参加意図に着目した地方型市民マラソンの発展要因
－おかやまマラソンの場合－

才　木　和　弥　・　宮　本　真　二

―論　文　要　旨―

地方の観光産業の活性化を促す効果が期待される市民マラソンに注目し，参加者の共通の参加意図を調査した。また，その結果を大会の既存構造と比較することで大会の発展要因を検討した。

参加者は市民マラソンそのものに魅力を感じており，とくに開催地のホスピタリティ，円滑な運営・アクセスといったストレスの少ない大会を求めていることが示唆された。また岡山にゆかりのあるタレントの起用による県民の主体性向上，参加者目線の運営改善，最寄り駅と会場が１km圏内に立地したことがおかやまマラソンの発展要因として考えられる。

その一方で，おかやまマラソンの急速な発展には限界があり，数10年先を見据えた持続可能な運営が必要だと思われる。したがって，本大会は既存の資源である県民の主体性を大会の歴史とともに高め，他大会に劣らない付加価値を生むことが重要である。

キーワード：おかやまマラソン，市民マラソン，参加意図，大会の発展要因

１．はじめに

地方自治体の観光事情は知名度・ブランド力の不足に加え，地域住民の主体性が問題視されている（四本ほか，2019）。その一方で，地域住民と運営が一体となって大会を作り上げる市民マラソンはリピーターを生み出し，そのことによって新たな雇用を創出し，経済活動を活性化させる起爆剤になると考えられており（岡本，2011），地方自治体の観光振興策として重要なスポーツイベントだと言える。

市民マラソンの参加意図に着目した研究では，先森ほか（2014）による沖縄県名護市のNAGOハーフマラソンを対象としたアンケート調査が挙げられる。本研究では，調査結果を地域愛着・大会満足度・再参加意図の３つに分類し，県外・県内参加者の参加意図の特性を分析し，大会発展に重要な県外参加者の参加意図に最も影響を及ぼすのは地域愛着だと指摘されている（先森ほか，2014）。

しかし，このような市民マラソンを対象としたアンケート調査による先行研究では，特定の大会の参加者を対象としており，調査項目やサンプルの比率が対象大会の特性に左右されるため結果に偏りがある。

そこで本研究では，市民マラソンの参加意図に関するアンケートを国内の市民ランナーを対象に実施し，参加者の共通のニーズを調査する。またその結果を大会の既存構造と比較することで地方型市民マラソンの発展要因を検討する[1)]。

２．おかやまマラソンについて

（１）開催経緯

2011年10月，当時の岡山県知事と岡山市長の懇談会において大規模市民マラソン大会の開催に向けた検討合意がなされ，2012年９月に「おかやまマラソン準備委員会」が設立された。そして同年11月，現在の岡山県知事である伊原木知事が就任し，翌年の１月に事業の継続が決定し，基本構想が策定された。その後，2014年に大会事務局がスポーツ振興課から独立し，同年11月に県内各界からの参画を得て，「おかやまマラソン実行委員会」が設立された。2015年３月に大会要項が決定し，同年４月に参加者の募集開始，11月に第１回おかやまマラソン2015が開催された。（おかやまマラソン実行委員会事務局，2020）

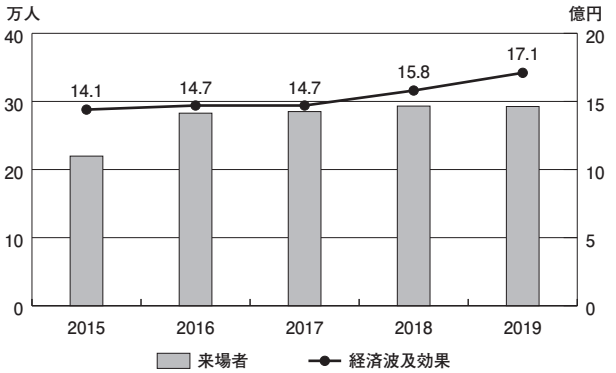
（２）大会の特徴

おかやまマラソンは2015年に開設され，開催回数は計５回（2015～2019）と比較的歴史の浅い市民マラソンとなっている。種目はフルマラソン・ファンラン（５km）の２種目であり，毎年全国各地から約15,000人のランナーが参加している。また，本大会は開催に伴い同伴者・EXPO・ボランティア等の参加者を含め，25万人が参加し，経済波及効果も17.1億円生み出す大型スポーツイベントとなっている（第１・２図）。

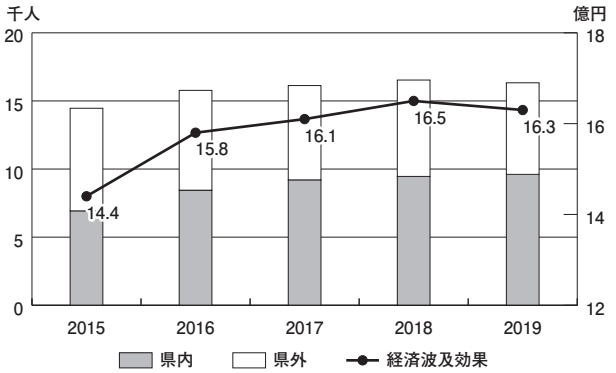
おかやまマラソン実行委員会事務局（以下「大会事務局」）は　岡山ならではの「ひと」や「まち」の魅力，その特性を余すことなく大会に盛り込んだ「～おかやまショーケース～おかやまマラソン」というコンセプトを掲げている。個人はもちろん，町内会，学校，企業など形態を問わず大会に参加・支援し，一緒に盛り上げ，大会を通じて岡山県の魅力を広く打ち出すことで，「おかやま」のブランド・ロイヤリティを向上，観光誘客や産業振興にもつながる大会を目指している（おかやまマラソン実行委員会，2020）。

（３）大会データの推移

おかやまマラソンの第１回から第５回の出走者数と大会の効果の推移を示した（第１図）。出走者は，第１回目（2015）は県外・海外参加者が県内を上回っている



第１図　おかやまマラソンの出走者の推移



第２図　おかやまマラソンの来場者数＊1と経済波及効果＊2

＊１　ランナー・同伴者，一般応援，ボランティアの合計
＊２　直接効果，第一次波及効果，第二次波及効果の合計

が，２回目以降は県内参加者の方が多く，以降は４年連続で増加している。全体の人数は2019年にわずかに減少しているものの，年々増加し，毎年規模を拡大し対応している。

つぎに，大会の効果として来場者数[2)]と経済波及効果[3)]の推移を示した（第２図）。出走者と同様に2019年にわずかな減少がみられるが，来場者数も第１回から増加傾向にある。経済波及効果は５年連続増加しており，大会の開催が岡山県の観光振興策として重要なイベントであることを裏付けている。

３．研究方法

（1）アンケート調査

市民マラソンの参加意図に関する自記入式アンケートとWebアンケート（Googleフォーム）の２点の調査を行った。なお，アンケート内容は同一である。結果は，２点の合計値とし，計272件（有効回答）の回答が得られた。

（2）自記入式アンケート

株式会社栄光スポーツ ランプロ様ご協力のもと2020年11月21日，22日に行われたランプロ20Kの参加者に対し自記入式質問用紙調査を行った。２日間で120名がイベントに参加し，68名のランナーから回答が得られ，回収された質問紙のうち記述のない項目があるものは対象外とし，最終的に有効回答数は62件であった（91.2%）。

（3）Googleフォーム

自記入式質問用紙と同様のアンケートを制作し，アンケート回答用のURLを，SNSを活用し拡散，216件の回答が得られ，回答に不備があるものを除外し，最終的に有効回答は210件（95.0%）であった。

３-１）調査項目

このアンケートは参加者が市民マラソンに求める共通ニーズの調査をすることを目的としている。そのため，おかやまマラソンを含めた特定の大会名などを記載しないものを制作した。調査項目は，個人属性，目的，大会構造，参加条件，市民マラソンの魅力（自由記入欄）である。表１に調査項目を示している。参加条件と大会の魅力の項目については，参加条件は表２，大会の魅力は表３で示す。

表１　調査項目

変数		尺度
属性	性別	男性／女性
	年代	10代／20代／30代／40代／50代／60代／70代以上
目的	誰と参加する	個人／家族／友人・仕事仲間
	参加する目的	記録更新／健康増進／観光／趣味
大会構造	開催時期	11～12月／１～２月／３～４月
	大会規模	都市開催で大規模／地方開催で中規模／地方開催で小規模
	コース	自然豊かな景観／都会の街並み／起伏が少なく走りやすい
参加条件	６項目*	各項目を５段階評価
大会の魅力**		自由記入欄

*表２の左項目
**表３の左項目

表２　参加条件

	以下の項目に対し，大会に対する上での重要度を教えてください。				
	1．関係がない	2．あまり関係がない	3．どちらとも言えない	4．やや重要	5．とても重要
アクセスが良い	1	2	3	4	5
完走メダル・Tシャツ	1	2	3	4	5
地元の特産品	1	2	3	4	5
特色のある大会	1	2	3	4	5
いろんな種目がある	1	2	3	4	5
日本陸連公認の大会	1	2	3	4	5

表３　市民マラソンの魅力と特徴

エイド	15	スタート整列	1
沿道応援	27	参加料	1
参加賞	4	大会の一体感	12
ボランティア運営スタッフ	7	気軽なスポーツ	5
コース景観	3	健康に良い	1
地域住民・ランナーとの交流	14	開催地を観光できる	9
完走による達成感	16	EXPO	1
出場することで得られるモチベーション	14	ゲストランナー	1
完走の制限時間	1	その他	3

３-２）聞き取り調査

業界企業，運営関係者，市民ランナーの方に聞き取り調査を実施した。調査から，おかやまマラソンの現状，他大会との比較研究を実施した。

・株式会社栄光スポーツ　ランプロ店
・おかやまマラソン実行委員会事務局
・株式会社ロータス ALTRA　営業担当
・ランニングイベント（ランプロ20K）参加者120名

４．結果

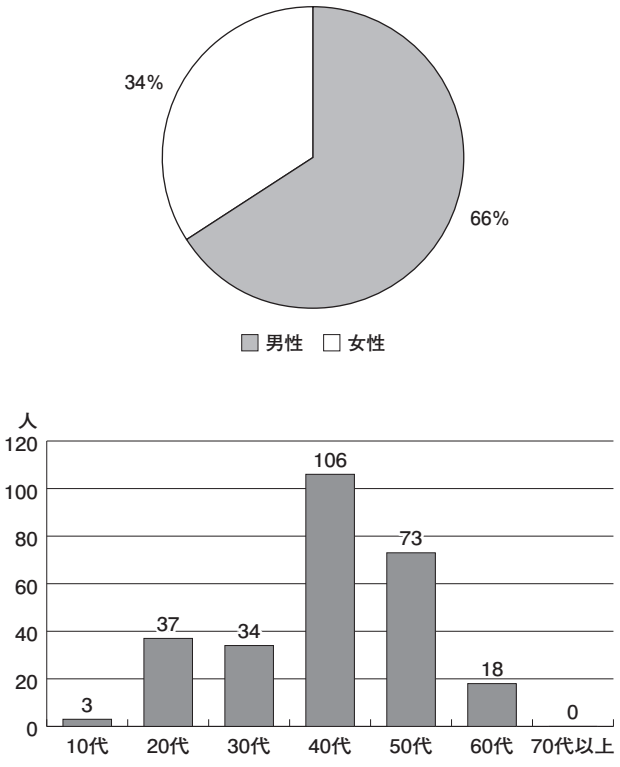
（1）アンケート調査

１-１）サンプルの属性

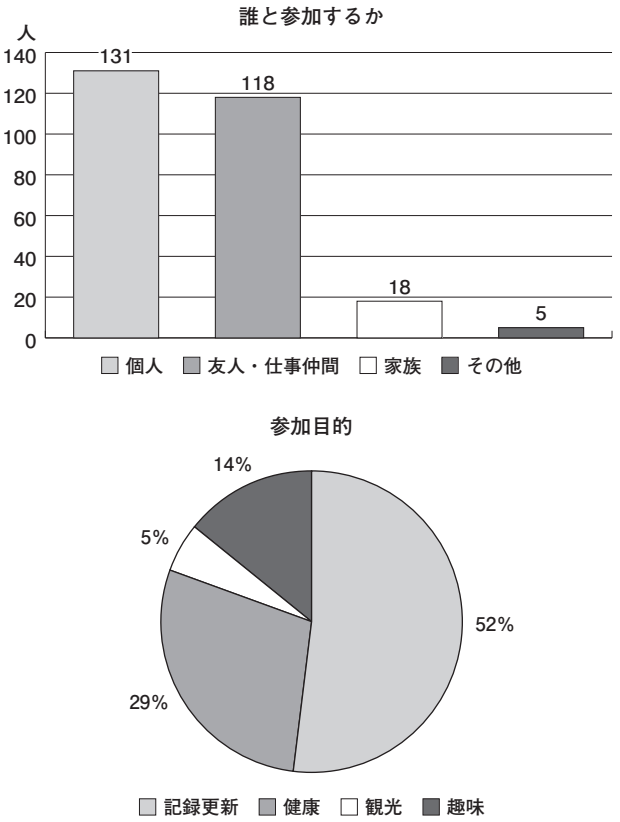
本研究におけるサンプル属性を第３図に示した。男性は65.8%（ｎ=179），女性34.2%（ｎ=93）であった。年代において，最も多かったのは40代（40.0%）であり，以下，50代（26.8%），20代（13.6%），30代（12.5%）と続き，40～50代が全体の67%であった。

１-２）目的

参加者の市民マラソンに参加する目的を図４に示



第３図　サンプル属性（性別と年代）



第４図　市民マラソンに参加する目的

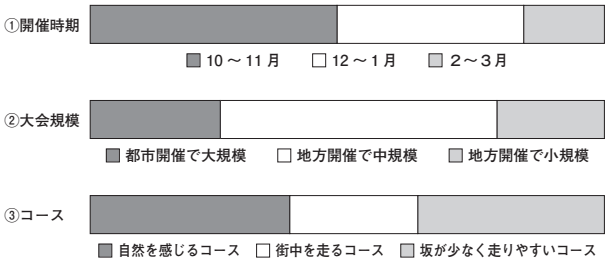
した。大会に誰と参加するかの問いに対しては個人48.2％，友人43.3％での参加がほとんどであった。そして，参加する目的で最も多かったのは記録更新52%であり，以下は健康29％，趣味14％と続く。また，健康，観光，趣味を同グループとして捉えると競技志向の高い参加者とそうでない参加者が二分される結果を得た。

１−３）大会構造

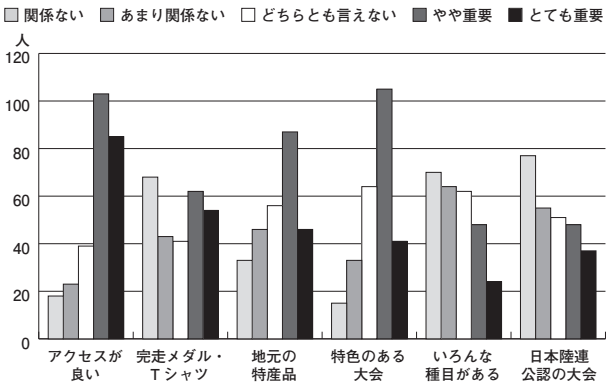
参加者の理想の大会構造を第５図に示した。今回は以下の３つのカテゴリーに分けて調査した。開催時期について最も多かったのは10〜11月で，マラソン・シーズン初頭に相当する。つぎに大会規模については，地方型で中規模を半数以上の方が望んでいる。最後にコースについては，以下の３つをバランスよく兼ね備えたコースが求められている。以上の結果は，おかやまマラソンの既存構造と概ね一致した。

１−４）参加条件

参加条件を第６図に示した。以下の問いに対して重要度を５段階で回答してもらった。最も重要度が高かったのはアクセスであった。同じ参加賞であるTシャツ・完走メダルと地元の特産品を比較すると特産品の需要度の方が高い傾向がある。そして，多種目，公認大会の有無の競技性の高い項目は，意見が割れ，共通のニーズではないことが示唆された。



第５図　大会構造



第６図　参加条件

1-5）市民マラソンの魅力

市民マラソンの参加意図に影響する魅力を自由記入欄として回答して頂き，96件の回答を得ることができた。回答を要約し全18項目に分類し，その集計結果を表２で示した。

最も意見の多かったのは沿道の応援（27票）であった。その他，エイドステーション（以下「エイド」という。），沿道応援などの地域住民による「ホスピタリティ」，完走という挑戦を自身に課すことで得られる達成感・モチベーションなどの「バイタリティ」に関する項目が平均以上の票を獲得していた。

（2）聞き取り調査

2-1）おかやまマラソンの評価

大会発展の背景にはメディア，県民の主体性が影響したと考えられている。まず，メディアの活動として，岡山県では大会を報道するだけでなく，各局のアナウンサーがランナーとして参加し，大会を盛り上げている。出場しているアナウンサーはマラソン未経験者であり，大会に向けた練習から大会当日までの過程を報道している。また，このようなメディアの活動は大会事務局から依頼することが一般的だが，主体的に報道し，局の垣根を超えた合同での報道なども行われている。

つぎに県民の主体性については，途切れることのない沿道応援が多くの参加者に評価されている。沿道の応援では，夏の風物詩である桃太郎まつり“うらじゃ”の踊り連をはじめとした26の応援団体に大会事務局から協力を依頼し，大会を盛り上げている。その一方で，一般の沿道応援に関して事務局は直接的な関与はしていない。しかし，一般応援の参加人数は初回から７万人も増加している。また，ボランティアスタッフの参加人数も年々増加しており，毎年定員人数を超える応募があり，大会事務局はボランティアスタッフの応募者を全て採用している。

その一方で課題点として，インバウンド需要・EXPOの活気不足が懸念されている。大会事務局は第４回大会（2018）に定員200人の海外選手枠を新設したが，定員を超えるエントリーはなかった。EXPOに関しても地方大会の規模は，大阪，東京マラソンのような大型スポンサー獲得が困難であり，限界がある。

2-2）大会事務局の取り組み

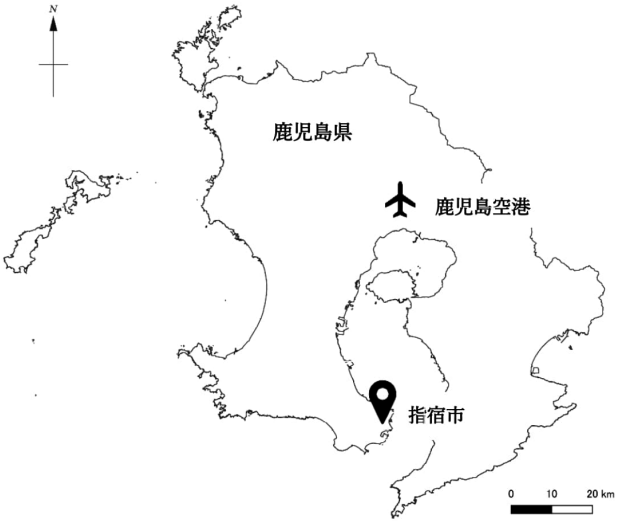
おかやまマラソンは幅広い参加者層に支持される大会を目指すために，大会のハードルを下げ，ランナーサービスを重要視している。そこで職員自らマラソン大会にエントリーし，参加者目線の大会づくりに努めている。さらに，大会開催後にアンケートを実施して，実際の参加者（出走者・ボランティア・一般応援）の意見を参考にし，大会をアップデートしている。

また，大会発展とは違う視点での取り組みも行われている。県内には30以上の市民マラソンが存在するが，おかやまマラソンは後発の大会であり，都市型マラソンという優位な大会である。このことにより，既存の地方大会が衰退する可能性が懸念された。そこで大会事務局は，各大会への参加分散を促す「RUNRUN♪おかやまスタンプラリー」を実施している。また，大会日程については，おかやまマラソン（11月）に次いで２番目の規模を有し，大会の歴史も深い総社吉備路マラソン（２月）と開催日の間隔をとることで県内の地方大会との共存を目指している。

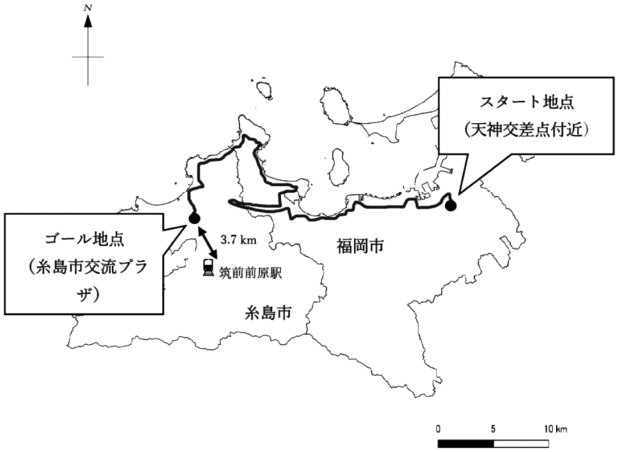
2-3）他大会との比較

参加者が１万人を超える市民マラソンは，2007年の東京マラソン開催を契機として，一般市民が参加可能な規制を緩和した大会が各方面で普及するようになった（清水，2015）。そのため，市民マラソンの歴史は浅く，表面上の事業の失敗例は見受けられない。しかし，業界企業の方とのヒヤリング調査により，九州地方の市民マラソンの現状が明らかとなった。今回は高い大会満足度から多くのリピーターを生み出しているいぶすき菜の花マラソン（鹿児島）と今後の持続的な運営が懸念されている福岡マラソンとについて考えていく。

いぶすき菜の花マラソンは，鹿児島県の県南部に位置する指宿市で開催される地方型市民マラソンである。本大会は，会場へのアクセスに都心から４時間以上要し，コースの高低差が最大100mと過酷なレースとなっているが（第７図），全国各地から約13,000人が参加する全国屈指の大会へと成長を遂げている。この大会発展の背景には，「おもてなし日本一」を目指す市民総出でのお



第７図　いぶすき菜の花マラソンの地域概観



第８図　福岡マラソンのコースマップ

もてなしにある。1982年に開設され，2020年大会で39回目を迎えた歴史ある本大会の開催地である指宿市の地域住民は，大会に慣れ親しんでおり，毎年恒例のお祭りとして大会に参加する。北村ほか（1997）の大会開催に対する住民の評価の研究によると，地域住民は，指宿市の知名度が高められ，イメージアップに結び付いていると肯定的な評価をしていることが報告されている。こうした地域住民による私設エイドや沿道の応援の主体性が大会の満足度に繋がり，多くのリピーターを生んでいる

福岡マラソンは約12,000人が参加する福岡を代表する都市型マラソンとなっているが，開催のスケジュール設定に問題がある。その問題とは１ヶ月後に開催される福岡国際マラソンを行政が優先し，福岡マラソンは規模縮小を強いられている。この影響により，コストの高い福岡市の中心地の交通規制が長時間確保できない。したがって，スタート地点は福岡市の天神（渡辺通り天神交差点）となっているが，ゴール地点は福岡市と隣接する糸島市（糸島市交流プラザ志摩館付近）となっている（第８図）。その結果，福岡の華やかな街並みはコースの０～10kmまでしか感じることができない。さらに，ゴール地点となっている糸島市の交流プラザ志摩館から最寄り駅にあたる筑前前原駅まで3.7kmもある。大会から無料のシャトルバスが運行しているが，完走後の利用者が多く渋滞が発生し，諦めて徒歩で帰る参加者もいる。以上のことから，参加経験のある参加者の満足度は低くなっている。

４．考察

（１）共通の参加意図

共通の参加意図とおかやまマラソンの既存構造を比較した結果，概ね一致し，とくにストレスの少ない円滑な運営と岡山県ならではのホスピタリティが参加意図に影響していることが示唆された。先森ほか（2014）の報告では，県内参加者は大会満足度，県外参加者は地域愛着が再参加意図に影響したと報告されている。そこで，本研究は国内の市民ランナーを対象とし，そのサンプルを拡大し共通の参加意図を検証した。その結果，ホスピタリティは県外・県内の参加に問わず重要であり，大会満足度を上回る参加意図となる可能性が高い。

また本研究では，大会構造に深く着目し，大会構造と参加条件の項目で理想の大会像の調査を試みたが，競技性の高い項目は全体的に優先度が低い結果となった。しかし，大会規模のみは，「中規模で地方開催」で意見が概ね一致した。現地調査でその理由を聞くと，「運営がスムーズで，地方大会のほうが開催地の魅力を感じる。」という意見が多かった。このことから，参加意図として円滑な運営とホスピタリティの重要性が再確認することができた。

（２）おかやまマラソンの発展要因

その一方で，おかやまマラソンがわずか５年の歴史で満足度１位を獲得した要因は明確にならなかった。県民の主体性は，いぶすき菜の花マラソンのように歴史のある大会ほど，住民の大会に対する理解度が高い傾向にあることが明らかとなったが，おかやまマラソンはわずか５年の歴史である。また同年の2015年に設立した金沢マラソンでは沿道応援隊を公式募集する活動などがみられるが，おかやまマラソンでは一般応援の直接的な誘致は行っていない。なぜ数年で主体性が向上したのか。その背景として，メディア各局のアナウンサーがランナーとして参加し，大会を報道，有名タレント，元オリンピック選手，実業団陸上部の選手などの岡山にゆかりがあり，影響力のあるゲストを起用することで，マラソンに関心がなかった人が大会に関わるキッカケになったと考えられる。メディアの影響力を清水（2015）は，女子アナウンサー，タレントを登場させ，ランナーとして参加することで，日本人に親近感を与えると指摘しており，発展要因の一因と考えられる。

しかし，おかやまマラソンの持続的な運営について考えると課題点も挙げられる。現状ではおかやまマラソンの顕著な課題点は上げられないが，長期的に持続的な運営を維持していくためには他大会に劣らない独自の付加価値が必要だ。おかやまマラソンの今後の発展策として，県民の主体性という既存の資源を生かし，大会の歴史を重ねるごとに，さらに発展していくことが重要だと思われる。

5．おわりに

（1）共通の参加意図

①参加者は特定の大会ではなく，マラソン大会そのものに興味を示しているが，選ばれる大会の特徴として，②開催地の魅力を体感できる大会。そして，③アクセスの利便性，円滑な大会運営により参加者の負担を軽減している大会が求められている。

（2）おかやまマラソンの発展要因

④メディア各局による報道，岡山にゆかりのあるゲストランナーを起用することで，間接的に地域住民の主体性が向上した。また，⑤大会事務局が繰り返し運営改善を行ったことに加え，⑥会場から最寄り駅（岡山駅）が１km圏内に立地していることが相乗効果として参加者のストレス軽減に関与したと考えられる。

本研究の課題点として，おかやまマラソンの主体性の調査として，出走者だけなく，沿道応援の参加者や地域住民を対象とした，地域住民の大会に対する評価を調査し，その発展要因と非参加者目線の運営改善も検討することが求められる。

［付記］

本研究は，第１著者の才木が令和２（2020）年度・岡山理科大学・生物地球学部の卒業研究で実施した研究成果の一部であり，その内容を第２著者の宮本が大幅に加筆・修正した。調査にご協力頂いた業界企業や関係行政機関の皆様，地理学研究室のゼミ生，さらに，地理・考古学コースの関係各位に厚くお礼申し上げます。

註

1）本研究の対象とする地方型市民マラソンとして，ランニング専用サイト（ランネット）にて全国マラソン大会ランキング１位を獲得したおかやまマラソンを検討した。

2）ランナー，同伴者，一般応援，ボランティアの合計。

3）直接効果，第一次波及効果，第二次波及効果。

文献

岩谷雄介・鈴木直樹・原　章展（2012）国内市民マラソンの類型別発展策に関する研究，スポーツ産業学研究，Vol.22，No.1，pp.63～70.

岡本純也（2011）地域活性化策としてもスポーツ・ツーリズムの可能性，一橋大学スポーツ研究，pp.61～66.

岡山市（2019）岡山市観光振興アクションプラン.

おかやまマラソン実行委員会事務局（2015）第１回おかやまマラソンの開催結果について.

おかやまマラソン実行委員会事務局（2016）第２回おかやまマラソンの開催結果について.

おかやまマラソン実行委員会事務局（2017）第３回おかやまマラソンの開催結果について.

おかやまマラソン実行委員会事務局（2018）第４回おかやまマラソンの開催結果について.

おかやまマラソン実行委員会事務局（2019）おかやまマラソン2019大会公式プログラム.

おかやまマラソン実行委員会事務局（2020）おかやまマラソンについて.

神野賢治・福島洋樹（2018）大規模市民マラソンへの継続的な参加決定要因の検討－スポーツツーリズムの推進を視座に－，富山大学人間発達科学紀要，第12巻第２号，pp.63～74.

金沢マラソン2019，沿道応援，最終閲覧日（2020年12月10日），https://www.kanazawa-marathon.jp/2019/cheering/index.html.

北村尚浩・野山春夫・柳　敏晴・川西正志・萩　裕美子・前田博子（1997）スポーツイベントによる地域活性化への効果－開催地住民の評価に着目して－，鹿屋体育大学学術研究紀要，第17号，pp.47～55.

先森　仁・秋吉遼子・山口泰雄（2014）大会満足度と地域愛着が市民マラソンの再参加意図に与える影響に関する研究－県内・圏外参加者に着目して－，神戸大学大学院人間発達環境学研究科，第８巻，第１号，pp.107～113.

清水泰生（2015）東京マラソンと日本－メディア報道を中心に－，国際研究論叢，pp.131～141.

四本幸夫・韓　準祐・畠田展行（2019）地方自治体の観光まちづくりの取り組みと課題，多摩大学グローバルスタディーズ学部，紀要11巻，pp.73～92.

第39回いぶすき菜の花マラソン，大会HP，最終閲覧日（2020年12月15日），http://www.ibusuki-nanohana.com/marathon.

福岡マラソン2020～FUKUOKA MARATHON2020～，コース紹介，最終閲覧日（2020年12月25日），http://www.f-marathon.jp/about/course.html.

RUNNET－日本最大級！走る仲間のランニングポータル－，大会ランキング，最終閲覧日（2020年11月15日），https://runnet.jp/report/ranking.

山中鹿次（1999）大会開催県外からの市民マラソン参加の決定理由大会のコースへの満足度，観光参加の動向－第12回青島太平洋マラソンの場合－，日本体育学会第50回記念大会号，pp.264.

【才木和弥：
〒700-0005　岡山市北区理大町1-1
岡山理科大学　生物地球学部　生物地球学科】
【連絡著者：宮本真二
〒700-0005　岡山市北区理大町1-1
岡山理科大学　生物地球学部　生物地球学科
地理・考古学コース　地理学研究室
E-mail:miyamoto@big.ous.ac.jp】