

第7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

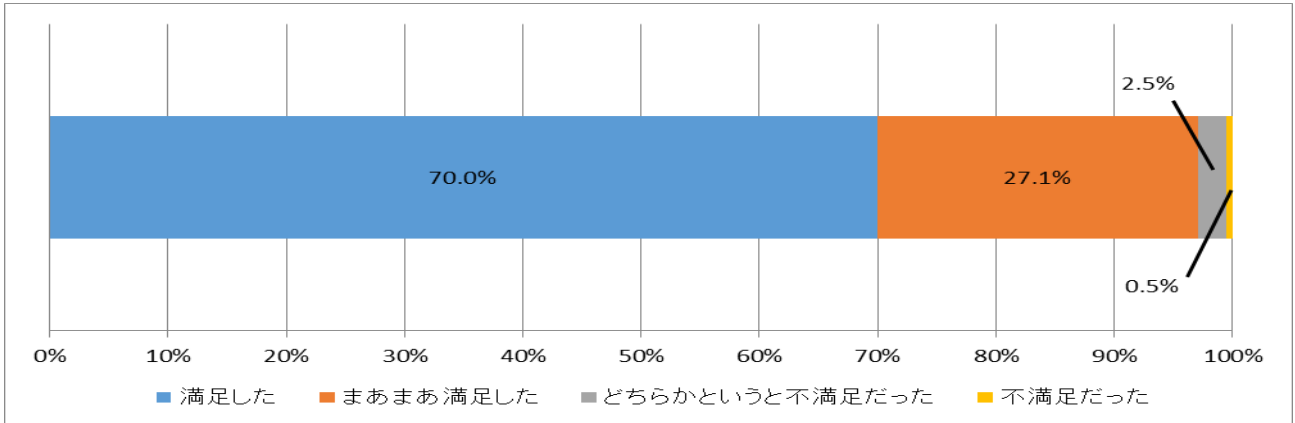
出典:第7回大阪マラソン共同調査研究(関西大学・読売新聞社)

本資料は、第7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7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。

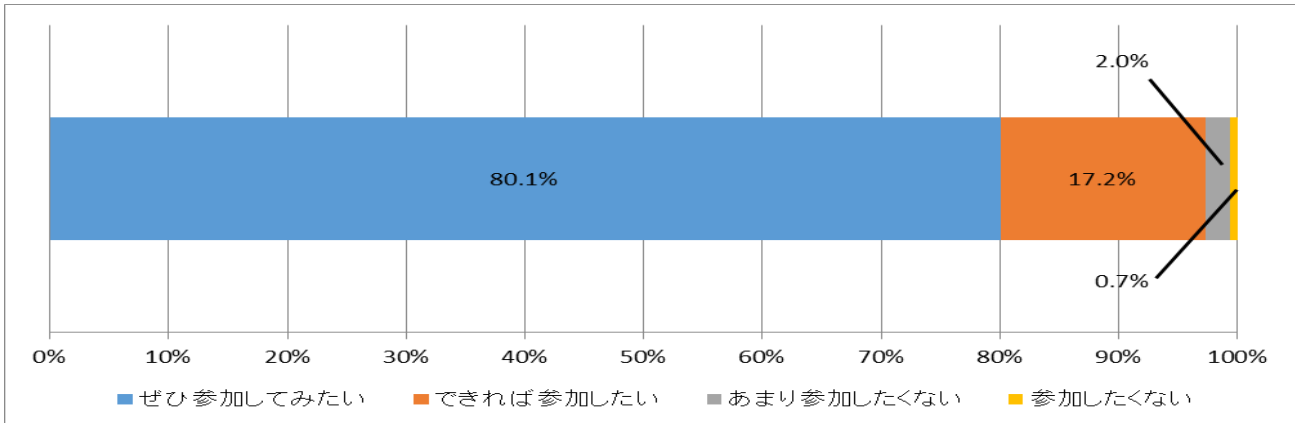
一般ランナー意識調査

■ 第7回大阪マラソンに満足しましたか？



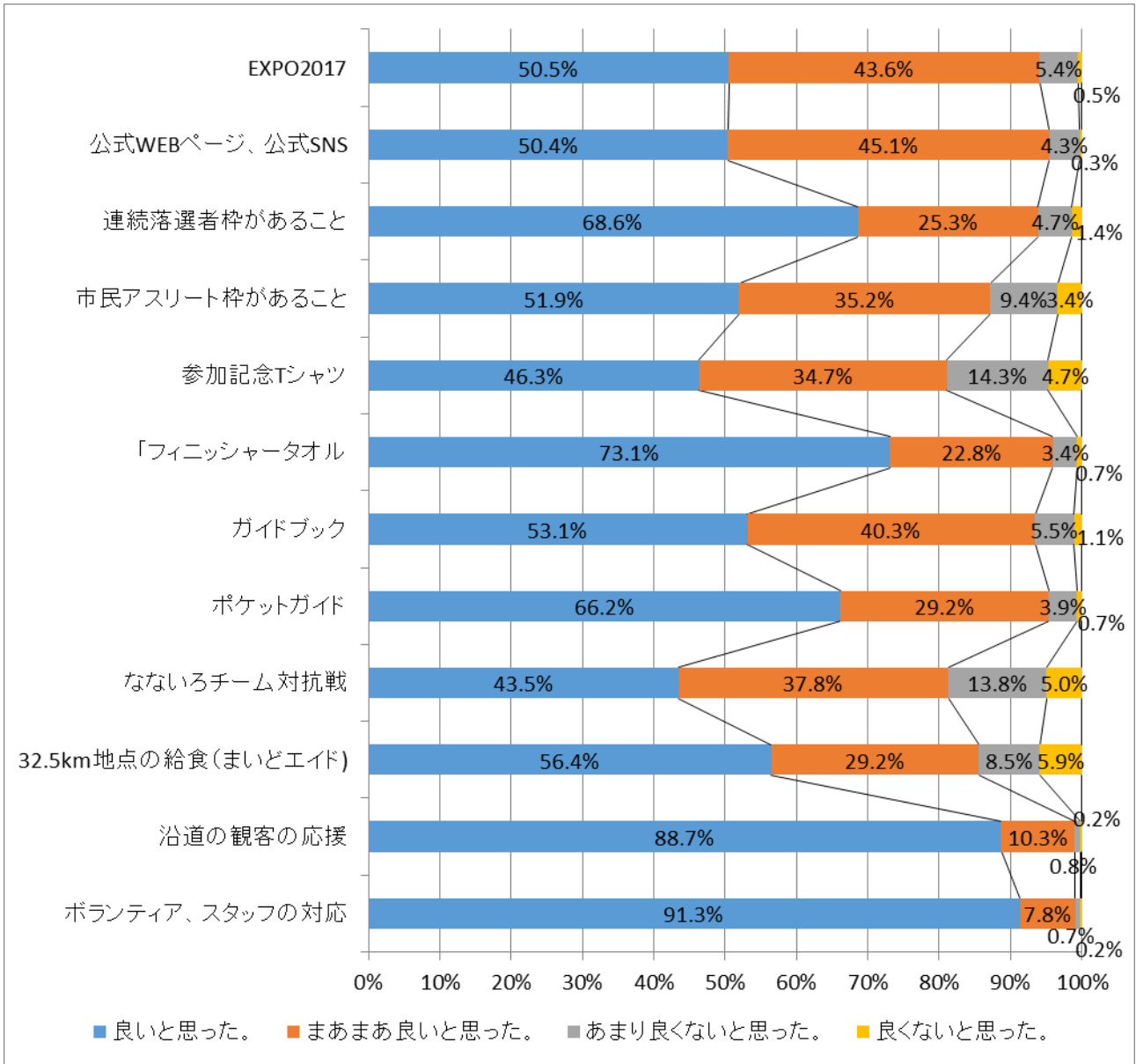
満足した 70.0%、まあまあ満足した 27.1%と満足している人が 97.1%(昨年 95.8%)であり、大会への満足度は高いといえる。

■ 第8回大阪マラソンに参加してみたいですか？



ぜひ参加したいが 80.1%、できれば参加したいが 17.2%と、参加したいと回答した人が 97.3%となり、満足度と相関している。

■ 第7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？



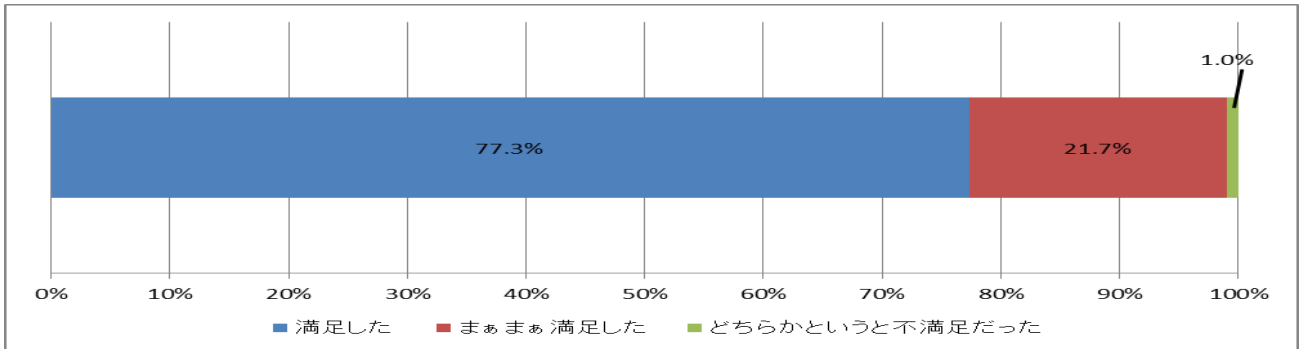
大阪マラソンの運営について、「良いと思った」と答えた人の割合だけで評価すると、「ボランティア、スタッフの対応」が91.3%(昨年90.2%)と最も高く、次いで「沿道の観客の応援」が88.7%(昨年90.7%)である。これらは、市民マラソンで大切なホスピタリティが発揮されていて、リピーターの増加につながっていると考えられる。

また、「連続落選者枠があること」「フィニッシャータオル」「ポケットガイド」が約7割となっていることから、大阪マラソンの特徴的な運営も概ね好評である。

ただ、「なないろチーム対抗戦」が43.5%(第5回55.2%、第6回47.6%)と年々減少してきており、50%を切っており、大阪マラソンにおける役割の再検討が必要だと考えられる。

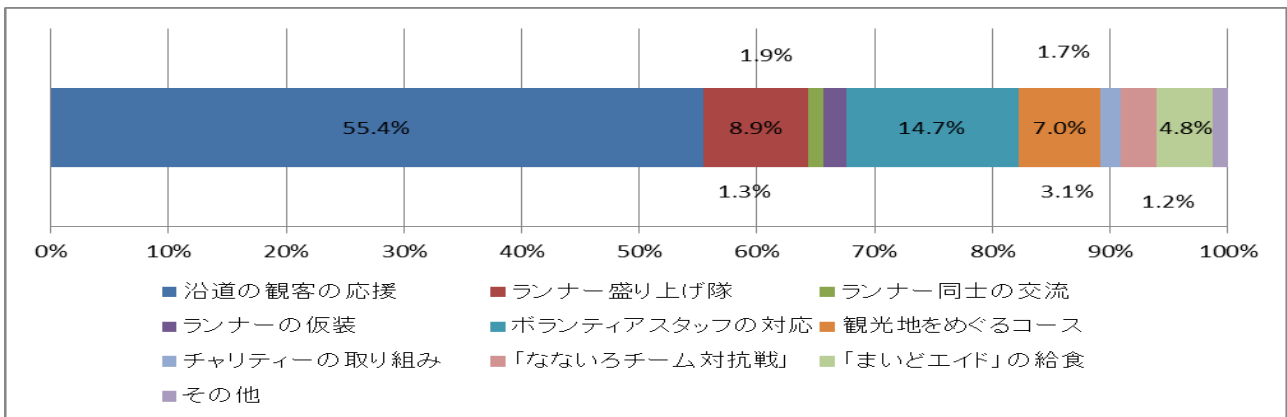
海外ランナー意識調査

■第7回大阪マラソンに満足しましたか？



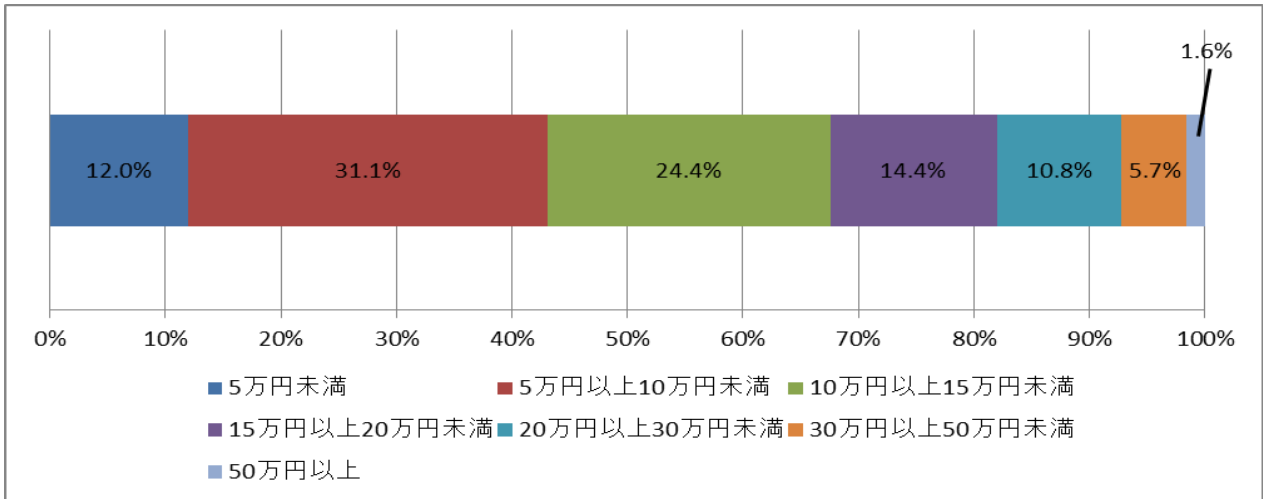
大会の評価について、「満足した」が 77.3% (日本 70.0%)、「まあまあ満足した」が 21.7% (日本 27.1%)と、満足している人が 99.0% (日本 97.1%)であり、日本人に比べて大会への満足度は少し高いといえる。

■大阪マラソンで最も魅力的なものは何ですか？



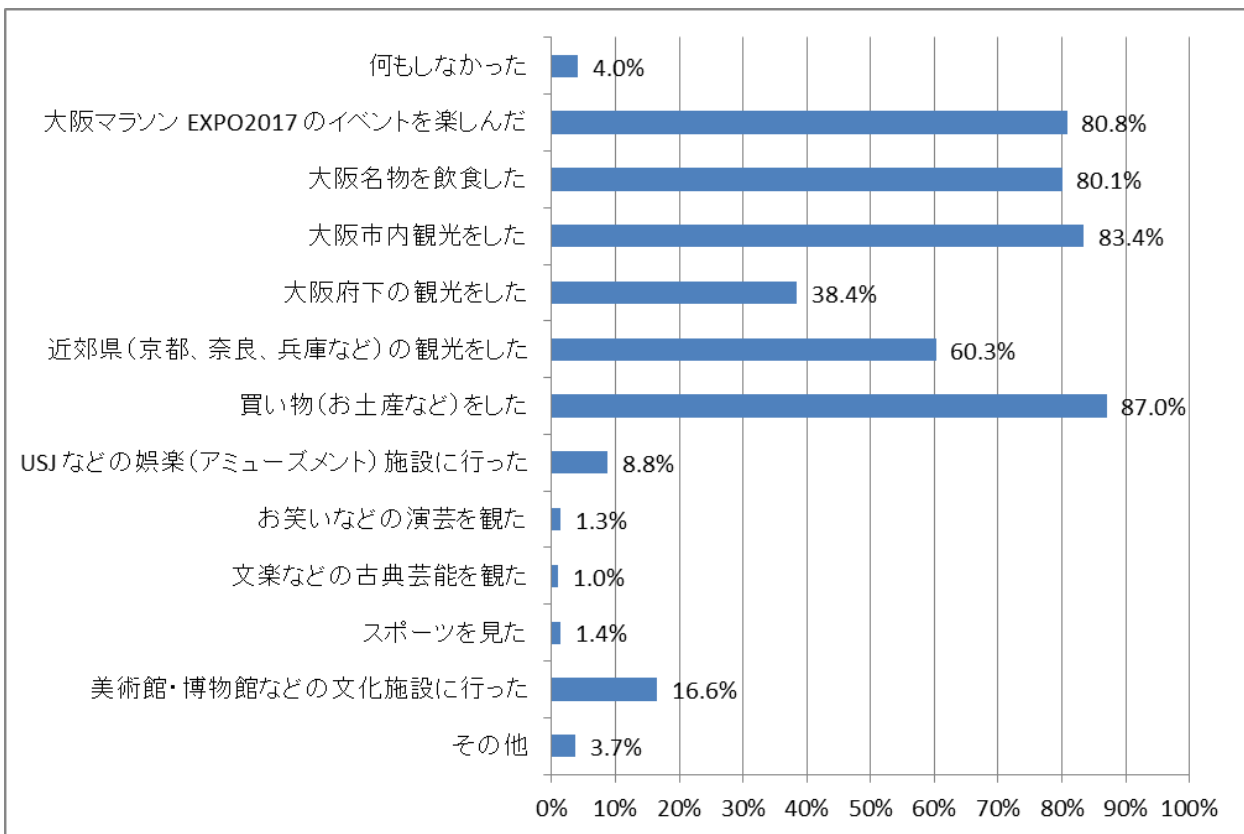
大阪マラソンの魅力について、「沿道の観客の応援」が 55.4% (昨年 59.9%)と最も多く、観客の応援が大阪マラソンへの誘因になっているといえる。

■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31.1%（昨年36.6%）、「10万円以上15万円未満」が24.4%（昨年20.4%）となっており、昨年より経済的効果は向上しているといえる。

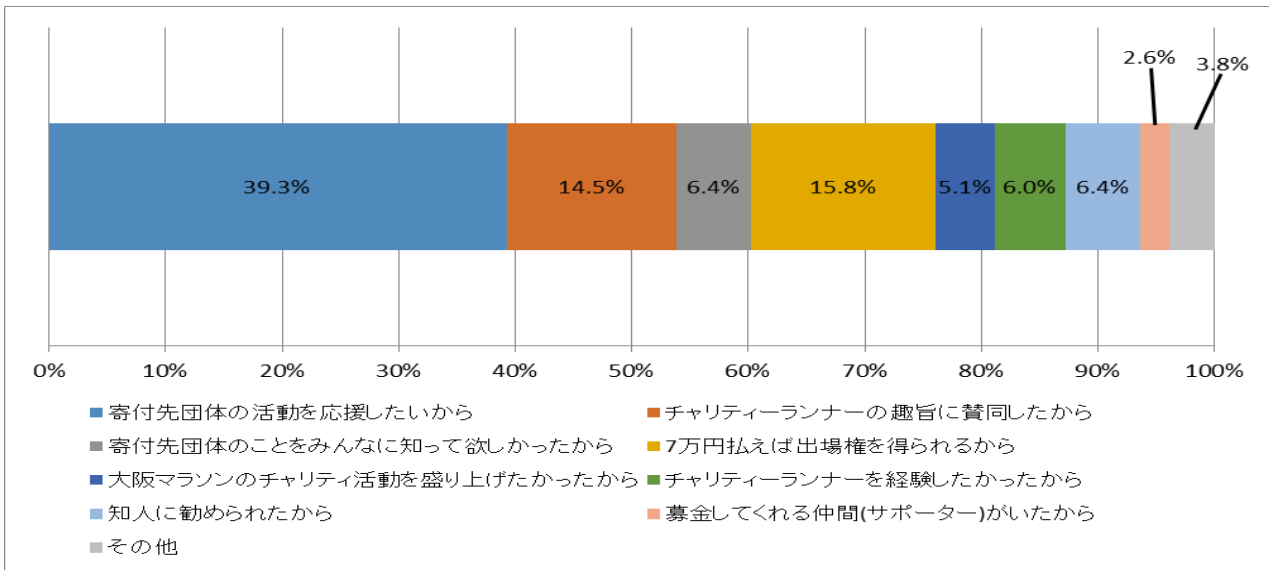
■あなたは、大阪滞在中に大阪マラソン参加以外に何か活動をしましたか？



大阪マラソン以外の活動について、「何もなかった」が4.0%（昨年7.2%）と少なく、「買い物」「市内観光」「飲食」が8割を超しており、海外ランナーにとって、大阪マラソンはスポーツツーリズムとして認識されているといえる。

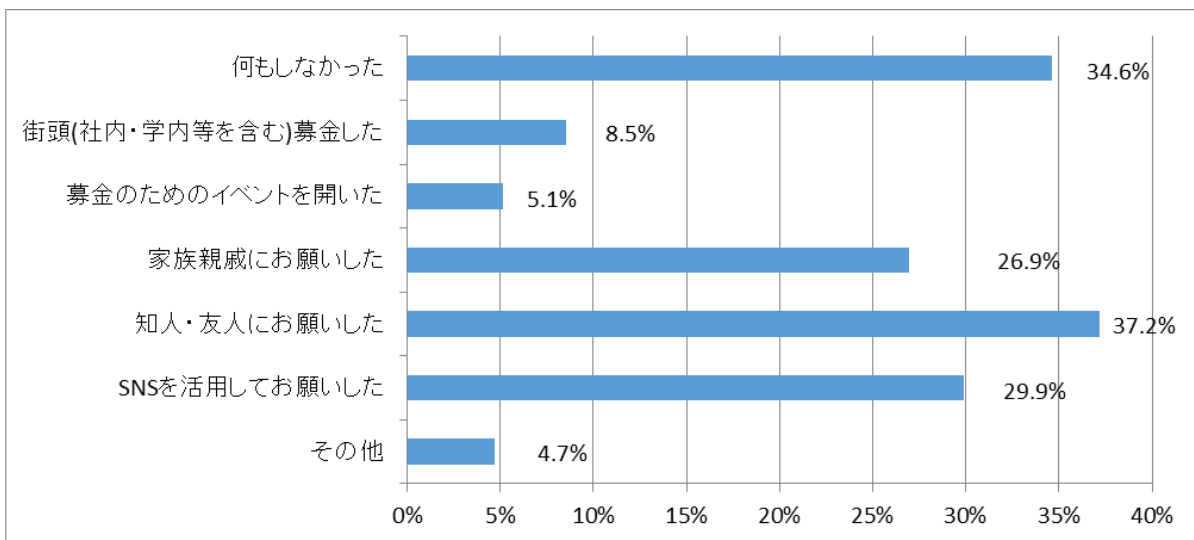
チャリティランナー意識調査

■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39.3%で最も多かったが、次いで「7万円払えば出場権を得られるから」が15.8%と多く、チャリティランナーの趣旨に沿わない理由が払拭できない状況にある。

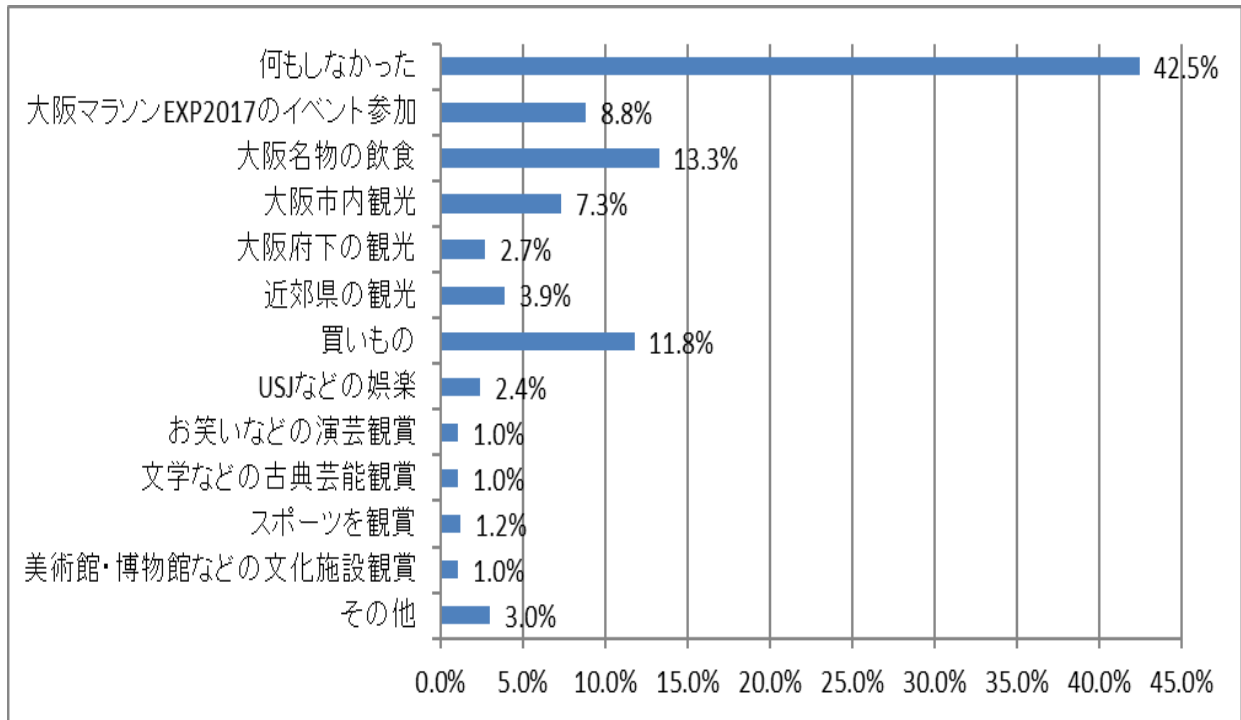
■募金活動はどのようにしましたか？



募金活動については、「何もしなかった」が34.6%(昨年44.8%)と、昨年比で減少しているが、「知人・友人にお願いした」が37.2%(昨年29.9%)、「家族親戚にお願いした」が26.9%(昨年17.9%)と増加しており、関係者からの募金が増加している。

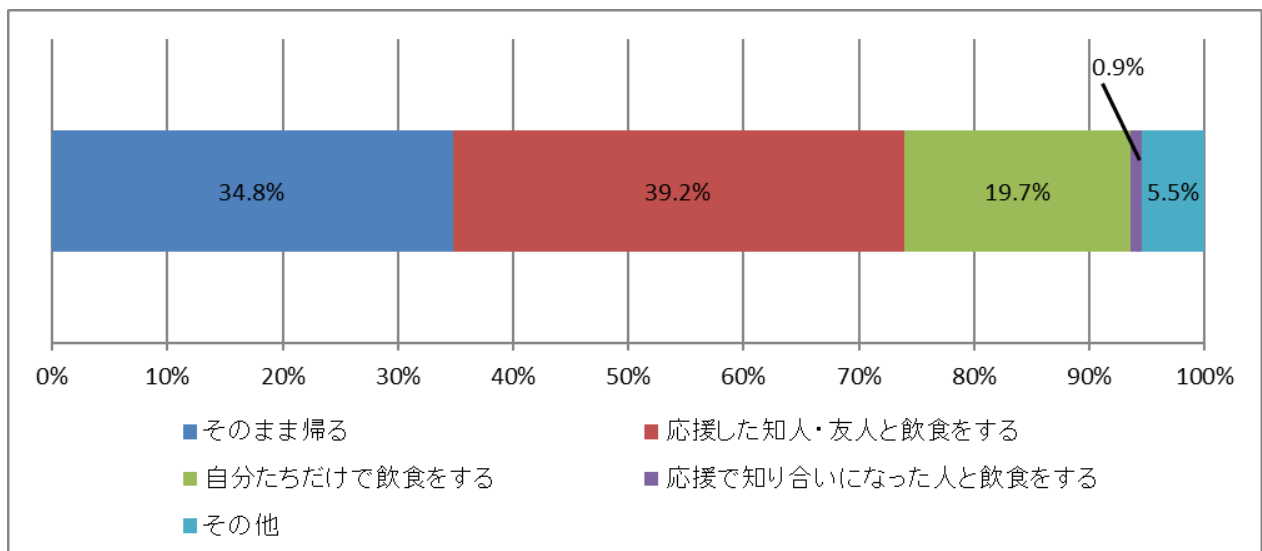
観客意識調査

■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 42.5%(昨年 43.4%)と、昨年と同様に最も多いが、「大阪名物の飲食」が 13.3%(昨年 23.5%)と、昨年に比べると減少しており、飲食において経済的効果の低下がみられる。

■観戦後の行動は何ですか？



観戦後の行動について、「応援した知人・友人と飲食をする」が 39.2%(昨年 44.2%)と、昨年比で減少している一方で、「そのまま帰る」は 34.8%(30.6%)と増加しており、経済的効果の低下につながる可能性がある。