると、93.5%（日本 98.1%）の人が参加したいと回答しており、一定のリピーターが望める。

■大阪滞在中に大阪マラソン参加以外に何か活動をしましたか？



大阪マラソン以外の活動について、「EXPO2018のイベントを楽しんだ」「大阪名物を飲食した」「大阪市内観光をした」「買い物(お土産など)をした」が約8割を占めており、スポーツツーリズムとして認知されているといえる。

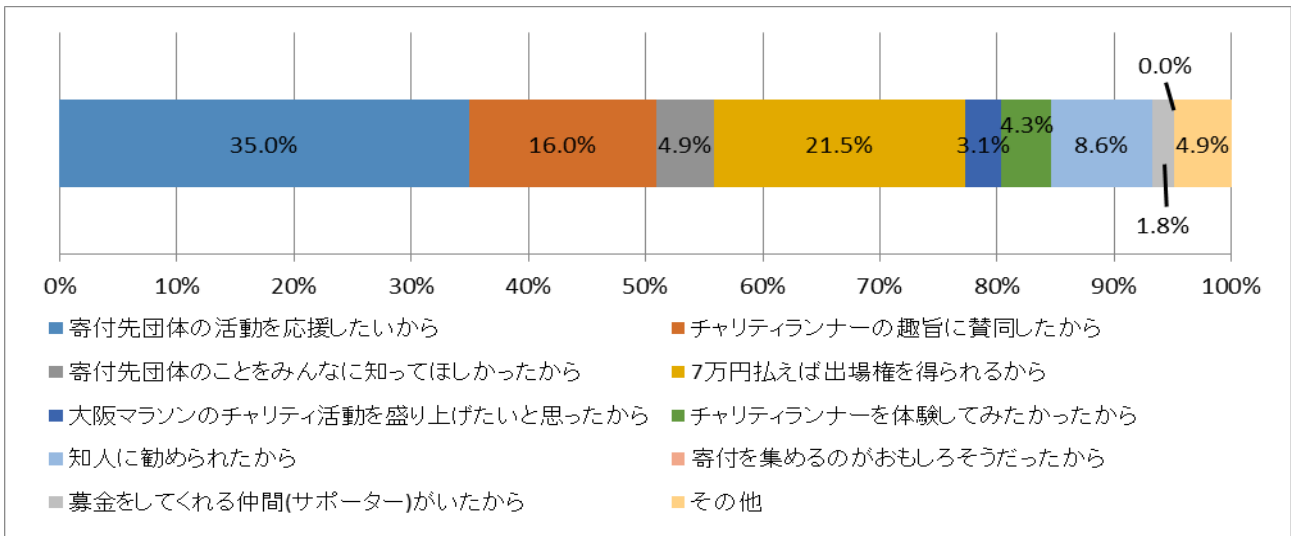
■大阪滞在中に概算でどれだけの経費を使いましたか？



滞在中の経費について、「5万円以上10万円未満」が31.3%(昨年31.1%)、「10万円以上15万円未満」が24.4%(昨年24.4%)とほとんど変化はないが、引き続き経済効果は継続しているといえる。

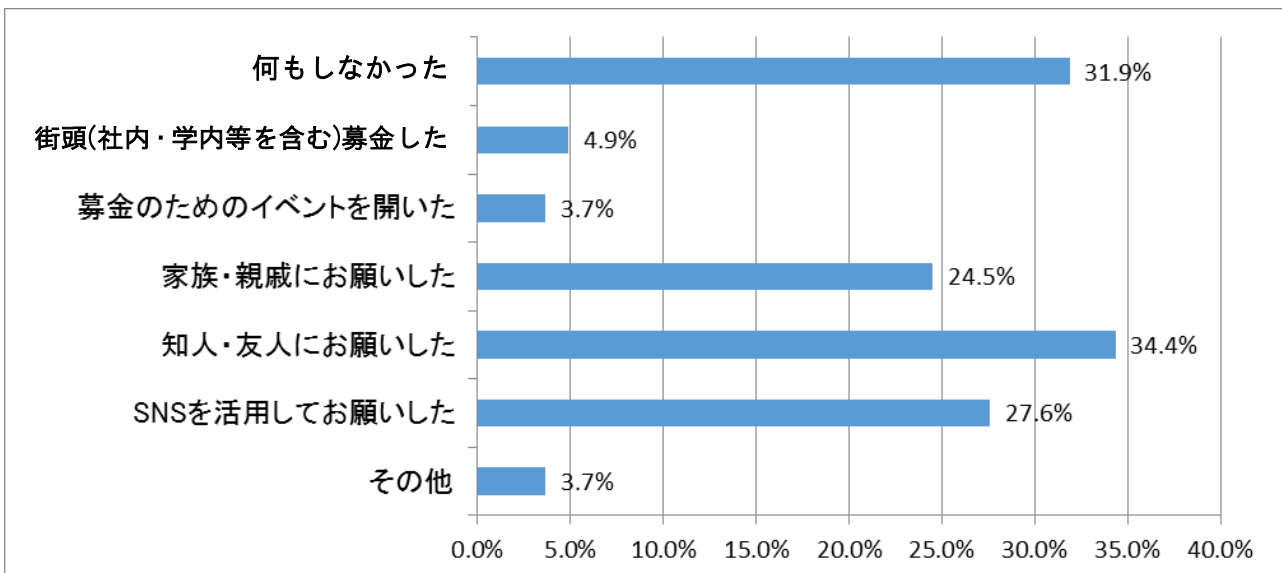
チャリティランナー意識調査

■チャリティランナーとして参加することを決めた1番の理由は何ですか？



チャリティランナーで参加する理由について、「寄付先団体の活動を応援したいから」が 35.0%(昨年 39.3%)と最も多かった。また、「チャリティランナーの趣旨に賛同したから」が 16.0%(昨年 14.5%)と昨年より上昇していることから、チャリティに対する意識が高まったといえる。一方で、「7万円払えば出場権が得られるから」が 21.5%(昨年 15.8%)と増加しており、チャリティランナーの趣旨に添わない理由が払拭できない状況にある。

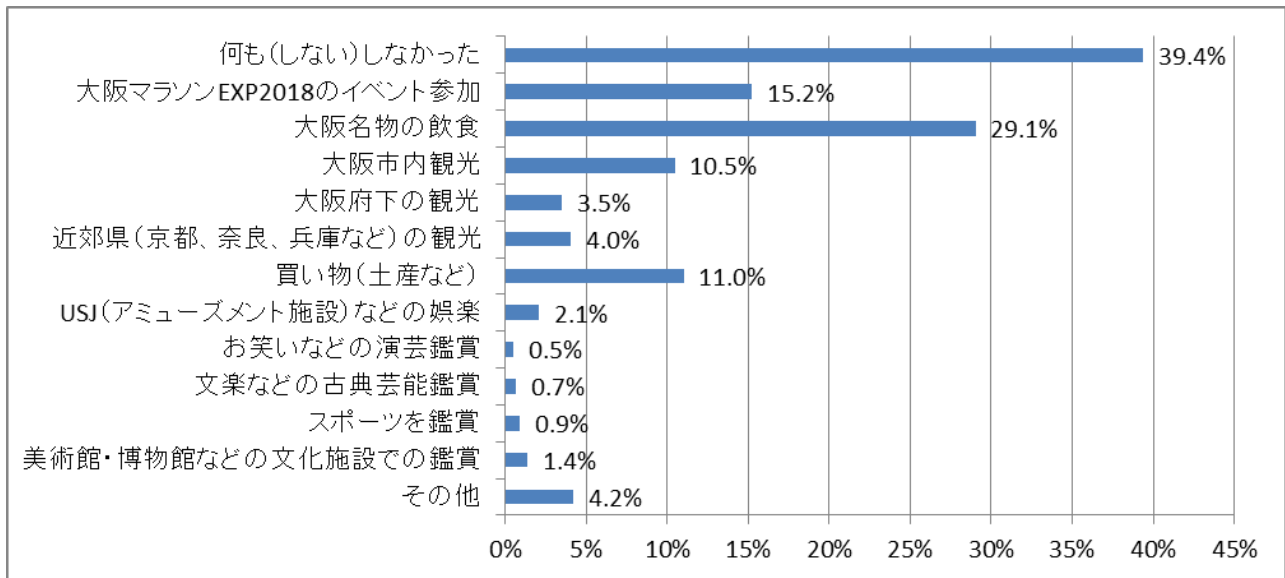
■募金活動はどのようにしましたか？



募金活動については、「何もしなかった」が 31.9%(昨年 34.6%)と昨年に比べ減少しているが、「知人・友人にお願いした」が 34.4%(昨年 37.2%)、「家族・親戚にお願いした」が 24.5%(昨年 26.9%)と、昨年と傾向は変わらず、関係者からの募金が多数を占めている。

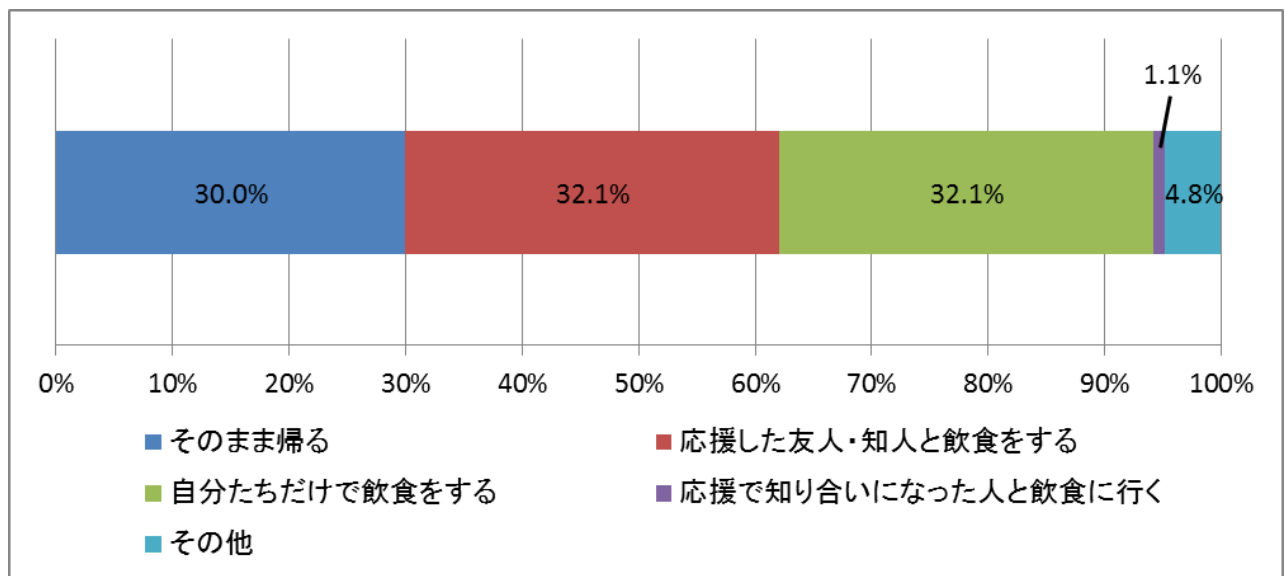
観客意識調査

■大阪マラソン観戦以外の活動は何ですか？



大阪マラソンの観戦以外の活動について、「何もしなかった」が39.4%(昨年50.7%)と減少しており、大阪マラソン観戦以外の活動を行う観客が増加している。主な活動として、「大阪マラソン EXPO2018 のイベント参加」が15.2%(昨年10.5%)、「大阪名物の飲食」が29.1%(昨年15.9%)などが増加傾向にあり、観戦以外の活動で経済的効果が見込まれる。

■観戦終の行動は何ですか？



観戦後の行動について、「そのまま帰る」が30.0%(昨年34.8%)と減少傾向にある一方で、「飲食をする」が65.3%(昨年59.8%)と増加していることから、観戦後の飲食で経済的効果が見込まれる。