

ソリューションからイノベーションへ

—雑誌、校則、市民マラソン—

季刊誌 第9号

—2023 年秋号—

一般社団法人

子ども未来・スポーツ社会文化研究所



はじめに

ソリューションからイノベーションへ ー雑誌、校則、市民マラソンー

子ども未来・スポーツ社会文化研究所「季刊誌第9号：2023年秋号」をお届けします。

メディア・教育・スポーツと本研究所が対象とする社会文化は、大きな転換期を迎えています。それは、社会変容に伴って、構造をそのままにして、機能だけ変えるソリューション（課題解決）では太刀打ちできず、構造自体を変えるイノベーション（問題解消）を施さなければならない時期に来ているからです。このコロナ禍がそのことを教えてくれました。そこで、今期（第25～27回セミナー）では、「雑誌」、「校則」、「市民マラソン」を取り上げ、そのイノベーションについて考えてみました。

第25回セミナーでは、佐藤彰宣氏（流通科学大学）に「サッカー雑誌から読み解くスポーツとメディア」と題して、お話いただきました。雑誌といえば近年では有名誌の休刊を耳にすることも多く、その存在は周縁的なものになりつつあります。インターネット普及以前の時代は、雑誌こそが趣味を共有するメディアでした。スポーツ雑誌の場合、テレビや新聞では扱いの小さなマイナースポーツをすくい上げてきました。今回は主にサッカー雑誌を取り上げながら、雑誌というメディアがスポーツを楽しむうえでどのような役割を担ってきたのかについてお話いただきました。

第26回セミナーでは、宝本美穂氏（弁護士・法律事務所つむぎ）に「弁護士が見た学校の今ーこどもの人権からー」と題して、お話いただきました。現在、学校ではいじめや校則の問題、教員の労働環境の問題等さまざまな問題が取り上げられています。スクールロイヤーとして現場に関わってこられた経験から、子ども達が学ぶ場である学校において、子ども達の人権が守られているのか、今、社会から学校が何を求められているのか、学校としての対応等を、2023年（令和5年）4月から施行された子ども基本法を踏まえて、校則を中心にお話いただきました。

第27回セミナーでは、杉本厚夫氏（代表・京都教育大学／関西大学名誉教授）、久保賢志氏（副所長／理事・至学館大学）、尾島 祥氏（主任研究員・小学校教員）に「曲がり角にきた市民マラソンー大阪マラソンを事例としてー」と題して、お話いただきました。市民マラソン大会の過剰供給によって、募集定員に満たなかったり、廃止に追い込まれたりする大会も出てきました。都市型の市民マラソンで人気があった大阪マラソン2023大会も、募集定員を満たすことができず、2次募集をしました。これまでの大会主催側が抽選等でランナーを選ぶ市民マラソンから、ランナーに選ばれる市民マラソンへの転換の時期に来ているといえます。このような現象はなぜ起こったのか、本研究所が委託を受けた「大阪マラソン2023 調査研究」（未発表）から、曲がり角にきた市民マラソンについて考えます。

ご一読いただき、皆さんからの忌憚のないご意見をいただければ幸いです。

<目次>

●第 25 回オープンセミナー・・・P.3～

- ◆ テーマ：サッカー雑誌から読み解くスポーツとメディア
- ◆ 日 時：2023 年 5 月 31 日（水）20 時～21 時 30 分
- ◆ 方 法：ZOOM によるオンライン・オープンセミナー
- ◆ ナビゲーター：佐藤彰宣氏（流通科学大学）
- ◆ コメンテーター：黒田 勇氏（理事・関西大学名誉教授）

●第 26 回オープンセミナー・・・P.13～

- ◆ テーマ：弁護士が見た学校の今－こどもの人権から－
- ◆ 日 時：2023 年 6 月 22 日（木）20 時～21 時 30 分
- ◆ 方 法：ZOOM によるオンライン・オープンセミナー
- ◆ ナビゲーター：宝本美穂氏（弁護士・法律事務所つむぎ）
- ◆ コメンテーター：杉本厚夫氏（代表・京都教育大学／関西大学名誉教授）

●第 27 回オープンセミナー・・・P.26～

- ◆ テーマ：曲がり角にきた市民マラソン－大阪マラソンを事例として－
- ◆ 日 時：2023 年 7 月 27 日（木）20 時～21 時 30 分
- ◆ 方 法：ZOOM によるオンライン・オープンセミナー
- ◆ ナビゲーター：杉本厚夫氏（代表・京都教育大学／関西大学名誉教授）
久保賢志氏（副所長／理事・至学館大学）
尾島 祥氏（主任研究員・小学校教員）
- ◆ コメンテーター：亀井克之氏（会員・関西大学教授）

《第 25 回セミナー》

サッカー雑誌から読み解くスポーツとメディア

佐藤彰宣（流通科学大学）

はじめに

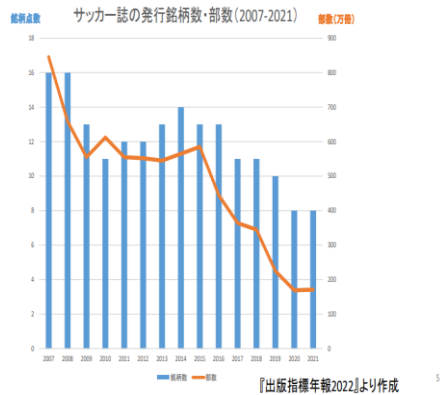
私の専門は文化社会学、メディア史です。メディアの過去から現在、今後のメディアについて考えるような研究をしています。特に、私自身の大きな関心としては、「メディアを通じたつながり」にあります。具体的にはメディアを通して、人々は趣味に関してどのような情報交換を行っていたり、愛好者同士が交流していたりするののかというところにあります。これまでは主にスポーツ雑誌を研究対象にしており、これまでのスポーツ雑誌研究をベースにしながら、今日はお話させていただきます。

※本報告は、拙著『スポーツ雑誌のメディア史：ベースボール・マガジン社と大衆教養主義』（勉誠出版、2018 年）の第 5 章「マイナースポーツ誌の屈折：東京オリンピック前後における読者共同体の文化」、および拙稿「海外サッカー」のメディア体験：映像への渴望と食傷」（『京都メディア史年報』第 7 号、2021 年、pp. 95-123）をもとに、現状の動向を追加する形で行いました。

スポーツ雑誌の現状

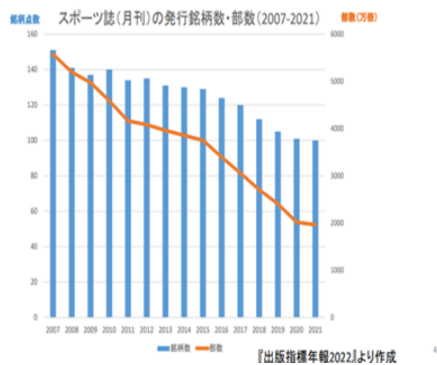
今、出版業界はなかなか大変な状況にあります。オールドメディアと言われたり、斜陽産業というような形で、なかなか雑誌が売れなかったり、人々が手に取る機会そのものが減ってきていたりしています。今回、お話するスポーツ雑誌の話というと、サッカー以外、その他の競技に関しても休刊の話というのをしばしば耳にします。そのような意味で、やはりインターネットや SNS の台頭のなかで、周縁的なメディアになりつつあるというのは、疑えない状況なのかなと思います。実際、発行銘柄数、部数とも減ってきています。サッカー雑誌に関して言えば、最近だと『フットボール批評』という特にサッカーに関しての批評を掘り下げような記事をたくさん載せていた雑誌が休刊となりました。今日、お話するサッカー雑誌に関しても現在、かなり大変な状況にあることが分かります。実際にどれぐらい部数などが減ってきているのかということで、出版指標年報を、そのデータをこちらの方でグラフにしたものです。

はじめに：スポーツ雑誌の現状



あたりは 16 種類ぐらいの雑誌があり、部数に関しても 800 万部ぐらい出ていたのですが、だんだん減ってきています。

はじめに：スポーツ雑誌の現状



2007 年からこの 2021 年にかけて左の棒グラフで示しているのが銘柄点数です。

2007 年の時点でスポーツ誌は、月間で 150 種類ほど出ていたのですが、それが、2021 年で 50 誌まで減っています。もう 3 分の 1 が姿を消してしまったということです。部数に関してはもっと恐ろしい状況になっていて、全体では、5000 万部以上の部数があったのが、それが今や、2000 万部を切るぐらいになってきているということです。

サッカー誌に関しても、2007 年、2008 年

ただグラフ上で少し上がっているのは、ワールドカップの時期と重なるわけですが、やはり現在の状況を見ると、種類に関しても、16 から 8 ということで半分になってしまっています。部数に関してもかなり厳しい状況で、800 万部ぐらいから出ていたのがもう 200 万部を切るぐらいの状況になりつつあります。そこにはやはり、先ほどもお話した通り SNS やインターネットの台頭が、大きく関わっていると考えられます。

スポーツ雑誌から問うメディア体験

本日のお話としましては、「サッカー雑誌から読み解くスポーツのメディア」ということで、より具体的にお話しできたらと思うのは、メディア環境が変化する中で、私達のそのスポーツへの接し方がどのように変化したのか。そのなかでスポーツ雑誌がどんな役割を担ってきたのかについて考えてみたいと思います。過去のスポーツ雑誌の担ってきた役割を通して、現在のスポーツとメディアの関係性みたいなことを最終的には問い直すようなお話ができればいいなと思っています。

今回はサッカー誌を取り上げるわけですが、なぜサッカー誌かというと、その理由の一つとして、日本社会でのサッカーファンの傾向として海外への関心が非常に高いところにある点にあります。日本でいわゆる人気のあるスポーツとしては他に、野球や大相撲などがあると思いますが、野球や相撲は国内的なドメスティックな関心が強いと思うのですが、それに比してサッカーの場合は、かなり海外への関心が強い。位置づけ的にも海外の方を高く置

くような傾向があります。もちろん野球の場合だと、最近は大リーグへの関心も強くなってきているとは思いますが、サッカーの場合は従来からずっと海外への関心が強かったわけです。メディアとの関連からすると、この海外志向というのは一つ興味深い点があります。当たり前の話ではあるのですが、日本に住んでいる場合、まさにその海外で行われているサッカーの試合、ここで言う海外サッカーというのは、後述するように、ワールドカップなども含めてですが日本に住んでいる場合、直接観戦するのは物理的に困難なわけですね。そういう意味で、メディアを通して体験される、「メディアスポーツ」といえる象徴的な存在であると考えております。ということで、人々のこのサッカーに触れるという体験に、メディアがどのように関わってきたのか。私達のサッカーを観戦するという体験がどのようにメディアに媒介されてきたのかということについて、今日は、少し考えていきたいと思っています。

「鎖国」のなかでサッカーに触れる方法

ここからが本題になってくるのですが、私自身は元々サッカー観戦を趣味としていて、興味関心があったのですが、サッカー雑誌の研究は面白いなというふうに思った一つのきっかけは、現在とかつての時代で日本社会の中で、扱われ方が全く違う点にあります。サッカー雑誌のかつての誌面をめくっていると、ワールドカップは世界中で関心を持たれるが、日本では見向きもされないという声にしばしば出くわします。

現在でこそ日本社会のなかでワールドカップは非常に大きな注目が集まっている大会の一つになっています。ただ、それは日本代表が初めて出場した 1998 年のフランス大会以降の話になってくるかと思います。もう少し厳密に言うと、その前のドーハの悲劇なども含めて現在では日本サッカーの歴史として紹介されるわけですが、オリンピックと並ぶような形で大々的に取り上げられるようになったのは、おそらくこの 98 年以降になります。

ファン以外にはそもそも見聞きすらされなかったワールドカップとは何かという世間の状況に対して、サッカー雑誌では、ファンや選手の人たちからの嘆きの声で溢れかえっているわけです。世界中の人々がすごい注目を向けているのに、なぜ、日本では全く関心もたれないのかという問題意識や葛藤みたいなものが非常に大きくあったのが当時の紙面をめくっていると見られます。ここに雑誌の役割を考える何か一つのきっかけがあるのではないかと思ったわけです。

日本社会の中で、先ほどサッカーの位置づけというのが、いわゆるマイナースポーツであったというのは、サッカー雑誌の状況からも言えることです。日本で初めて、創刊されたサッカー専門誌は『サッカーマガジン』という雑誌ですが、1960 年代に入ってようやく創刊されたわけです。野球誌が戦前から存在するのは本当に大きく対照的な状況かと思います。野球誌などは明治期の時代から博文館の『野球界』を筆頭にして、それこそ 100 年以上の歴史があるものですが、サッカーの専門誌に関しては商業ベースで、一般の書店に置かれているような雑誌として登場するのは、1960 年代に入ってからです。そこから見ても日本

におけるサッカーの位置づけ、言い換えれば社会的な注目度が少なかったということが見て取れます。

ではなぜ、1960年代だったのかというと、1964年の東京オリンピック、翌年の日本リーグの開幕などをきっかけに、一時的なサッカーブームが60年代にありました。その後の68年のメキシコオリンピックでの銅メダル獲得でそのブームは頂点に達します。ただし、それは一過性のものにすぎず、現在でもオリンピックなどで金メダルを取った種目が一時的にワイドショーとかで取り上げられ、その種目の一過性のブームになるということがしばしばありますが、このサッカーブームに関しても同じような状況にありました。1970年代以降は、なかなか日本代表が国際大会で結果を出せなかったということも相まって、サッカーブームが過ぎ去っていったのではないかということも、雑誌上でも読者の人たちは危惧するようになっていきます。

このあとは日本サッカー誌で冬の時代と言われるような状況になります。こうしたなかでサッカー雑誌の意味としては、なかなか身近に同じようなサッカー愛好者を見つけられない環境で、この雑誌を通して、同じ興味と関心を持つ同士の姿を想像する。あの誌面の向こうに自分と同じ仲間がいるのだということを想像させるような機能というのが一つあったということです。これはまさに現在のSNSにも繋がっていくようなものかと考えられます。

特に現在は趣味が多様化する中で、自分の好きなものを共有してくれる仲間というのは必ずしもその身近にいないというような状況下で、ツイッターやインスタグラムなどのようなSNSに大きな関心が集まっているかと思います。実は雑誌も、かつてはSNSが台頭する以前は、まさにこの趣味を共有するメディアとして大きな役割を担っていたといえるでしょう。

具体的にどのようなことが行われていたのか。60年代、70年代にかけての読者欄を見ていくと、興味深いのは、海外サッカーの飢えみたいなものがあり、テレビとか新聞ではなかなか取り上げてくれないというようなことが盛んに語られています。愛好者たちはその中でどうやって海外サッカーを見るのか、という情報交換が誌面で行われていました。例えば、海外のニュース映画の中にわずか数秒だけ流れるシーンの紹介や、海外の短波ラジオから流れる多国語の実況放送で、「よくわからないけど、なんか選手名を言っているのは聞こえる」というような話であったり、家庭用の8ミリフィルムや、あるいは英字新聞など記事の紹介も含めて、サッカー雑誌を通して他のメディアへの接触の手引きを促していくような触媒になっていたわけです。いわゆるプラットフォームとして、雑誌を起点に他のメディアに繋がっていくような機能を果たしていたわけです。

雑誌的サッカー番組

海外サッカーに飢えるファンにとって待望のテレビ番組が始まります。それが1968年から始まった「三菱ダイヤモンドサッカー」です。この番組は海外サッカーを紹介する「たっ

た一つの窓」とも評されたりします。当時、他で見る術がほとんどない状況で、番組唯一の手がかりだったということですね。1970 年のワールドカップの全容を初めて日本で放送した番組でもあります。ただ、番組の形式自体が今の視点から見るととても独特で、その番組の形式やそれに伴う視聴者の見方は、現在の私たちのスポーツとメディアの関係を捉え返すうえで、何かヒントになる面があるのかなと思います。

このダイヤモンドサッカーは、放送時間の関係で、1 試合 90 分丸ごとを放送できないので、1 試合を前後半 2 週に分けて放送していました。生中継でサッカーの試合を見ることが当たり前になっている今の状況とは全く違うような視聴体験みたいなものがそこに生まれるわけです。つまり、1 週間「待つ」ということが求められたわけです。さらに付け加えると、現地で行われていた試合のビデオテープを購入してそれを日本に輸入する形で放送していたので、そもそも現地で行われていた日時からだいぶタイムラグがある録画放送で、なおかつ前後半 2 週に分けて放送していた。ワールドカップなどで延長戦になった場合は、3 週に分けて行われていました。

現在の観点からすると想像もできないような状況ですが、むしろ当時は「待つ」という独特の視聴形態が楽しまれていた側面があるのです。例えば当時の視聴者の方は、何対何でどっちが勝ったとか、何分ごろに点が入ったという結果を大体把握していたのですが、それでも面白かったと回想しています。

そこには雑誌とテレビの現在の立場がある種倒錯した関係というのが見えてくるのかなと思います。つまり、現在でいうと雑誌は、補助的なメディア、特にそのスポーツ雑誌の場合でいうと、リアルタイムで視聴した試合について、冒頭に紹介した『フットボール批評』のような形で批評空間としてのメディアというようなイメージがあるかと思うのですが、この当時に関しては逆なのです。先に雑誌で読んで、ある程度、その試合の経過や結果などを読んでから、映像で確認するというようなことを行っていたということです。

その意味で「ダイヤモンドサッカー」というのは雑誌的なサッカー番組といってもよいでしょう。ダイヤモンドサッカーが試合を分けて放送していくという形は、まさに雑誌の週刊での発行と似ています。そうしたタイムラグがあるがゆえに、試合結果を知ったうえで、読むような視点を持って映像を見るというようなことが行われていたわけです。名物解説者として当時のサッカー協会の要職を務めていた岡野俊一郎さんの名解説みたいなこともしばしば言及されるわけですが、プレーの解説だけではなくて、それぞれの国の文化的な背景なども含めて解説されるというようなことが、当時のファンの人たちは印象に残っていると語っています。岡野さん自身が当時のサッカー雑誌の中でも、多数の連載など担当していて、岡野さんの語りを雑誌でも読んでいたし、それをその後、テレビでも見るということで、雑誌というものを前提にした形でこのサッカー番組を見ていたファンの人たちがいたということです。

もう一つの特徴として同時代のメディア形式に規定された視聴体験があったのではないかと思います。当時の 70 年代半ばまでのメディア状況はビデオなども普及していなか

ったので、視聴者は見逃したらいつ見られるかわからない番組だったと述べています。

今ここでしか見られないという状況というのが、散漫な視聴のあり方を許さずに、集中して凝視するような視聴形態というのが生まれていました。その背景には、雑誌で先に読んでいるから凄いプレーが見られるのではないかと、雑誌から喚起される想像力によって、この視聴体験が生み出されていたわけです。

「いま、ここ」からの解放が生む逆説

その後どうなっていくのかと言うと、ワールドカップの放送自体は徐々に NHK に移っていきます。ダイヤモンドサッカーが70年代の大会を多く放送していたのですが、徐々にNHK、特に80年代以降はBS放送なども登場することで、全試合を放送するというようなことも可能となっていきます。そうしたなかでダイヤモンドサッカーはある種、海外への「たった一つの窓」としての役割を終えていく形になります。

さらに、90年代以降、BS、CSが普及していきます。WOWOW やスカパーは、海外サッカーを、視聴者契約を獲得するキラーコンテンツとして扱っていくようになります。

同時に、折しも日本社会の中でもサッカーへの関心が高まっていく時期でもありました。93年のJリーグの開幕と、冒頭にお話した日本代表のワールドカップ出場、さらに日本人選手のヨーロッパ移籍などが活発になっていく状況が折り重なって、一転してサッカー中継で溢れかえっていくような状況になるわけですね。

では、現在のメディア環境の中で、私達の視聴態度がどのように変わっていったのかという点で、当時のダイヤモンドサッカーの視聴者は当時と比較しながら、溢れかえる海外のサッカー情報に食傷気味となり、録画して満足し、逆に観なくなってしまったと述べています。

かつては、この瞬間を見逃したらもう次は見られなかったものが、録画機器などの新しいメディア技術によって、今ここでしか見ることができないというような時間的・空間的な制約から私達を解放していくことになるわけですね。つまり、いつでもどこでも見るができるようになっていったわけです。今日のようにインターネット配信が主流になると、空間的な意味でも、スマートフォンとかタブレットがあれば別に外でも見られる状況になっています。ただ、かつてサッカーファンの人たちが、海外サッカーに飢えてもっと見たいというふうに言っていたメディア環境こそが整ったはずなのですが、これがむしろ、いつまで経っても見ないというような視聴態度を生み出すことに繋がっていくわけですね。サッカー雑誌の存在も、メディア技術の発展、日本社会におけるサッカーへの関心の高まりというサッカーファンが待ち望んだ状況が到来したにも関わらず、かえって二次的なものになっていった。現在に至る周辺的な存在にどんどんなっていくという状況が見られるわけです。

おわりに

ここまで大まかに、サッカー雑誌を通してサッカーを取り巻くメディア環境や日本社会の状況について見てきました。こういう形で見ていくと、やはり現在のSNSにおける機能の

大部分を、実は雑誌が担っていたのではないかと考えることができます。それは、つまり趣味を共有するメディアとしての雑誌から、SNS への連続性です。特にスポーツの場合で言いますと SNS が存在しなかった時代は、マイナースポーツはなかなかテレビ新聞などのマス・メディアで取り上げられなかった。雑誌はそういうマイナースポーツの存在というのをすくい上げてきた側面があります。言い換えれば、マイナースポーツの選手とか指導者・関係者、あるいはファンにとっては、雑誌こそがよりどころであったわけです。

一方で、SNS とは異なる点としては、雑誌特有のメディア体験が見られました。ダイヤモンドサッカーを雑誌的テレビ番組という形で検討しましたが、待つことが喚起する想像力が働いていたわけです。放送に 1 週間待たされる、しかも、そもそも現地で実際に試合が実施されていたところから大きな間隔があいている。それを、雑誌を通して読んで、それをさらにその後、テレビで見るというような形で、かなりのタイムラグがあるわけです。しかし、それによって、喚起される想像力みたいなものもあったのではないかということです。それは、今ここでしか見られないという集中した視聴態度を生むようなベースにもなっていたのでした。

雑誌を繰り返し読むことで、試合の様子というのを頭の中で思い浮かべて、こういうプレーがあったのではないかと思いを馳せる。そのうえでダイヤモンドサッカーを見て、今、ここでしか見られないプレーを噛みしめるということですね。待たされる中で、プレーの意味やサッカーの文化的な背景なども含めて、サッカーというスポーツが何なのかというのを立ち止まって考えるメディアとしての雑誌の役割みたいなものを果たしていたと考えられます。

翻って、現在のそのスポーツメディア環境という点で言いますと、多チャンネル化の加速ということで BS、CS の話をしましたが、現在はさらにインターネット配信にどんどんさらに切り替わっていつている状況があります。一見するとテレビからインターネットへの媒体の変化のようにも見えますが、多チャンネルという視点で見ると、多チャンネル化の傾向がさらに加速している状況として考えることができます。つまりインターネット配信の場合は、主要な試合だけではなくて、そのリーグの全試合を配信するというようなことも実際に行われていますが、それは視聴者にとってはフォローするのが大変になってきているわけです。サッカージャーナリストとか、それを仕事にしているような人でないと、とても全部見られないくらいの試合が日本でも見られるようになってきています。

サッカー界としては、今度のワールドカップの大会の拡充もありますし、ヨーロッパでも、コンペティションはどんどん増えていき、あるいはそれに伴って試合数が増加傾向にあります。そこにはもちろん商業的な思惑として、試合数を増やすことで、そこから生み出される収益を少しでも得たいというような FIFA や UEFA などの狙いもあるでしょう。いずれにしても、見切れないほどの試合コンテンツで溢れかえっているというような状況が、メディア環境とサッカー界双方で進行しつつあるように思われます。

これと関連して、最近よく言われる話で「タイパ (タイムパフォーマンス)」というよう

な形で言われたりもすると思いますが、インターネットや SNS 特有の、なるべく無駄を省いて効率よくコンテンツを消費したいというような思考のあり方ですね。今回の話でいうと、いわゆる待てないというか、1 試合を見るというところが、ハイライトなど含めて倍速視聴の話もよく議論されています。今回のテーマに即していえば、時間的なタイムラグを待てない。次から次にコンテンツを視聴したいという態度としていえるでしょう。そうした視聴態度が一般化していく中で、現在、あるいは今後のスポーツとメディアの関係性に於いて、メディアを通して私達がスポーツにどう触れているのかを考える。それを考えていくうえで、今回検討したスポーツ雑誌が担ってきた役割というのは、何か今の状況を捉え直すような側面みたいなものがおそらくあるのではないかなと思っています。過去から現在をどのように問い直し、今後を展望していくのかについてみなさんと議論しながら、私自身も考えていきたいと思っています。

《黒田 勇（理事・関西大学名誉教授）のコメント》

今日の話は、ある意味で参加者も含めてなかなか難しいテーマです。というのは、サッカーマガジンやダイヤモンドサッカーの時代を若いころ、あるいは子どものころに必死に見ていた人もだいぶ参加されていると思います。当時のことを知っている人が多い中で歴史社会的に分析すると、俺の体験的には、それは違うぞ、みたいなことをおっしゃる方も多いと思います。後ほどそういうようなご意見も出るかと思います。佐藤さんは 1989 年生まれですね。そうするとワールドカップの 1986 年メキシコ大会のマラドーナのシュートも生まれる前の話ですものね。

最初に社会的な話を少ししますと、2 週間ほど前に関西社会学会があつて、そこで若手研究者で新聞・雑誌の分析をして、土地の公有化の議論というのがこう変化したのだという研究発表されたら、60 代の気難しい社会学者が怒りだしました。「最近テキスト分析などというのが多いのだけど、あんな浅薄なことだけで社会がわかると思うな」と、結構大変な剣幕でした。最近いろんな検索もできるようになったけれども、歴史社会学はもっと一次資料に当たれというのがその先生のご意見であつたようなのです。けれども、私はその若い発表者がちょっと気の毒だなと思いました。これはメディア空間の、その言説空間の分析であつて、その次のステップ、社会との関係性の分析へとすすみますよねという話をしました。ベテランの先生の言われることもわかるのですが、歴史社会的な分析というのはその言説空間だけにとどまらず、それを支えている社会との関連というのが大事な分析の対象なのだと改めて思いました。

佐藤さんもおっしゃった通りに、65 年に日本サッカーリーグが開始されて、66 年がこのサッカーマガジンが発刊されたのですよね。そのときにおっしゃった話からインスピレーションを受けたのですが、日本社会の、あるいは日本経済の世界への進出というか日本の高度成長の後期に入っていく中での社会の雰囲気と、サッカーを取り巻くイメージ、それと新しいメディアというのはうまくミックスされて、そこに非常に親和性があつたため

にぐっと伸びた時代じゃなかったのかなって思います。もうちょっと具体的に言うと、ドメスティックな野球、相撲に対してサッカーというのは世界を見ているということをおっしゃったのですが、私は、それはその通りだと思います。

もう一つ私が持っている仮説は、これはぜひ佐藤さんにこれから研究していただきたいのですが、アメリカナイゼーションといわれる現象が一段落ついて、ベトナム反戦、反アメリカ的な雰囲気、あるいはアメリカに従属しているという意識がある人たちにとって、サッカーの世界はそうでない方向、つまりヨーロッパを見たらもっと違うものがあるんだという、そのような意識も、代弁していたというか、象徴していたのかなと、思っています。

ですからダイヤモンドサッカーを三菱商事のロンドン支店が、引っ張ってきたのですが、あのときのエリート的な意識っていうのは、金子アナウンサーと岡野俊一郎さんの語りにもすごく表現されていて、まさにある種のアメリカ的大衆文化ではないヨーロッパのちょっと教養のある、何か少しだけハイソな教養みたいなものを彼らが表現しました。そこに一部の若者、実は私もその1人ですけれども、乗っかってドメスティックなものではない、さらにアメリカ的なものではない何かにちょっとした憧れも含めて、サッカーへ走っていたのかなとも思いました。あくまで仮説ですのでその辺をまた後ほどご回答いただくか、今後もう少し深めていただければと思います。

もう一つはちょっと細かい点なのですが、74年の西ドイツ大会が、多分東京12チャンネルで中継されたましたね。78年、80年あたりというのは中継が、「サッカーマガジンが窓」という時代から、東京12チャンネルが中継をするというところでぐっと広がっていた時代なのですが、ワールドカップの録画中継と現実の生中継の区別が私達には当時ついていなかったのかもしれないと思いだしました。というのも、さっきのデータで見るとNHKはほぼ録画中継だったのですけれども、でも、メディアとして他にそれを確認する情報はないので、それを生のようにドキドキして見たという記憶があります。現在のメディア環境とは違うなかで、生と録画中継の区別を強く意識しない時代だったのかとも思います。さらにもう一つ、最後におっしゃった、最近は情報過多で食傷気味だという話と、かつて情報に飢えた人々たちがいたという話は、まさにその通りなのですが、その層が違うのかもしれないとも思います。70年代に飢えていたサッカーファンの若者たちと今、食傷気味の方は、実は社会的な階層が違うのかもしれないなという気もしました。つまり、70年代に「飢えて」情報を求めているサッカーファンというのは、文化的には少数の「エリート」層ではなかったのかなと。

《佐藤彰宣（流通科学大学）の回答》

誌面をめくっている中のことしか見えていなかった点もあるので。実際にその当時の状況というのを肌感覚としてのコメントは本当に勉強になります。コメントいただいた現在とその当時の層が違うのではないかということですが、確かに言われてみると60年代とか70年代の読者欄とかを見ていてもそうですし、他のスポーツにも言えることかと思うので

すが、マイナースポーツであればあるほどその選手とファンの同質性といいますか、選手でありファンであるというような面があるのかなと思います。逆に愛好者が増えれば増えるほど選手とファンが分離していくというか、そういう面もあるのかなと思います。確かにその辺での層の違いみたいなものがあるのかなと思います。

二つ目にコメントをいただいた当時の日本社会の状況に関しては、黒田先生にまさにご指摘いただいた日本社会が親米追従からの転換みたいなことを、ベトナム反戦運動等も含めて問い直していく時代、60年代のその雰囲気があったのではないかというのは、私自身も今回紹介できなかった点です。例えば、当時、『文芸春秋』で「サッカーか野球か」といった対談企画などが行われていて、そこで石原慎太郎がこれからサッカーの時代みたいな形で紹介していました。そこでの論理は、野球というのはアメリカから与えられたものではないか、みたいなことを言っていました。ただ石原慎太郎の場合は、サッカーの身体文化を野球との対比で称揚する際に、教養主義とはまたちょっと違う価値観として、南米のブラジルのリズムとか身体感覚みたいなことを強調しています。当時のサッカーブームの中にもそういう遊びとしてのサッカー文化を強調する人と、一方でまさに黒田先生おっしゃったように海外のことを学ぶためのサッカーみたいな面があったのかなと思いました。サッカー協会の関係者はどちらかというと、南米ではなくヨーロッパ的なフットボールの文化を野球と対比する形で、強調していくことになると思うのです。ダイヤモンドサッカーもまさに推進した三菱ともに、当時の蹴球協会の副会長の篠島秀雄さんらは国際教養を身につけるためにダイヤモンドサッカーを放送するのだといったことを言っていたので、学歴エリートの意識みたいなものはあり、それを野球人気のコンプレックスの裏返しとして、強調しようとしていた面はあるのかなと思います。

74年の西ドイツ大会の決勝戦は東京12チャンネルが初めてワールドカップの決勝を生中継したというようなことが、当時他の民放各局がNHKも含めて選挙特番やっているのに東京12チャンネルだけワールドカップの決勝をやったというような状況がありました。生と録画の区別がついていなかったみたいな話とかも、確かに、まさに今とはメディア環境が違ってインターネットとかSNSなどで海外の情報がすぐに入ってくるというわけではない点も含めて、当時の視聴者の人たちが、どこまで区別して見ていたのかというのはおっしゃる通り、今の感覚からしてネタバレ視聴じゃないかと見ていた面もあったのですが、区別していないというのは、おっしゃる通りだなと思いました。それによってちょっとまた見方も違って来る面もあると思います。

またサッカー愛好者の層という点で言うと、今日の雑誌的なサッカー番組としてダイヤモンドサッカーを見たという人だけでもないような気もしています。サッカー雑誌を熱心に読み込むようなマニアックな人たちだけではないサッカー少年とか愛好者の人たちもいたと思うので、その辺も含めて多様なそのサッカー視聴体験の意味みたいなことを探っていけたらと考えています。

《第 26 回セミナー》

弁護士が見た学校の今 ― こどもの人権から ―

宝本美穂（弁護士・法律事務所つむぎ）

はじめに

弁護士の宝本と申します。どうぞよろしくお願いいたします。児童相談所の代理人やスクールロイヤーをしたり、少年事件の付添人をしたり、虐待を受けた子どもの被害者の代理として活動しています。主に子どもについての事件を取り扱っています。学校においてのお子さんの人権というのは他にもいろいろあるのですが、今日は校則に絞って、弁護士が見た学校の今というテーマでお話をさせていただきます。

清風高校の問題について

今日のお話としては、まず校則についてです。校則と聞くと、最近、清風高校の問題について、皆さんもニュースなどで耳にされたことがあるかと思います。清風高校は仏教系の学校なのですが、校則が厳し過ぎるということで現役の生徒さんが大阪弁護士会に人権救済の申し立てをした事案です。

耳の周りを 3 ミリかな、バリカンで切って、上はちょっと長くしておく清風カットと言われるものがあります。報道では、髪型の規制が行き過ぎではないかといわれていました。最終的には人権救済の申し立てというのは、一部では行き過ぎですよ、学校側も考えてくださいね、という結論になりました。

このニュースを聞いて、どのように感じられましたか。また、何が問題かと思われるでしょうか。全員が同じ髪型をするという校則なのですが、私自身もこれは行き過ぎなのではないかなと思いました。報道では清風カットといわれるものに焦点が当てられていたのですが、実は論点は二つあります。

ひとつが清風カットです。頭髮規定がいいかどうか、実際の運用がいいかどうかです。もうひとつは、携帯電話持ち込み禁止規定の是非です。携帯電話を持ち込んではいけないという規定がありました。これを持ち込んだ場合には携帯電話を解約させる。解約しましたという証明書、誓約書を学校に出す運用をされていました。携帯電話持ち込み禁止の規程がいいかどうか、実際の運用がいいかどうかです。これが二つ目の論点としてありました。こちらはほとんど報道されていませんでした。なぜか髪型のことばかり報道されているというのが現状でした。

子どもの権利について

そもそも、髪型を決める自由ですけれども、それは子どもには保障されているのかどうか。もうひとつ、携帯電話を持つ、これを使う自由も子どもに保障されている権利といえるのかどうか、まず問題になってきます。大阪弁護士会の人権救済について、大阪弁護士会で勧告や要望書が出されました。そこから少し抜粋をさせていただきます。

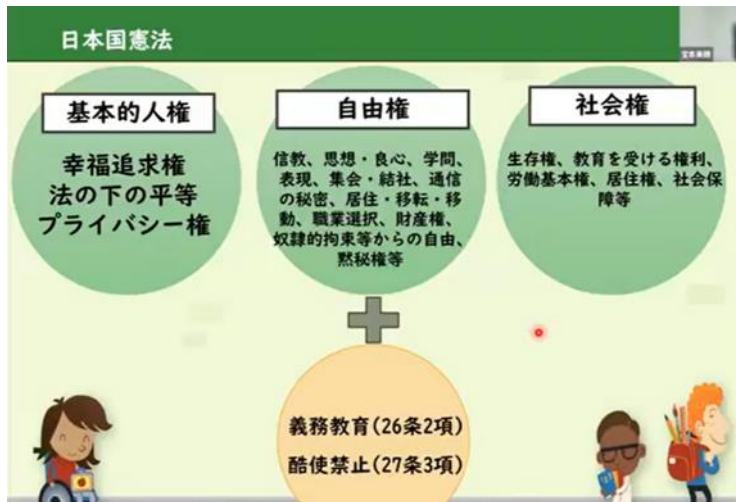
まず、髪の毛というのはもちろんご自身の体の一部ですね。個人の自尊心とか美的意識と密接に関わるもので、特定の髪型を強制することは、体の一部に対する直接的な干渉だ、強制される者の自尊心を傷つける恐れがある、と。だからまず、人格権と直結した自己決定権の一内容、憲法 13 条に基づくものと言われています。あともうひとつ、どんな髪型をするか、髪型で自分らしさを表現するというのもひとつあります。これは表現の自由としての保障、憲法 21 条 1 項に基づくものです。髪型の自由というのは、そもそも保障されていますよという内容になります。

また、携帯電話の所持・使用の自由ですけれども、携帯電話はお金がかかるものなので、なかなか権利としては難しいかなと、私自身は考えていたのですけれども、大阪弁護士会の勧告を見ると、まず、今の時代、携帯電話は通話を通じて自分の考えを周りに伝えるツールだと。他の人の考えを聞くツールで、それプラス、インターネットの回線とか Wi-Fi を使って、いろいろなところから情報を取り入れて自分の意見や思想を発信するツールとしても利用されていますよと。現代社会、情報化社会においては表現の自由と知る権利を確保する手段として必要不可欠なものです。ですので、憲法 21 条の知る権利、表現の自由として保障されるもの。携帯電話の本体は結構高いですね。ですから、その端末は通信の手段としての財産だから財産権のひとつとして 29 条 1 項で保障されていますよ、となっています。

子どもの権利についての定め

人権というと憲法でまず規定があるというのは皆さんご存知だと思います。今、私がご紹介したのは全部憲法の話です。そして、子どもの権利についての定めですけれども、まず、今お伝えした憲法というのがあります。憲法はこの後、説明しますので、ここでは置いておきます。あとは児童憲章というもの。これを聞かれたことある方は少ないかもしれませんがけれども、ちょっと理念的なものになります。三つ目が条約、いわゆる子どもの権利条約と言われているものです。条約なので国際的な定めです。あとは最初のこのセミナーの内容のご説明のところで杉本先生からもお伝えいただきましたこども基本法です。この前の 4 月から施行をされ始めたものです。

日本国憲法。憲法で定められている人権、基本的人権、自由権、社会権がありますということです。下には義務教育とか、酷使禁止と書かれています。上ですけれども、これは主語が全て国民は、になっています。下は子女とか児童は、というふうに主語が違います。ここの全て国民はというふうにあるので、この上の三つの規定も大人だけではなくて子どもにも当然認められている権利です。特に子どもだけに規定があるのが義務教育を受ける



権利、酷使を禁止されるというものになってきます。

子どもの権利条約です。大きく分けて四つの権利があると説明されています。まず、人間の子どもは、生まれてすぐ自分で歩いてご飯を食べて、生活できるかというところから安全、水、栄養を確保して、育っていく、そういう権利があるよ。差別、虐待とか搾

取から守られる権利、参加する権利、意思を表明する権利もあるよというふうにここで規定がされています。これが子どもの権利条約になります。

子ども基本法の話をして。これは2022年の6月20日、ちょうど1年前に公布がされました。今年の4月1日から施行されています。この施行と同時にこども家庭庁も発足をしております。

目的を抜粋して書いているのですが、子どもが幸福な生活を送ることができる社会を実現しようというのが目的になっています。子ども基本法の六つの基本理念を説明させていただきます。最初にお伝えした個人として尊重される。基本的人権が保障されますよ、差別的な扱いを受けませんということ。二つ目は、適切に養育、生活保障される、教育を受ける権利が保障されるということ。三つ目が、年齢とか発達に応じて自分に直接関係する全てのことに意見を表明する機会、社会的活動に参画する機会が確保されますよ。四つ目が全ての子どもが年齢発達の程度に応じて意見尊重されて最善の利益が優先して考慮されます。五つ目が家庭での養育が困難な子どもができる限り家庭と同様の養育環境を確保します。最後は本当に理念的なものだと思います。家庭や子育てに夢を持ち、子育てに伴う喜びを実感できる社会、社会環境を整備しようというのが基本理念になります。このように、子どもの権利というのが守られますよということがあるので、戻りますけれども、髪型の自由、携帯電話を持つ使う自由、そもそもそういう権利というのが子ども自身にありますよというところがベースにあります。

校則とは

では、校則でこれをどこまで規制することができるのか。全く規制できないのは、少しそれも違うかなと思います。どこまでできるのかをお話させていただきます。まず校則とは、ですけれども、文科省のホームページからとってきた定義ですが、

学校が教育目的を実現していく過程において、児童生徒が遵守すべき学習上、生活上の規律として定められるもの。

ということです。

校則の根拠

この根拠なのですけれども、法令の根拠が実はありません。法令の根拠はないのですけれども、公立学校と私立学校でそれぞれ根拠になる考え方が違うと言われています。いろいろ説はあるのですけれども、公立学校だったら、教育委員会が生徒指導に関する事務を掌握する。それを地方教育行政の 21 条を根拠にしたり、教育委員会の管理運用事項に関する規則制定権を校長に委任したりしています。それが、校長が校務掌理権として校則制定できるとか、学校教育法 11 条で教員は児童生徒に懲戒権が認められる職業なので、その行使に関する基準として校則を制定する権利が与えられるというふうにしており、その根拠を校長に、と言われているものです。

学校教育法 11 条の懲戒権があるということを根拠にと言われていることが多いです。ここで知っておいていただきたいのは、この 11 条ですけれども、法改正がありました。ここに体罰禁止が、明文化して入っていることは豆知識として持っておいてください。私立学校は別なのです。私立学校というのはいろいろな学校を受験して自分がいきたいと思うところに行くので、入学をするというのは、在学契約を締結すると言われています。その在学契約に基づいて、例えば、学校設置の目的というものを私立学校は持っています。うちの学校はこういう教育をメインにしますよとか、こういう理念を持って運営していますよという、その理念に基づいて一定の規制をかけるということが、社会通念に照らして合理的と認められる範囲で校則というのは規定できますと言われています。

清風高校は私立学校ですので、この在学契約に基づく規定と言われています。学校が教育目的を達成するために必要かつ合理的な範囲内で校則を制定できますよと。児童生徒の行動などに一定の制限を課することができるということです。ベースはもちろん、児童生徒それぞれに人権はありますけれども、こういうふうな教育目的達成するために必要かつ合理的なものであれば、一定は OK ですよ、という考えに基づいています。校則の制定権者は、学校運営の責任者である校長にあるとされています。

校則の内容

校則の内容は学校長が定められるのですが、全く自由かというところではない。結構広い裁量はあるのですけれども、一定の制約があります。どういう制約があるかというところ、学校教育に係る正当な目的のために定められたものかどうか。二つ目が社会通念上合理的と認められる範囲であるかどうか、ということが、メルクマールになってきます。

校則を巡る動き

今まで清風高校の話をしましたが、校則を巡る動きというのは昔からあります。読売新聞の 2021 年の 4 月 3 日の記事から抜粋しています 1970 年から 80 年代にかけて、ま

ず校則を厳格に運用する管理教育が広がりました。学級崩壊、暴走族、そういうことが多かった時代かと思います。1985年、男子中学生が丸刈り校則は憲法違反と訴えた訴訟で熊本地裁は、これは著しい不合理ではないと訴えを退けたということです。90年には、朝、遅刻しそうなときに先生たちが校門の前で「入れ、入れ」と言いながら、だんだん閉めていく。何とか遅刻にならないようにと思って一生懸命駆け抜けようとした子が校門の間に挟まれて亡くなってしまうという事件が起きました。その翌年に校則の運用とか、それについて実態調査をし、検討を始めるというのが出てきています。92年にはオートバイの免許取得で退学になった高校生の損害賠償を東京高裁は学校に命じたりして、流れが変わってきています。94年には子どもの権利条約に日本が批准しました。

黒染め訴訟

2017年には大阪の府立高校で、女子生徒が髪の毛の黒染めを強要されたとして損害賠償を求める訴訟を提起した。ここからまたブラック校則ということで関心が高まって、いろいろ校則についての議論が始まっているという状況です。黒染めを強要する訴訟が結局これは高裁までいきました。大阪府に33万円の賠償命令が出されたという記事になっています。

この原告さんが訴えていた内容は、元々自分の髪の毛は茶色で、それを、校則で黒と決まっているんやから黒に染めなさいと強要され、それをきっかけに不登校になったということで、大阪府に対して損害賠償請求を起こしたという内容になっています。これがニュースです。この訴訟の論点としては三つあります。そもそも黒染めの校則自体が違法なのかどうか。黒に染めてないのだったら教室入るなとか、そのような指導の方法が違法なのかどうか。不登校後の学校の対応。学校に行けなくなってから、この生徒さんに対して学校が何をしたかということ、名簿から除外をする。在籍するはずの教室にその子の机を用意しなかったというような対応がありました。

この三つについてが、論点になります。そもそもなのですけども、裁判所は、彼女の髪の毛が元々茶色だったというのは認定しませんでした。ですから、それを無理やり黒に染められたと主張しているところと論点がずれてきてしまうのですけれども、裁判所では校則自体は違法ではない、その指導も違法ではないよと。ただ、最後の不登校後の対応は行き過ぎですよ、ということで、損害賠償を認めたというのが、黒染め訴訟です。

校則規定の制約

先ほどお伝えしたように、学校教育に係る正当な目的のために定められたのかどうか。社会通念上合理的と認められる範囲であるかというのが制約になってきます。私が中学生のときは男子生徒が丸坊主だったというのは、実は社会通念上合理的というふうに言われていたので、おそらく大丈夫だったのだと思います。これは、時代によってどんどん中身が変わっていくものになります。ですので、今ある校則自体も見直しをしないと、社会に合わないということで、合理的というふうに言えるかどうかが変わってきます。見直

しがすごく重要になってきます。

黒染め訴訟（控訴審の説示）

黒染め訴訟ですけれども、元々の髪の毛が黒だったという前提があるので、校則自体は違法と言えない、運用も違法とは言えないとなったのですけれども、いいことを言っています。

規則を守らせること自体が目的化していないかどうか、というのをちゃんと考えて、教育指導のあり方を検証して、よりよい教育指導を目指す不断の努力を求められることはいくらまでもない。

一旦決めたから、決まりだから守りなさいってということでは駄目ですよということを、高裁でも言ってくれています。

具体例1 奇抜な髪型

去年、私は、ある中学校で校則の研修をしました。その中学校の校則に奇抜な髪型を禁止しますという文言がありました。先生たちに、これは何の目的のために定めたのですか、合理的と認められる範囲でしょうかと質問しました。皆さんは、この中学校での奇抜な髪型禁止という目的は何にあると考えますか。教室内の秩序維持というふうにしたら、どこまで規制していいのかどうか、というような範囲が次に問題になってくると思います。ここからいろいろな髪型をスライドで出しますので、どこまでなら OK だというふうに考えられるか。五つを出しますので、何番は OK、何番は駄目みたいなのをちょっと考えていただければなと思います。

1 番目はモヒカン、2 番目はアフロ、3 番目は少し前髪が長めの韓流スターがしているような髪型、4 番目は前髪は眉毛の上、襟足も短く、もみあげがバリカンで短く刈っている髪型、5 番目がツーブロックで頭頂部の髪の毛の長さも丸坊主より少し長めの髪型です。

中学校の先生は、1 番、2 番はもちろんあかん、5 番もあかん、4 番もあかんという方がほとんどでした。なぜかというといわゆるツーブロックに当たるからと、いうのです。ツーブロックは奇抜な髪型に当たるから禁止だと。そもそも奇抜な髪型をなぜ禁止しているかという中学生らしい髪型が必要だと。教育をする上で年齢や場所に合わせた格好しないといけなから、というような説明をされる先生方がすごく多かったです。パーマの禁止については、まだ体が成長しきっていない段階から、頭髪を痛めつけるのでよくないよということです。清潔を保たないといけなと目的として答えた方もいます。私はこの 4 番のツーブロックがなぜ駄目なのかというのが、理解はできなかったのです。

実は私も今、ツーブロックをしています。髪の毛の量がすごく多いのでドライヤーで乾かすのに時間かかるので、美容院で相談したらここを刈ったら楽になるよって言われて、この髪型を続けてやっています。この髪型によって私が人に対して不快感を与えているかというところでもないですし、不潔かという逆に刈っていることすごく清潔になったと思っています。例えば、私が中学生で、これで学校に行って、教室の生徒さんたちに何か秩序

維持を壊すようなことをするかというと、この髪型だったら私がツブブロックですよと言わない限り、どなたもわからないと思うのです。

けれども、それでもやっぱり駄目っておっしゃるのです。先生方の話を聞いていくと、刈っているのをわざわざ他の生徒さんに見せて、この髪型で威嚇するのですよ、おっしゃいました。これを私が例えば今こうやって見せたところで、皆さんに対して威嚇になるか。正直、そこもよくわからなくて。ただ、お話を聞いている限りでは、流行を追い求めたりとか、わざわざ見せるような行動をする生徒さんというのが日頃、例えば、他の気の弱い生徒さんに対して上から物を言ったりとか、多分そういうベースがあるのだと思います。なので、日頃の人間関係や言動、この校則に盛り込んで解釈をしておられる、というようなことがおそらく今、学校の現状であるのかなと思います。

この学校は結構校則をちゃんと考えようと思ったので、私を呼んでいただいて研修したのです。どこまでがツブブロックかというのを先生たちの中で議論をして、ここまでならいいですよ、ここまで駄目ですよという写真まで、用意をしておられました。その写真を見ても私も全然、わからなかったのですけれども、一応考えようとしていらっしゃる学校でもこういう状況です。

運用の範囲の問題ですけれども、例えば、今の奇抜なという言い方や、中学生らしいというのは、ぱっと聞いてわかりますか。どういうのが中学生らしい髪型なのか。どういうのが奇抜なのか。今、皆さんに奇抜な髪型どれですかと聞いたところでも結構、意見がバラバラですね。学校でも同じように皆さんにお聞きしたら、実は先生の中でも意見がバラバラでした。そもそも校則の規定の仕方、誰が読んでもわかりやすいものになっているかどうか。それ自体もすごく重要なことになってきます。おそらく中学生らしいとか、奇抜という解釈、人の解釈が必要な規定の仕方は学校としては楽なのです。

なぜかという時代に合わせてきたら、いちいち校則を変えないといけない。曖昧な言葉にしておくと、変えなくていいのです。解釈をこう変えたと言ったらいいだけなので、これはうがった見方かもしれませんが、先生の都合のいいように解釈ができる。自分たちはこれが奇抜だと考えている、これが中学生らしいと考えているからというふうに言えてしまう。そういうことから、この解釈が必要な文言での規制を今でも使っている学校が多いのかなと思います。

例えば中学生らしい髪型といわれても、文化が違ったら違います。黒染めの訴訟もありましたけれども、今までの校則は、黒い髪の日本人、日本にルーツを持つ人たちが通う学校を全部前提にしているものだと思います。少し前に黒人にルーツを持つ生徒さんが卒業式のときに、髪型を黒人にルーツのある人がよくやる編み込みみたいにした髪型で出ようとしたら、学校から止められて参加させてもらえなかったという話もありました。違う文化では、例えばその髪型は中学生でもする、みんなが知っている髪型ですよ、という状態であっても、日本の学校やから、それはあかんというふうな規制の仕方でもいいのかということは、もう一度考える必要があると思います。

具体例2 肌着の色

肌着の色を指定する校則がありました。肌着の色は、白でないと駄目という規制の仕方でした。先ほども出てきましたが校則は正当な目的のために合理的と認められる範囲かどうか、というメルクマールなのですけれども、肌着の色を白にするという校則の目的というのは、皆さんは何にあると考えますか。私が研修させていただいた学校では、清潔感を出すために白なのです、とおっしゃる方と、肌着の色が透けないようにするためだという目的があるとおっしゃっていました。

それが出るだろうなと思って用意をしてきたのがブラジャーの透けのチェックです。実は白は意外と目立つのですよね。一番目立たないのがベージュで、その次が濃い色なのですが赤色なのです。肌着が透けないようにするためという目的からすると、白に限定するというのは、目的と方法が合っていないのです。なぜ、白だけなのですか、ベージュ色は駄目なのですか、とお聞きしました。そうしたら、ベージュ色は中学生が嫌がって着ないからですと。着ないからといって禁止しているのですか、という話なのです。赤い色の肌着を着ているというのはどういうことか。そもそも中学生らしくないとおっしゃった先生が、自分がこの赤い色の肌着を着ていたら、どう思いますかとも聞かれました。

肌着の色を規制するというっていうことは、チェックをしないといけないということなのです。そうすると、透けていないものをわざわざ脱がして見ないといけない。その方法として、服を無理やり脱がされる。もうこれは、明らかに人権侵害です。基本的に先生たちのイメージの中で、中学生が清潔感を持つのは白色だ、というおそらく固定概念があるのではないかと思います。

次に、目的は何か。例えば、統一感を出すという目的ですよ、その目的のために同じ色にしましょうねというのは、これはひとつの合理的な範囲だと思います。ただ、みんな同じ服を、制服自体もいいかどうかという議論もそもそもあるのですけれども、肌着の色まで規制される、それは行き過ぎではないかという意見もちろんあります。目的とその手段の説明ができればいいのですけれども、この学校では肌着が透けないという目的のため、ほとんどの方がおっしゃったので、そのために白色というのは、おかしいことになっているからそれは見直しをしてくださいとお願いをしました。

今、髪型と肌着の色という校則の例を出しましたがけれども、おそらく他にもいろいろな校則があります。これも私が中学生のときの話なのですが、校則の厳しい公立の学校だったのでけれども、男子の髪型は丸坊主で女子は髪の毛が肩につくぐらいだったらくくりなさいと。くくるのもひとつにくくるか二つにくくる。ひとつにくくるのもいわゆるポニーテールと言われるものは、駄目なのです。髪の毛をくくるゴムの色は、黒と紺色は良くて茶色は駄目だったのです。今、考えるとえらいブラック校則やったなと思うのですけれども、なぜ駄目なのか全くわからない。黒、紺色、茶色はほぼ暗い色で目立たない色です。それなのに茶色だけが排除されて。髪の毛も短くしていただいいのですけれども、女子は後ろを刈

り上げたら駄目だったのです。なぜ、駄目なのかが全くわからない。今の私の知識や経験のまま中学校に戻るのであれば、一度、先生に聞きたいと思っていました。なぜ、あかんのですか、何の目的のためにこの校則を制定したのですかと。それに答えることができた先生がいらっしゃったかどうかはちょっと疑問かなと思います。

ですので、校則を制定するのが駄目なのではないですけども、何の目的なのか、その目的を達成する上で、合理的な方法なのかというのは説明できないと駄目ですよと、皆さんに今、お伝えをしています。

学校は何を求められているか

校則とは

学校が教育目的を実現していく過程において、児童生徒が遵守すべき学習上、生活上の規律として定められるもの（文部科学省）

生活上の規律は、どこまで学校で教え、どこまで家庭で教えるか。おそらくこのせめぎ合いがすごく難しいと思います。学校の相談に行くと、いろいろなところを全部学校の責任にされるということをよくおっしゃっていました。学校外のトラブルも全て学校の先生、担任の先生で対応してくれ、と言われる。どこまで対応しないといけないのですか、とおっしゃられていました。

中学校では携帯電話使用を禁止されているところというのが多いのですけれども、禁止をしている、それなのに家に帰ってからの携帯電話のトラブルについて学校で解決しろ、と言ってこられる。そういうふうにと考えると、家庭、社会がどこまで学校に何をしてくれと求めるのかというのが、今、すごく揺らいできている時代なのかなと思います。昔の考えでいうと、おそらく全て学校で対応してくれとあって、学校の先生方もものすごく真面目な方が多くて、言われたら一生懸命対応しようとするのです。そうすると、抱え込みすぎてしんどくなってしまう方がすごく多いです。社会として学校に求めるっているものが大きくなりすぎていないかというのを、きちんと考えていかないと、校則がおかしい、おかしいというだけでは全然、駄目なのかなと考えます。

もう、うちの学校は最低限のことしか決めないから、あとはもう家庭で基本的にはやってくださいよとか、そういう保護者の方との対話、そういうことを通じて、学校がすること、しないことをある程度線引きしていくということも必要なのではないのでしょうか。

校則の制定権者

さきほど、校則は校長先生が制定できますと言いました。校長先生だけで決めていいのだろうかと問題が次に出てきます。先ほど子ども基本法、子どもの権利条約でも、子どもの意見表明権がありますよ、とお話をしました。

校則制定・改訂の方法

子どもの意見表明権。その中で、こども基本法3条3号、子どもの権利条約12条です。これはその年齢、発達に応じて自分に直接関連関係する全てのことに對して意見を表明する。その社会生活に参画する機会が確保されますよ、と規定があります。なので、校則は、この意見表明権が認められているという前提から考えると、校長先生だけで決めるのは、おそらく今の時代は合わなくなってきました。生徒会を用いてやるかどうかはそれどころかだと思いますけれども、子どもたちは、この校則についてどう考えているのか。何をどう思っているのか、全く自由がいいという意見もあれば、ある程度やっぱり必要だろうというふうに子どもたち自身が考えて決めていく、そういうふうに子どもの参画できる校則の改正・制定というの、手続きとしては今、必要になってきていると考えています。

最初の清風高校の問題ですけれども、学校設置の目的からして、丸坊主ほど強制されているわけではないので基本的には両方ものの校則自体はいいだろうとなっています。けれども、運用の方法として、髪型チェックのときに前髪にかかっているかどうかを、先生が押さえてチェックをしたり、引っかかったら、自分で、ハサミで切れと行って、その場で切らせたりとか、そういうことが行き過ぎです、駄目ですよとなっていました。

携帯電話も前半でもお伝えしましたように、見つかると、携帯電話自体を解約させられる、外でも使えないという状態なので、それは行き過ぎと言われました。ところで、実はこの校則というのは、生徒が関与する余地はなかったのです。清風高校は生徒会が一応あるのですけれども、生徒たちの選挙で選ばれるのではなくて、学校の先生たちが、はい、君、生徒会長な、というふうに大体決めていきます。子どもたちの意見が反映されるような手続きになっているかという、そうなりません。

なので、そもそも、この意見表明権が実現できるシステム自体がないというところが問題です。私の方の校則の話はこれで終わらせていただきます。どうもありがとうございました。

《杉本厚夫（代表・京都教育大学／関西大学名誉教授）のコメント》

頭髪や肌着の色のことなど具体的な例を挙げていただき、なぜ校則でそう決まっているのかといった合理的な説明ができないのではないか、というご指摘をいただきました。それを聞いて、思い出したのは「屋根の上のバイオリン弾き」というミュージカルです。この中で、主人公のデヴィエが答えに窮したときに、「それは伝統（Tradition）だから」と説明します。学校も同じように、これは伝統だから、今までやってきたことだからと、論理的な説明なしに行われているのが現状かなと思いました。

そういったことを考えるならば、校則を破った、いわゆる逸脱行為をした場合、今の学校がどう対応しているのかに、興味があります。

ひとつは、目的化しているという話がありましたが、校則で決まっているからそれを守らせようとする対応です。そこで、宝本さんに聞きたいのは、校則を守らせることを学習する、つまりコンプライアンス、法律遵守を学習させるのだという反論があると思うので、それに

ついて、あとでお答えいただきたいと思います。

いずれにせよ、校則を守らせるというひとつのやり方があります。それは、逸脱行為を否定的に捉えて元に戻そうという力を働かせます。これを「ネガティブフィードバック」といいます。例えば、停学とか退学とかという罰を与えることで、元に戻そうとします。校則はそのまま、それを機能させるにはどうしたらいいのかという「機能的対応」です。これを「課題解決（ソリューション）」と、私は呼んでいます。でも、結局はこの逸脱は繰り返されることになります。あるいは潜在化してしまい、隠れてやるということになってくるので、最終的な問題解決には至らないということです。そこでは、基本的には学校の秩序が優先され、校則は変えないという形になっているかと思います。

これも宝本さんに聞いてみたいのですが、秩序を保つために法は機能するのかということです。私はもう法によって秩序を維持するということは、かなり難しい時代に入ってきているのではないかと思います。われわれは法治国家を目指してきましたが、それはもう構造疲労を起こしているのではないかと考えています。そこで、法によって秩序を保つことは可能かということを、弁護士として法で秩序を守っていらっしゃる宝本さんには失礼ですが、あえて訊いてみたいと思います。

さらに、この機能的対応は管理運営志向です。つまり、学校は管理するとか運営する立場で子どもたちに接しているので、校則を守らせるという機能的対応で十分だと考えているのではないのでしょうか。

一方、校則を変更する、つまり「構造的対応」ができないのだろうかということです。これは、逸脱行為を肯定的に捉えて、「ポジティブフィードバック」をかけ、逸脱とされる校則自体を変更するのです。実は逸脱というのは、規則によって創り出されるものだというのが学説で、校則が変わればそれは逸脱にはならないわけです。どんな服でも、どんな髪型でもいいというふうに規則がなくなると、その行為は逸脱ではないので、問題が解消します。私はこれを「問題解消（イノベーション）」と呼んでいます。子どもの人権が優先されるということになれば、構造的対応が可能なのではないのでしょうか。

それは、宝本さんの話で一番強調されたいことだと思うのですが、子どもが主体的に物事を考えるような状況にはなっていないのではないのでしょうか。意見を表明するという機会、つまり「意見表明権」が奪われている状況です。携帯電話の使い方について子どもたちが自分たちでルールを決めた学校があります。与えられたルールではなくて自分たちで作り出したルールなので、自分たちで守るのは当たり前だということになります。こういうことを学習することによって他律的な生き方ではなくて、自律的な生き方を学習するのではないかとということで、取り組み始めているところもあります。

5年前に麹町中学校の工藤勇一校長先生が書かれた『学校の当たり前をやめた。』（時事通信社）では、試験をやめたり、校則も自分たちで決めたり、クラスの担任をやめたりとか、構造的対応で学校のイノベーションが行われました。今、小学校でクラス担任を決めないところも出てきました。こういうふうに、今まで当たり前だと思ってきたことをもう1回見

直す、それがこのコロナ禍で、われわれが気が付いたことではないでしょうか。ぜひ校則というものも、根本的にそれがなぜ必要なのか、子どもたちの人権から見てどうなのかを問い直し、構造的対応ができる学校が増えてきたらいいなという感想を持ちました。

《宝本美穂（弁護士・法律事務所つむぎ）の回答》

まず、コンプライアンス遵守というのは、その決められた規則自体が、社会的に正しいということが前提になっていると思います。なので、校則の問題も社会的な観点から見て、合理的かどうかという観点が入っていますので、そもそもの目的や合理性の説明ができなければ、時代に合わない。例えば、男子は紋付袴、女子は振袖を着てきなさいと言われてそれを守らなければ、コンプライアンス違反かという、極端な例ですけれども、そうではないと思うのです。なので、そもそもの校則自体が今、それを守らせることがコンプライアンスに合致しているかどうかという観点が必要かと思います。

二つ目のご質問ですが、今、いろいろな価値観がある中で、秩序を守らせるのに法律が有効かどうかというところはあると思います。ただ、価値観自体が変わってくる部分はあると思いますけれども、変わらない価値観というのはもちろんあって、例えば人を殺してはいけません。それを法律の刑法で定めていて、殺人罪になるとこういう刑を科しますよ、と決められています。おそらくこれは人が人を殺さずに安全に生活をする、安全安心に生活をするっていう秩序を守る意味では、必要なものです。実際、中身によっても変わる部分もあると思うのですけれども、法律によって秩序が守られている部分は、今後も続くだろうなと思います。

あともうひとつは、今は、お上がこうしますよと決めて一斉に守らせるっていう手続きではないのです。国会という投票で選ばれた私達、選挙権を持つ国民が選んだ人たちが代表になって、議論をして法律を定めていくという民主的なプロセスがあります。ですので、そこも、校長先生がこう決めましたよ、ではなくて、自分たちで、どういうふうに中学高校、小学校で生活していくかっていうのを議論した上で、自分たちでルールを決めていくというプロセスが重要なのかなと思います。ただ、小学生が規則を全部自分たち自身で作れるかというところではなくて、やっぱり大人の手助けというのは必要になってきます。

先ほどの子どもの意見表明権が、今かなり日本の中でも議論をされているところです。単に子どもの意見表明権が認められているから、はい、あなたたちの意見を言いなさいよ、子どもたちが答えられるかというところとやっぱり答えられないです。大人でもそうだと思うのです。例えば今日のこの校則のお話を聞いて皆さんどう思いましたか、教えてください、とお願いをしてぱっと出てくる方はなかなかやっぱりいらっしゃらないと思います。大人でも難しいことを子どもにさせるというのはハードルが高いということと、子どもは、考えることはあるけれども、自分1人で整理ができないことや、思っていることを、どういう言葉を選んだらいいのか、言葉を選ぶというのはすごく難しいと思いますので、それを子どもの意見表明権を保障する意味で、子どもたちと一緒に考えて、あんたはどう思うのか、ポツ

ポツ出てくる言葉を、例えば単語だけでもいいです。それを聞いて一緒に考えて整理をしてあげる。整理をしてあげた上で、どういうふうに伝えていくかを一緒に考えて、自分からは言いにくいから手紙を書こうか。手紙より言葉で言いたい。自分で言われへんから代わりに言ってとか、いろんな方法を用意する。これをアドボケイトというのですが、それを整備していこうというのが今、日本の中でもかなり積極的になってきています。こういう社会の動きからすると、校則を校長先生が1人で決めました、それ守りなさいよというものもどんどん時代遅れになってくると思います。

《第 27 回セミナー》

曲がり角にきた市民マラソンー大阪マラソンを事例としてー

杉本厚夫（代表・京都教育大学／関西大学名誉教授）

久保賢志（副所長／理事・至学館大学）

尾島 祥（主任研究員・小学校教員）

はじめに

本研究所は、大阪マラソン組織委員会からの依頼を受けて、大阪マラソン 2023（第 11 回大阪マラソン）関西大学・読売新聞社共同調査研究を実施しました。これまでの共同調査研究（第 1 回大会から第 9 回大会まで）は、関西大学のホームページに報告書が掲載されている他、「大阪マラソンの挑戦ー市民スポーツ・チャリティ文化・都市創造」（創文企画、2022 年）にまとめられています。今回は、「大阪マラソンのイノベーションー選ばれる市民マラソンを目指して」をテーマとして研究しました。

目的及び方法

周知の通り、大阪マラソン 2023 大会は募集定員を満たすことができず、2 次募集をすることとなりました。これは全国的な傾向で、市民マラソン大会の過剰供給（年間約 1300 大会開催）によって、廃止に追い込まれる大会も出てきました。つまり、大会主催側がランナーを選ぶ市民マラソンから、ランナーに選ばれる市民マラソンへの転換の時期に来ているといえます。これをもって、「曲がり角にきた市民マラソン」としました。

そこで、今回は、大阪マラソンが選ばれる市民マラソンとして、どのようなイノベーションをしなければならないのかを探るために、調査研究を進めることとしました。次の 5 つのテーマを設定しました。

1. 大阪マラソンの応募者減少は、なぜ？
2. チャリティマラソンって、どうすればいい？
3. 大阪マラソンの魅力って、なに？
4. 大会の運営は、これでいいの？

今回は 1 と 2 を杉本が、3 を尾島が、4 を久保が報告します。

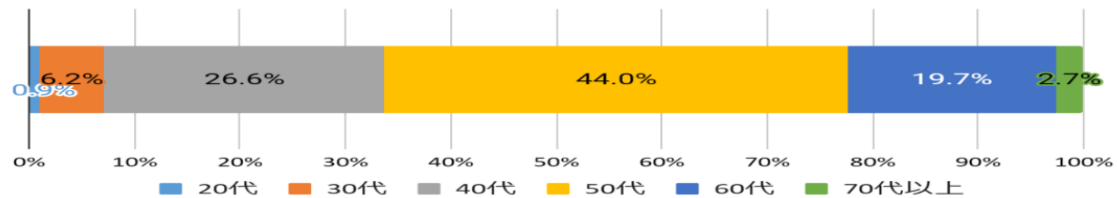
対象と調査方法については次の通りです。

	ランナー	ボランティア	観客	チャリティ団体
調査期間	2023.2.27～3.10		2023.2.26	2023.4.4～4.14
サンプル数	5628	507	234	8団体
調査方法	WEB調査		聞き取り調査	インタビュー調査

調査対象のランナーの特性

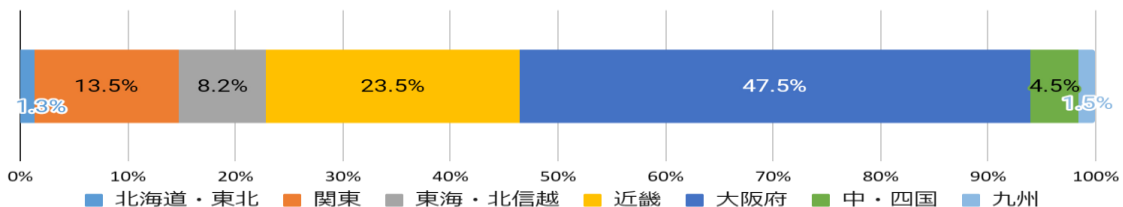
年齢（年代）では、「50代」が44.0%（第9回：40.8%）と最も多く、「40代」が26.6%（第9回：35.4%）と減少傾向にありますが、居住地域は大阪府が47.5%、市民マラソン参加回数は2～5回が29.0%と第9回調査と変化はありません。また、完走時間も第9回同様偏りが無いという結果でした。

■年齢（年代）



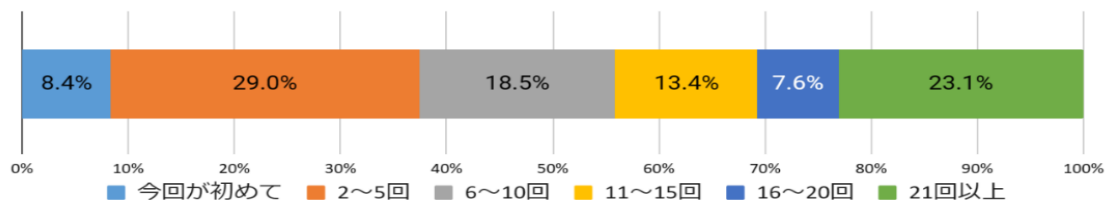
年齢（年代）については、「50代」が44.0%（前回：40.8%）、「40代」が26.6%（前回：35.4%）、「60代」が19.7%（前回：10.4%）と40代が減少している。

■居住地域



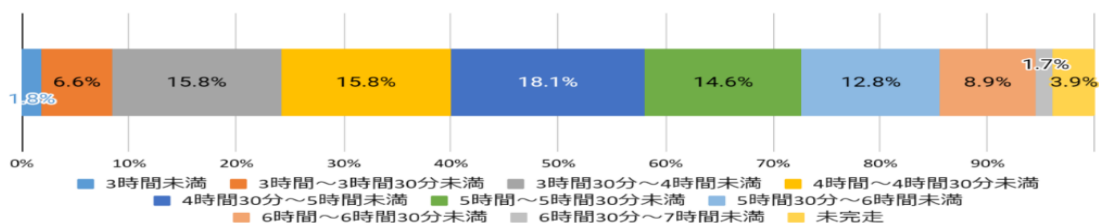
居住地域については、大阪府が47.5%（前回：44.5%）、近畿が23.5%（前回：25.0）、関東が13.5%（前回：12.1%）と参加ランナーの居住地域は、ほとんど変わっていない。

■市民マラソン参加回数



市民マラソン参加回数については、「2～5回」が29.0%（前回：32.3%）、「21回以上」が23.1%（前回：20.3%）、「6～10回」が18.5%（17.6%）となっており、前回とほとんど変わらない。

■完走時間



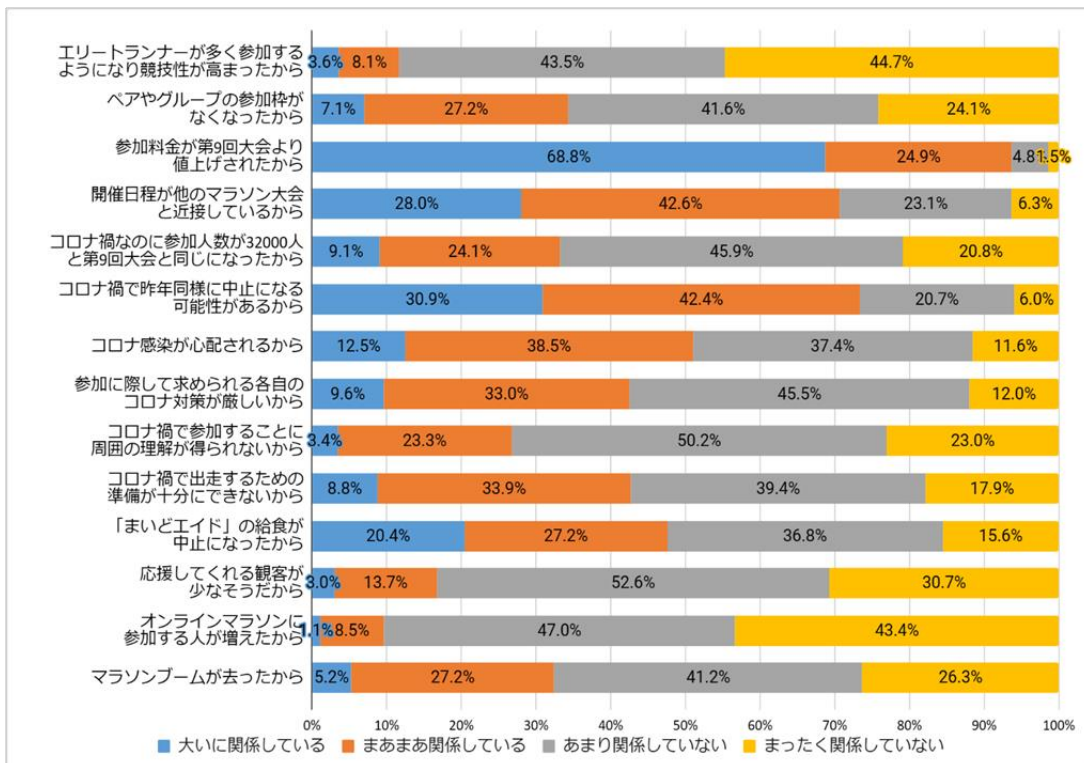
完走時間は、「4時間30分～5時間未満」が18.1%（前回：16.4%）、「4時間～4時間30分未満」が15.8%（前回：16.9%）、「5時間～5時間30分未満」が14.6%（前回：15.0）と前回とほとんど変わりがなく、5時間未満が58.1%、5時間以上が43.9%となっている。

1. 大阪マラソンの応募者減少は、なぜ？

1) ランナーの投影法による意識調査

今回の大阪マラソンへの応募者減少の要因を探るため、参加ランナーに対して、「大阪マラソン 2023 は、追加募集が行われるなど、コロナ前に比べランナーの参加の応募数が減少したのですが、なぜだと思われますか」という投影法による質問を実施しました。

その結果、次のような要因が明らかになりました。回答の「大いに関係している」と「まあまあ関係している」を合わせた割合で考察します。また、クロス分析を行い、ランナーの特性（年齢、市民マラソン参加回数、完走時間）との関係から考察します。



上位の3つ要因を見てみると、

- ① 「参加料金が第9回大会（2019年）より値上げされたから」が93.7%と最も強い要因であると答えており、参加料の価格が応募の減少の第一要因と考えられます。とりわけ、市民マラソン経験が多く、さらに記録を目指すランナーは、参加料の高騰にともなって、他の市民マラソンの参加料と記録が出やすいコースであるかという比較をし、参加大会の選別をすることになると考えられます。
- ② 「コロナ禍で昨年同様に中止になる可能性があるから」が73.3%と次に多く、昨年の大会直前の中止が応募を躊躇させたと考えられます。とりわけ、若い年代で、記録を目指すランナーにとっては、どうしても走りたいという気持ちが強く、中止になる可能性のある大会への参加は躊躇する傾向にあるといえます。
- ③ 「開催日程が他のマラソン大会と近接しているから」が70.6%と第3位で、多くのラ

ンナーが応募者減少の要因としてあげており、今回は、一週間前に京都マラソン、一週間後に東京マラソンと都市型の市民マラソンが続いて開催されていることが関係していると考えられます。これからの市民マラソンは、選ばれる大会になっているという認識があることを示唆しています。

このコロナ関連の要因について見てみますと、

- ④ 「コロナ感染が心配されるから」が 51.0%と、コロナ禍の不安が応募者減少の要因と考えられます。これに関してはランナーの特性による違いがみられず、コロナ禍での大会開催の難しさが読み取れます。
- ⑤ 「参加に際して求められる各自のコロナ対策が厳しいから」が 42.6%と、参加条件の厳しさを応募者減少の要因として考えています。コロナ対策はどの大会も日本陸連のガイドランスに従って行われており、その点で大阪マラソンだけが厳しい訳ではありません。ただ、参加回数が豊富なランナーほど、コロナ禍前と比較し厳しいと感じたようです。
- ⑥ 「コロナ禍で出走するための準備が十分にできないから」が 42.7%と、コロナ禍でマラソンの練習が十分にできず、参加を控える人もいたと思われます。ただ、市民マラソン経験が多い人は、練習不足を感じているが、記録を目指しているランナーにとっては、十分な練習を積んでいる傾向にありました。
- ⑦ 「コロナ禍なのに参加人数が 32000 人と第 9 回大会と同じになったから」は 33.1%とあまり多くありませんが、募集人数の多さが、応募者減少の要因であるとしています。コロナ禍における大阪マラソンでの適切な人数を再考することも示唆しています。
- ⑧ 「コロナ禍で参加することに周囲の理解が得られないから」は 26.7%とあまり多くありませんが、コロナ対策が講じられていても不特定多数の方が参加するマラソン大会は、コロナに罹患するのではと考える人が周囲にすることで、この要因に同意することになったと考えられます。

再び、応募者減少の要因について見てみますと、

- ⑨ 「『まいどエイド』の給食が中止になったから」が 47.6%と、大阪マラソンの名物である「まいどエイド」の存在が参加のひとつの誘因と考えられます。とりわけ、記録を目指すランナーと違って、完走を目的としたランナーにとっては、エイドは参加の楽しみであり、また、「まいどエイド」は大阪マラソンの名物でもあるので、それを経験できないことは、応募を躊躇する要因にもなっていると考えられます。
- ⑩ 「ペアやグループの参加枠がなくなったから」は 34.3%とあまり多くありませんが、参加枠の多様性が参加を決断する一つの要因になっていると考えられます。とりわけ、ひとりで走ることが基本のマラソンにおいて、その孤独から解放してくれ、仲間との助け合いや励まし合いによって走る楽しさを求める市民ランナーにとっては、ペアやグループで走るとは、参加の重要な誘因であると考えられます。
- ⑪ 「マラソンブームが去ったから」は 32.4%と、全体的なマラソン人口の減少を要因に

上げているランナーもいます。ある面、自分たちはブームでは走っていない証であるとも考えられます。

あまり応募者減少の要因として考えられていないのは、

- ⑫ 「応援してくれる観客が少なそうだから」は 16.7%と少なく、応援してくれる観客の多寡が、応募するかどうかの判断の要因にはあまりなっていないということです。ただ、市民マラソン経験の豊富な人にとっては、応援してくれる観客はあまり意味を持たないが、完走を目的としたランナーにとっては、観客の応援は重要な意味を持っていることを裏付ける結果となりました。
- ⑬ 「エリートランナーが多く参加するようになり競技性が高まったから」は 11.7%と少なく、今回の大阪マラソンがびわ湖毎日マラソンと合同になって初めて、トップランナーといっしょに走るという経験をし、参加を躊躇させる要因にはなっていないと判断したと思われます。とりわけ、競技性の高い人には歓迎されていると考えられます。
- ⑭ 「オンラインマラソンに参加する人が増えたから」は 9.6%と最も低く、多くのランナーと大阪の街を実際に走ることに価値を置くランナーにとっては、オンラインマラソンは、大阪マラソンに参加するかどうかの判断材料とはなっていないといえます。とりわけ、若い人で、記録を目指し、しかも市民マラソン経験が豊富なランナーは、オンラインマラソンには魅力を感じない傾向にあるといえそうです。

以上の結果から、今回の大阪マラソンが募集定員に達しなかったことの要因は、コロナ禍の開催という要因だけではなく、参加費や開催日程など大会運営に関わるイノベーションを求める結果となりました。

2. チャリティマラソンって、どうすればいい？

1) チャリティマラソンとして的大阪マラソン

大阪マラソンは当初から、日本では例のないチャリティを個性とする市民マラソンを目指してきました。しかし、これまでの調査では、大阪マラソンがチャリティマラソンであるという認識はそれほど浸透しているとは言い難い状況にあります。

そこで、大阪マラソンがチャリティマラソンとして認識され、多くの方が参加される大会にしていくことを模索するために、チャリティマラソンとして的大阪マラソンの中心的な役割を担っているチャリティ団体（寄付先団体）について調査しました。今大会の 30 のチャリティ団体から、規模や特徴的な取り組みを考慮して 8 団体を選出し、ZOOM のオンラインによるインタビュー調査を実施しました。

2) チャリティプログラムの展開

では、大阪マラソンはどのようなチャリティプログラムを実施してきたのかを見ておきましょう。

第 1 回大会（2011 年）から、参加者全員の賛同を得たうえで、500 円のチャリティ募金を

7種のチャリティの主題を定めて、ランナーがチャリティ団体をみずから選ぶことができる仕組みを採用しました。

第3回大会（2013年）から、7万円以上の寄付を目標にして寄付を集めることで、出場枠を得ることができるチャリティランナーを募集しました。ちなみに、84人が走りました。

第4回大会（2014年）から、チャリティ団体の公募が始まり、全国から13団体を選定しました。また、一般参加ランナーの寄付金額が、1人2口（1,000円）となりました。

第5回大会（2015年）では、「大阪マラソン EXPO」の会場内にチャリティ団体のブースを、チャリティカラー別に設営し、ランナーの名前を記載するボードを張り出し、参加者とチャリティ団体が交わる機会を確保するかたちへと発展しました。

第6回大会において特筆すべき点は、チャリティ団体による自発的なイベントや、複数の団体が協働するイベントが実施されるようになったことです。

第7回大会からは、「チャリティランナー表彰アワード」も新設されました。最も多くの寄付を集めたチャリティランナーに加えて、支援人数の多かった人も対象とすることとし、「支援額の部」「支援人数の部」の2部門での表彰が行われました。

第9回大会では「チャリティ団体」をより多くの団体に門戸を開くべく、従来のチャリティ団体の「フラッグシップパートナー」に加えて、多様なテーマでの活動をする「チャレンジパートナー」のカテゴリーを新設しました。70団体の応募があり、合計32団体をチャリティ団体として認定することになりました。また、チャリティランナーの定員を1,000人へ増員することとし、結果、975人が7万円の寄付を達成しました。チャリティ総額も2億4千万円に達しました。

3) チャリティプログラムの現状の課題と将来のあり方について

チャリティ団体からは、次のような意見がありました。

- チャリティランナーが各団体を代表して走っているという認識が低いように思える。その認識を高めることで、チャリティランナーが募金しやすくなると思う。その意味で、大阪マラソンがチャリティマラソンであることのアピールが足りない。
- 一般ランナーへチャリティランナーとして走ることの正しい情報が伝わっていない。例えば、チャリティランナーは自分が7万円払って出走権を買っていると思っている人が多い。その誤解が解ければ、チャリティランナーとして走りたい人は多くいると思う。
- 大阪マラソンはチャリティをすること、ボランティアをすることが楽しい、身近なことであるということを広める機会を提供していると思う。そのことがチャリティ文化の醸成につながる。
- チャリティランナーとチャリティ団体と寄付してくれる人がファンレイジングについてやり取りしている様子が、みんなに見えるようにするシステムが構築できればいいのではないかと。

4) 大阪マラソンにおけるチャリティ団体の役割と今後の在り方について

チャリティ団体からは、次のような意見がありました。

- チャリティランナーがどれだけ多くの人から寄付を集められるのかが大切だと思う。そうすることで、われわれの団体の活動を多くの人に知ってもらうことができる。そのサポートをしていくことがチャリティ団体のミッションだと思う。
- 協賛企業の広告は目につくけど、チャリティ団体の露出度が低すぎる。大阪マラソンに出ることが社会貢献になるんだということをもっとアピールすると、走る人が増えるのではないかな。
- メトロなんかでチャリティ車両を走らせて、普段関心のない人に知ってもらえる機会になればいいのではないかな。つまり、協賛企業を通して、チャリティマラソンをアピールして欲しい。
- メディアはもっとチャリティについての紹介をして欲しい。
- 海外のメジャーな市民マラソンを知っている海外ランナーにとっては、チャリティランナーとしてファンデレイジングすることに抵抗がない。そのような人をターゲットにしていくのもよいのではないだろうか。

以上のことから、大阪マラソンがチャリティマラソンとして認識され、多くの人から選ばれる大会になるためには、ランナーだけではなく、ボランティア・スタッフ、チャリティ団体といっしょに、これからの成熟社会におけるチャリティ文化の意義を共有する必要があります。その上で、チャリティマラソンに向けて、チャリティランナー制度の充実を図り、走ることが私益から公益にかかわることの喜びを味わい、そのことで、もともと大阪に根づいていたチャリティ文化の復権を世界にアピールしていくことが、大阪マラソンのミッションであると考えます。

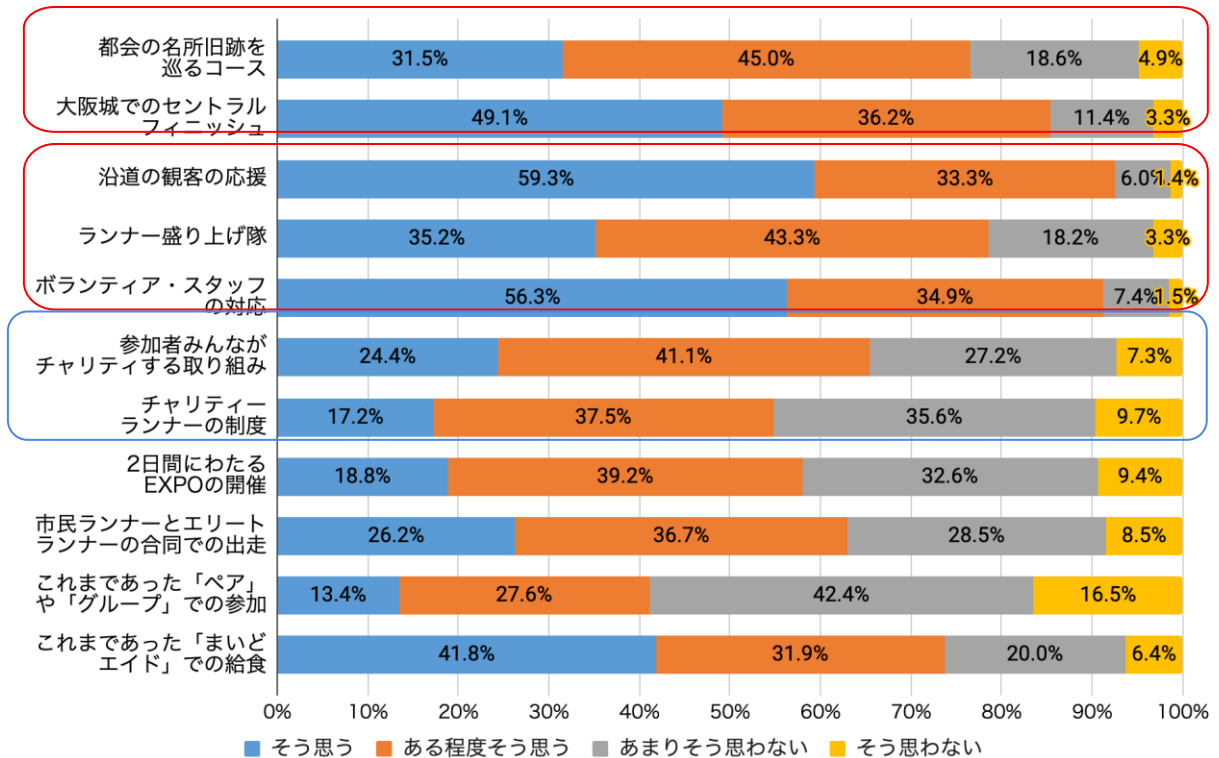
【担当：杉本厚夫】

3. 大阪マラソンの魅力って、なに？

これからの大阪マラソンが何を特徴としていくべきかを探るために、参加ランナー・ボランティア、観客のそれぞれに、大阪マラソンの魅力について、アンケートで訊いてみました。参加ランナーとボランティアの方には、質問項目について「そう思う」「ある程度そう思う」「あまりそう思わない」「そう思わない」の4項目の中から回答していただきました。また、観客の方には、質問から当てはまるものに回答していただきました。

また、「もともと大阪に根付いたチャリティ文化の復権を世界にアピールしていくことが大阪マラソンがチャリティマラソンであるために必要なミッションである」という視点から、参加ランナー・ボランティア・観客のそれぞれがチャリティについてどのように考えているかも考察していきます。

1) ランナーの場合



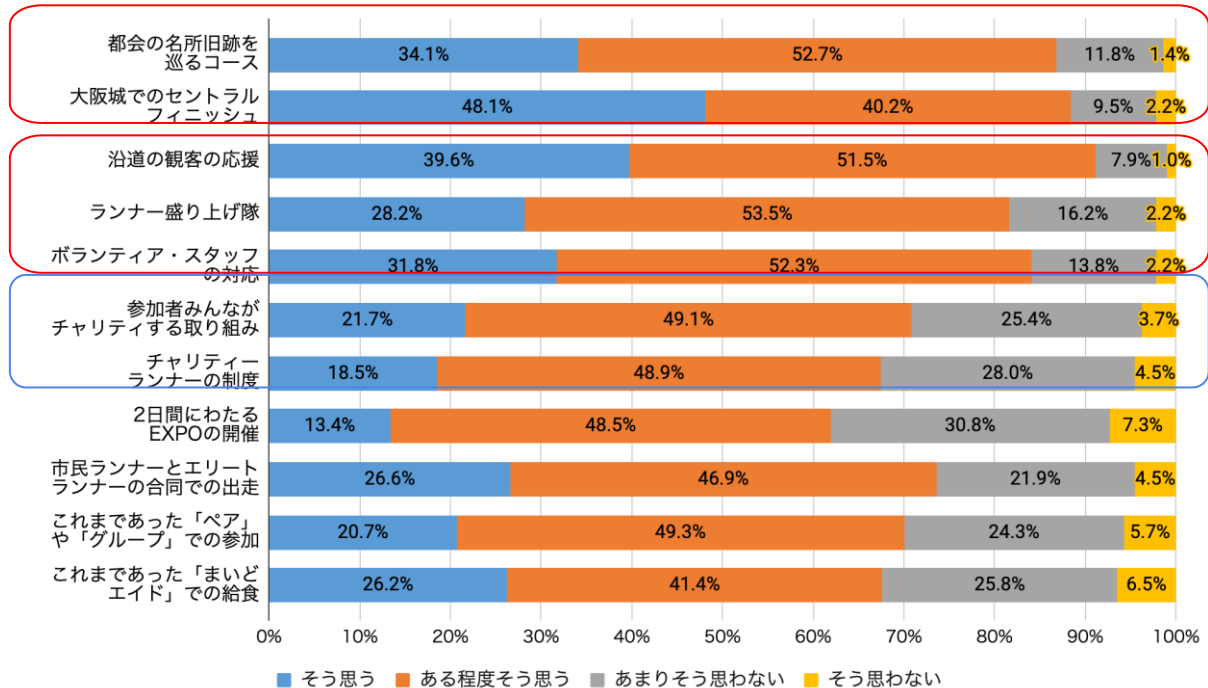
まず、ランナーの場合です。「そう思う」と「ある程度そう思う」と回答した人の合計が最も多いのは、「沿道の観客の応援」でした。これは、「足がいたい、そんなの気のせいや」といったユーモアあふれる応援が、大阪の「笑いの文化」と相まって魅力であると考えられます。この応援というところで、「ランナー盛り上げ隊」においても7割の人が魅力と認識しており、応援が大阪マラソンの特徴といえそうです。また、「ボランティア・スタッフの対応」が91.2%と多く、受け入れる側のおもてなしの対応が、魅力を創出する上で重要であることが示唆されています。

そして、3番目に多く回答があったのが、「大阪城でのセントラルフィニッシュ」の85.3%です。第9回から変更したセントラルフィニッシュが、のちの飲食も含めて好評であり、魅力となっていると考えられます。さらに、「都会の名所旧跡をめぐるコース」についても76.7%で魅力のひとつになっており、大阪観光をしながら走る「スポーツ・ツーリズム」が参加の要因になっていることがわかります。

一方、チャリティマラソンについての項目は、「参加者みんながチャリティする取り組み」が65.5%の人が、魅力と認識しているところになります。市民マラソン参加回数が10回以下の群で、魅力であると答えた人が多かったことから、経験の少ないランナーを取り込む魅力になると考えられます。また、「チャリティーランナーの制度」については、54.7%の人が魅力と認識しており、この制度がチャリティマラソンの象徴として認識されていると考えられます。これについても、市民マラソン参加回数が10回以下の群で、

魅力であると答えた人が多かったことから、大阪マラソンの魅力として、この制度を正しく広報していくことで、経験の少ないランナーの誘引になると考えられます。

2) ボランティアの場合



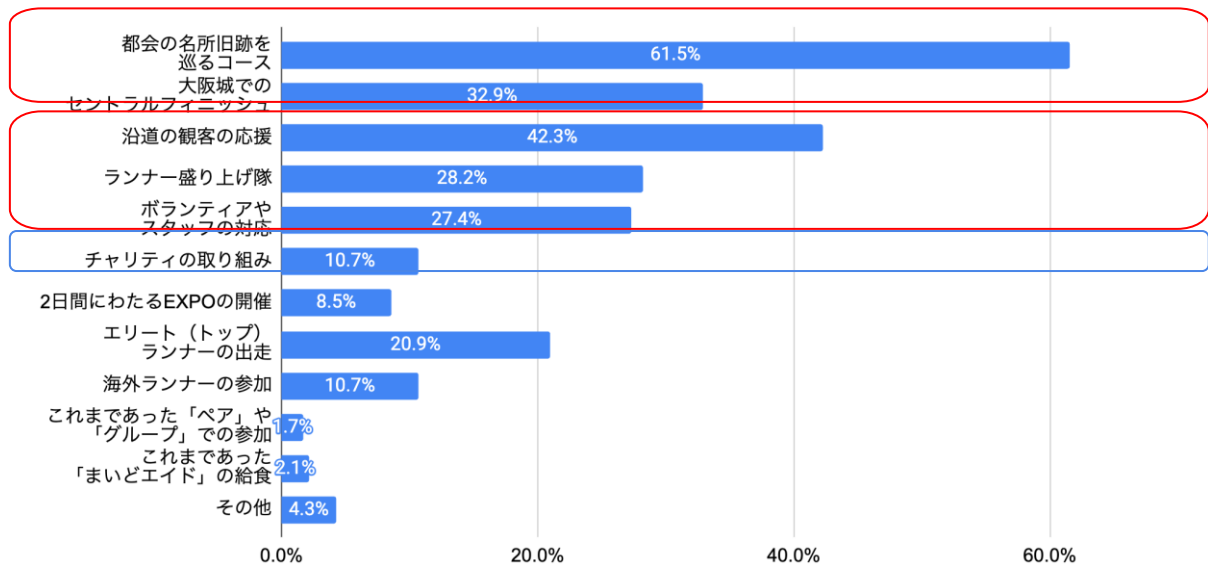
ボランティアもランナーと同様に、「沿道の観客の応援」が最も多く、ボランティア活動の内容の満足度が高い人ほど、魅力に感じています。ランナーをサポートする面では共通しているので、魅力を感じているのではないかと考えられます。また、「ランナー盛り上げ隊」は81.7%の人が、魅力と認識しており、これもボランティア活動の内容の満足度が高い人ほど魅力に感じています。ボランティアも大会を盛り上げるという点で共通しているので、魅力を感じているのではないかと考えられます。さらに、ランナーでは2番目に多かった「ボランティア・スタッフの対応」については、84.1%と、ボランティア活動の内容の満足度、チャリティ意識が高い人ほど魅力に感じている傾向がありました。ボランティアの自己評価の点から言って、当然のこととして魅力と感じているのではないかと考えます。

ボランティアで2番目に多かったのが「大阪城でのセントラルフィニッシュ」が88.3%でした。大阪城でボランティア活動をする人にとっては、ランナーのフィニッシュに立ち会えることに魅力を感じていると考えられます。また、「都会の名所旧跡をめぐるコース」の項目で86.8%と3番目に多く、沿道のボランティアにとっては、その場所に立てることを魅力と感じているのではないかと考えられます。

次に、チャリティについてみていきます。「参加するみんながチャリティする取り組み

み」については、70.8%でボランティア活動の内容の満足度、チャリティ意識が高い人ほど魅力に感じている傾向がありました。ボランティア活動をチャリティと捉えている人はもちろん、ボランティア活動内容の満足度が高い人にとって、みんながチャリティに参画していることに共感する意味で魅力に感じていると考えられます。また、「チャリティランナーの制度」は67.8%であり、他の項目と比べて、あまり魅力として認識していないのは、この制度の認識度が低いことから考えられます。

3) 観客の場合



最後に観客についてです。

ランナーとボランティアと同様に見ていくと「沿道の観客の応援」は42.3%であり、観戦・応援する人にとっても楽しみの一つであることがわかります。これも大阪市の地元の人・仲間・仕事関係の人と同行した人の方が魅力に感じている傾向にありました。大阪市の人にとっては、地域への貢献、仲間・仕事関係の人にとっては、一緒に応援することの楽しさとコミュニケーションが魅力となっていると考えられます。応援という観点から、「ランナー盛り上げ隊」は28.2%となっていて、観客にとっても応援という面でシンクロするものがあり、魅力と捉えていると考えられます。大阪府の人、ひとりの方が魅力を感じている傾向にあり、ランナー盛り上げ隊を見ることを楽しむのが魅力となっていると考えられます。また、「ボランティア・スタッフの対応」は27.4%とあり、沿道の整理や力持ちボランティアなど、その活動に直接接することで魅力を感じているといえます。これも、大阪府の人、ひとりの方が魅力を感じる傾向にあり、応援したり、移動したりする時にサポートしてもらえる点で魅力となっていると考えられます。

そして、観客にとって一番魅力と感じているものが「都会の名所旧跡をめぐるコース」の61.5%でした。これは、大阪市の地元の人、家族・親戚と同行した人の方が魅力に感じ

ている傾向にあり、大阪市の人にとっては地元の再発見、家族・親戚の人にとっては、観光が魅力になっていると考えられます。さらに、「大阪城でのセントラルフィニッシュ」は、32.9%とあり、観戦・応援後の観客の活動がしやすいことから魅力となっていると考えられます。傾向としては、大阪府以外の遠くから来ている人、家族・親戚と同行した人の方が魅力を感じており、大阪府以外の人にとっては、帰路の利便性、家族・親戚の人にとっては 応援後の飲食での便利さが魅力となっていると考えられます。

最後にチャリティについてです。「チャリティの取り組み」が 10.7%であり、他の項目に比べてあまり魅力と認識されていないことが考えられ、この制度の認知度が低いことがあると考えられます。

4) おわりに

以上のことから、大阪マラソンが選ばれる大会として魅力を発信するとするのであれば、「沿道の観客の応援」やそれに付随する「ランナー盛り上げ隊」や「ボランティア、スタッフの対応」といった大会のサポートのホスピタリティの充実が必要であると考えられます。さらに、「大阪城でのセントラルフィニッシュ」や「都会の名所旧跡を巡るコース」といった、コースの設定も魅力として発信することが可能であると考えられます。

そして、チャリティマラソンとしての魅力を発信していくなかで、「参加者みんながチャリティする取り組み」や「チャリティランナーの制度」の項目から分かったように、チャリティマラソンとしての認識はまだまだ高くありません。そこでチャリティ制度を中心としたチャリティプログラムの展開を、他の市民マラソンとの差別化において、魅力的なものにしていく必要があると考えられます

【担当：尾島 祥】

4. 大会の運営は、これでいいの？

本パートでは、大阪マラソン 2023 の大会運営に関して、1) 満足度（ランナー、ボランティア）、2) 大会運営の課題（ランナー、ボランティア、観客、チャリティ団体）についての調査結果を報告します。なお、本調査報告は、大阪マラソン 2023（第 11 回大阪マラソン）共同調査研究報告書（未刊行）を引用して作成しています。

1) 満足度（ランナー、ボランティア）

図 1 では、ランナーによる大阪マラソン 2023 の満足度を示しました。大阪マラソン 2023 に「満足した」が 42.0%と前回（10 回大会）の 62.7%より減少し「まあまあ満足した」が 38.2%と前回の 32.0%より増加し、全体的に 80.2%と満足度は高いですが、前回の 94.7%に比べて減少していることが分かります。

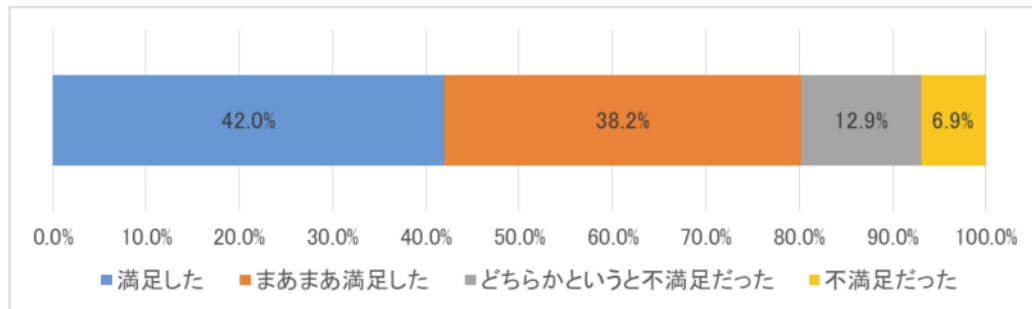


図1．大阪マラソン 2023 の満足度

図2では、来年の大阪マラソン 2024 への参加希望についての調査結果を示しました。大阪マラソン 2024 に「ぜひ参加してみたい」が 46.6%と前回の 80.0%より減少し、「できれば参加したい」が 34.8%と前回の 17.0%より増加し、全体的には 81.4%と多くの人が次回への参加を希望していますが、前回の 97.0%と比べると参加希望は減少しています。

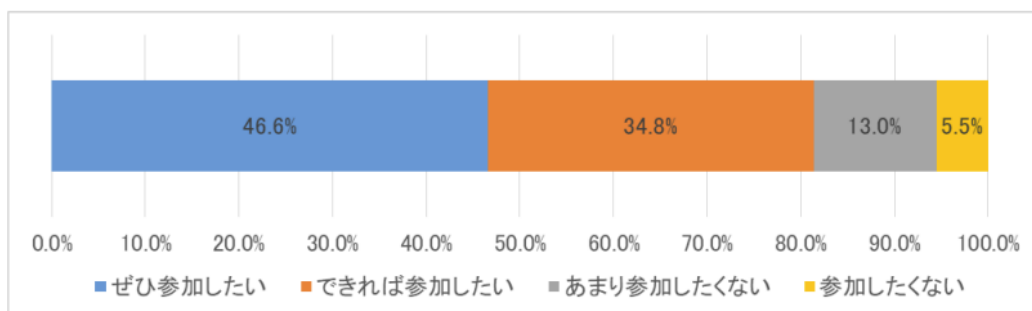


図2．来年の大阪マラソン 2024 への参加意欲

続いて、ボランティアの満足度について図3で示しました。大阪マラソン 2023 のボランティア活動に「大変満足した」が 36.7%（前回：46.4%）、「まあまあ満足した」が 54.6%（前回：46.4%）と、前回同様 9 割以上の方が満足していると言えますが、少し満足度は低くなりました。

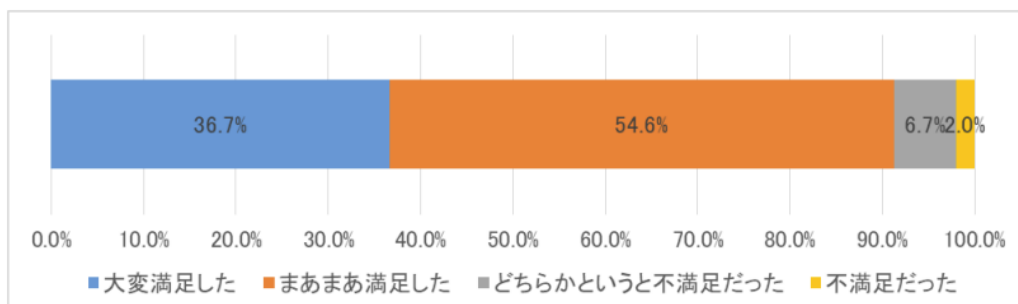


図3．大阪マラソン 2023 のボランティア活動の満足度

図4で示しています、次回の大阪マラソン2024にボランティアとしての参加希望については、「ぜひ参加したい」が52.9%（前回：43.4%）、「できれば参加したい」が40.6%（前回：45.4%）と、9割以上の人が次回も大阪マラソンのボランティアとしての参加を希望していることが分かりました。

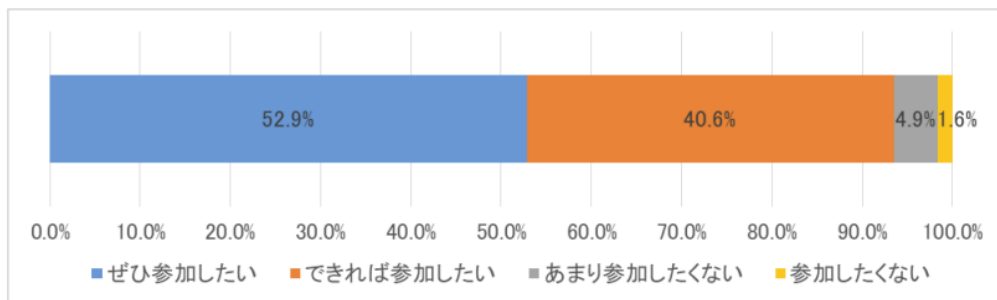


図4. 次回の大阪マラソン2024のボランティア活動への参加意欲

このように、ランナー、ボランティアともに、大阪マラソンに参加した人の満足度は高いですが、前回に比べてわずかに低下していることから、課題を見出し改善することが望まれているのではないかと考えました。

2) 大会運営の課題

ここでは、大会運営の課題を次の対象・方法によって調査しました。

①ランナー、ボランティア

アンケート調査の大会運営に関する自由記述をテキストマイニングによって、頻出語の抽出と階層的クラスタの分析を行い、そのクラスタで代表的なものを報告します。テキストマイニングとは、計量的分析方法を用いてテキスト型データを整理または分析し、内容分析を行う方法のことで文章から意味のある情報や特徴を見つけだそうとするものです。

②観客

自由記述に書かれたものを分類し、代表的なものを記載します。

③チャリティ団体

インタビュー調査において語られたことを分類し、代表的なものを記載します。

①-1、ランナー

表1に頻出語上位50語を示しています。ここでは頻出語上位の「ランナー」、「参加」、「スタート」、「給食」、「トイレ」などの用語から課題が見えてきました。

表1. ランナーの自由記述頻出上位 50 語（出現数 235 語以上）

抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
思う	1681	感じる	379
ランナー	1645	タイム	359
参加	1375	場所	340
スタート	1367	改善	337
給食	1327	開催	337
トイレ	1218	良い	337
大会	1080	無い	336
エイド	952	ありがとう	323
走る	812	食べる	314
時間	788	運営	312
マラソン	776	荷物	295
少ない	770	案内	292
コース	730	地点	292
人	682	寒い	289
大阪	597	もう少し	285
多い	532	必要	274
遅い	496	補給	260
今回	469	完走	257
ボランティア	458	増やす	252
ブロック	454	応援	245
全く	442	ウェーブ	241
前	416	沿道	239
ゴール	410	給水	239
数	405	食べ物	236
残念	389	受付	235

次に、表2のクラスター分析による語の分類では、7つのクラスターに分かれ、そのうちクラスター1、2、5、6、7から運営の課題を読み取ることができました。

表2. クラスター分析による語の分類【出現頻度上位 50 語（出現数 235 語以上）】

クラスター番号	構成する用語	出現数の合計(回)
クラスター1	数(405)、 トイレ (1,218)、少ない(770)	2,393
クラスター2	前(416)、 スタート (1,367)、地点(292)、受付(235)、案内(292)、場所(340)、荷物(295)	3,237
クラスター3	応援(245)、 沿道 (239)	484
クラスター4	運営(312)、 ボランティア (458)、ありがとう(323)、開催(337)、寒い(289)	1,719
クラスター5	マラソン(776)、大阪(597)、今回(469)、大会(1,080)、思う(1,681)、 参加 (1,375)	5,045
クラスター6	エイド (952)、食べ物(236)、無い(336)、食べる(314)、給食(1,327)、全く(442)	3,607
クラスター7	走る(812)、人(682)、時間(788)、ランナー(1,645)、遅い(496)、ブロック(454)、タイム(359)、改善(337)、ウェーブ(241)、 コース (730)、多い(532)、もう少し(285)、増やす(252)、給水(239)、ゴール(410)、良い(337)、必要(274)、補給(260)、感じる(379)、完走(257)	9,769

クラスター1では、「トイレが少ないと感じました。スタート整列前にトイレに行列ができていましたので、改善お願いしたいです」など、トイレの増設についての要望を確認

しました。

クラスター2では、「スタート地点に行くまでが遠いのと、広場から階段を登って行くときに怖かったです」、「荷物預けからスタート地点まで遠く、かなり余裕を持って移動する必要がある、体が冷える」、「スタート時の案内が分かりにくく、スタート地点への移動が遅くなった」など、スタート地点までの導線の工夫に関する要望を確認しました。

クラスター5では、「参加料を安くしてほしい」、「全国旅行支援と大阪割でかなり費用は抑えられたけど、参加料は負担が大きい」など、参加費用に対する意見を確認しました。

一方で、「大阪のど真ん中を堂々と走る。こんな贅沢なマラソン大会はないと思います」、「この大会を通じて大阪の魅力を伝えていきたいと強く思いました」など、大会を高く評価する意見もありました。

クラスター6では、「エイドを一口も食べられない大会なんて他にはない」、「エイドの給食の数が足りておらず、1つも食べられなかったので、次回以降改善してもらいたい」など、エイドの不足に関する意見を多く確認しました。

クラスター7では、「スタート直後で渋滞するポイント（城東区）曲がり角があったので、改善して欲しい」、「現在のコースは、折り返しが多く、スピードにのりにくい為、走りやすいコースを検討してほしい」など、コースに関連した意見、要望を確認しました。

①ー2、ボランティア

表3に頻出語上位50語を示しています。ここでの課題は、次の表4に示すクラスターを基に説明します。なお、ここでは全てのクラスターから課題を確認することができました。

表3. 頻出語上位25語（出現数30語以上）

抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
ボランティア	216	時間	38
ランナー	181	受付	38
思う	162	大阪	37
参加	95	担当	37
リーダー	77	スタッフ	35
場所	55	説明	35
人	55	トイレ	34
今回	51	感じる	34
多い	45	必要	34
マラソン	43	良い	34
沿道	41	言う	33
大会	41	休憩	31
活動	40		

表 4. クラスター分析による語の分類【出現頻度上位 25 語（出現数 30 語以上）】

クラスター番号	構成する用語	出現数の合計(回)
クラスター1	マラソン(43)、大阪(37)	80
クラスター2	トイレ(34)、休憩(31)	65
クラスター3	良い(34)、沿道(41)、大会(41)、リーダー(77)、説明(35)、活動(40)、スタッフ(35)	303
クラスター4	ランナー(181)、ボランティア(216)、思う(162)	559
クラスター5	感じる(34)、必要(34)、時間(38)、受付(38)、場所(55)、人(55)、多い(45)、今回(51)、担当(37)、参加(95)、言う(33)	515

出典：大阪マラソン 2023（第 11 回大阪マラソン）共同調査研究報告書

クラスター 1 では、「御堂筋を走るならイチョウの紅葉シーズン 11 月、12 月開催が絶対に良い。大阪マラソンがマラソンシーズンの幕開けとなる大会になれば良いと思います」、「実施時期ですが、個人的には大阪マラソンが始まった頃の時期（秋頃）の方が良いです」などの要望を確認しました。

クラスター 2 では、「仮設トイレのトイレトペーパーがなくなっていたので、見回りトイレトペーパーをセットしてくれる担当が必要に感じた」、「朝の荷物預かりをやっていて一番聞かれたのはトイレの場所でした。来年のマニュアルにはトイレの場所をもっと明確に記載してもらえたら助かります」、「森ノ宮駅仮設トイレ担当させていただきましたが、出走前の長蛇列対策(台数増設、故障対策、他エリアの混雑状況アナンス)を今後検討されてはと、思います」など、ランナーと同じようにトイレの改善に対する意見を多く確認しました。

クラスター 3 では、「沿道整理担当でしたが、ボランティアリーダーの明確な指示をお願いしたい」、「近年は説明会もなく書類での周知だけになっているので、せめてリーダーの人がしっかりと主導してもらいたい」など、ボランティア活動の運営に関する意見を確認しました。

また、「やる気のある個人ボランティアさんが多くてとても心強かった」、「ボランティアの基盤は強くなっていると思います」などの意見もありました。

クラスター 4、5 では、「大規模になり過ぎ、チャリティの参加への創意工夫を感じていますが、チャリティ争奪戦のように思っています」、「健康チェックは 1 人 1 人の確認に時間がかかり受付デスクに長蛇の列が出来ました。寒い中待たされて自分の番が来ても健康アプリが不十分だとまた後列に並ぶことになり激怒される方が少なくありませんでした」、「受付、スタート地点の混雑緩和」、「ボランティアの若い人の参加がもっと多くなるよう検討して下さい」などの意見を確認しました。

②観客

ここでは、交通規制やスタッフについて、その他、大会の感想について集約した結果を述べます。

交通規制については、「どこを通過して応援すればよいか分からない」、「フィニッシュが近くで見れない。入れないところがある」などの意見を確認しました。

スタッフについては、「迷子になってしまった。スタッフごとに言っていることが違う」、「通れる道かどうか分かりにくかったので、スタッフの人に教えてもらいました。（警備の人はダメ！通れません！だけだったの）」などの意見を確認しました。

その他では、「自転車が通りにくい」、「歩道が歩きにくい」、「階段とか渡りにくい」、「エレベーターが無くて、ベビーカーを持って階段を登りました」、「ゴミが多かったの、なんとならないものですか」、「座るところ（がない）」などの意見を確認しました。

大会の感想では、「大会の成功に尽力されるスタッフの方々に感謝です」、「みなさんのがんばりがみられてよかった」、「応援隊がすばらしい」、「大きな大会ならではの華やかさがとても良いです」、「自転車を運んでいるボランティアの方がすごかった」、「次回も盛り上がるとういすね」といった運営を称賛する感想も確認しました。

③チャリティ団体

以下の意見を確認しました。

▽市民マラソンについて

- ・東京マラソンと比べると大阪マラソンは市民大会の趣の強い大会と認識している。寄付者から相談されるときにはファンランやビギナーには大阪マラソンを優先して勧めている。

- ・前回からエリートマラソンとしての側面を取り入れているが、市民マラソンであり、チャリティマラソンであることを忘れないで欲しい。

▽ダイバーシティに関して

- ・スポーツ・ツーリズムで海外のランナーをターゲットにしていくことが必要ではないか。

- ・海外のランナーを受け入れやすい組織体制になればよい。

▽開催時期について

- ・2月は一般ランナーにとって寒いので、御堂筋のイチョウがきれいな時期にした方がよい。そうした方が、スポーツ・ツーリズムにとっては効果的である。

- ・開催時期は、ランナーにとっては良い時期ではないかと思う。ただ、東京マラソンと競合しないような時期にする必要がある。

▽応援について

・指定された応援の場所では、ランナーとの距離が遠かったりして応援しにくいところもあった。

・応援については、自分の知っている人だけを応援している人が多く、大阪マラソンの魅力がなくなっているように思える。この辺の工夫が必要である。

▽その他

・トイレと制限時間（8時間以上）の検討をしてもらえれば、初心者でも参加しやすいので、チャリティランナーの勧誘がしやすい。

・今回はエイドが少なかったのも、チャリティ団体も何らかのエイドができれば良いのではないだろうか。

以上のことから、大会の運営に対しては一定の評価がある一方で、課題も確認しました。施設設備等のハード面では、「トイレ」の適切な配置、「コース」におけるトラブルの回避、「エイド」の充実があげられます。サポート等のソフト面では、ボランティア・スタッフの情報共有、実施時期の再考、ランナーでは「参加費」の値下げ、チャリティ団体では「ダイバーシティ」への対応、市民マラソンの充実等の意見を確認しました。

【担当：久保賢志】

《亀井克之（会員・関西大学教授）のコメント》

私は大阪マラソンを8回走りましたので、今後も発展していくように応援していくというスタンスでいます。杉本先生とは、かつて研究班で一緒しました。今、ご紹介があった『市民マラソンがスポーツ文化を変えた』、続編『続・市民マラソンがスポーツ文化を変えた』を先生と一緒に書きました。

私は2011年10月30日に大阪マラソンが誕生したときに、大学の同僚に「亀井先生、走りませんか」と誘われました。応募してみたら、抽選ではずれたのですが、関西大学がスポンサーだったので、スポンサー枠で走らせてもらい、それですっかりマラソンにはまりました。それが49歳のときのことで、50代はずっとマラソンをしてきたわけです。47都道府県のフルマラソンを走るというのを目標としていて、今、24です。体がひとつしかないのも、以前に走った同じマラソンは走らないでおうと思っています。

さて、コメントなのですが、今回、なぜ、大阪マラソンが定員割れしたかということなのですけども、いろいろあると思うのですが、振り返っていきましょう。

8回の大会Tシャツを比べてみると、端的にTシャツは昔のものがカッコよかったです。今年のものはそれほどでもない、というのもあるかもしれません。

異論はあると思うのですが、いろいろマラソンを走ってきて、その季節感というものがあります。やはり、大阪マラソンというのは、基本的には秋です。それが2月に移ったというのが、もしかしたら、多少の影響があるのかもしれないと考えています。

それから参加費用が少し高くなった。

そして、去年の悪夢です。私は大阪マラソンの協賛企業である株式会社アドバンスクリエイト（保険市場）の顧問をやっています。アドバンスクリエイトの社員の方々は参加を楽しみにしていましたが、昨年、直前に大会が中止になって、がっかりしておられました。そういうこともあるのではないかなと思います。

もともと大阪マラソンが南港フィニッシュのときは、38 キロ地点の南港の橋のところで上りがあってしんどかったのです。現在はセントラルフィニッシュになり、それはよかったのですが、折り返しが多いのです。そして28キロ地点で、結構な上り坂があり、タイムをとことん狙う人にとっては、あまりタイムが出やすい大会ではないからかもしれません。

日程の問題で、今年は東京マラソンと近いというのが意外と影響したのではないだろうかと思っています。市民ランナーの季節感としては、京都マラソンと東京マラソンは近いというのがありましたので、そこに大阪マラソンが移ったのが、もしかしたら影響したのかもしれない。

これも結果論ですが、まいどエイドがなかったのが影響していたのかもしれない。

チャリティ性については、杉本先生といっしょにロンドンマラソンに行きました。杉本先生は、セミナーでの報告や本にも書かれていますが、大阪マラソンでは、はっきりとしたチャリティ性というのを、まだまだ打ち出せるかもしれません。

ハーフマラソンの人気大会といいますと、増田明美さんの地元でやっている、いすみ健康マラソンです。ここは、独特のホスピタリティで、「いすみ健康マラソン号」という電車を走らせて、増田明美さんが一両ずつ「ありがとうございます」と挨拶されます。こういうのは大きな都市のフルマラソンではできないかもしれませんが、なんともいえないホスピタリティです。次もまた走りたいなというひとつの仕組みがあるのかもしれない。

私はベルリンマラソンにも行ったのですが、金曜日に5キロのファンランをやっていました。このファンランで仮装する人は思い切り仮装してくださいというノリでした。ベルリンマラソンは、ブランデンブルグ門がゴールですが、ファンランは1936年のベルリンオリンピックのときのゴールを使っています。また、前日の土曜日にちびっこの10キロの大会があります。そうすると、ちびっこを応援するためにお父さん、お母さんがくる。金曜日のファンラン、土曜日のちびっこ、さらに土曜日にはローラースケートで42.195キロを滑ります。そういう盛り上げ方があるなと思いました。ベルリンマラソンのコースは、何よりも、比較的フラットでタイムが出やすいのです。

ちょっときつい言い方になるかもしれませんが、大阪マラソンで走って物足りなかったのが、ゴールしたあとの大阪城のあたりで、もっと出店があるとか、おもてなしがあったらよかったかなという感じがしました。

在外研究でパリにいった2021年にもパリマラソンを走りました。完走者Tシャツや完走メダルに加えて、参加者全員に小さいリュックサックをくれて、走るときにも使えるし、思い出にもなります。

フランスのラ・ロシェルという港町のマラソンのメダルは、生カキが描いてあります。女

性には花束、完走した全員に生カキを1ダース配っていました。こういうのをされるとまた来たいと思います。

国内では、昨年、新しくできた、「みえ松坂マラソン」では、エイドに松坂牛が少しありまし、鶏肉などもありました。しっかり食べることで楽しませてもらいました。すごい取り組みがあって、35キロ地点のトンネルのところで、プロジェクトマッピングとして、近所の小学校、幼稚園の子の頑張れという映像をとって、トンネルの壁面に映していて、おもしろいと思いました。

大阪マラソンは第1回からアンケート調査されており、継続的なアンケート調査は恐らく世界的にみてもないと思いますので、心より応援しております。

子ども未来・スポーツ社会文化研究所季刊誌第9号（2023年秋号）

発行日 2023年8月29日

編集・発行者：子ども未来・スポーツ社会文化研究所代表理事 杉本厚夫

編集委員：速水 徹、西山哲郎、谷口輝世子、三角さやか（幹事）

一般社団法人 子ども未来・スポーツ社会文化研究所

Research Institute for the Future of Children and Sport Social Culture

<https://fcssc2020.jp> E-mail: info@fcssc2020.jp

