

**女性の市民マラソンブームに関する考察**  
—女性の社会進出・思考の変化に着目して—  
**The boom of female city runner**  
**Focusing on the women's participation in society and the change of their thoughts**  
1K10C133-0 菊川 葉

主査 石井昌幸 先生

副査 武藤泰明 先生

**【はじめに】**

現代の女性の生活にとって市民マラソンは、サイクリングや登山、テニス、ゴルフ等に続く「趣味としてのスポーツ」の中の一つとして消費されている。人文的な分野の市民マラソン研究は先行して進んでいるが、このような視点での研究は欠落している。そして、健康維持のための手段として行う「走る」という行為の観点では先行研究されているが、楽しむためのものとしての「マラソン」という着目はほとんどない。そこで、本研究は現代の市民マラソンブームを「女性の社会進出による趣味・思考の変化」という視点を加え、考察することにより「市民マラソンブーム」の意味を明らかにしていく。

**【考察】**

**第1章 市民マラソンの歴史**

健康のためという理由から市民が始めたマラソンであったが、それだけではなく、多くの理由が重なり、ここまでの大きなブーム、社会現象として市民マラソンブームは変化を遂げた。このブームは男性だけに留まることなく、女性にまでも人気を集め、今なおその市場は成長を続けている。

男性・女性では同じ目的を持ちマラソンを行う人もいれば、男性特有、女性特有の目的を持つ場合もある。特に近年では、幅広い視野で趣味を楽しむ女性が増えてきており、その中でも市民マラソンは、一人で行えるかつ、安価に続けられる気軽さや、ファッション性のあるマラソングッズも多いことからおしゃれを楽しむ女性から人気を集めている。

しかし、市民マラソンの人気が高まる半面普段から行うマラソンやマラソン大会を行うに当たり引き起こる社会的な問題も絶えない。一人で行えることや一度に多くの市民が参加出来る等のマラソンの良さが問題を引き起こす理由にもなっている。

今後は行政や大会の運営側だけではなくランナー一人一人も、マラソンを楽しめる環境づくりを行っていかねばならない。

**第2章 女性ランナーの走る環境**

有名女性タレント・モデル等の中でもマラソンブームは浸透している。マラソンブームを先行する女性有名人は20代後半から40代前半の人が中心となっている。中

には3時間前半のタイムを保持している人もいる。有名人に絞ってみてみると独身女性が多く、比較的、経済的・時間的余裕のある女性が市民マラソンに参加していると考えられる。婚期が遅くなっていることもあり、同じような一般人女性も多い。仕事と趣味を両立し、楽しんでいる有名人に憧れを持つ女性も少なくない。

また、女性アスリートの活躍も市民マラソンブームにつながると考えられる。「なでしこジャパン」でお馴染みの女子サッカーの活躍や女子プロ野球リーグが出来る等、今まで男子のスポーツとしての認識が強かったスポーツでの女性の活躍がみられる。女性アスリートの活躍に刺激され、敢えて辛い「マラソン」というスポーツを選び行うとも考えられる。

女性スポーツがメディアで取り上げられる機会が増えればスポーツに参加する女性は今後も増加していくであろう。

**第3章 女性の市民マラソンブームの社会的背景**

女性が家事を行うという社会的認識は1970年代頃から始まり、男女平等を謳っている現代でもその考えは抜け切れていない。その一方で専業主婦ではなく、外に出て働く女性が増えてきている。女性が外で働くようになった要因として考えられるのは女性の高学歴化である。外での仕事に加え、家庭内の仕事も加わるため女性への身体の負担は大きい。そこで健康面への影響を心配する人も少なくない。食生活が崩れることや運動不足も重なり体調を崩す女性は後を絶たない。このような理由から、時間帯も関係なく、隙間時間に気軽に行えるマラソンを始める女性が増えたと考えることが出来る。女性は出産等のライフイベントも控えていることもあり、男性よりも身体に対する気遣いが必要となる。マラソンが女性に人気な理由は女性の社会進出が大きく関係している。

**【終わりに】**

女性が市民マラソンに参加することは多くの条件が重なり、メリットも多いことが理由だと考えられる。また、女性が趣味に投資する金額が増える程、日本の経済効果が高まると言える。国や自治体、企業に良い影響をもたらす女性の市民マラソンブームは今後も成長を続けていくことが期待出来る。