

第9回大阪マラソン 参加ランナー・観客・ボランティアへのアンケート調査結果(抜粋)

大阪マラソン組織委員会

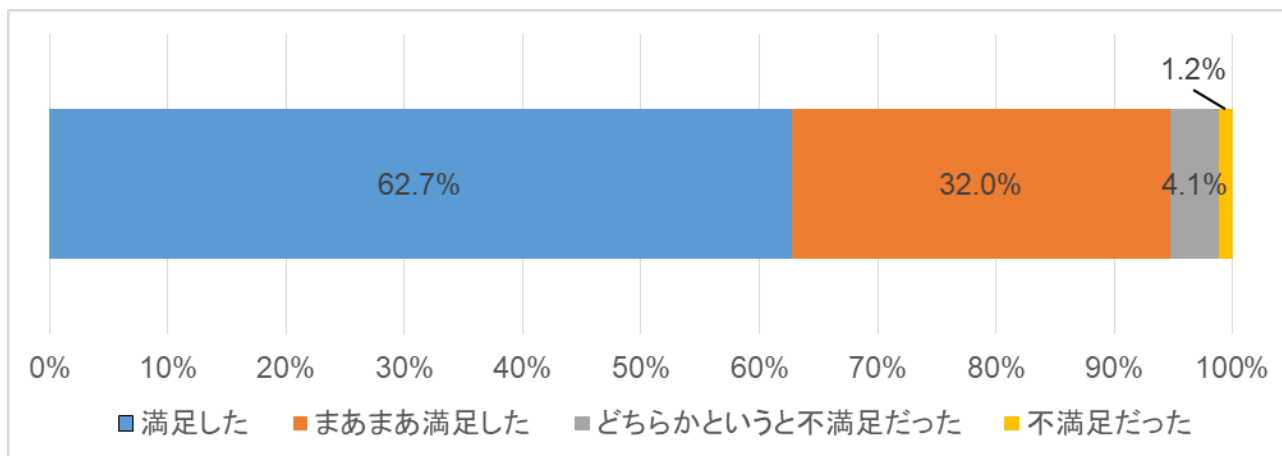
出典:第9回大阪マラソン共同調査研究(関西大学・読売新聞社)

本資料は、第9回大阪マラソンに参加したランナー、観客、ボランティアを対象に、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9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。

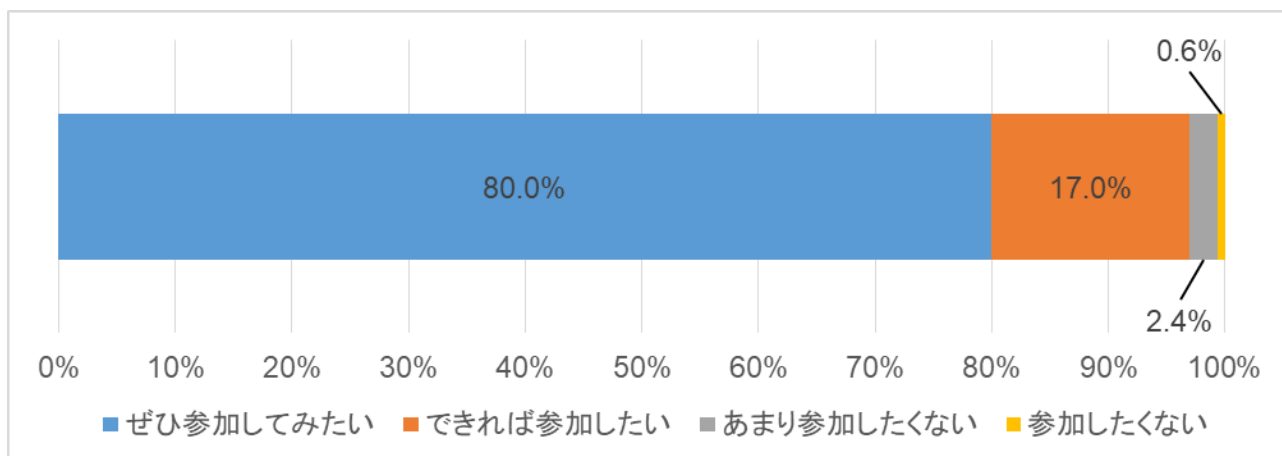
一般ランナー意識調査

■ 第 9 回大阪マラソンに満足しましたか。



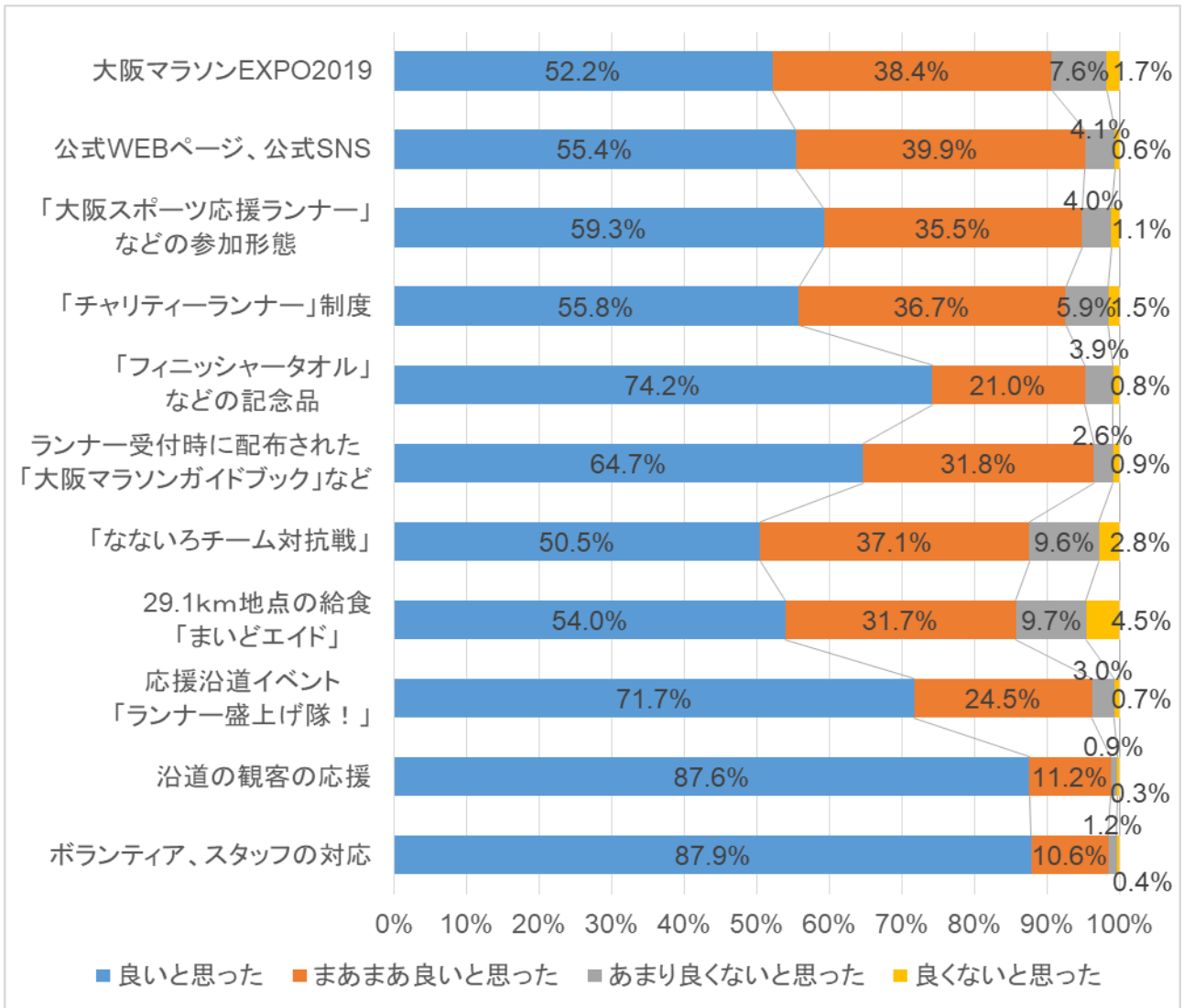
大会の評価については、「満足した」が62.7%（昨年73.4%）、「まあまあ満足した」が32.0%（昨年23.8%）と、満足している人が94.7%（昨年97.2%）であった。

■ 第 10 回大阪マラソンに参加してみたいですか。



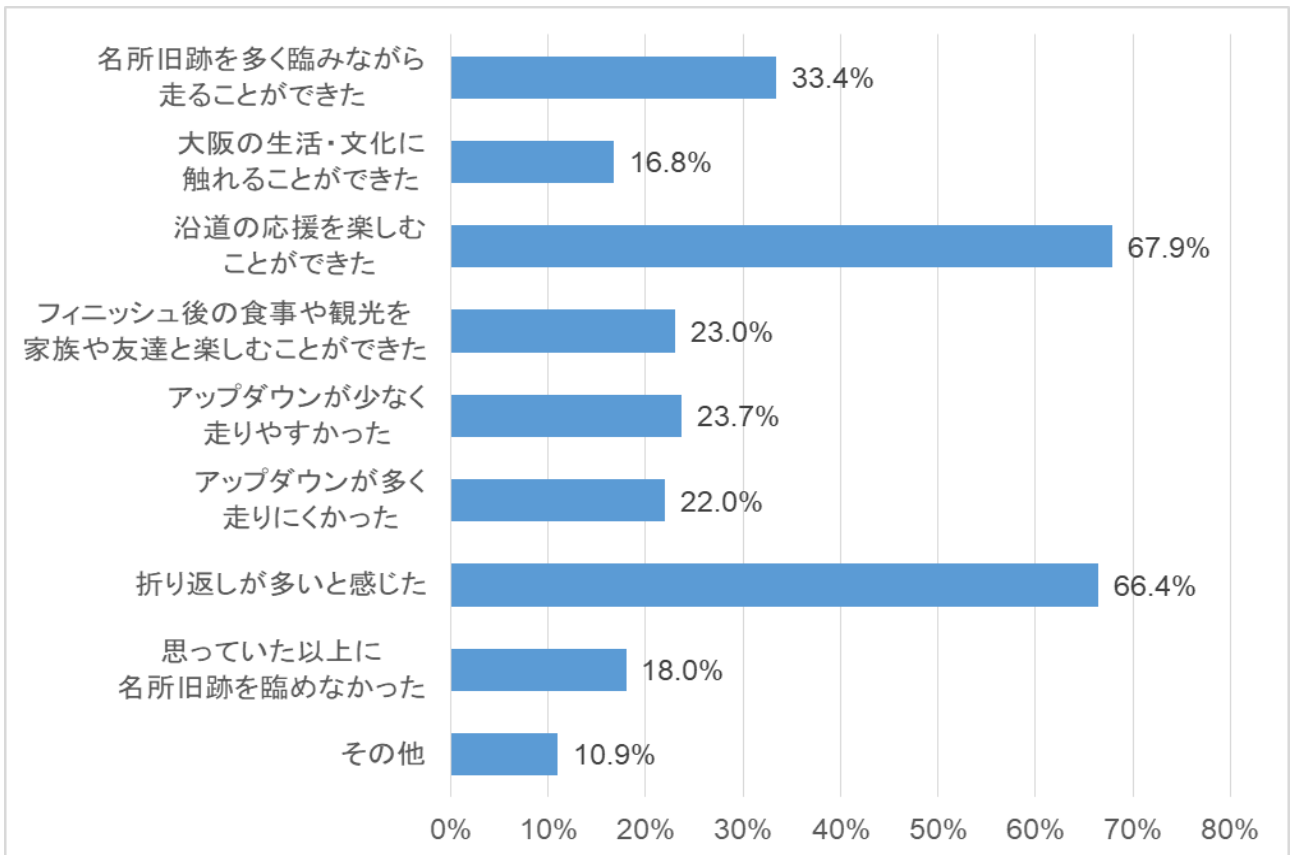
第10回マラソンへの参加については、「ぜひ参加してみたい」が80.0%（昨年85.2%）、「できれば参加したい」が17.0%（昨年12.9%）と、参加したいと回答した人が97.0%（昨年98.1%）であった。

■ 第9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は、「良いと思った」と回答した人の割合だけみると、「ボランティア、スタッフの対応」が87.9%（昨年89.4%）、「沿道の観客の応援」が87.6%（昨年88.5%）、「フィニッシャータオルなどの記念品」が74.2%（昨年82.1%）であった。

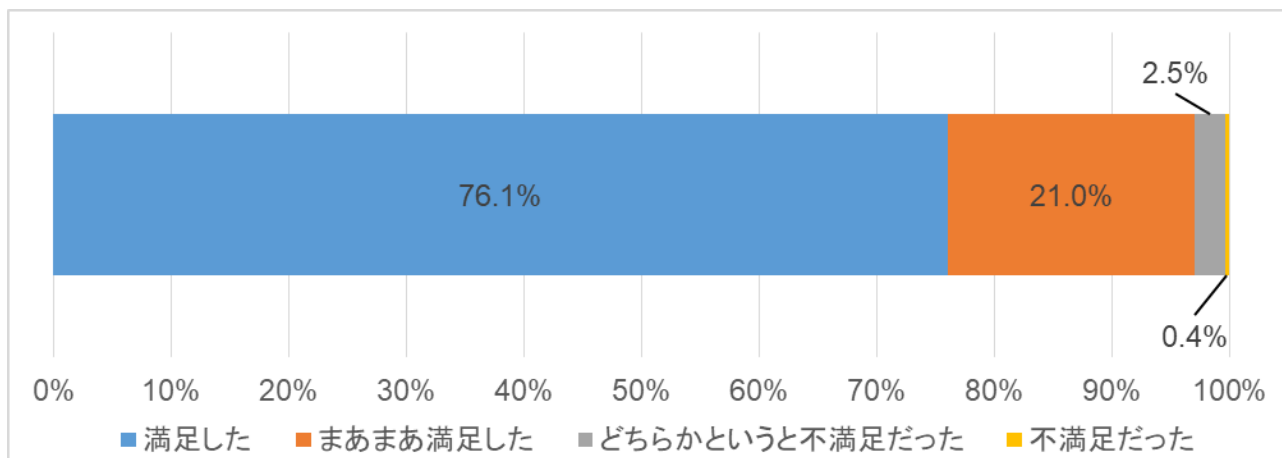
■今大会から大阪マラソンは、大阪府庁前スタート、大阪城公園フィニッシュというコースに変更となりましたが、実際に走られてどう感じましたか。



コースの変更に伴う感想については、「沿道の応援を楽しむことができた」が 67.9%、「折り返しが多いと感じた」が 66.4%、「名所旧跡を多く臨みながら走ることができた」が 33.4%、「アップダウンが少なく走りやすかった」が 23.7%、「フィニッシュ後の食事や観光を家族や友達と楽しむことができた」が 23.0%であった。

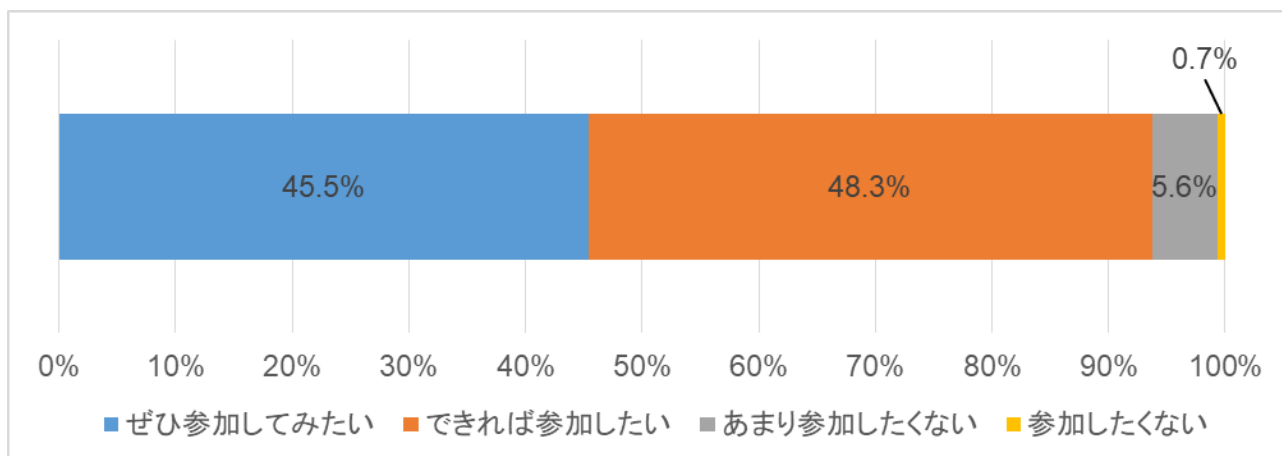
海外ランナー意識調査

■ 第 9 回大阪マラソンに満足しましたか。



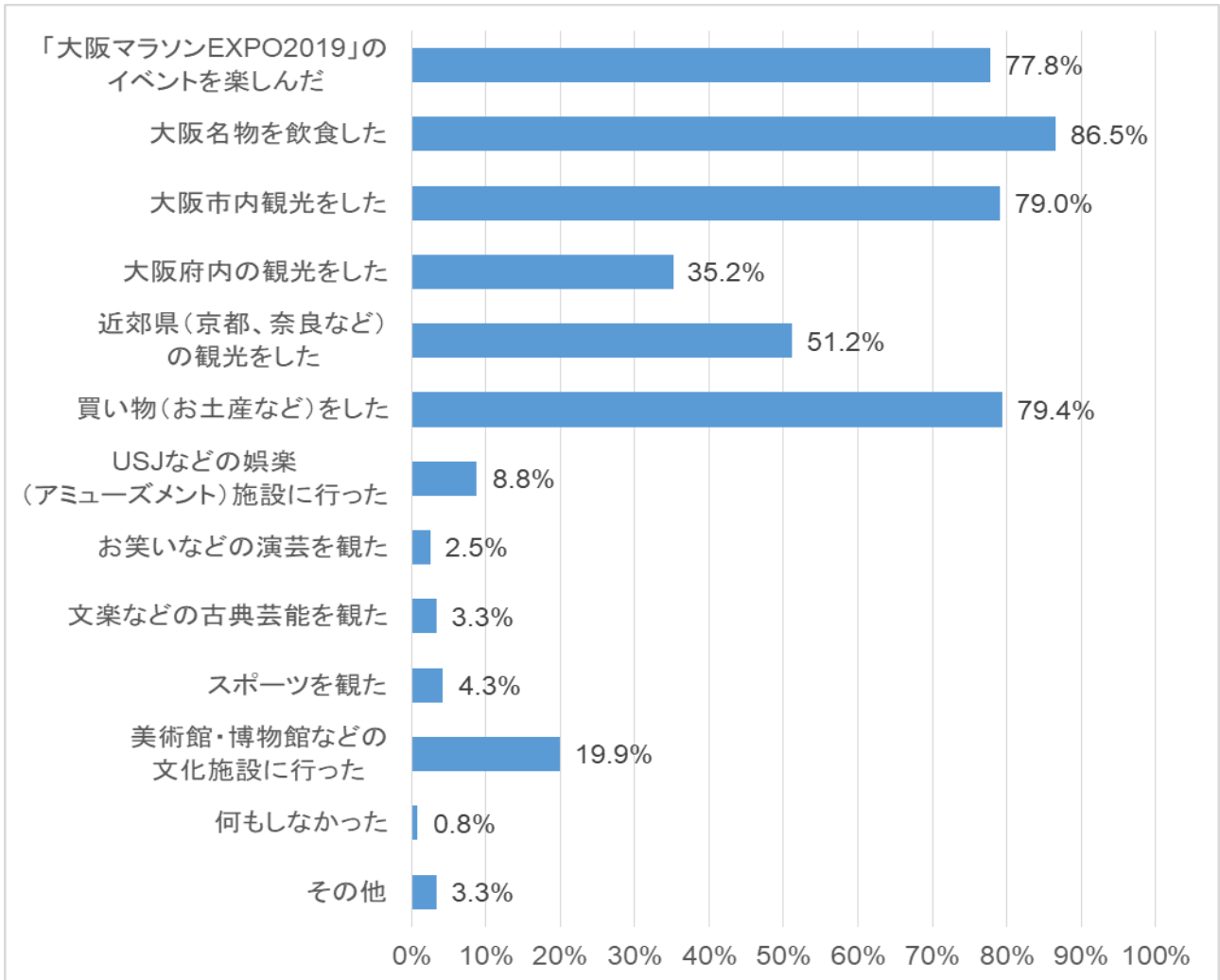
大会の評価については、「満足した」が76.1%（昨年81.1%）、「まあまあ満足した」が21.0%（昨年17.1%）と、満足している人は97.1%（昨年98.2%）であった。

■ 第 10 回大阪マラソンに参加してみたいですか。



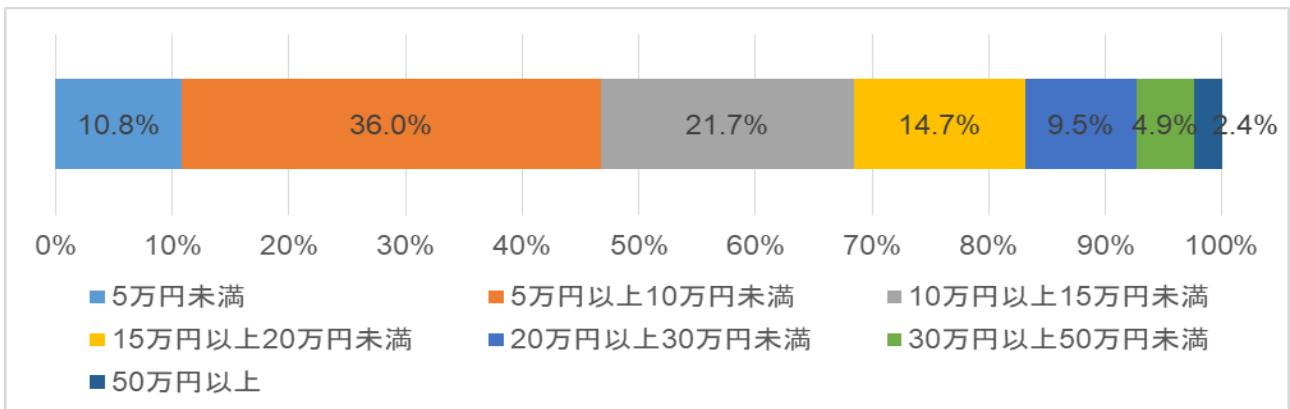
第10回大阪マラソンへの参加については、「ぜひ参加してみたい」が45.5%（昨年45.2%）、「できれば参加してみたい」が48.3%（昨年48.3%）と、参加したいと回答した人が93.8%（昨年93.5%）であった。

■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。



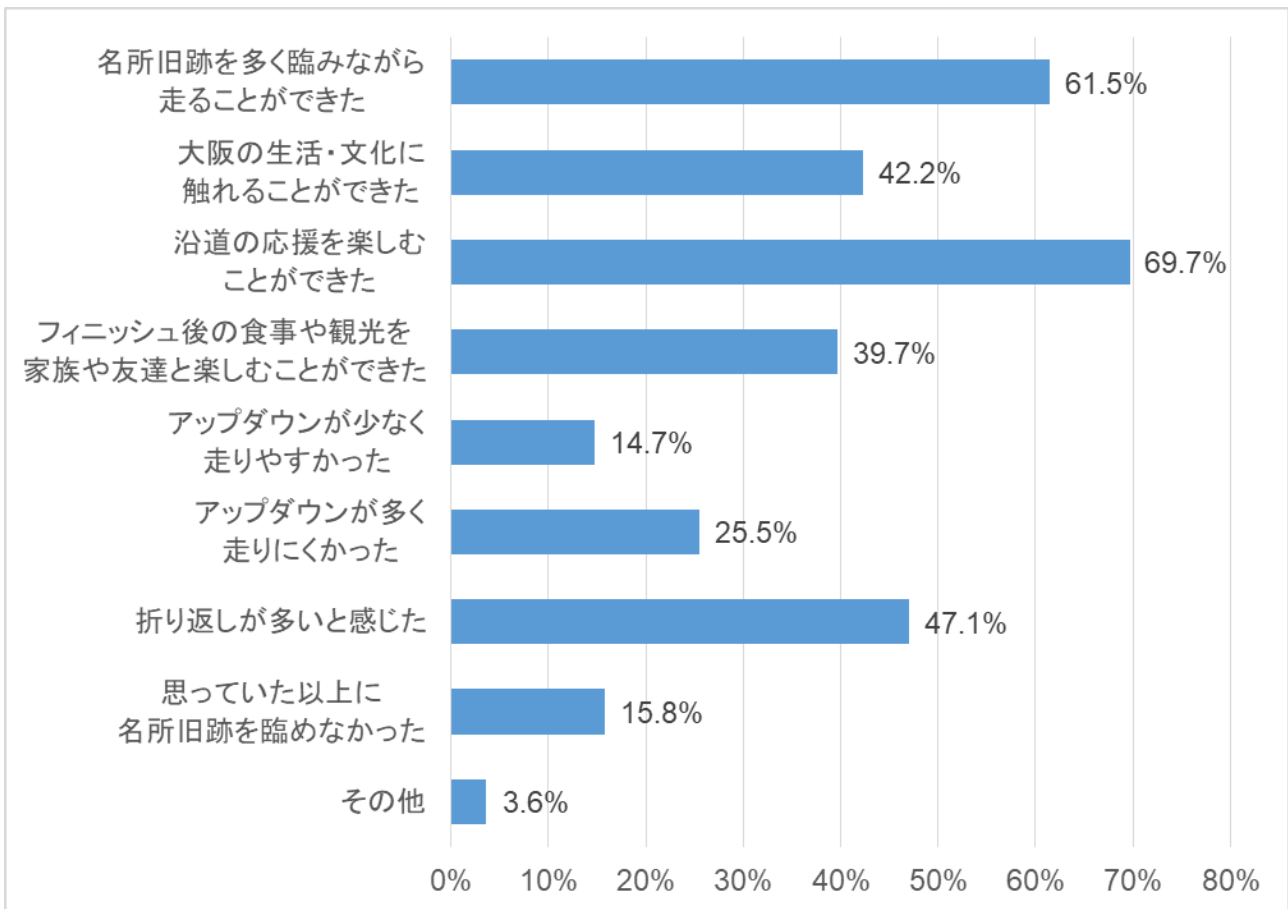
大阪マラソン以外の活動については、「大阪名物の飲食をした」が 86.5% (昨年 77.1%)、「買い物(お土産など)をした」が 79.4% (昨年 83.8%)、「大阪市内観光をした」が 79.0% (昨年 77.3%)であった。

■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は、「5万円以上10万円未満」が 36.0% (昨年 31.3%)、「10万円以上15万円未満」が 21.7% (昨年 24.4%)、「15万円以上20万円未満」が 14.7% (昨年 14.7%)であった。

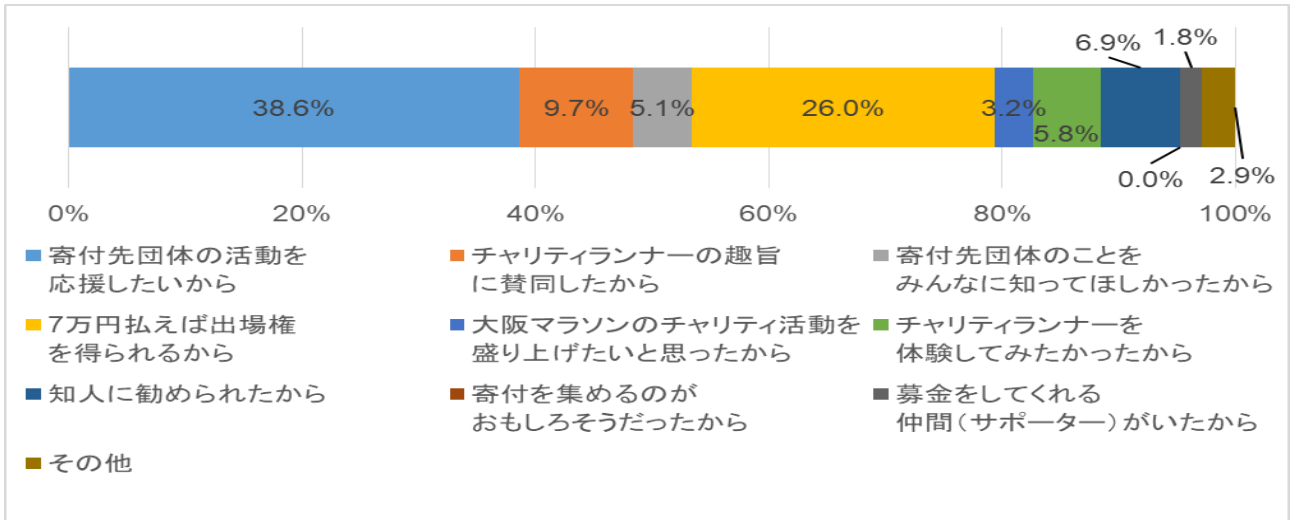
■今大会から大阪マラソンは、大阪府庁前スタート、大阪城公園フィニッシュというコースに変更となりましたが、実際に走られてどう感じましたか。



コースの変更に伴う感想については、「沿道の応援を楽しむことができた」が69.7%、「名所旧跡を多く臨みながら走ることができた」が61.5%、「折り返しが多いと感じた」が47.1%、「大阪の生活・文化に触れることができた」が42.2%、「フィニッシュ後の食事や観光を家族や友達と楽しむことができた」が39.7%であった。

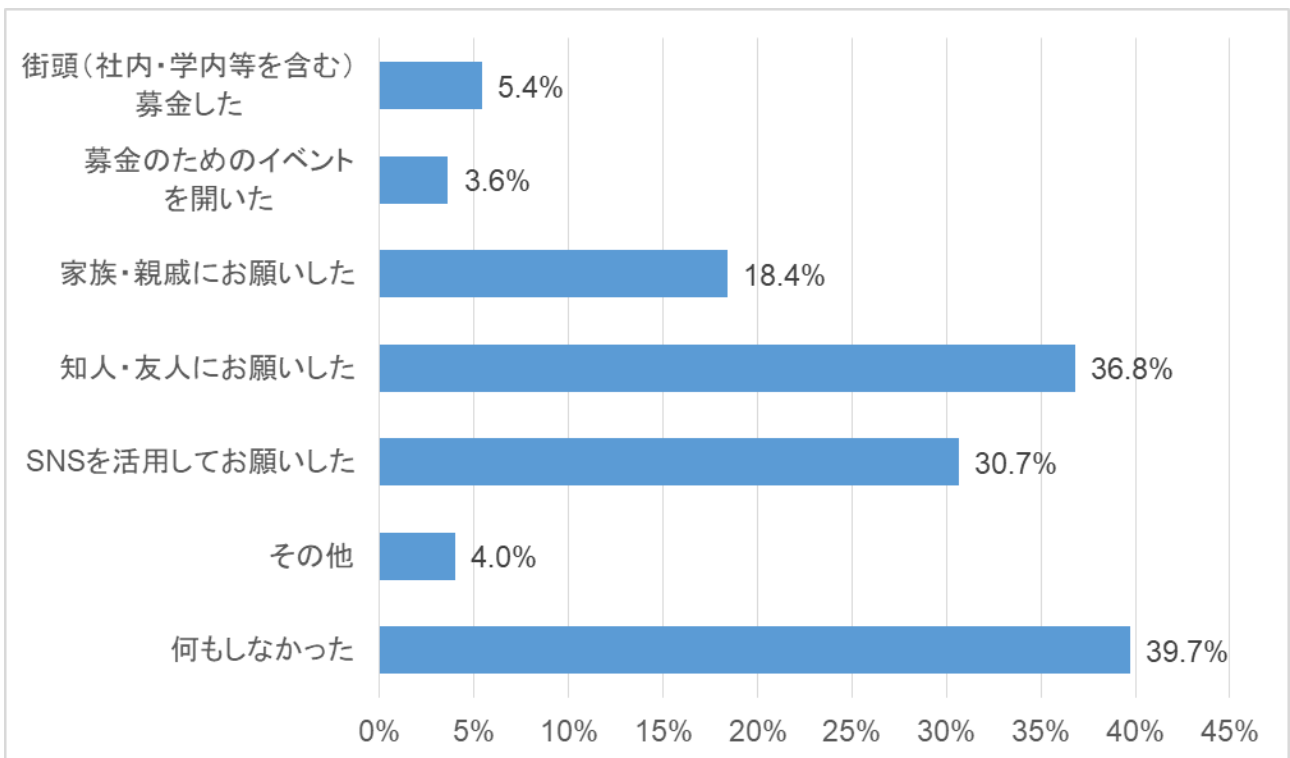
チャリティランナー意識調査

■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として参加する理由については、「寄付先団体の活動を応援したいから」が 38.6% (昨年 35.0%)、「7万円払えば出場権を得られるから」が 26.0% (昨年 21.5%)、「チャリティランナーの趣旨に賛同したから」が 9.7% (昨年 16.0%)であった。

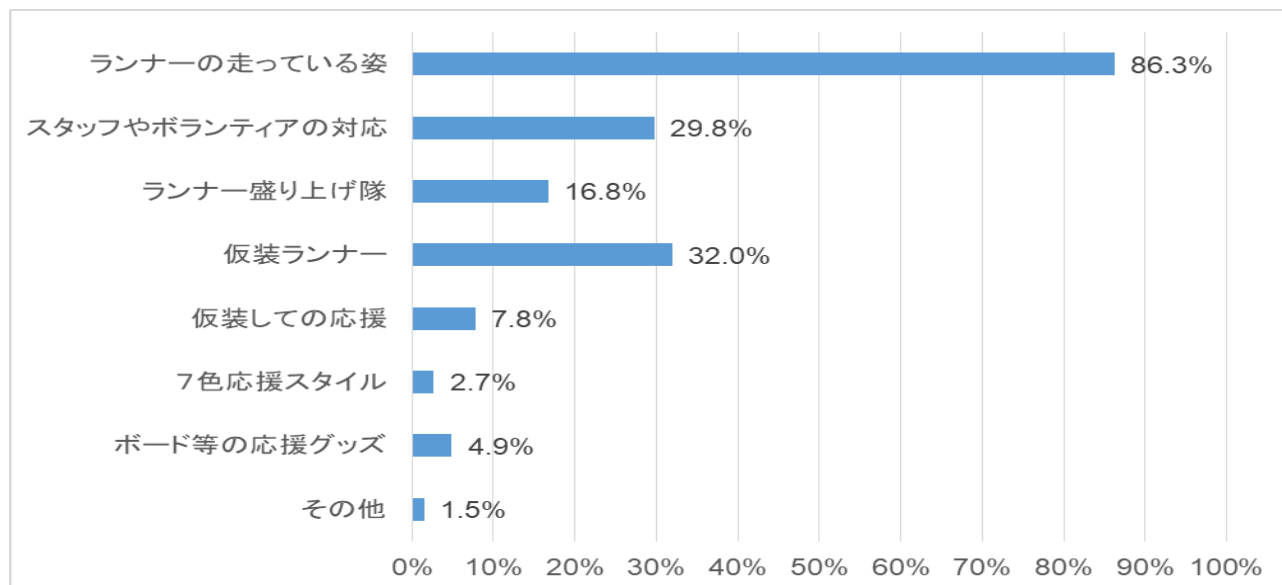
■募金活動はどのようにされましたか。



募金活動については、「何もしなかった」が 39.7% (昨年 31.9%)、「知人・友人にお願いした」が 36.8% (昨年 34.4%)、「SNSを活用してお願いした」が 30.7% (昨年 27.6%)であった。

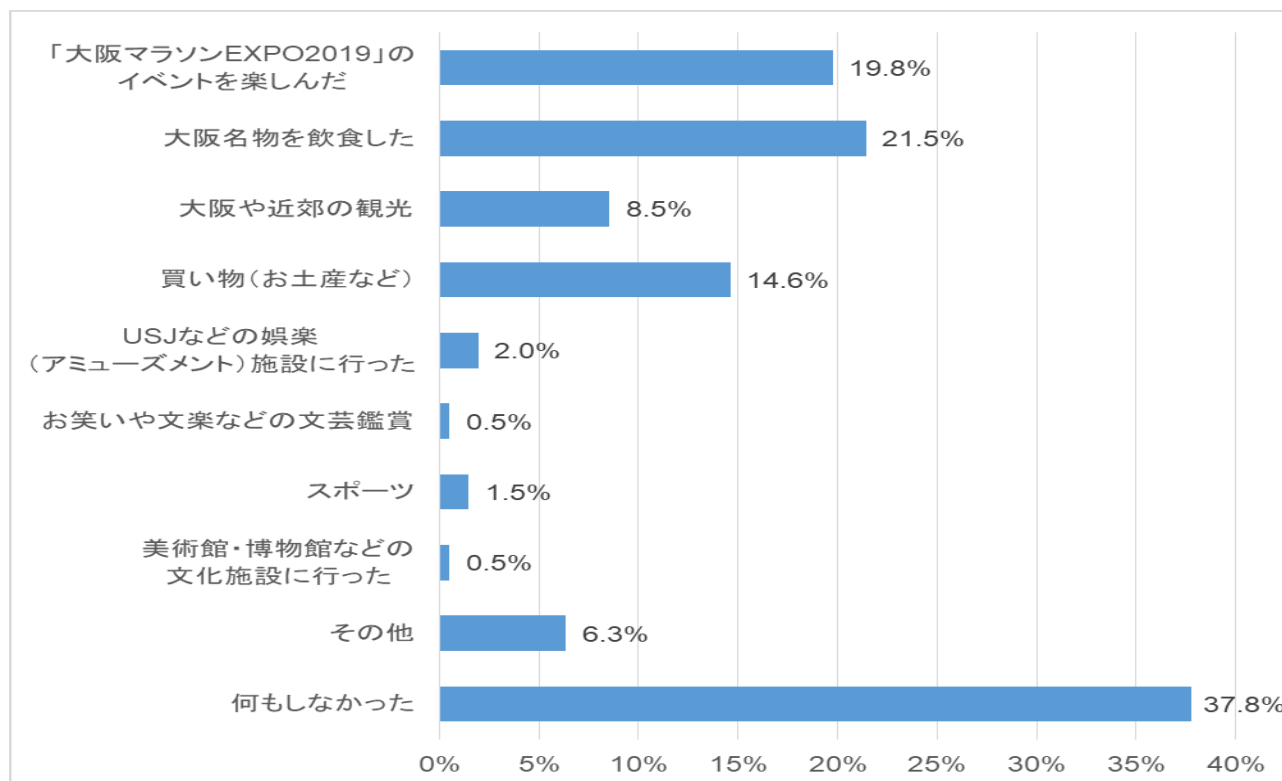
観客意識調査

■大阪マラソンを観戦して印象に残ったものは何ですか。



印象に残ったものについては、「ランナーの走っている姿」が 86.3% (昨年 57.8%)、「仮装ランナー」が 32.0% (昨年:25.0%)、「スタッフやボランティアの対応」が 29.8% (昨年 28.4%) であった。

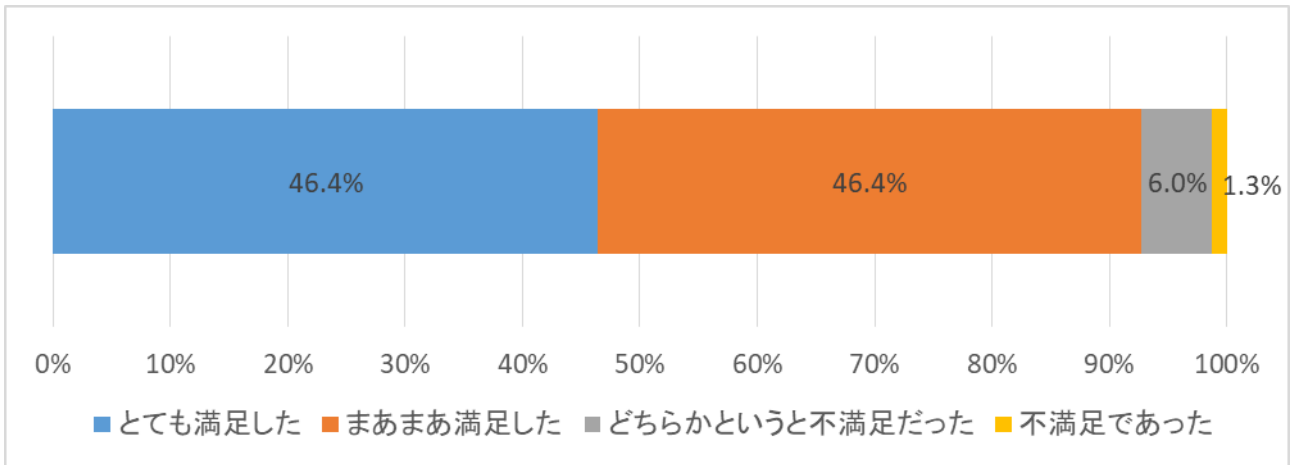
■大阪マラソン観戦以外の活動は何ですか。



大阪マラソンの観戦以外の活動については、「何もしなかった」が 37.8% (昨年 39.4%)、「大阪名物の飲食」が 21.5% (昨年 29.1%)、「大阪マラソン EXPO2019のイベントを楽しんだ」が 19.8% (昨年 15.2%)、「買い物(お土産など)」が 14.6% (昨年 11.0%) であった。

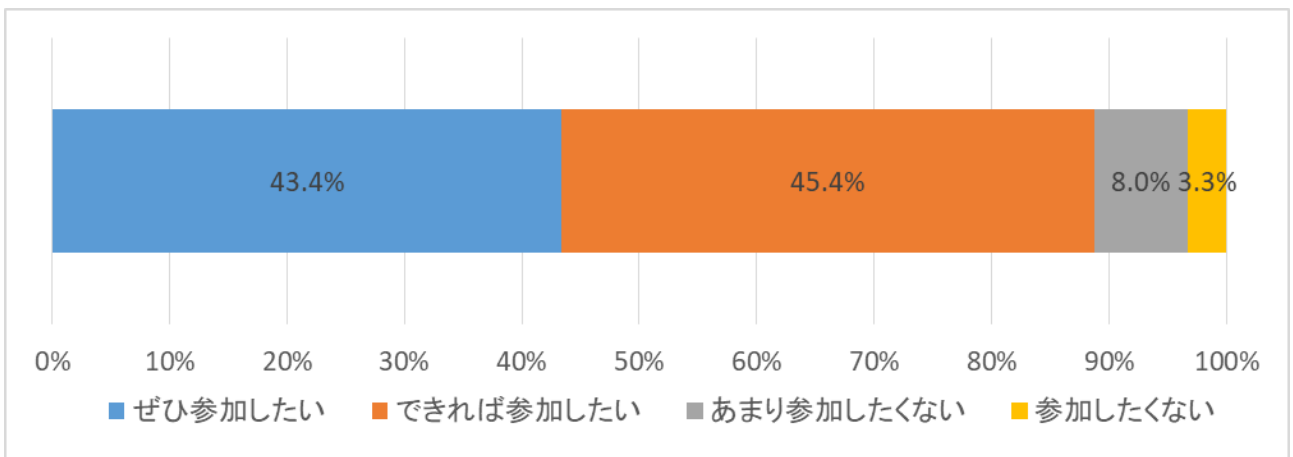
ボランティア意識調査

■ 第 9 回大阪マラソンのボランティア活動に満足されましたか。



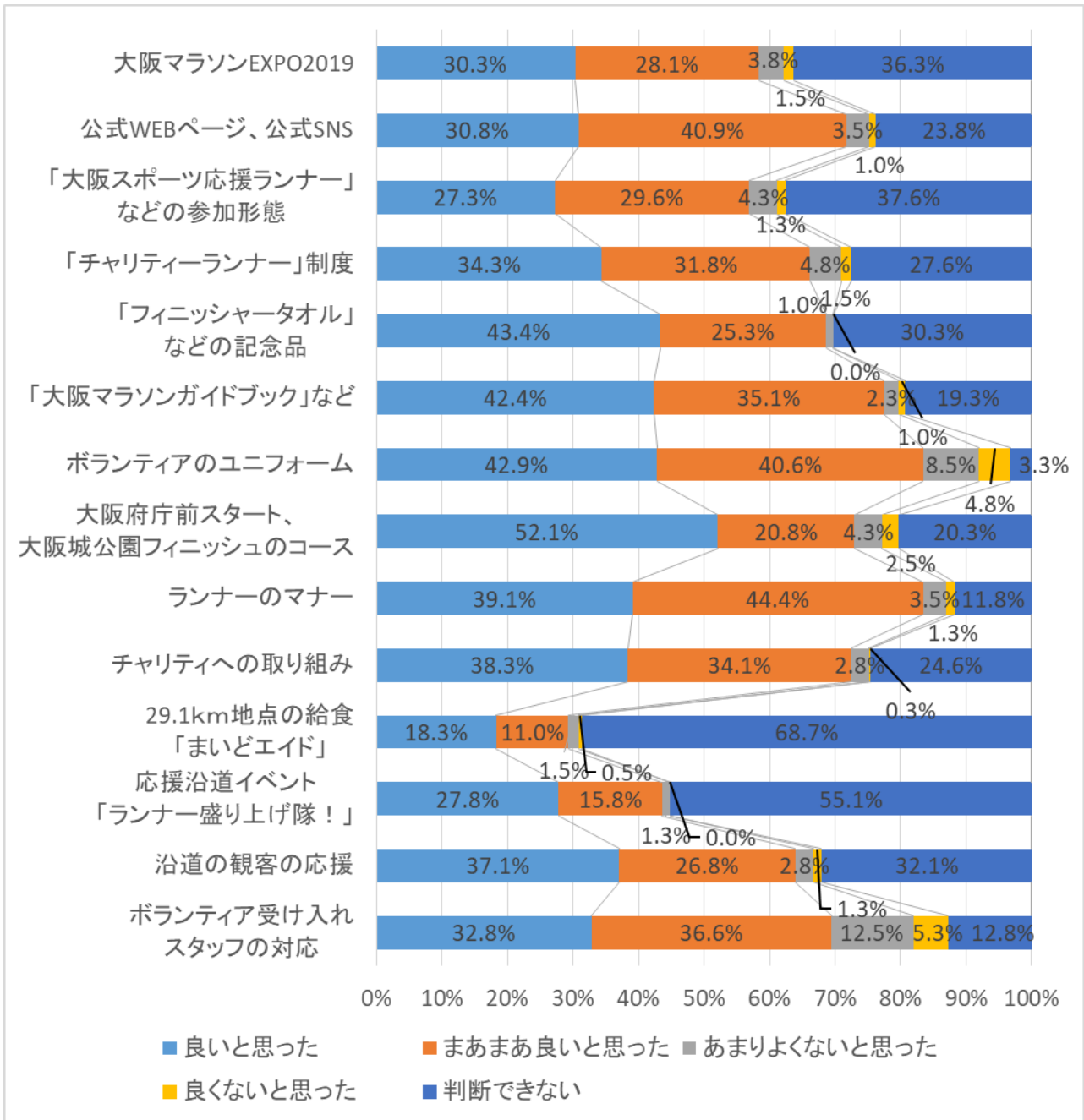
ボランティア活動の評価については、「満足した」が46.4%、「まあまあ満足した」が46.4%と、満足している人が92.8%であった。

■ 第 10 回大阪マラソンのボランティアに参加したいですか。



第 10 回大阪マラソンのボランティアへの参加については、「ぜひ参加したい」が43.4%、「できれば参加したい」が45.4%と、参加したいと回答した人が88.8%であった。

■ 第9回の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は、「良かった」と「まあまあ良かった」と合わせてみると、「ランナーのマナー」が83.5%、「ボランティアのユニフォーム」が83.5%、「大阪マラソンガイドブックなど」が77.5%であった。

「第9回大阪マラソン」経済波及効果

「第9回大阪マラソン」の開催による経済波及効果は178億円

第9回大阪マラソンの開催による経済波及効果について、宮本 勝浩関西大学名誉教授に算出を依頼したところ、令和元年10月時点の予測では177億円と推定されました。

その後、大会終了後に明らかになった各種データに基づく再検証の結果、予測を1億円上回る**178億円**の経済波及効果があったことが検証されました。

（本経済波及効果は、海外からの参加を含むランナー、沿道の観客、大会関係者、ボランティア、メディア、スポンサー関係者などの消費支出や、大会グッズの売り上げなどを、関西大学独自に調査したデータに基づいて算出されたものです。）

【「第9回大阪マラソン」経済波及効果 概要】

① 直接効果：153.8億円

1. 大会参加者による消費支出

- | | |
|---|---------|
| (1) マラソンランナーの消費支出 | 約8.6億円 |
| (例) 府外からの20,068人の参加者（うち海外からは5,007人） | |
| (2) ジョギングやマラソン愛好者の大会観戦者の消費支出 | 約8.4億円 |
| (例) 60,480人の観戦者（愛好家人口（レジャー白書）の2,016万人を参考） | |
| (3) ランナー関係の観戦者の消費支出 | 約17.1億円 |
| (例) 6.6万人の応援観戦者（ランナー一人あたり家族、友人など平均2人が応援） | |
| (4) 一般観戦者の消費支出 | 約98.6億円 |
| (例) 120万人の観戦者 | |
| (5) メディア関係者の消費支出 | 約0.3億円 |
| (6) ボランティアの消費支出 | 約0.8億円 |
| (例) 府内から9,000人、府外から1,000人の参加者 | |
| (7) スポンサー関係者の消費支出 | 約0.1億円 |
| (8) 大会関係者の消費支出 | 約0.3億円 |
| (9) 大阪マラソン視察関係者の消費支出 | 約0.01億円 |
| (例) 他マラソン大会関係者が41人来阪（うち海外からは5人） | |
| (10) 大阪マラソン EXP02019 来場者数の消費支出 | 約3.3億円 |
| (例) 50,000人の来場者 | |
| (11) RUNNING EVENT参加者の消費支出 | 約0.3億円 |

2. チャリティ募金の総額

約2.4億円

3. 関係企業独自の支出

約1.0億円

4. 大会運営組織による支出

約12.6億円

② 一次波及効果、二次波及効果：約24.2億円

①+②=約178億円

※マラソンが実施される間の交通の不通や渋滞が発生時のマイナスの経済効果は考慮せず