新聞報道から見る大阪マラソンとびわ湖毎日マラソンの統合

Newspaper Reports on the Integration of the Osaka Marathon and Lake Biwa Mainichi Marathon

久保賢志[a]，津吉哲士[b]，三角さやか[c]，杉本厚夫[d]

Kenji KUBO[a]，Satoshi TSUYOSHI[b]，Sayaka MIKADO[c]，Atsuo SUGIMOTO[d]

Abstract

The study analyzed the reporting trends in the Yomiuri Shimbun and the Mainichi Shimbun, in relation to the merger of the Osaka Marathon and the Lake Biwa Mainichi Marathon, aiming to examine the intentions behind the merger.

A comparison of frequently used words in both newspapers revealed common characteristic terms, including "Japan," "record," and "Olympics." The Yomiuri Shimbun frequently cited terms such as "representative", while the Mainichi Shimbun frequently cited terms such as "MGC." Hierarchical cluster analysis and media frame setting indicated that both newspapers' reporting trends were similar and reflected the intentions of the Osaka Marathon Organizing Committee as announced at the time of the merger.

These findings suggest that the newspapers' coverage emphasized (1) raising awareness of the merger, (2) increasing its appeal, (3) highlighting the desire to set records, and (4) improving the level of competition.

Key words: Osaka Marathon, Lake Biwa Mainichi Marathon, Integration, Newspaper reports
大阪マラソン，びわ湖毎日マラソン，統合，新聞記事

１．はじめに

2011年10月30日に第１回大会を開催した大阪マラソンは，2025年で13大会目を迎えた．開催当初は，マラソン（制限時間７時間），チャレンジラン（制限時間１時間30分）の参加者３万人であったが2020年12月の報道[1)]で，びわ湖毎日マラソンとの統合が発表され第10回大会からエリートマラソン部門が加わった．

大阪マラソン組織委員会が公開している第32回資料[2)]によると，びわ湖毎日マラソンと統合する理由として，大会のグローバル化や，世界の主要なマラソン大会は競技性を兼ね備えた市民マラソンが主流であること，国内外に大阪の都市魅力を発信，市民ランナーにとって国内外のトップアスリートと一緒に走れる魅力，トップアスリートが記録と勝利をかけて繰り広げるレースを沿道観衆が間近に見て応援できることなどが挙げられている．

その後，2021年７月13日の第33回大阪マラソン組織委員会で正式に統合を決定した．当時の組織委員会資料[3)]では，統合することに加え，①統合初回の大会は「第10回大阪マラソン・第77回びわ湖毎日マラソン統合大会」の名称で令和４年２月27日に開催すること，②次回以降の大会名称は「大阪マラソン」とすること，③これまでの大阪マラソンの招待選手（男女）と，びわ湖毎日マラソン（男子）を統合して，エリートマラソン部門を設け，この部門の企画運営は毎

[a] 日本大学スポーツ科学部
College of Sports Sciences, Nihon University
[b] 福山大学生命工学部
Faculty of Life Science and Biotechnology Fukuyama University
[c] 園田学園大学人間健康学部
Faculty of Human Health Sonoda University
[d] 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

i 日本陸連は2012年大会（第２回大会）から後援として参入はしているが，組織委員会委員に入ったのは第10回大阪マラソン・第77回びわ湖毎日マラソン統合大会からである．また，2022年大会（第10回大会）では，主催となっていたが，2023年大会（第11回大会）からは共催に変更されている．

ii 新たに主催や共催になったと同時に大会組織委員会にも日本陸連や毎日新聞社，NHKの関係者が加わっていることを補足する．

日新聞社が担う旨が示されている．

表１では，2019年から2025年の大阪マラソンの大会名称，主催，共催についてまとめた．ここでは，第10回大阪マラソン・第77回びわ湖毎日マラソン統合大会から新たに主催として日本陸上競技連盟（以下，日本陸連）[i]，共催として毎日新聞社と日本放送協会（以下，NHK）の参入が確認できた[ii]．

我が国では，競技団体やステークホルダーの集合体であるスポーツイベント組織（以下，イベント組織）が権限を持って，特定の競技大会を開催しているケースがある．その背景には，新聞社やテレビ局といったメディア企業が競技団体を創設時から支援し，協働してスポーツイベントを立ち上げ，育ててきた日本独自のシステムの影響が挙げられる．

大阪マラソンは，これまで読売新聞社が第１回大会から共催として関与をしてきたが，前述したように，びわ湖毎日マラソンとの統合によって毎日新聞社やNHKが遅れて共催として合流した．一つのスポーツイベントに新聞社が２社以上共存することは珍しいことではないが，大阪マラソン開催10回目での毎日新聞社の合流は，エリート部門の企画運営役割と分担が示されているとは言え，大規模で競技性の高いマラソンイベントにおいては珍しい事例である．そのため，国内における大阪マラソンとびわ湖毎日マラソンの統合（以下，統合）に関する研究事例も少ない．

市民ランナーの視点から捉えた，統合に関連する調査報告[4]によると，市民ランナーとエリートランナーの合同での出走には，62.9％のランナーが魅力的であると回答している．また，翌年の調査報告[5]では，大阪マラソン2024を選択した理由として「トップアスリートが走るから」と回答したのは，大いに関係している（9.1％），まあまあ関係している（17.7％）とされ，選択理由としては関係が薄いことが報告されている．さらに，2025年の報告[6]では，市民マラソンとエリートマラソン（びわ湖毎日マラソン）の統合について，回答率が28.5％ではあったが，好意的（54.1％），非好意的（12.0％），どちらでもない（33.9％）とされ，積極的な賛成は過半数を超えていることが報告されている．しかし，これらは主に量的調査を採用した報告であったことから，質問項目の特性上，市民ランナーとエリートランナーの合同の出走についての可否や，大阪マラソンの選択理由の一つに「トップアスリートとの出走」を含んでいること，統合に対する直接的な賛否の問いで設計されている．そのため統合することで，具体的にどのような魅力があるかや，その特徴や課題についての検証には至っていない．橋爪ら[7]は，大阪マラソンの発展と可能性について，大阪マラソン組織委員会会長のインタビューを用い，大阪マラソンの５つのキーワードに「新しい祭り」，「チャリティ」，「（ランナーへの）大阪らしいホスピタリティ

表１　大阪マラソンの大会名称と主催，共催者（2019年第９回～2025年第13回大会）

開催年	大会名称	主催	共催	備考
2019年12月1日	第9回大阪マラソン ～OSAKA MARATHON 2019～	大阪府、大阪市、 （一財）大阪陸上競技協会	読売新聞社	
2020年11月29日	第10回大阪マラソン	大阪府、大阪市、 （一財）大阪陸上競技協会	読売新聞社	新型コロナウイルス感染症の状況等に鑑み中止。
2022年2月27日	第10回大阪マラソン・第77回びわ湖毎日マラソン統合大会 兼 ジャパンマラソンチャンピオンシップシリーズ 兼 オレゴン2022世界陸上競技選手権大会マラソン 日本代表選手選考競技会 兼 杭州2022アジア競技大会 マラソン日本代表選手選考競技会 兼 マラソングランドチャンピオンシップチャレンジ	**（公財）日本陸上競技連盟**、 大阪府、大阪市、 （公財）大阪陸上競技協会	読売新聞社、毎日新聞社、 NHK	新型コロナウイルス感染症の状況等に鑑みエリート部門のみ開催。
2023年2月26日	大阪マラソン2023 ～OSAKA MARATHON 2023～（第11回大阪マラソン） ジャパンマラソンチャンピオンシップシリーズ 兼 ブダペスト2023世界陸上競技選手権大会 日本代表選手選考競技会 兼 杭州2022アジア競技大会 日本代表選手選考競技会 兼 マラソングランドチャンピオンシップチャレンジ	大阪府、大阪市、 （公財）大阪陸上競技協会	読売新聞社、毎日新聞社、 NHK、**（公財）日本陸上競技連盟**	
2024年2月25日	大阪マラソン2024 ～OSAKA MARATHON 2024～（第12回大阪マラソン） 兼 ジャパンマラソンチャンピオンシップシリーズ・男子GS／女子G2 兼 マラソングランドチャンピオンシップファイナルチャレンジ（男子） ～パリ2024オリンピック競技大会 日本代表選手選考競技会～	大阪府、大阪市、 （公財）大阪陸上競技協会	読売新聞社、毎日新聞社、 NHK、（公財）日本陸上競技連盟	
2025年2月24日	大阪マラソン2025 ～OSAKA MARATHON 2025～（第13回大阪マラソン） 兼 ジャパンマラソンチャンピオンシップシリーズ・男子G1／女子G2 兼 東京2025世界陸上競技選手権大会 日本代表選手選考競技会（男子）	大阪府、大阪市、 （公財）大阪陸上競技協会	読売新聞社、毎日新聞社、 NHK、（公財）日本陸上競技連盟	

※大阪マラソン組織委員会資料，HPを参照の上筆者で作成

精神」,「高い競技性」，これらを総合して「世界から注目されるマラソン」を挙げている．そのうち,「高い競技性」と「世界に注目される大会」についてはこれからの課題として位置づけ，統合に関しては論じられていない.

びわ湖毎日マラソン側から，大会組織はどのような対応や手続きを取り，大阪マラソンとの統合に進んだのかをキーパーソンに確認し考察した研究[8]では，単体のエリートマラソン大会が抱える課題を「ラベル(格付け)」,「高速化」,「大規模化」の 3 つに設定して分析した結果,「ラベル（格付け)」は，副次的な要素に留まり，両マラソンの統合に向けた直接的な要因ではないとし,「高速化」と「大規模化」は，それぞれの課題に対応していくうちに，マラソンビジネスモデルの限界に結びついていくことで統合に向かったと示唆している．しかし，ここでは大阪マラソン側からの視点形成がされておらず，捉え方に課題が残る.

そこで本研究では，統合に関係が深いと考えられる読売新聞と毎日新聞の報道の傾向を読み取り，どのような意図をもって統合されたかを分析することを目的とし，そのうえで統合に関する研究事例の蓄積も念頭に置くこととする.

2．研究方法

2.1　分析対象と分析期間

分析期間は，統合発表時の2020年12月26日から統合大会の第 2 回大会が終了するまで2024年 2 月24日とし,「大阪マラソン　統合」の用語をキーワードとして，読売新聞，毎日新聞の記事を検索して整理した．本研究では，統合を扱うことから「びわ湖毎日マラソン　統合」もキーワードで検討したが，両紙の記事を確認したところ，統合の用語が掲載される際には，大阪マラソンとびわ湖毎日マラソンがセットになっていることから「大阪マラソン　統合」のみをキーワードとした．記事収集には，読売新聞のデータベースである「ヨミダス」と，毎日新聞のデータベースである「毎索」を利用した.

2.2　分析の方法

ヨミダス，毎索で抽出した記事を読み取り，記事数の推移を示したうえで，統合に対してどのような報道がなされていたかを検証する．続いて,「大阪マラソン　統合」に関連する読売新聞，毎日新聞の新聞記事のデータ分析としてテキストマイニングを行う．ソフトは，KH Coder（ver.3.00）を用いた．テキストマイニングでは，頻出上位20語の比較および階層的クラスターの分析を行い，各クラスターの構成する用語や報道傾向を読み取り，特徴を検討したうえでメディア・フレームを作成する．メディア・フレームの名称・内容には，スポーツマネジメント，スポーツ社会学，スポーツ教育学を専門とする研究者らの協力を得て確認を依頼し，文脈に即した適切な表現となるよう精査した.

2.3　研究方法の妥当性

近年，新聞報道をKH Coderで分析した研究は様々な領域で多様に行われている.

藤森ら[9]は東日本大震災後を対象に，加藤ら[10]は熊本地震におけるライフライン被害を対象とし，いずれも全国紙と地方紙の用語の出現率やその変化，語と語の共起関係などを比較し，その傾向を論じている．白石[11]は,「発達障害」の言説について朝日新聞を対象とし，頻出語や共起ネットワークを分析し，特徴語をあげている．柳瀬[12]は，放射性セシウム汚染牛問題を題材に，朝日新聞の記事分析を行い，頻出語のクラスター分析をしたうえでメディア・フレームを作成し，その問題について考察している.

スポーツ分野に関連する内容では，森津[13]が2020年の東京オリンピックにおけるスポンサーシップと新聞報道について，スポンサー新聞と非スポンサー新聞の大会前後での頻出語の差や,「オリンピック」関連語を示し，その語られ方について論じている．清宮ら[14]は，静岡新聞を対象に，頻出語，共起ネットワークを示し，県内のプロスポーツチームとステークホルダーの関係性について分析している．久保ら[15]は,「高校スポーツ」の用語をキーワードとし，朝日新聞と毎日新聞の記事を分析したうえで，頻出語の提示，階層的クラスター分析を行い，メディア・フレームを作成し，高校スポーツにおける教育とビジネスの葛藤を明らかにしている.

これらの先行研究を踏まえ，本研究においてもKH Coderを使用したテキストマイニングが有効であると判断した.

3．結果と考察

3.1　統合に対する両紙の記事内容の分析

2020年12月26日～2024年2月24日までの記事数は読売新聞39件，毎日新聞48件となり，その推移を図1に示した．毎日新聞では，2024年大会時にも大阪マラソンとびわ湖毎日マラソンを表記したうえで統合を強調しているのに対し，読売新聞では2023年11月の記事を最後に，びわ湖毎日マラソンとの統合については記載されていなかった．これは読売新聞が，統合される側のびわ湖毎日マラソン（毎日新聞）と統合する側の大阪マラソン（読売新聞）という構図を描きたかったのではないかと考えられる．

続いて，両紙の記事の中から統合の意義について語られているものを抽出した．読売新聞の報道[16-18)]では「日本代表選考レースとして発展してきたびわ湖毎日は今回から，国内屈指の大規模市民マラソンである大阪マラソンと統合した」，「今大会は一般約3万2000人，国内外の招待選手がともに走る国内屈指の都市型大会となる」，日本陸連の会長の発言を引用し「びわ湖毎日マラソンから継承する『エリートマラソン部門』は，大阪マラソンの世界的な知名度を上げるエンジンの役割を担うと思います」など，国内屈指や世界的といった表現を使用し報じている．

毎日新聞の報道[19-21)]では，「トップ選手のレースと市民マラソンを一つにした大規模マラソンを重視する世界陸連の方針を考慮し，国内外のトップ選手が出場するびわ湖毎日を，国内では東京マラソンに次ぐ規模の市民ランナーが参加する大阪マラソンと統合し，発展させる」，「国内最大規模の3万8000人が参加する東京マラソンのように，五輪代表選考会を兼ねた市民マラソンが人気を集めている．統合後の大会が代表選考会を兼ねることになれば，東京，大阪の国内2大都市に同様のレースがそろうことになる」，「世界陸連はトップ選手のレースと市民マラソンを一つにした大規模マラソンを重視しており，国内外のトップ選手が出場するびわ湖毎日と大阪マラソンが互いの特徴を統合することで，発展させる」など，読売新聞と同様に両マラソンの特徴を生かし，統合することで大会の規模やグレードが格上げされると報じている．

両紙ともに，市民マラソンとエリートマラソンが合流することでの規模や知名度，競技力に対する期待感や，メリットを説明し，東京マラソンに次ぐ国内屈指のマラソン大会であることを主張していた．一方で，ここでも両紙による統合の意図に差を見ることができた．読売新聞では，大阪マラソンにびわ湖毎日マラソンのエリート部門が，統合されるような表現がなされ，毎日新聞では対等な統合を意識づける表現が読み取れた．

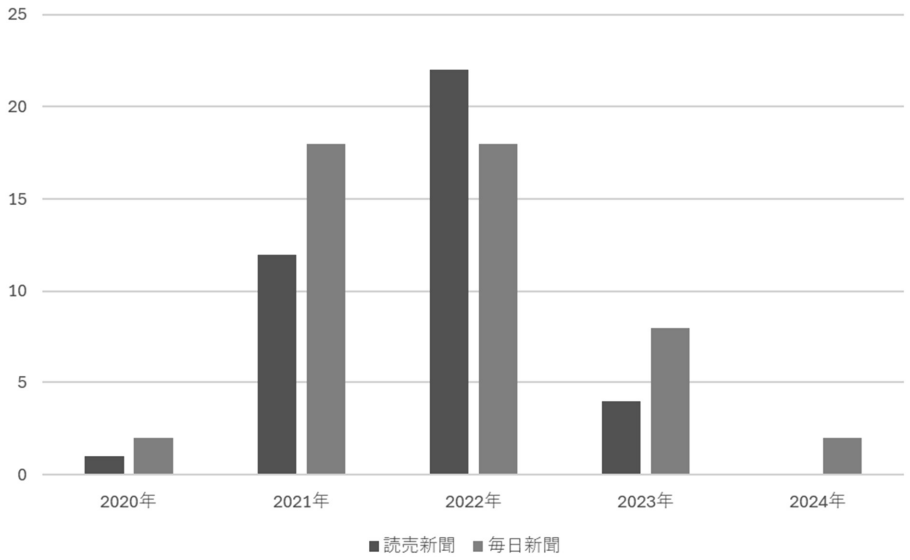


図1　読売新聞と毎日新聞の記事数推移（2020年12月26日～2024年2月24日，単位：件）

3.2　両紙の頻出語

頻出語にどのような特徴があるかを分析した．両紙の出現頻度上位20語の比較を表２に示した．この中で，特徴的な用語としては「日本」（読売33回，毎日65回）や，「記録」（読売61回，毎日77回），「五輪」（読売33回，毎日48回），「代表」（読売36回），「MGC（Marathon Grand Championship）」（毎日78回）が挙げられた．「日本」や「記録」に関する記事では，統合前の最後のびわ湖毎日マラソンで鈴木選手が記録した２時間４分56秒の日本記録や，統合後初の大会で星選手が記録した初マラソンの日本最高記録（２時間７分31秒）に関する記事を中心に，記録に対する注目の高さが見られた．「五輪」，「代表」，「MGC」では，統合により大阪マラソンがパリ五輪，MGC選考の対象レースとなることで，これまでの市民マラソン単体だけでは取り組めなかった，競技力の向上について述べられていた．

以上のことから，両紙ともに記録と競技力向上への強いこだわりを示すことで統合の認知を高め，意義を強調していると捉えることができた．

表２　読売新聞と毎日新聞による出現頻度上位20語の比較

〔読売新聞〕抽出語（出現回数）		〔毎日新聞〕抽出語（出現回数）	
大会	(143)	大会	(215)
大阪マラソン	(119)	マラソン	(160)
びわ湖毎日マラソン	(99)	びわ湖毎日マラソン	(158)
マラソン	(85)	大阪	(140)
大阪	(66)	大阪マラソン	(111)
記録	(61)	選手	(110)
選手	(54)	開催	(98)
参加	(50)	レース	(88)
ランナー	(48)	参加	(80)
開催	(48)	ＭＧＣ	(78)
統合	(46)	記録	(77)
レース	(45)	走る	(75)
走る	(44)	優勝	(70)
２月	(42)	コース	(67)
コース	(40)	日本	(65)
出場	(39)	２月	(57)
統合大会	(38)	ランナー	(54)
代表	(36)	統合	(51)
五輪	(33)	出場	(49)
日本	(33)	五輪	(48)

※抽出の際は，名詞，サ変名詞，地名，副詞可能，動詞を対象とした．

3.3　両紙の階層的クラスター分析の比較とメディア・フレーム

両紙の出現頻度上位20語に階層的クラスター分析（Jaccard距離に基づく凝集型，Ward法）を行った．階層的クラスター分析の際は，KH Coder が出力するデンドログラムを分析過程の補助資料として用い，先行研究の柳瀬[12]や久保ら[15]を参考に，結果提示は語の所属クラスターを示す表形式とした．この結果，各紙４つのクラスターに分類され，クラスター番号には差があるものの，全体的に類似傾向が確認できた（表３，表４）．

読売新聞のクラスター１では，「２月」，「大会」，「統合」，「大阪」，「開催」，「統合大会」，「大阪マラソン」，「びわ湖毎日マラソン」の用語で構成された．これは毎日新聞のクラスター４で構成される「大会」，「開催」，「大阪」，「びわ湖毎日マラソン」，「大阪マラソン」，「統合」と類似しており，いずれも統合の事実を報じ，統合がもたらすインパクトや，認知に関する記事が確認できたことから，「統合に対する認知向上フレーム」と命名した．一方，ここでも読売新聞は，びわ湖毎日マラソンが大阪マラソンに「統合される」の表現を使用し，毎日新聞は，びわ湖毎日マラソンと大阪マラソンが「統合されて」という言葉を使用し，大阪マラソンに吸収合併されたような表現を避けていた．

続いて，読売新聞のクラスター２では，「コース」，「参加」，「ランナー」，「走る」の用語で構成された．これは毎日新聞のクラスター３で構成される「参加」，「ランナー」と類似しており，トップランナーと市民ランナーの融合，コースの難易度の緩和，参加者の規模に関連する記事が確認できたことから，「統合による魅力拡大フレーム」と命名した．

読売新聞のクラスター３では，「マラソン」，「記録」，「日本」の用語で構成された．これは毎日新聞のクラスター１で構成される「選手」，「記録」，「日本」と類似しており，日本記録という言葉を中心に，記録に関連する記事が多く確認できた．よって，大阪マラソンが求めていたものが記録であると推察されることから，「大阪マラソンの欲求フレーム」と命名した．

読売新聞のクラスター４では，「選手」，「レース」，「出場」，「代表」，「五輪」の用語で構成された．これは毎日新聞のクラスター２で構成される「MGC」，

「出場」，「五輪」，「走る」，「マラソン」，「優勝」，「2月」，「レース」，「コース」と類似しており，代表選考レースや五輪代表という言葉を中心に，競技力の向上やレースの格上げ，コース難の解消といった競技レベルに着目した記事が確認できたことから，「競技レベル向上フレーム」と命名した．

このように階層的クラスター分析では，頻出語が類似傾向にあったことから，クラスターの階層番号は異なるものの，両紙では全体的に共通した報道傾向にあることが分かった．主な傾向として設定したメディア・フレームから解釈すると，①統合に対する認知向上，②統合することでランナーの拡大や規模の拡大といった高まる魅力の説明，③これまでの大阪マラソンに足りなかった記録に対する欲求，④五輪や世界選手権の代表選考レースに出場するための資格を得ることで繋がる競技レベル向上にフォーカスされていることが明らかになった．

このことから，共催社の新聞報道は，統合時に発表された大阪マラソン組織委員会の第32回資料[2)]で示された，大会のグローバル化，世界の主要なマラソン大会になるための競技性を兼ね備えた市民マラソン，国内外に大阪の都市魅力を発信，市民ランナーにとって国内外のトップアスリートと一緒に走れる魅力，トップアスリートが記録と勝利をかけて繰り広げるレースを沿道観衆が間近に見て応援できる，ことを忠実に意識して発信されていると結論づけた．そして，報道傾向の類似点が多数確認できたことから，発信の際は，両紙である程度の意思疎通が図られていることも示唆される．

４．まとめ

ここまで，統合に関係が深いと考えられる読売新聞と毎日新聞の報道の傾向を読み取り，どのような意図をもって統合されたかを分析してきた．

統合に関する記事数の推移では，両紙ともに前向きではあるものの，毎日新聞の方が統合という言葉には強い意識があると捉えることができた．統合に対する読売新聞と毎日新聞の記事内容では，市民マラソンとエリートマラソンの融合を好意的に捉え，規模や知名度，競技レベルに対する期待感を報道し，国内屈指のマラソン大会になったことを発信していた．この背景には，アボット・ワールドマラソンメジャーズ（Abbott WMM）と呼ばれる世界で最も大規模な７つのマラソン大会の一つである東京マラソンを意識したものであると考えられる．

東京マラソンは，第１回大会（2007年）から約３万人の市民ランナーが参加する一方で，同時にエリートレースを併設し，世界選手権や五輪の代表選考会としての機能を早期に確立してきた．これに対し，大阪マラソンは2011年の創設以来，市民参加型を基盤とした大会であり，エリート部門は，びわ湖毎日マラソンとの統合（2022年）によって初めて新設された経

表３　読売新聞記事の階層的クラスター分類

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	2月（42），大会（143），統合（46），大阪（66），開催（48），統合大会（38），大阪マラソン（119），びわ湖毎日マラソン（99）	601
クラスター2	コース（40），参加（50），ランナー（48），走る（44）	182
クラスター3	マラソン（85），記録（61），日本（33）	179
クラスター4	選手（54），レース（45），出場（39），代表（36），五輪（33）	207

表４　毎日新聞記事の階層的クラスター分類

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	選手（110），記録（77），日本（65）	259
クラスター2	MGC（78），出場（49），五輪（48），走る（75），マラソン（160），優勝（70），2月（57），レース（88），コース（67）	692
クラスター3	参加（80），ランナー（54）	134
クラスター4	大会（215），開催（98），大阪（140），びわ湖毎日マラソン（158），大阪マラソン（111），統合（51）	773

緯がある．このような大会の成立に関わる構造的な違いが，統合に対する報道姿勢や語られ方の差として現れた可能性がある．

両紙の頻出語の比較では，共通する特徴的な用語として「日本」や，「記録」，「五輪」が挙げられ，読売新聞では「代表」，毎日新聞では「MGC」といった用語が挙げられた．これらの用語は，競技レベルの向上をアピールしていることを明らかにするものであったと言える．続いて，階層的クラスター分析の比較とメディア・フレームの設定においては，両紙の報道傾向が類似し，統合時に発表された大阪マラソン組織委員会の意向を汲んだ報道がなされていた．これは，両社ともに共催になっていることから統合に関する批判ができないというバイアスがあったのではないかと推察される．

また，報道傾向は類似しているものの，統合する側である読売新聞と統合される側の毎日新聞では，統合に対する言葉の捉え方に差があることも確認できた．これは，びわ湖毎日マラソンや旧福岡国際マラソンが相次いで統合・廃止されたことにより，従来型であった単独でのエリートマラソンの存続が難しくなっている状況が示された一方で，市民参加型を基盤とする都市型マラソンの存在感の高まりが，国内エリートマラソンの構造に変化を及ぼしたのではないかと考えられる．

以上のことから，本研究において読売新聞と毎日新聞の報道から統合は，①統合に対する認知向上，②統合することによる魅力の高まり，③記録に対する欲求，④競技レベル向上に着目し発表されていることが明らかになった．

他方で，同一組織ではあるものの，役割が異なる大阪マラソンの共催である読売新聞社と毎日新聞社，報道機関として捉える両新聞社の報道を，どこまで関連づけるかという点に関しては課題が残るが，希薄な関係性でないことは自明視される．今後は，これらの関係性についてそれぞれの立場からの検証が必要であると考えられる．

利益相反

本研究に関する開示すべき利益相反状態はない．

参考・引用文献

1) 大阪マラソン　世界照準「びわ湖毎日」と統合；読売新聞（大阪）2020年12月26日.
2) 第32回大阪マラソン組織委員会資料，2020年12月25日. https://www.osaka-marathon.com/2025/info/history/pdf/material32.pdf（閲覧日2025年2月1日）
3) 第33回大阪マラソン組織委員会資料，2021年7月13日. https://www.osaka-marathon.com/2025/info/history/pdf/material33.pdf（閲覧日2025年2月1日）
4) 大阪マラソン2023（第11回大阪マラソン）共同調査報告書（2023）読売新聞社，関西大学，p7.
5) 大阪マラソン2024（第12回大阪マラソン）共同調査報告書（2024）読売新聞社，関西大学，p38.
6) 大阪マラソン2025（第13回大阪マラソン）共同調査報告書（2025）読売新聞社，関西大学：p18.
7) 橋爪紳也，杉本厚夫：大阪マラソンの挑戦，創文企画，東京，2022，158-159.
8) 久保賢志，津吉哲士，大嶋康弘（2026）組織のキーパーソンから見たエリートマラソンの市民化に対する一考察―びわ湖毎日マラソンと大阪マラソンの統合を事例に―：ランニング学研究36（2）：(印刷中)
9) 藤森崇浩，小山真紀，清野純史（2014）災害報道からの個人属性別の状況の抽出―東日本大震災の全国紙と地方紙のテキストマイニングから―:地域安全学会論集23：p55-64.
10) 加藤宏紀，能島暢呂，小山真紀ほか（2019）2016年熊本地震におけるライフライン被害に関する新聞報道のテキストマイニング―地方紙と全国紙の比較―：土木学会論文集（構造・地震工学）75（4）：443-453.
11) 白石恵那（2020）マス・メディアにおける「発達障害」言説―『朝日新聞』を対象とする「発達障害」を含む記事の計量テキスト分析―：東京大学大学院教育学研究科紀要60：p313-323.
12) 柳瀬公（2021）計量テキスト分析によるメディア・フレームの探索的検討―放射性セシウム汚染牛問題の新聞記事を通して―：社会情報学1（2）：p61-76.
13) 森津千尋（2022）2020年オリンピック東京大会におけるスポンサーシップと新聞報道：スポーツ社会学研究30（2）：p85-99.
14) 清宮孝文，木村駿介（2023）プロスポーツチームにおけるステークホルダーとの関係性―新聞記事のテキストマイニングから―：静岡産業大学論集8（1）：p61-67.
15) 久保賢志，杉本厚夫（2017）高校スポーツにおける教育とビジネスの葛藤―新聞記事の内容分析から―：スポーツ産業学研究28（2）：p177-187.
16) 2時間7分台以下5人　招待選手　大阪マラソン　27日号砲；読売新聞（大阪）2022年2月8日.
17) 大阪マラソン　力試しの場　共に走る　川内選手　熱い応援心待ち；読売新聞2023年2月25日.
18) 大阪マラソン2022　伝統と融合　走り出す　27日号砲；読売新聞2022年2月20日.
19)「びわ湖毎日」「大阪」統合　22年に　最上位マラソン目指す；毎日新聞（東京）2020年12月26日.
20)「びわ湖」更なる高みへ　大阪マラソンと統合　大規模，高速化の流れ；毎日新聞（東京）2020年12月26日.
21) 第76回びわ湖毎日マラソン　湖畔の歴史に錦　来年，大阪マラソンと統合；毎日新聞（東京）2021年3月1日.