

愛媛マラソンにおける一般ボランティアに関する研究 ～参加回数と参加動機に着目して～

山中 亮^{*1}, 岩田 真美^{*2}

Study on general volunteer in Ehime Marathon (Focus on the number of participation and motivation)

Akira YAMANAKA^{*1}, Mami IWATA^{*2}

^{*1} Faculty of Collaborative Regional Innovation, Ehime University
3 Bunkyo-cho, Matsuyama, Ehime 790-8577, Japan

^{*2} Shikoku Chuo Medical and Welfare Institute
1684-10 Nakanosho-cho, Shikokuchuo-shi, Ehime 799-0422, Japan

Abstract

The purpose of this study is to analyze the questionnaire survey of general volunteers who participated in the "Ehime Marathon 2019" and to clarify the characteristics of the number of participation and the motivation for participation based on the attributes of the participants. This study revealed the following points.

(1) With the continued participation of volunteer participants in the Ehime Marathon, the results suggest that the motivation to participate may be changed from a heterogeneous motivation to an altruistic motivation.

(2) Women's groups tended to shift from heterogeneous motives to altruistic motives by continuing to volunteer more than male groups.

(3) Participants in groups other than those working for the company tended to change their motivation to participate in various fields by continuing volunteer activities.

(4) It was shown that the participants other than the students were interested in and participated in the Ehime Marathon.

It is important to create a framework for volunteer participation in advance by clearly communicating the attractiveness of the event itself, the joy and rewards of volunteer participation, and the image of volunteers required by the event executive committee.

Keywords : Volunteer, The number of participation, The motivation for participation

1. 緒 言

近年、東京マラソン（参加ランナー約 40,000 人）、大阪マラソン（参加ランナー約 30,000 人）などに代表される、大規模マラソンイベントの数が増加している。また、市民マラソンの増加とジョギング・ランニング愛好者の増加との因果関係は不明だが[1]、笹川スポーツ財団の調査によると、2018 年におけるジョギング・ランニング実施率（年 1 回以上）は 9.3%（推計 964 万人）であり、1998 年から増加傾向にある[2]（図 1）。

このような中、愛媛県内における最大級のスポーツイベントである、愛媛マラソンも 2019 年大会は、ランナー約 10,000 人募集のところをそれを上回る応募があり、直近過去 2 大会の倍率は約 3 倍と、多くのランナーが参加希望の意志を示している。このような数万人規模のランナーが参加するマラソンイベントの運営において、欠くことのできないものがボランティアの存在である[1]。東京マラソンや大阪マラソンでは、それぞれ約 10,000 人がボランティアとして参加し、様々な活動を行いながらマラソンイベントを陰で支えている^{3) 4)}。

東京マラソンや大阪マラソンのような、ブランド力のある有名なマラソンイベントでは、ボランティア募集数も多いが、募集数に対してそれを上回る応募があり、東京マラソンでは抽選で決定、大阪マラソンでは定員に達し次第募集を終了するなど、十分なボランティア数の確保ができていない[3][4]。しかし、愛媛マラソンのように地方で開催されるマラソンイベントでは、ボランティア募集数に対する応募数が満たされていない現状があり、ボランティア数の確保について懸念されている現状でもある。

^{*1} 愛媛大学社会共創学部（〒790-8577 愛媛県松山市文京町 3 番） yamanaka.akira.xk@ehime-u.ac.jp

^{*2} 四国中央医療福祉総合学院（〒799-0422 愛媛県四国中央市中之庄町 1684-10）

愛媛マラソンはランナー約 10,000 人が出走する、愛媛県で最大級のスポーツイベントであり、このようなイベントを陰で支えているのが、ボランティアの存在である。愛媛マラソンの運営やボランティアの募集などを行っている愛媛マラソン実行委員会事務局は、例年 2,000 人のボランティアを募集している。ボランティアの種類は大きく分けて二つあり、1つは先述した一般ボランティア、もう1つは学校や部活動単位などで参加している学生ボランティアである。

ボランティアの活動期間は、愛媛マラソン前日と当日の2日間である。活動内容は、主にメイン会場周辺（松山城城山公園）で活動する受付・手荷物預かり・誘導など(以下、メイン会場周辺ボランティア)と、コース沿線にて活動する、交通整理・設営撤去補助(以下、交通ボランティア)がある[6]。また、ボランティア参加者は、事前の説明会に参加する必要がある。説明会では、ボランティア参加者全体に向けて、安全管理などの説明が行われた後、それぞれの担当箇所ごとに別れ、担当責任者から、活動内容についての説明が行われる。例年 2,000 人のボランティアを募集している愛媛マラソンだが、昨年は約 1,500 人の応募にとどまり、ボランティアの人数確保が懸念されている。

今回のアンケート調査は、愛媛マラソンの一般ボランティアに対して、上記に記載した活動箇所において活動を行った一般ボランティアに対して、大会前日・当日の2日間に渡って行った。

3. 研究方法

本研究では、2019年2月9・10日に開催された「愛媛マラソン2019」で活動した一般ボランティア参加者を対象に、アンケート調査を行った。メイン会場周辺担当（松山城堀之内公園近辺）のボランティアには、ボランティア活動始業時にアンケート調査票を配布し、ボランティア活動終了後に回収を行った。交通担当のボランティアは、ボランティア活動始業時にアンケート調査票を配布し、ボランティア活動終了後から約2週間以内に回収完了した。

アンケート配布枚数は854枚（メイン会場周辺356枚、交通498枚）であり、回収枚数は725件（有効回答枚数は724件）であった。また、回収件数のうち、紙媒体での回収数は637件、Web版での回答数は87件であった。回収率は84.9%であった。

1. アンケート調査

今回のアンケート調査は、下記に示した図2のような流れに従って行った。

①アンケート作成・修正

2018年大会に向けて、2017年10～12月にかけて、愛媛マラソン実行委員会事務局と共同で、ボランティアの現状把握、実態調査のためのアンケートを作成した（図3）。

2019年大会に向け、2018年大会で使用したアンケート用紙の修正箇所を訂正し、さらに必要項目を付け加える作業を行った。

②-1. ボランティア事前説明会への参加及び周知

例年1月中に開催され、ボランティアに対し愛媛マラソンやボランティア活動の説明するボランティア事前説明会に参加した。そこで、ボランティア参加者に対しアンケート調査の目的と配布・回収などに関する詳細などを説明し、アンケートへの協力をお願いした。

本研究の対象者にはあらかじめ、本研究の目的、具体的方法、それに伴う危険性、および個人情報の取扱いについて口頭および文章で説明し、十分に理解を得たうえで同意を得た。研究への同意は、いつでも取り消すことができることを申し添え、得られたデータは、個人情報の保護はもちろんのこと、データ解析上でも個人が特定

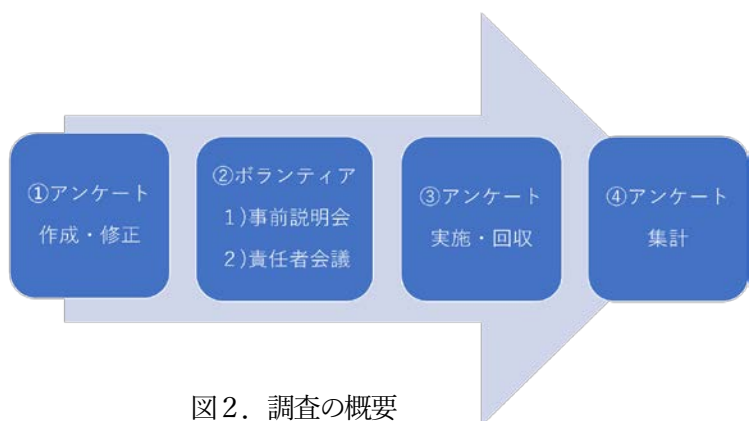


図2. 調査の概要

Webでの回答はこちらから!



愛媛大学社会共創学部

愛媛マラソンボランティアアンケート

このアンケートは、愛媛マラソンボランティアの満足度を測り、ボランティアの満足度アップを目的としたものです。些細なことでも結構ですので、多くのご意見をお聞かせいただければ幸いです。回収したこのアンケートは目的のためにのみ使用させていただきます。

本アンケートに関しまして何かございましたら、愛媛大学社会共創学部愛媛マラソンアンケート担当スタッフまでお声がけください。

1)性別・年齢

1. 男性 2. 女性 () 歳

2)お住まい

1. 東予 2. 松山市 3. 中予(松山市以外) 4. 南予 5. 県外 ()

3)職業

1. 会社勤務(一般社員) 2. 会社勤務(管理職) 3. 会社経営(経営者・役員)
4. 公務員・教職員・非営利団体職員 5. 派遣社員・契約社員 6. 自営業
7. SOHO(在宅業務) 8. 農林漁業 9. 専門職 10. パート・アルバイト
11. 専業主婦 12. 学生 13. 無職 14. その他の職業

4)今回を含めて何回愛媛マラソンボランティアに参加されましたか?

1. 1回 2. 2回 3. 3回 4. 4回 5. 5回 6. 6回 7. 7回 8. 8回
9. 9回以上

5)ボランティア活動は総合的に判断して満足していただけましたか?

1 2 3 4 5

満足でない どちらでもない 満足した

6)どうしてボランティア参加をしようと思ったのですか?(複数選択可)

1. スポーツボランティアに興味があったから 2. 知人に勧められたから
3. 愛媛マラソン大会のイベントが楽しそうだから 4. 周囲で話題になっているから
5. 知り合いが出場しているから 6. 頑張っている人を応援するのが好きだから
7. CMやチラシなどの広告を見たから 8. 学校・職場で勧められたから
9. 地域・地域に貢献したいから 10. ランナーを近くで見たかったから
11. 一般エントリー抽選に落選したから 12. その他 ()

愛媛大学
社会共創学部
Faculty of Collaborative Regional Innovation

◆今回のボランティア内容について詳しくお聞きます。

7)今回のボランティア活動の内容についてお聞かせください。

役割：・受付 ・物品渡し ・誘導 ・更衣室管理 ・交通 ・その他 ()
場所：()

8)7)で答えていただいた役割と場所について、良かった点と、改善すべきと感じた点をお聞かせください。

①良かった点

②改善すべき点

9)これからのボランティア参加についてお聞きます。

①来年もまた参加したいと思いますか?
1. はい 2. いいえ

②そのように思った理由をお聞かせください。

③もし、みなさんのようなボランティアの方々からリーダーの役割(ボランティアの方々、大会の運営者側と繋ぐ役割)を導入するとしたら、その役割に取り組んでみたいと思いますか?
1. はい 2. いいえ

10)その他に御意見・御要望があればお聞かせください。

アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。
愛媛大学
社会共創学部
Faculty of Collaborative Regional Innovation

図3. ボランティアのアンケート用紙

できないように取扱い、漏洩を防ぐためにセキュリティレベルの高い特定のパソコンのみで解析することを伝える。

②-2. 責任者会議への参加

ボランティア参加者は、給水・受付などの役割に分かれるが、その役割ごとに分かれたボランティアをまとめているのが、役割ごとの責任者である。責任者は協賛企業及び団体から派遣され、ボランティアの方々をまとめる任務を担う。責任者に対して、毎年責任者会議が行われており、責任者会議に参加し、アンケートの目的、アンケート用紙の配布・回収の方法などについて説明と要請を行った。

③大会前日・当日のアンケート調査の実施・回収

本研究で使用したアンケート調査票は、紙面での回答と紙面に記載したQRコードからWeb上での回答の2通りの方法で回答できるものにした。また、対象者にはその旨を、ボランティア説明会とアンケート調査票配布時に伝え、自身が回答しやすい方法での回答をお願いした。

大会前日は、受付・誘導を担当している一般ボランティアにアンケート調査を実施し、大会当日は、受付・誘導・荷物預かり・物品渡し・給水・交通などを担当している一般ボランティアにアンケート調査を実施した。メイン会場周辺ボランティア、交通ボランティア共に、ボランティア活動始業時にアンケート調査票を配布した。メイン会場周辺調査票は、アンケート調査当日に回収し、交通ボランティアは、約2週間で回収を完了した。

④アンケート集計

回収したアンケート調査票の集計作業を2019年2～3月にかけて行った。

2. 調査方法

- i)調査日時：2019年2月9(土)～10(日)
- ii)調査対象：愛媛マラソン2019に参加した一般ボランティア
- iii)調査項目：個人の属性・参加回数・参加動機など

3. 調査内容

本研究の調査内容を表1にまとめた。調査対象となったサンプルの特性として、性別、年齢、住まい、職業、過去の愛媛マラソンボランティア参加回数を質問した。ボランティア活動を終えての満足度は1から5段階で最も自身の意見に近いものを一つ選択してもらった。応募動機は、愛媛マラソン実行委員会事務局と共同で項目を挙げた。アンケート調査票の裏面では、記述形式で、「ボランティア活動の担当場所」、「改善点」、「良かった点」などを回答してもらった。また、再参加意思として、「来年も愛媛マラソンボランティアに参加したいですか」を質問した。本研究では、特に、アンケート調査票の参加動機と参加回数に着目して分析を行った。

1-3. 分析方法

全体の概要を捉えるために、各項目の単純集計を行った。さらに、参加回数と参加回数に関して、参加回数によってカテゴリー分けを行い、独立性の検定（ X^2 検定）を行った。有意水準5%で統計学的有意と判断した。

2. 観察調査

ボランティア業務とその業務を効率的に行うためのマネジメント業務、また、大会運営におけるマネジメント業務を中心に観察調査を行った。

ボランティア業務においては、ボランティアに対してアンケート調査を行ったが、この調査は、ボランティア業務をボランティアの立場からのみの調査となる可能性があるため、観察調査を行い、ボランティア活動をボランティアの立場のみだけでなく、客観的な視点を含めた多面的に捉えることを目的として行った。

表1. アンケート調査内容

変数	項目	尺度
属性	性別、年齢、居住地、職業、過去のボランティア経験	
動機	1.スポーツボランティアに興味があったから	12項目中複数項目選択
	2.知人に勧められたから	
	3.愛媛マラソン大会のイベントが楽しそうだったから	
	4.周囲で話題になっているから	
	5.知り合いが出演しているから	
	6.頑張っている人を応援するのが好きだから	
	7.CMやチラシなどの広告を見たから	
	8.学校・職場で勧められたから	
	9.地域・地元に貢献したいから	
	10.ランナーを近くで見たかったから	
	11.一般エントリー抽選に落選したから	
	12.その他(記述)	
満足度	ボランティア活動終了後の満足度	1.満足ではない 2.やや満足ではない 3.どちらでもない 4.やや満足した 5.満足した
再参加意図	来年の愛媛マラソンボランティア活動への参加意図	1.参加したい 2.参加したくない

3. 結果と考察

1. ボランティア参加者の特性

調査対象となったサンプルの特性を表2に示した。

2019年大会では、性別は、「男性」が38.3%、「女性」が61.7%であった。参考ではあるが、2018年大会では、「男性」35.9%、「女性」64.1%であり、2018年大会と2019年大会とでは大きな違いは見られず、男性より女性の参加者の割合が多かった。

年齢は、「20歳未満」が最も多く、23.7%、次いで「50-59歳」が20.3%、「20-29歳」が16.0%であった。「70歳以上」の参加者は7.7%であったことから、仕事を退職されたと考えられる「60歳以上」の参加者は20%を占めていた。

住まいは、開催地である「松山市」が最も多く、73.4%、次いでその周辺である「中予(松山市以外)」が12.3%、「東予」が10.0%

表2. ボランティア参加者の特性

性別	職業	
男性	38.3%	会社勤務(一般社員) 23.3%
女性	61.7%	会社勤務(管理職) 3.2%
年齢		会社経営 1.5%
20歳未満	23.7%	公務員・教職員 7.7%
20-29	16.0%	派遣社員 2.8%
30-39	6.7%	自営業 3.3%
40-49	12.5%	SOHO(在宅勤務) 0.0%
50-59	20.3%	農林漁業 0.6%
60-69	13.2%	専門職 2.6%
70歳以上	7.7%	パート・バイト 7.6%
住まい		専業主婦 5.1%
東予	10.0%	学生 32.7%
松山市	73.4%	無職 7.6%
中予(松山市以外)	12.3%	その他 1.9%
南予	3.2%	過去のボランティア経験
県外	1.1%	あり 45.4%
		なし 54.6%

であった。8割以上の参加者が中予在住で、さらに松山市在住者は7割以上を占める結果となった。このことから、愛媛マラソンボランティアの参加者の多くは、イベントが開催される松山市近郊から来ていることが分かった。

職業は、「学生」が32.7%で最も多く、次いで、「会社勤務（一般社員）」が23.3%、「公務員・教職員・非営利団体職員」が7.7%であった。また、「無職」も7.6%と4番目に多く、60歳以上が20%もいたことから、退職した人がボランティア活動に多く参加していたことが伺えた。

過去の愛媛マラソンボランティア経験は、「ある」と答えた人が45.4%、「今回初めて」と答えた人が54.6%で、今回初めて参加する人がやや多かった。また、過去に愛媛マラソンボランティアに参加したことがあると答えた人の中では、「今回2回目」と答えた人が14.0%、次いで「今回3回目」と答えた人が8.1%であった、「今回を含めて参加が3回まで」の人が76.7%であったことから、愛媛マラソンボランティアの参加経験が浅い人たちが多いことが伺えた。

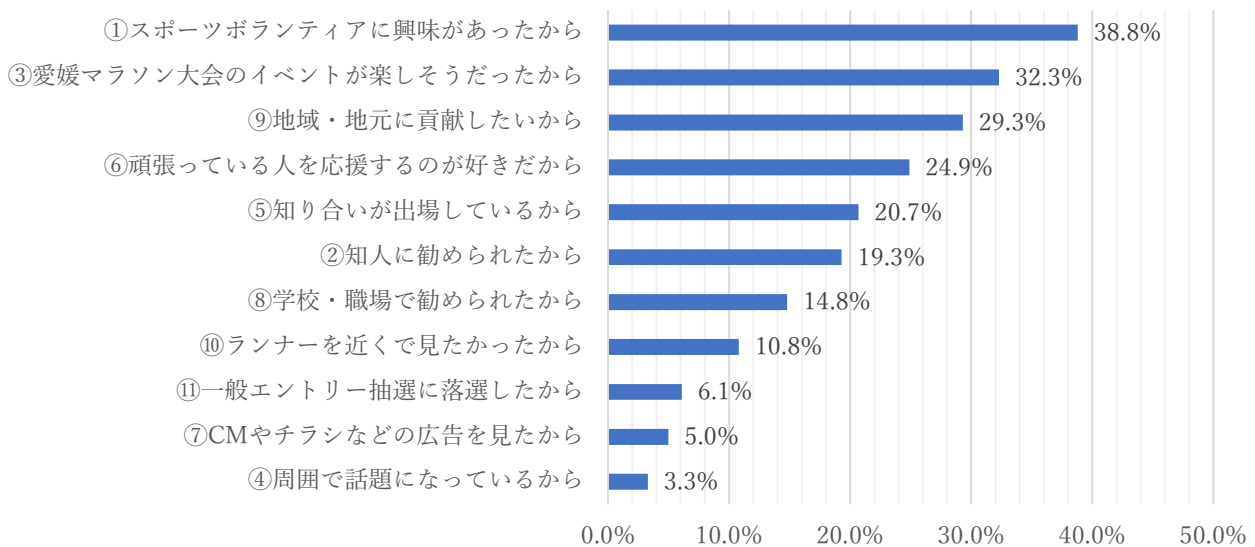


図4. 参加動機

2. 動機

動機は12項目を設け、その中から複数項目選択とした。回答者が選択した各項目の回答者数に対する割合(%)を図4に示した。その結果、「スポーツボランティアに興味があったから」が最も多く38.8%、ついで「愛媛マラソン大会のイベントが楽しそうだったから」が32.3%、「地域・地元へ貢献したいから」が29.3%で高い割合となった。逆に、「周囲で話題になっているから」が3.3%、「CMやチラシなどの広告を見たから」が5.0%、「一般エントリー抽選に落選したから」が6.1%と低い割合であった。

興味深い項目として、下位割合ではあるが、「一般エントリー抽選に落選したから」を6.1%の参加者が選択していることである。数は少なくともランナーとして愛媛マラソンに参加できない人が、ランナーや大会を支えるボランティアとして愛媛マラソンに参加している状況がみられた。そのような存在は、ボランティア数確保を望んでいる愛媛マラソンにとって貴重な存在であるといえる。福岡マラソンでは、個人ボランティア出走枠というボランティア参加者のための出走枠を設けており、ボランティアとして参加した人を対象に、抽選で200人に次回大会の出走権を提供している[7]。このような取り組みがあれば、一般エントリー抽選に落選した人もボランティアとして大会に参加してもらいやすくなる。大会運営側は、ボランティア数の確保を期待でき、一般エントリー抽選に落選したランナーは、ボランティアとして参加することで、次回出走権を得られるチャンスになるので双方の利害が一致する。愛媛マラソンでも、福岡マラソンのような取り組みを参考に、一定数のボランティア出走枠を設けることで、ボランティア数の確保につながることも考えられる。

3. 参加回数と参加動機の関係

愛媛マラソンボランティアの参加が1回目の人が54.7%、2回目以上の人45.3%であり、参加回数1回目の人の特徴的に多い状況であるため、参加回数1回目と参加回数2回目以上の2カテゴリーに分け、比較することで、参加回数と参加動機の関係性を検討した(図5)。

参加回数(参加1回目・参加2回目以上)と参加動機について、「参加者全体」「女性・男性」「職業(会社勤務・会社勤務以外)」「学生・学生以外」の観点から、それぞれの参加動機(複数選択可)を選んだ人数と参加回数と参加動機について

X^2 検定を行い算出した値(p値)から有意差を求め、有意な差がある結果について表3に示した。

3-1. 参加者全体における参加回数と参加動機について

参加動機②・⑥・⑧・⑨において有意水準1%以下で有意差が認められた。参加動機②と⑧は、参加回数1回目の参加者が有意に多く、参加動機②と⑧は、2回目以上の参加者が有意に多かった。このことは、本来ボランティアは「自発性」をその特徴としているが、ビッグイベントで不定期的に非日常空間で活動する「イベント・ボランティア」の場合では、会社ぐるみ、学校ぐるみ、地域ぐるみでボランティア活動に参加することがあるため、義務感による受動的、他律的な活動への参加が、スポーツイベントボランティアの特徴であるという先行研究[8]が示唆された結果となった。

参加回数2回目以上の参加者が有意に多く選択した参加動機⑥⑨は、他者からの依頼や勧誘などにより義務的・受動的意識で活動した1回目の参加動機から、ボランティア活動を通して、頑張っている人を応援することへの価値の変容、ボランティア活動が地域・地元の貢献につながることへの気づきなど、ボランティア活動そのものへの価値の変容が生じている可能性が示唆された。

初めて愛媛マラソンボランティアに参加した人が54.7%(2018年大会は54.8%)いることから、愛媛マラソンは、1回目のボランティア参加者によって支えられている状態であると言える(図7)。また、2回目の参加者が14%であることから、1回目から2回目への継続が多く見られない状況でもある。以上のことから、初めて参加したボランティア参加者をいかに2回目以降の継続的なボランティア参加につなげられるかが、ボランティア数増加の課題であり、その方向性として、「頑張っている人を応援するのが好きだから」や「地域・地元へ貢献したいから」などのボランティア活動そのものへの価値変容を促す方向への働きかけが重要であると考えられる。

3-2. 男女における参加回数と参加動機について

参加者を性別で分けた後、参加回数1回目群と2回目以上群における、参加回数と参加動機について分析を行った。

男性群では、参加動機②・⑧(有意水準1%以下)、④(有意水準5%以下)において有意差が認められた。いずれも参加回数1回目の人の方が多く選んでおり、全体の分析結果と同様、知人や学校職場などの勧めによりボランティアに参加した人が多かったことが伺えた。

女性群では、参加動機②・⑥・⑧・⑨(有意水準1%以下)において有意差が認められた。参加動機②・⑧にお

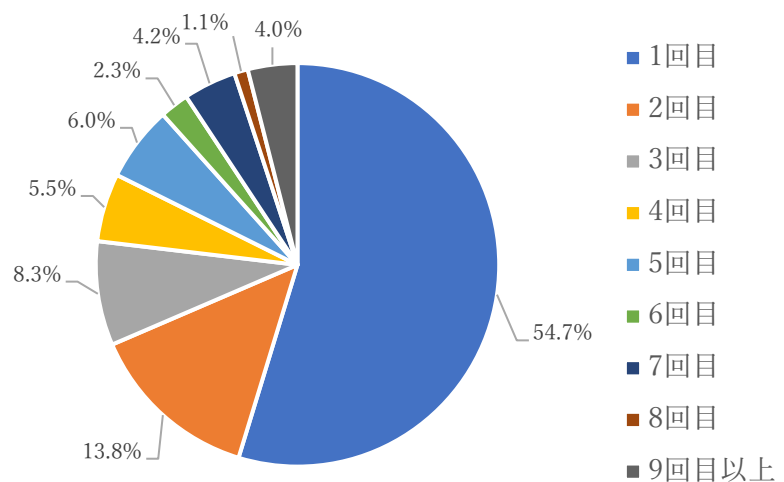


図5. 参加回数の割合

表3. 参加回数と参加動機

	項目	1回目	2回目以上
性別	全体	②⑧	⑥⑨
	男性	②④⑧	—
	女性	②⑧	⑥⑨
職業	会社勤務	②⑧	—
	会社勤務以外	②⑧	⑥⑨⑩
	学生	②	—
	学生以外	②④⑦⑧⑪	—

いては、参加回数1回目が多く、参加動機⑥・⑨は参加回数2回目以上が有意に多く選んでいた。

以上の結果から、参加動機②・⑧は男性群女性群ともに参加回数1回目の方が有意に多く、男性も女性も参加回数1回目の方は他者からの勧誘などの他律参加が多いことが伺えた。また、男性群では、参加回数2回目以上が有意に多く選んでいた参加動機項目は認められなかったが、女性群の参加回数2回目以上で、参加動機⑥・⑨の有意な差が認められた。このことから、ボランティア継続によって参加動機の変化が起こりやすいのは、男性よりも女性であることが推察された。

3-3. 職業（会社勤務と会社勤務以外）における参加回数と参加動機について

次に、参加者の職業に着目して分析を行った。愛媛マラソンボランティアアンケート(図3)の職業選択の項目の1-5(会社勤務)と6-14(会社勤務以外)の2群に分けて分析を行った。

会社勤務群では、参加回数1回目の方が参加動機②(有意水準1%以下)・⑧(有意水準5%以下)で優位の多く選択していた。全体や、性別で得られた結果と同様に、ボランティアに初めて参加した人は、知人や学校、職場からの勧誘や依頼で参加した人が多い結果となった。

会社勤務以外群では、参加動機②・⑥・⑧・⑨(有意水準1%以下)・⑩(有意水準5%以下)で有意差がみられた。参加動機②・⑧は参加回数1回目の方が、参加動機⑥・⑨・⑩は参加回数2回目以上の方が多く選択した。

会社勤務と会社勤務以外で比較すると、会社勤務以外の集団の方が多くの項目で有意差が認められた。また、会社勤務群は、参加回数1回目の方の多くが他律参加でボランティアに参加していることが伺えたが、参加回数2回目以上の人では優位に多く選択した項目がなく、会社勤務群の参加回数が増加するにつれての参加動機の変化は伺えなかった。一方会社勤務以外群では、参加回数2回目以上が参加動機⑥・⑨を優位に多く選択しており、会社勤務以外群は、ボランティア活動を通して、参加動機を変容させやすい素養を持っている可能性が推察された。

3-4. 学生と学生以外における参加回数と参加動機について

まず、学生の参加者の特徴として、参加者237人中初めての参加が202人、2回目以上の参加者が35人であった。学生の初めてのボランティア参加者が85.2%であることは、全体の初めての参加が54.7%であることと比較して、継続して参加する学生が少ないことが明らかとなった。

学生群では、参加動機②(有意水準5%以下)において参加回数1回目が有意に多く選択していた。

学生以外群では、参加動機②・⑦・⑧(有意水準1%以下)・④・⑪(有意水準5%以下)で有意差がみられた。これらの参加動機の項目はすべて、参加回数1回目が有意に多く選択しており、参加回数2回目以上で有意差が認められた項目はなかった。

学生群と学生以外群の両群に対して考察を行うと、両群ともに参加回数1回目から参加回数2回目以上への、参加動機の有意な選択の増加はみられなかった。しかし、参加回数1回目の参加動機項目(1回目:②, 2回目以上:②・④・⑦・⑧・⑪)に、群における違いがみられた。学生以外群では、学生群では選択されなかった、参加動機④・⑦・⑧・⑪が選択されていた。その中でも参加動機④・⑦を選択している学生以外群は、学生群よりも大会に関しての興味を持ってボランティアへの応募を志向したことが予想される。さらに、各郡における参加回数別の人数の割合(図6)をまとめてみると、学生群の2回目以上の割合が14.8%に対して、学生以外群は60.4%と2回目以降の参加の割合が4倍近くある。それら

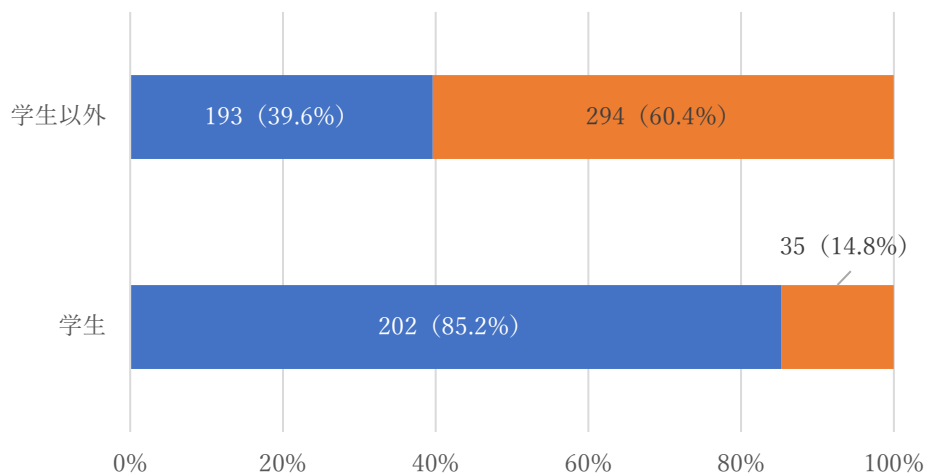


図6. 参加回数別の人数の割合

■1回目 ■2回目以上

のことから、学生以外群は、学生群よりも大会自体に興味を持ち参加することが、2回目以上の参加につながる傾向がある可能性が示唆された。これは、継続して参加の割合の低い学生たちの、ボランティア参加への継続を創出していくためのヒントとなり得ると考える。

4. まとめ

「愛媛マラソン2019」に参加した一般ボランティアを対象に、アンケート調査を行った。アンケートを集計した結果概要として、表2の概要を示した。さらに参加回数と参加動機について、「参加者全体」「性別（男性・女性）」「職業（会社勤務、会社勤務以外）」「学生・学生以外」の属性をもとに分析を進め、以下の点が明らかとなった。

- 1) 参加者全体における参加回数と参加動機について、参加回数1回目が参加動機②・⑧を有意に多く選択し、参加回数2回目以上が参加動機⑥・⑨を有意に多く選択した。先行文献[8]の示唆する、スポーツイベントのボランティアでは、義務感による受動的、他律的な活動への参加が他のボランティアより生じやすく、スポーツイベントのボランティアの特徴である同様の傾向が、本研究においても見受けられた。また、愛媛マラソンのボランティア参加者の継続的な参加により、参加動機が、他律的な動機から利他的な動機への変容の可能性を示唆する結果となった。
- 2) 参加回数と参加動機(性別)について、男性群では、参加動機②・④・⑧に関して有意差が認められ、女性群では②・⑥・⑧・⑨において有意差が認められた。男性群よりも女性群の方が、ボランティア活動継続によって他律的から利他的動機への変容が起りやすい傾向が伺えた。
- 3) 職業（会社勤務と会社勤務以外）における参加回数と参加動機について、会社勤務では、参加動機②・⑧に関して有意差が認められ、会社勤務以外では、参加動機②・⑥・⑧・⑨・⑩に関して有意差が認められた。さらに、会社勤務以外群参加回数2回目以上で、参加動機⑥・⑨・⑩が優位に多く選択され、会社勤務以外群の参加者の方が、ボランティア活動の継続によって、多様な方面に参加動機の変化が起りやすい傾向が伺えた。
- 4) 学生と学生以外における参加回数と参加動機について、学生群では参加動機②、学生以外群では②・④・⑦・⑧・⑩に有意差が認められた。しかし、参加回数による参加動機の有意差はみられず、学生以外群の参加者の方が、愛媛マラソンに関する興味を持ち参加していることが示された。また、学生群の参加回数2回目以上の割合は、学生以外群の参加回数2回目以上の割合に比べ1/4程度であることから、事前に大会に対する興味を持って参加するボランティアの方が、参加継続に繋がる可能性が示唆された。

上記の分析から、参加回数と参加動機について、参加者の属性の傾向が観られた。参加回数に関する属性では2回目以上の参加者の動機に利他的な傾向が認められ、参加者の参加動機の利他的な方向への変容が、参加継続に繋がる要因であると予想される。今後大会のボランティアマネジメントの要素として、活動を通じ他律的な動機の参加者を、利他的な動機の参加へと変容に導く、活動内容の構築が重要な取り組みとなってくるであろう。また、ボランティア参加者の属性を考慮した、ボランティア募集の改善も重要であると考えられる。特に、学生等若年層のボランティア参加とその継続の増加への取り組みは、今後のボランティアマネジメントにおいて重要になると思われる。そのためにも、事前に大会自体の魅力や、ボランティアに参加しての楽しみややりがい、大会実行委員会の求めるボランティア像などを明確に伝え、ボランティアに参加してもらえるような枠組み作りが重要となる。大会に参加するボランティア参加者への事前の働きかけと、実際の大会中での活動内容を通じて、参加者の動機をいかに利他的な方向に変容させていくための、大会のデザインが今後求められる。愛媛マラソンの様な地域を挙げての取り組みは、地域の人々が愛着を持ちやすいイベントでもある。そのため今後は、一過性のイベントとして捉えるのではなく、継続的に地域の人々の心理的内面に変容を起し、その結果として経済的にも精神的にも豊かな地域づくりへと繋げていける成熟したイベントへの構築が重要であろう。

多くの県民が誇りに思う愛媛マラソンが、関わる全ての人々を幸福にし、地域全体の豊かさに貢献し、今後も継続していくことを願い本研究の結びとする。

文 献

- [1] 松村浩貴・土肥隆・伊藤克広・福田一儀・船越達也・福本直子・勝木洋子・小野昌二 (2011)第1回神戸マラソンのボランティア活動に関する研究—動機、期待、満足度に着目して—. 人文論集, Journal of cultural science, 48:55-69.
- [2] 笹川スポーツ財団. "スポーツライフ・データ".
<https://www.ssf.or.jp/research/sldata/tabid/326/Default.aspx>, (閲覧：2019-9)
- [3] 東京マラソン大会公式ホームページ(2020). <https://www.marathon.tokyo/>, (閲覧：2019-9)
- [4] 大阪マラソン大会公式ホームページ(2019). <http://www.osaka-marathon.com/>, (閲覧：2019-9)
- [5] RUNNET. <https://runnet.jp/>, (2019-9)
- [6] 愛媛マラソン大会公式ホームページ(2020). <https://ehimemarathon.jp/>, (閲覧：2019-9)
- [7] 福岡マラソン大会公式ホームページ(2019). <http://www.f-marathon.jp/>, (閲覧：2019-9)
- [8] 伊藤忠弘(2011)ボランティア活動の動機の検討. 研究年報, 58, 35-55.
- [9] 坂野純子・矢嶋裕樹・中嶋和夫(2004)地域住民におけるボランティア活動への参加動機と満足度の関連性, 東京保健科学学会誌, Vol. 7(1), pp17-24
- [10] 松本耕二(1999). スポーツ・ボランティアの類型化に関する研究—障害者スポーツイベントのボランティアに着目して—. 山口県立大学社会福祉学部紀要, 5, 11-19.