

2011年1月31日

調査研究グループ：

「奈良マラソン」調査研究プロジェクトチーム

リサーチ実施者：

同志社大学スポーツ健康科学部スポーツ・マーケティング研究室

【速報】「奈良マラソン2010」参加者調査研究レポート

本レポートは、2010年12月5日に開催された都市型市民マラソン「奈良マラソン2010」において実施した参加者調査研究の速報である。大学の研究者4名と奈良マラソン2010実行委員会事務局の実務家4名で調査研究グループを結成した。リサーチは、同志社大学スポーツ健康科学部の二宮浩彰ゼミ学生5名が中心となって行った。質問紙調査によって収集した有効標本数は3,236票であった。



【調査研究の結果概要】

- ☑ ランニング歴10年以上のベテランが3割以上、1年未満の初心者は1割程度
- ☑ フルマラソンの初参加者は約3割
- ☑ 使用シューズは「アシックス」5割、「ミズノ」2割、「ナイキ」「アディダス」1割程度
- ☑ ランニングの情報源は「ウェブサイト」「ランニング雑誌」
- ☑ 奈良マラソン2010の情報源は「ウェブサイト」「友人・知人・家族」
- ☑ 奈良のイメージは「歴史的建造物がある」「観光スポットがある」「美しい風景がある」
- ☑ 「第1回大会だから」という理由で参加した人が7割以上
- ☑ 奈良マラソン第2回大会には4分の3以上が参加予定
- ☑ 奈良マラソン参加準備として支出した平均金額は約1万5千円

【 調査概要 】

1. 調査目的：

本調査は、「奈良マラソン 2010」参加者を対象として、ランニング活動、マラソン参加、奈良のイメージ、などについて調査することによって、スポーツ参加者の行動様式を明らかにすることを目的としている。調査研究の成果については、よりよい大会運営のための基礎資料として役立てるとともに、奈良県の観光振興にとっての一助となることを目指している。
2. 調査内容：
 - 1) ランニング活動：ランニング歴、フルマラソン経験の有無、月間平均走行距離、月間平均走行頻度、使用シューズのメーカー名、ランニングクラブへの所属の有無、ランニング・奈良マラソンに関する情報源
 - 2) デスティネーション・イメージ：旅行目的地としての奈良に対するイメージ（「美しい風景がある」「過ごしやすい気候である」「歴史的建造物がある」「観光スポットがある」「特産品がある」「知見を広める機会である」「商業が栄えている」など、25項目）
 - 3) ランニング関与：ランニング活動への関与度（「ランニングをすることは、もっとも満足が得られるレジャー活動である」「ランニングをすることは、自分にとってたいへん重要である」など、9項目）
 - 4) 奈良マラソン参加：参加理由、第2回奈良マラソンの参加予定、奈良マラソンと一緒に来た人、マラソン参加者を除く同伴者の人数
 - 5) 奈良マラソン参加にあたっての支出：奈良マラソン前の準備、交通手段・交通費、宿泊日数・宿泊費、食事回数・食費、土産個数・土産代
 - 6) サプリメント摂取：サプリメント補給の有無・頻度、奈良マラソン参加時のサプリメント補給の有無
 - 7) 自由記述：奈良マラソンに期待することについて
3. 調査対象：

奈良マラソン 2010 のフルマラソン（42.195km）参加者
4. 調査期間：

2010年11月6日～12月5日
5. 調査方法：
 - 1) 郵送法による質問紙調査：奈良マラソン実行委員会より参加者に送付される資料に調査票を同封し、大会前日の受付時に記入済調査票を回収
 - 2) 大会会場での質問紙調査：上記以外の参加者に対して、受付および大会当日に調査協力を依頼し、その場で記入した調査票を回収
6. 回収結果：

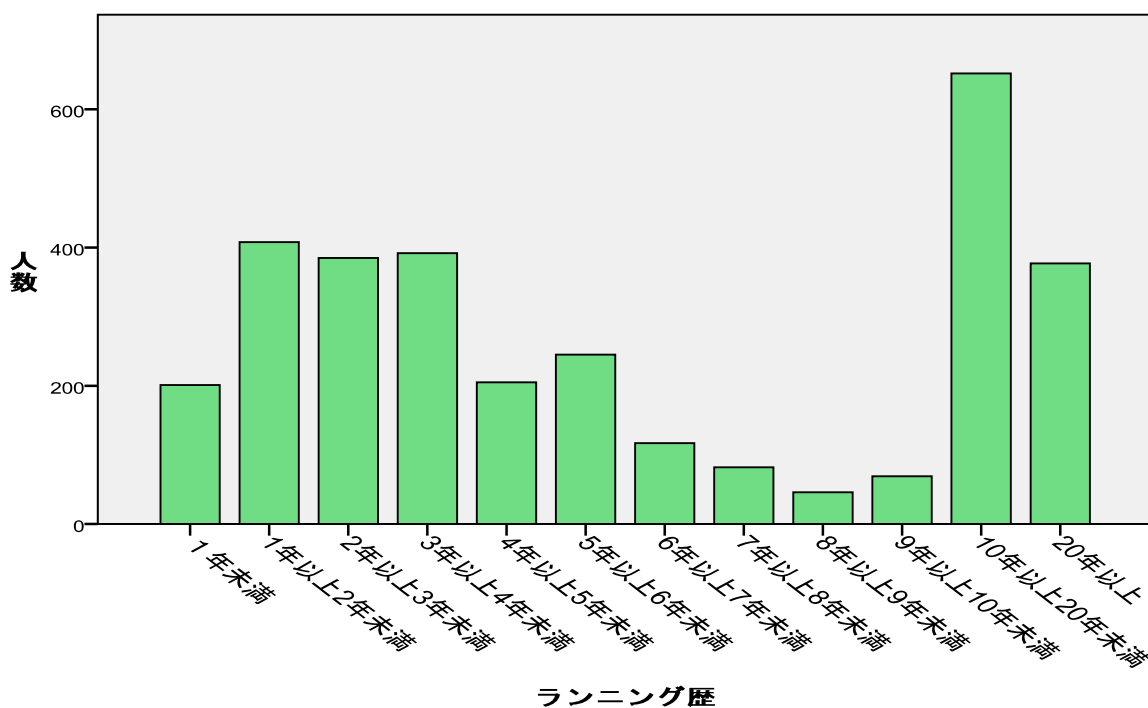
有効標本数：3,236票（男性 79%、女性 21%）

結果 1. ランニング歴

ランニングを始めて1年未満の初心者ランナーが6.3%、10年以上のベテランランナーが32.4%であった。また、1年以上2年未満が12.8%、2年以上3年未満が12.1%、3年以上4年未満が12.3%となっており、それぞれ大きい割合を占めている。

ランニング歴

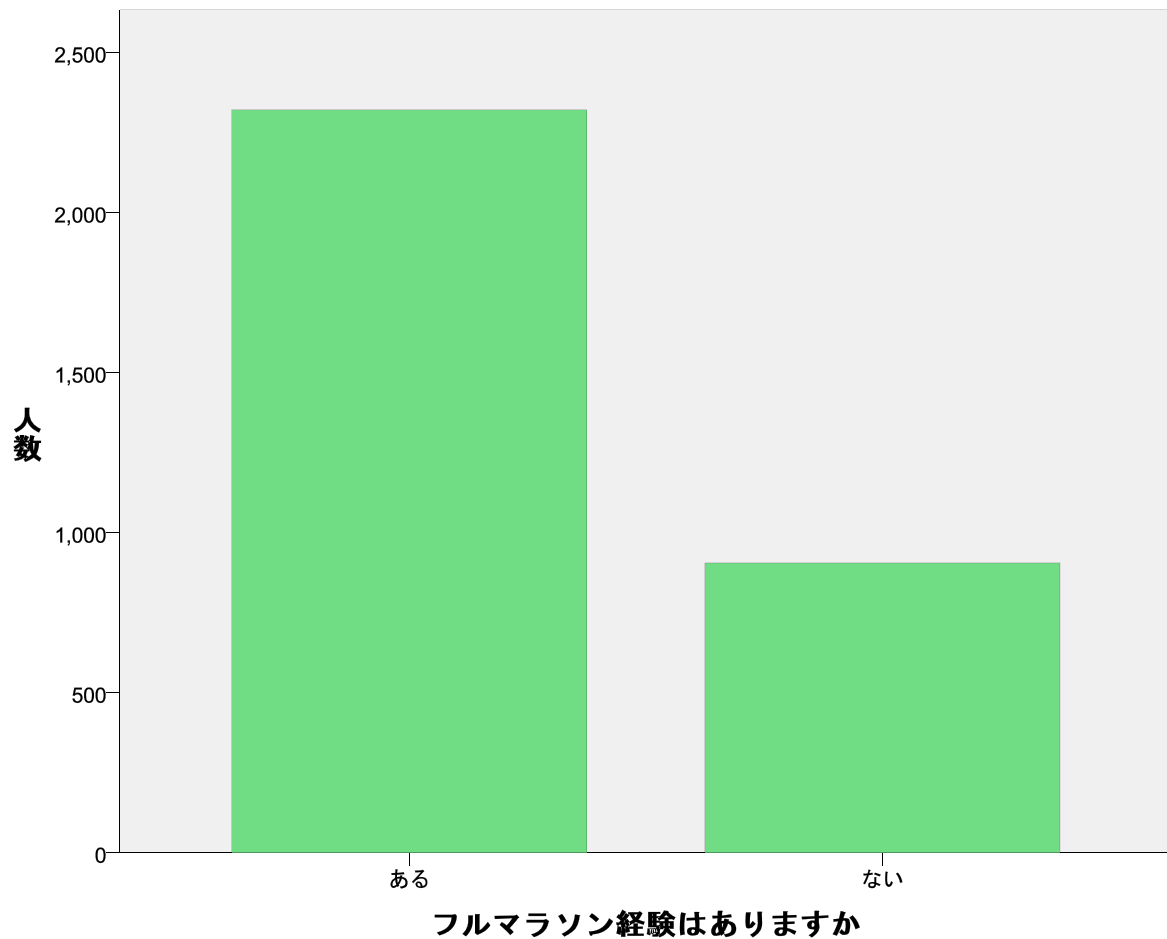
	度数	有効パーセント	累積パーセント
1年未満	201	6.3	6.3
1年以上2年未満	408	12.8	19.2
2年以上3年未満	385	12.1	31.3
3年以上4年未満	392	12.3	43.6
4年以上5年未満	205	6.4	50.0
5年以上6年未満	245	7.7	57.8
6年以上7年未満	117	3.7	61.4
7年以上8年未満	82	2.6	64.0
8年以上9年未満	46	1.4	65.5
9年以上10年未満	69	2.2	67.6
10年以上20年未満	652	20.5	88.1
20年以上	377	11.9	100.0
合計	3179	100.0	



結果2. フルマラソン経験

フルマラソンの経験がある人は72.0%で、経験のない人は28.0%であった。マラソン初参加という人の割合が約3割となり、ランニングブームによって取り組んでいる人の参加が見受けられる。

	度数	有効パーセント	累積パーセント
ある	2320	72.0	72.0
ない	904	28.0	100.0
合計	3224	100.0	

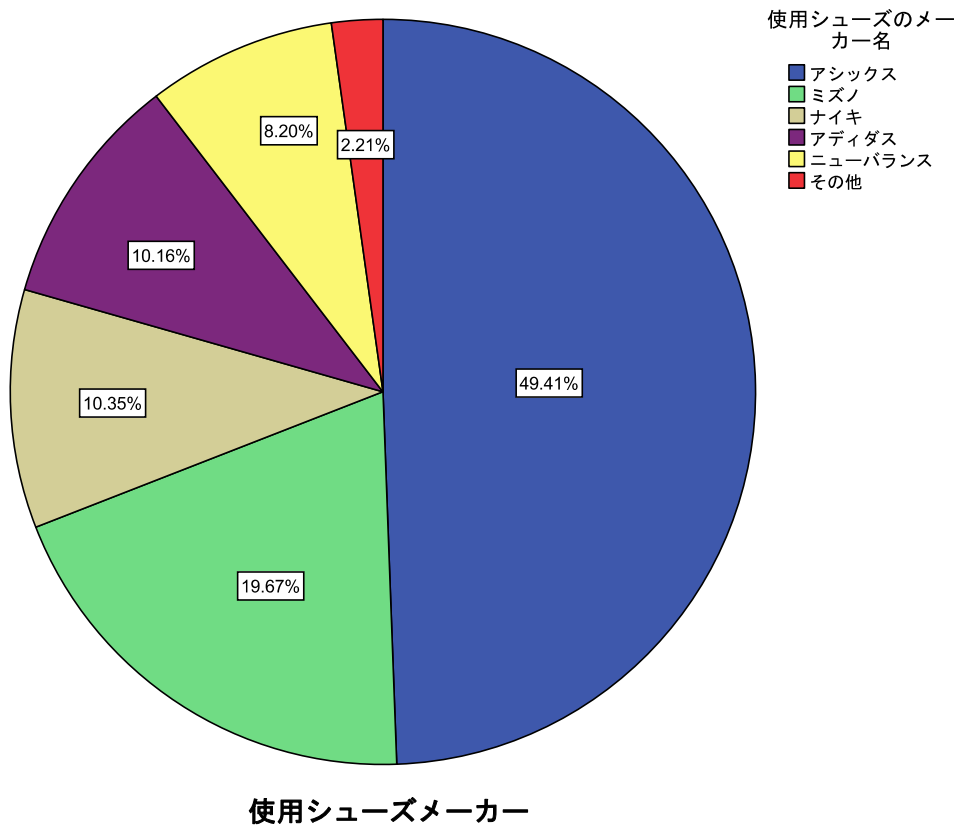


結果3. 使用シューズメーカー

マラソン参加者が使用するシューズは、アシックスが49.4%と約半数を占め、続いて、ミズノが19.7%、ナイキが10.3%、アディダス10.2%となっている。今大会のスポンサーであるアシックスが他を大きく引き離れた形となった。

使用シューズのメーカー名

	度数	有効パーセント	累積パーセント
アシックス	1542	49.4	49.4
ミズノ	614	19.7	69.1
ナイキ	323	10.3	79.4
アディダス	317	10.2	89.6
ニューバランス	256	8.2	97.8
その他	69	2.2	100.0
合計	3121	100.0	

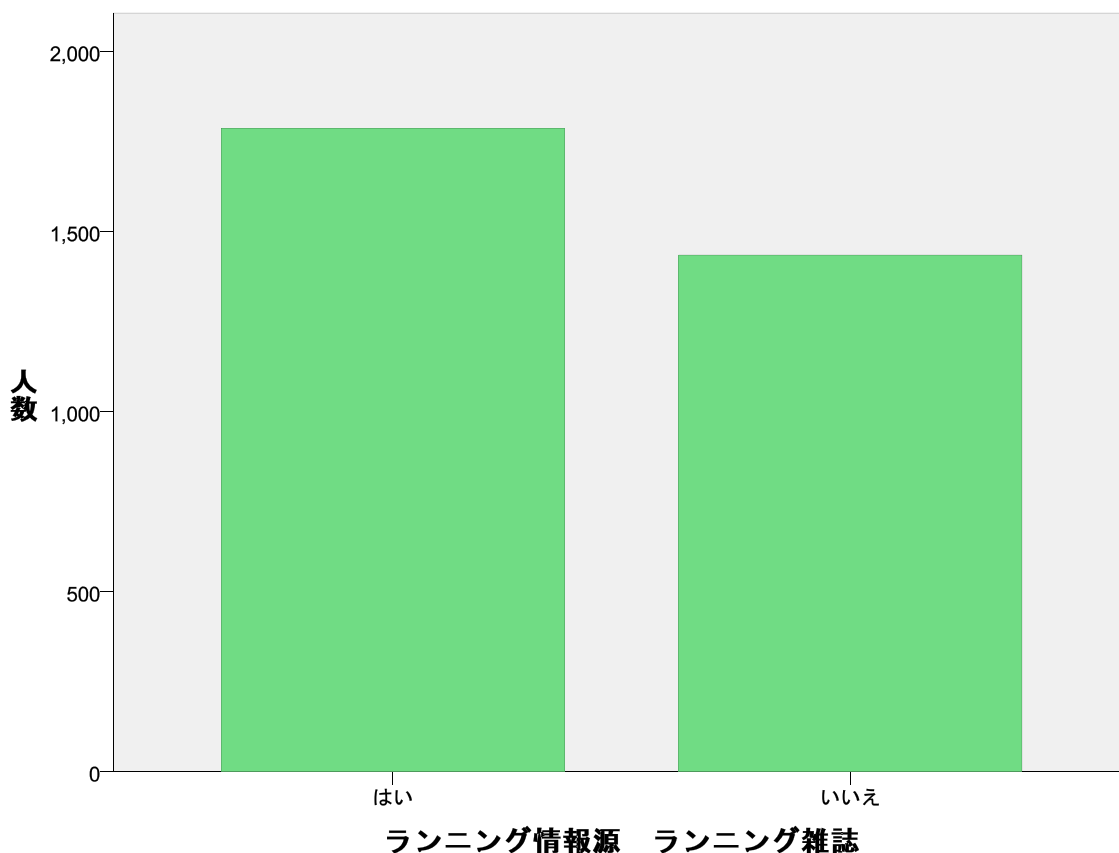


結果4. ランニングに関する情報源

ランニングに関する情報源（新聞、スポーツ新聞、テレビ番組、一般の雑誌、ランニング雑誌、ランニング書籍、友人・知人・家族、指導者・コーチ、ウェブサイト、携帯電話情報サイト、その他）についての複数回答による結果である。もっともポイント数が高かったのは「ウェブサイト」で61.3%、続いて「ランニング雑誌」が55.5%、「友人・知人・家族」が42.8%であった。半数以上の参加者が、ランニングに関する情報をウェブサイトとランニング雑誌から得ている。ランニング雑誌にはいくつかの種類があり、それぞれがウェブサイトも開設しているので、どちらも並行して利用しているランナーが多いと考えられる。各スポーツ用品メーカーもランナー向けウェブサイトを開設しているところが多く、ウェブ上の情報は豊富である。

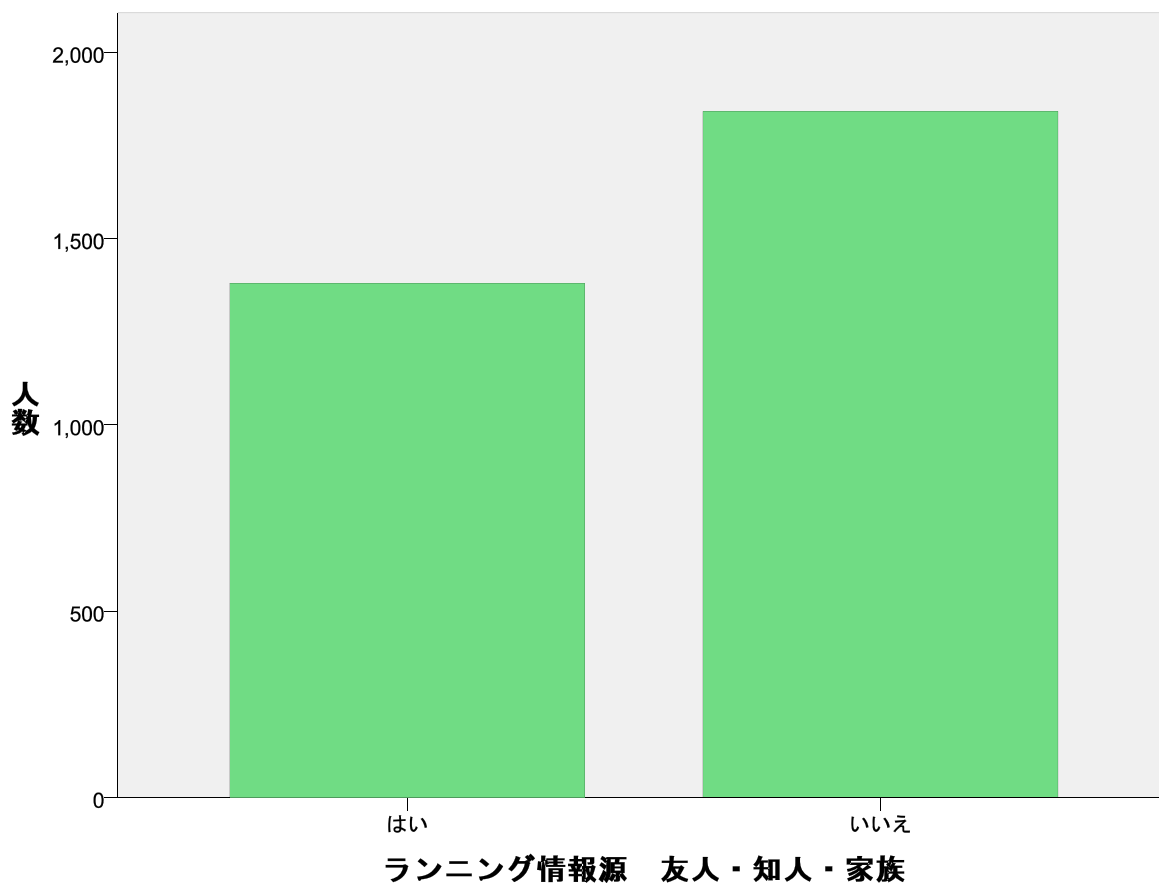
ランニング情報源：ランニング雑誌

	度数	有効パーセント	累積パーセント
はい	1786	55.5	55.5
いいえ	1434	44.5	100.0
合計	3220	100.0	



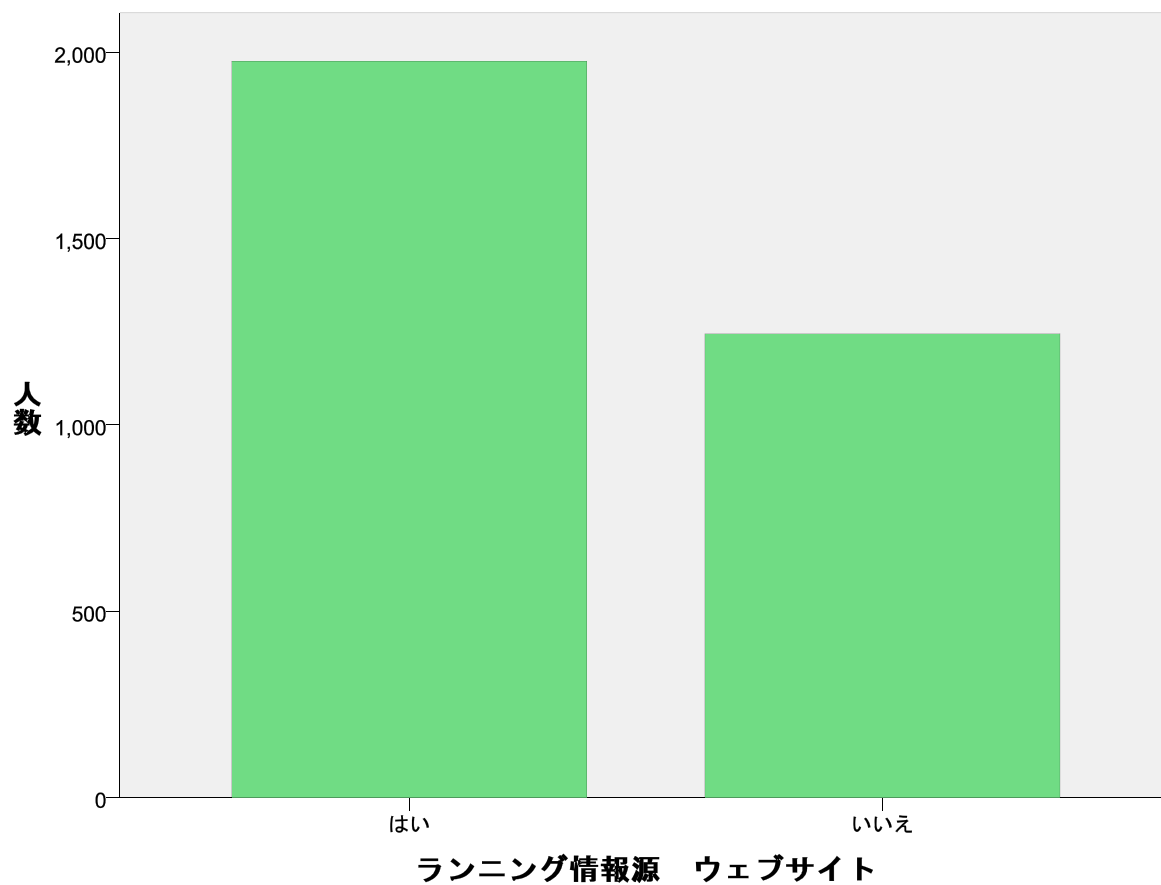
ランニング情報源 友人・知人・家族

		度数	有効パーセント	累積パーセント
有効	はい	1380	42.8	42.8
	いいえ	1841	57.2	100.0
	合計	3221	100.0	



ランニング情報源 ウェブサイト

	度数	有効パーセント	累積パーセント
はい	1976	61.3	61.3
いいえ	1245	38.7	100.0
合計	3221	100.0	

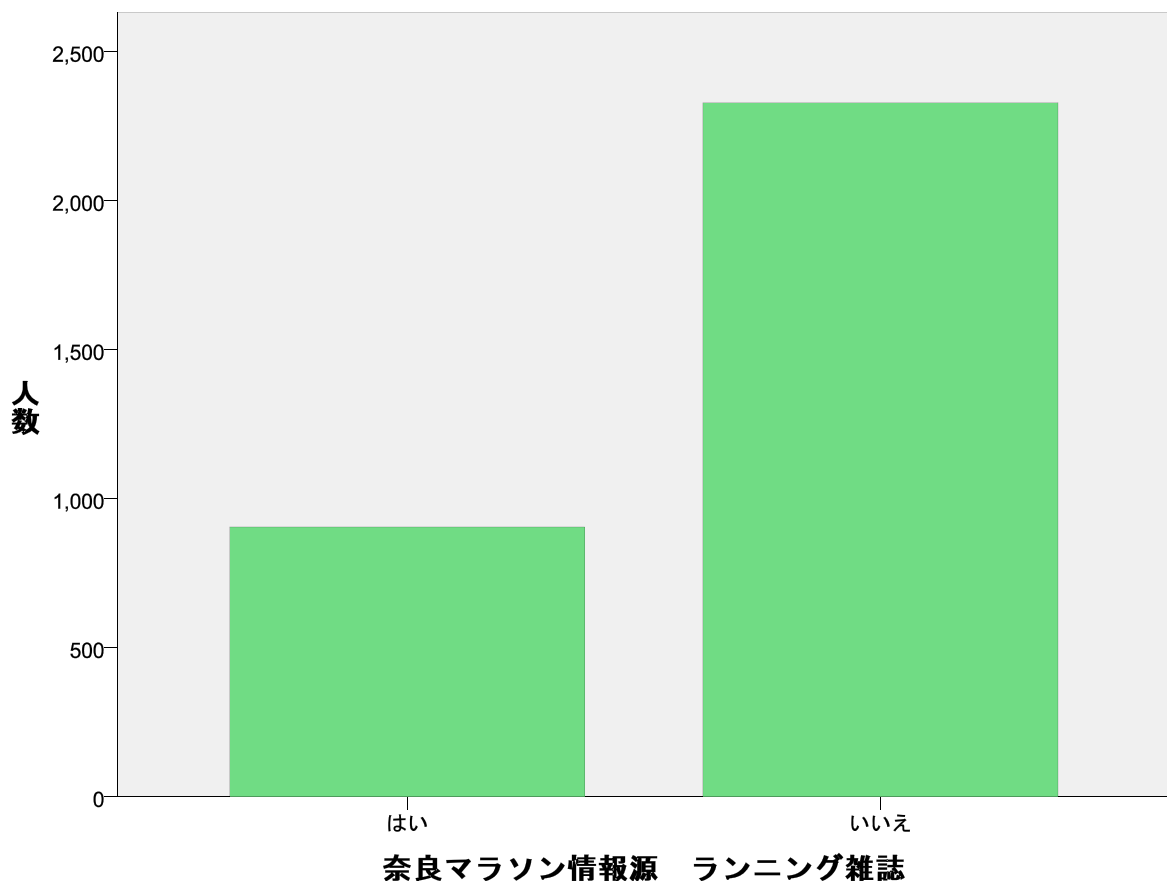


結果5. 奈良マラソンに関する情報源

奈良マラソンに関する情報源（新聞、スポーツ新聞、テレビ番組、一般の雑誌、ランニング雑誌、ランニング書籍、友人・知人・家族、指導者・コーチ、ウェブサイト、携帯電話情報サイト、その他）についての複数回答による結果である。「ウェブサイト」がもっとも多く51.4%であった。「ランニング雑誌」は28.0%にとどまったが、「友人・知人・家族」は44.1%と高かった。また、「その他」と回答したなかには、「他のマラソン大会で知った」という人が見受けられた。

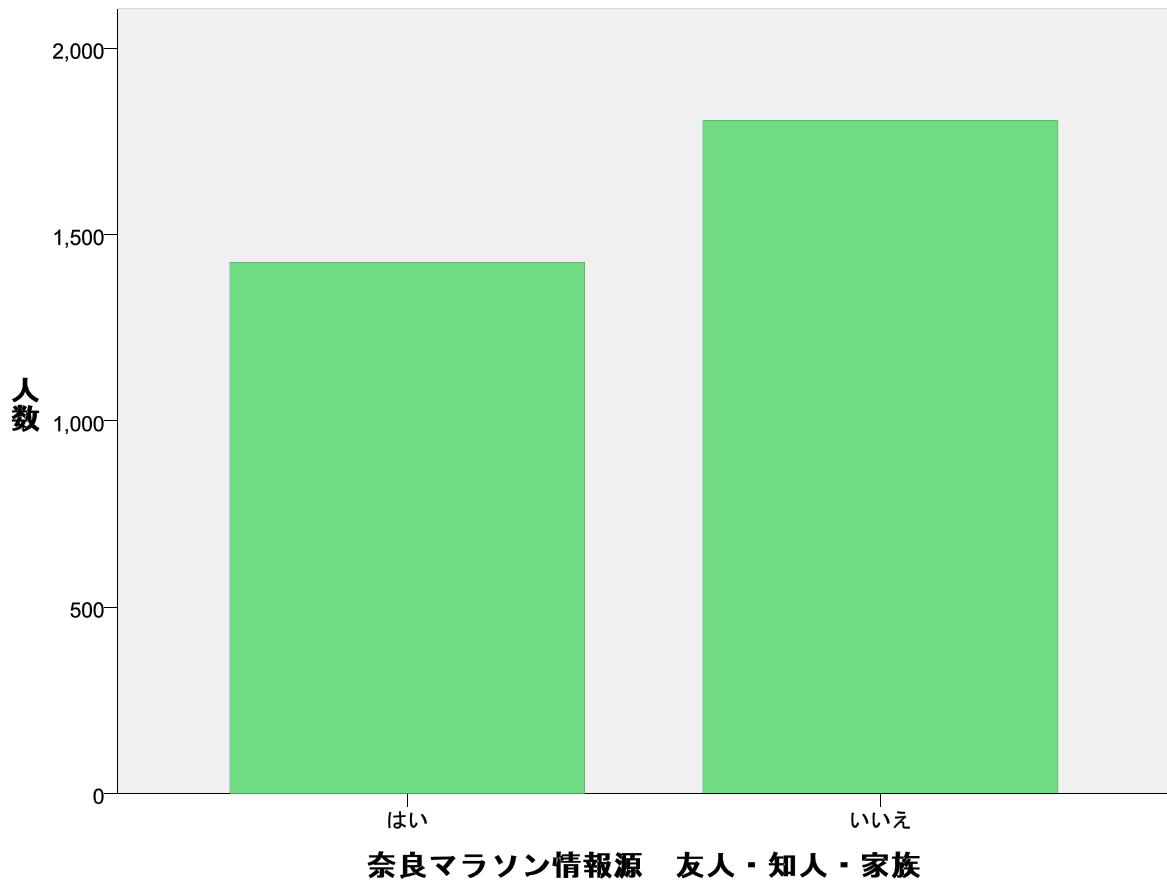
奈良マラソン情報源 ランニング雑誌

	度数	有効パーセント	累積パーセント
はい	904	28.0	28.0
いいえ	2328	72.0	100.0
合計	3232	100.0	



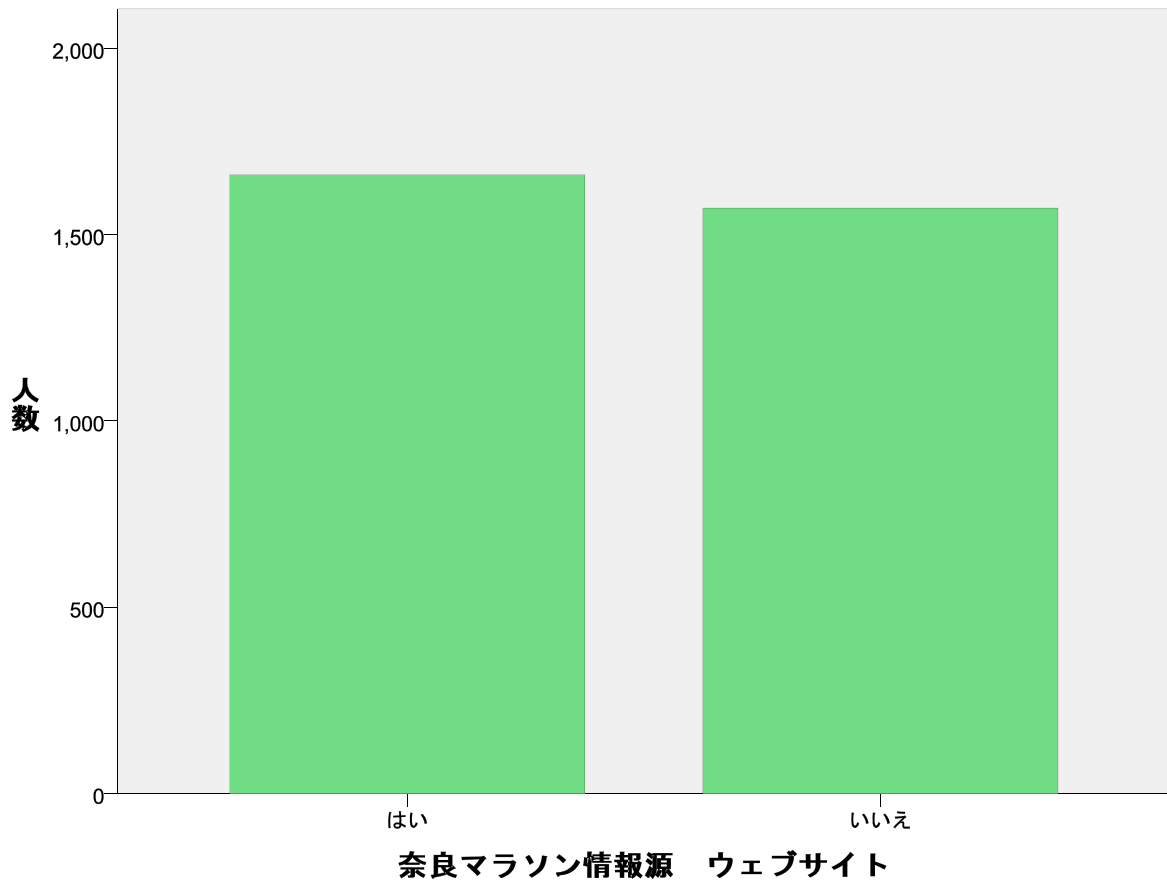
奈良マラソン情報源 友人・知人・家族

	度数	有効パーセント	累積パーセント
はい	1426	44.1	44.1
いいえ	1806	55.9	100.0
合計	3232	100.0	



奈良マラソン情報源 ウェブサイト

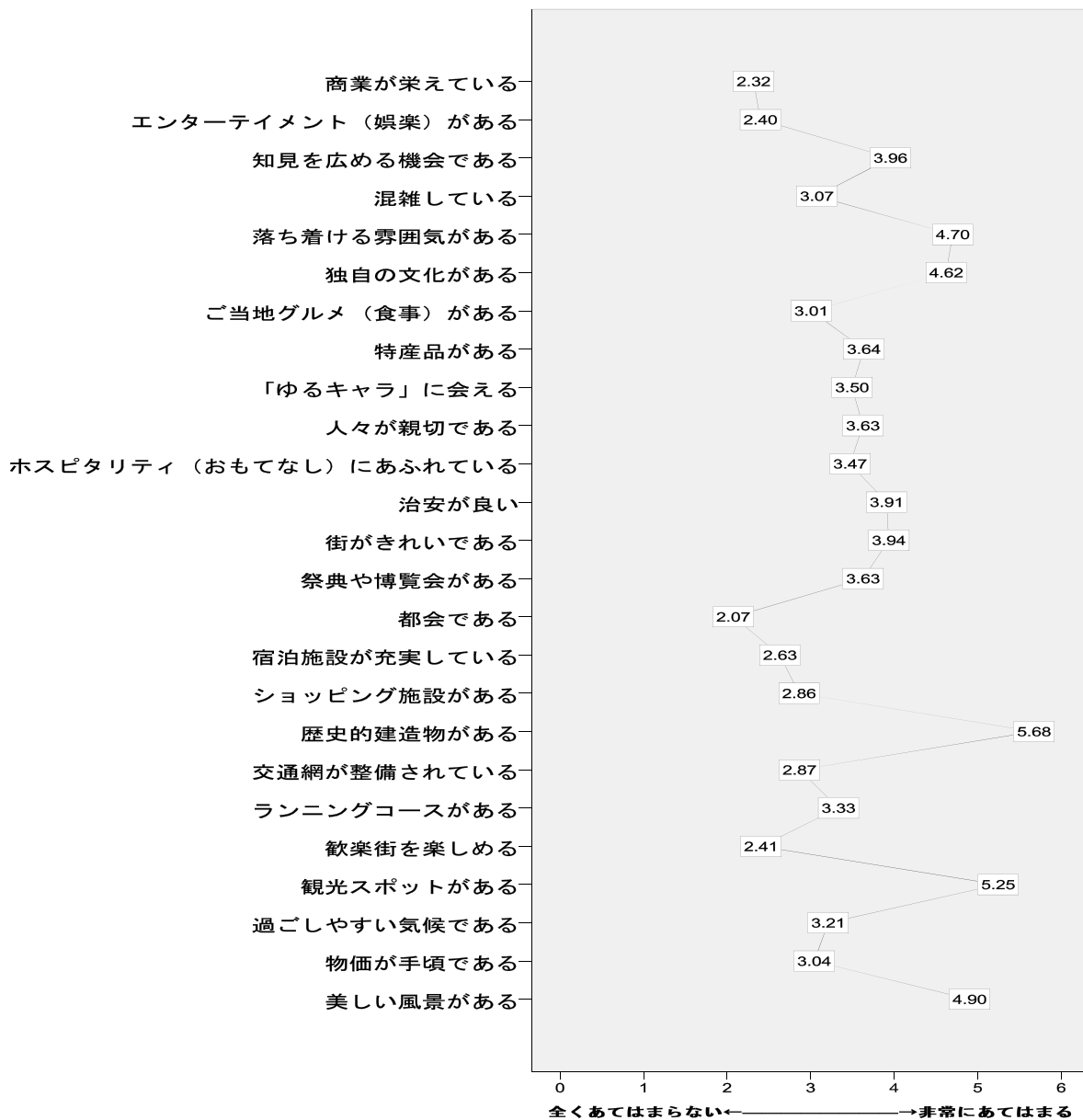
	度数	有効パーセント	累積パーセント
はい	1661	51.4	51.4
いいえ	1571	48.6	100.0
合計	3232	100.0	



結果6. デスティネーション・イメージ

奈良に関するイメージに対して、「全く当てはまらない」(0点)から「非常に当てはまる」(6点)までの7段階の評定尺度を用いて分析した。旅行目的地としての奈良に対するイメージの平均値は、「歴史的建造物がある」(5.68)、「観光スポットがある」(5.25)、「美しい風景がある」(4.90)、「落ち着いた雰囲気がある」(4.70)、「独自の文化がある」(4.62)で、観光地としての特長的な項目についての評価が高くなった。しかし一方で、「宿泊施設が充実している」(2.63)の評価は低く、宿泊施設が不足している印象をもたれている結果となった。その他に評価が低かったのは、「都会である」(2.07)、「商業が栄えている」(2.32)、「エンターテインメント(娯楽)がある」(2.40)、「歓楽街を楽しめる」(2.41)であり、奈良には派手な行楽地のイメージはもたれていないことが分かる。以上のことから、奈良に対しては、にぎやかで都会的なイメージよりも、古風で落ち着いたイメージを持つ人が多いことが読み取れる。

デスティネーション・イメージ



結果7. 参加理由

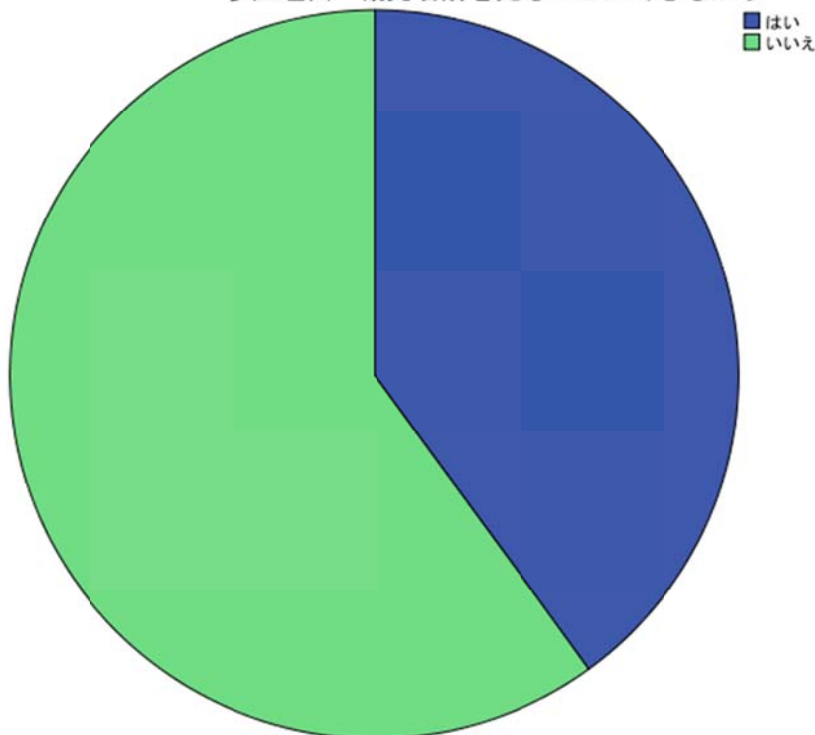
奈良マラソンに参加した理由についての複数回答の結果である。参加理由としてもっとも高い割合を示したのは、「第1回大会だから」(71.3%)であった。続いて「観光名所を走ることができるから」(40.0%)であったが、先の結果で「歴史的建造物がある」というテストレーション・イメージの調査項目の評価が高かったわりには低い割合となった。

また、「記録が出しやすそうだから」(1.1%)という理由が非常に低い割合となった。これは、今回の奈良マラソンが、起伏の激しいコース設定だったためであろう。第2回大会以降も多くの参加者を募るためには、第1回大会の評価を踏まえて、人気の高い観光名所を組み込んだコースを設定する必要があるだろう。

参加理由 観光名所を走ることができるから

	度数	有効パーセント	累積パーセント
はい	1288	40.0	40.0
いいえ	1931	60.0	100.0
合計	3219	100.0	

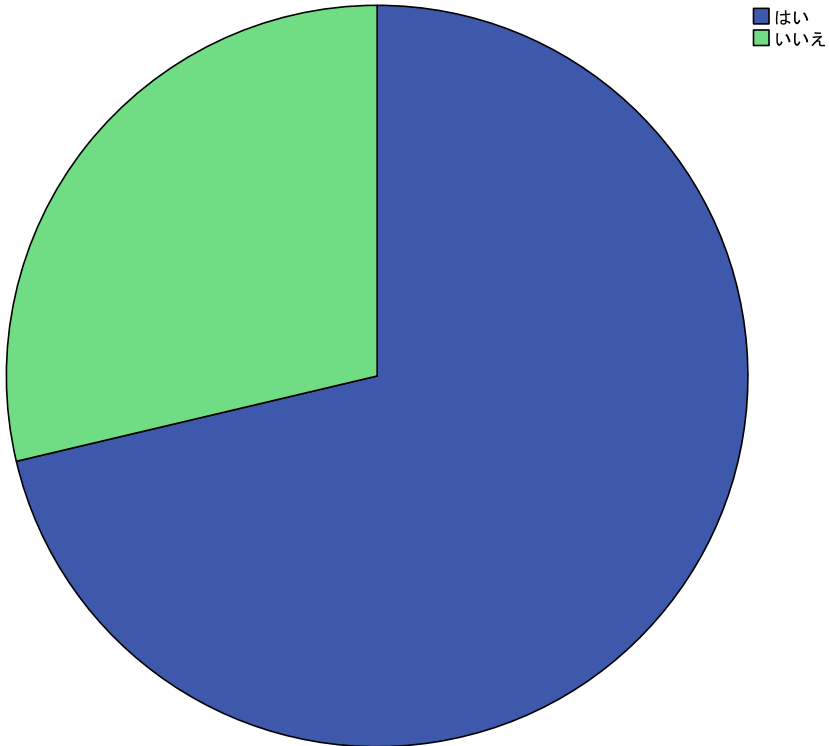
参加理由 観光名所を走ることができるから



参加理由 第1回大会だから

	度数	有効パーセント	累積パーセント
はい	2296	71.3	71.3
いいえ	924	28.7	100.0
合計	3220	100.0	

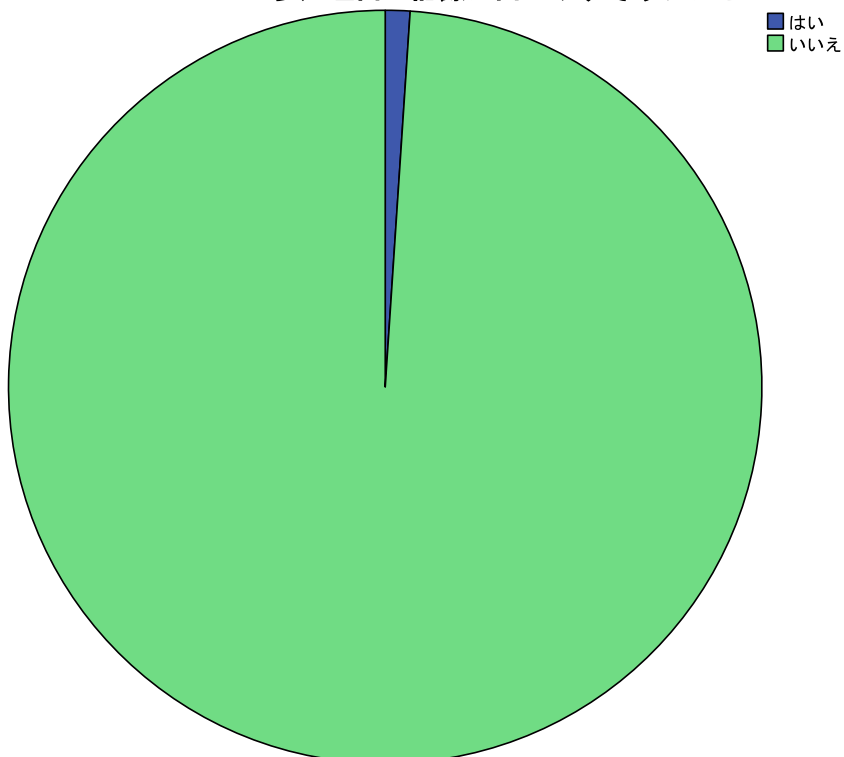
参加理由 第1回大会だから



参加理由 記録が出しやすそうだから

	度数	有効パーセント	累積パーセント
はい	34	1.1	1.1
いいえ	3186	98.9	100.0
合計	3220	100.0	

参加理由 記録が出しやすそうだから



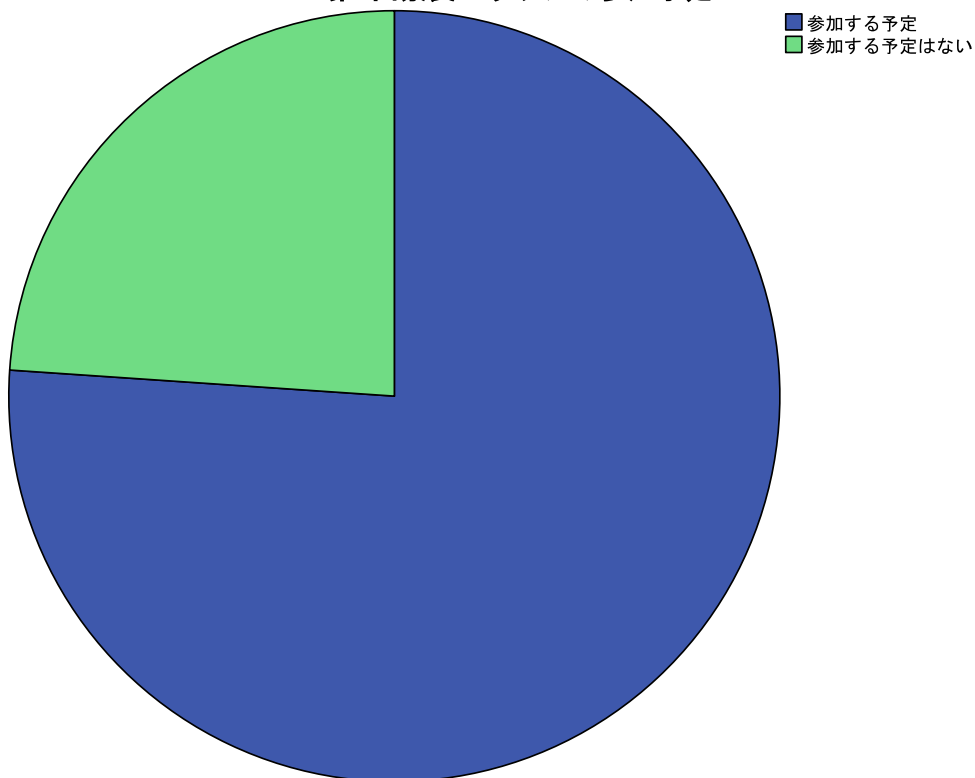
結果8. 参加予定

第2回奈良マラソンの参加予定については、「参加する予定」が76.1%となり、4分の3以上のランナーが次回の大会参加を考えていることが分かった。このことから、第2回大会には多数のリピーターの参加が予想されるので、第1回大会とは異なるイベントの実施など、ランナーを飽きさせないイベントの工夫が必要とされるであろう。ただし、この調査は大会前に実施されたことがあり、「実際に走ってみてから次回の参加を決める。」という回答者の声があった。

第2回奈良マラソンの参加予定

	度数	有効パーセント	累積パーセント
参加する予定	2322	76.1	76.1
参加する予定はない	730	23.9	100.0
合計	3052	100.0	

第2回奈良マラソンの参加予定



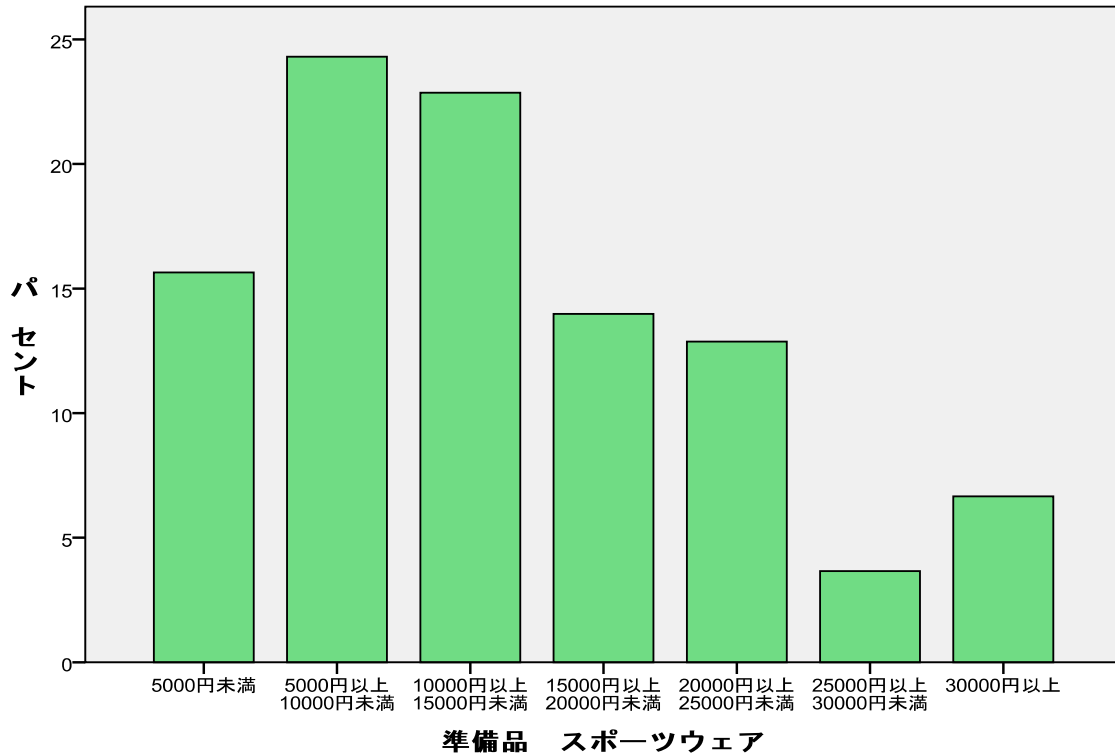
結果9-1. 準備品：スポーツウェア

奈良マラソンに参加するにあたり大会前の準備として、スポーツウェアを購入した際の支出額についての結果である。もっとも多かったのは、「5,000 円以上 10,000 円未満」で 24.3%、次いで「10,000 円以上 15,000 円未満」が 22.9%であった。ランニング用ウェアは多機能化しており、1 着 10000 円以上の高額の商品が多いことから支出額が高くなっているであろう。

準備品 スポーツウェア

	度数	有効パーセント	累積パーセント
5000円未満	141	15.6	15.6
5000円以上10000円未満	219	24.3	40.0
10000円以上15000円未満	206	22.9	62.8
15000円以上20000円未満	126	14.0	76.8
20000円以上25000円未満	116	12.9	89.7
25000円以上30000円未満	33	3.7	93.3
30000円以上	60	6.7	100.0
合計	901	100.0	

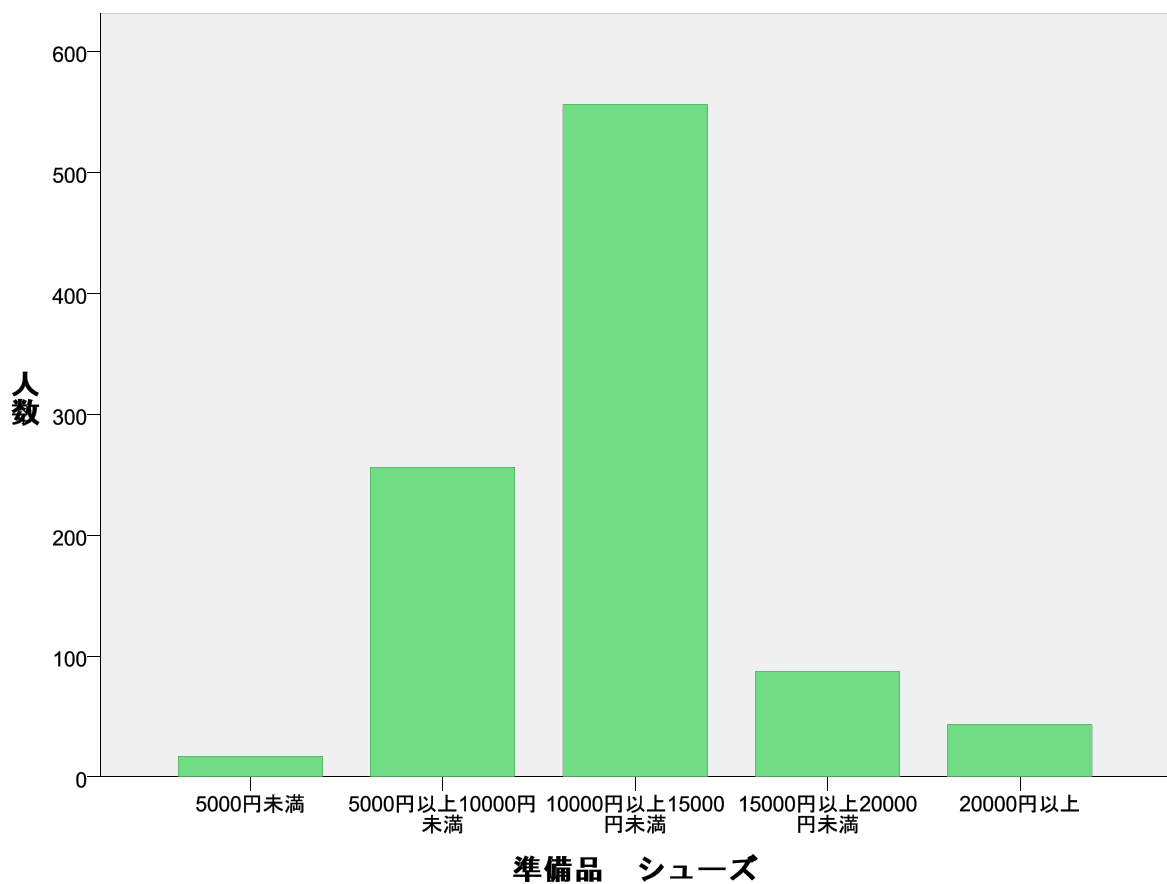
準備品 スポーツウェア



結果9-2. 準備品：シューズ

シューズを購入した際の支出額については、もっとも多かったのは「10,000 円以上 15,000 円未満」で 58.0%であった。また、「15,000 円以上」の高額な支出をした人の割合は 13.6%となっており、マラソンの準備としてシューズは重要視されていることが分かる。

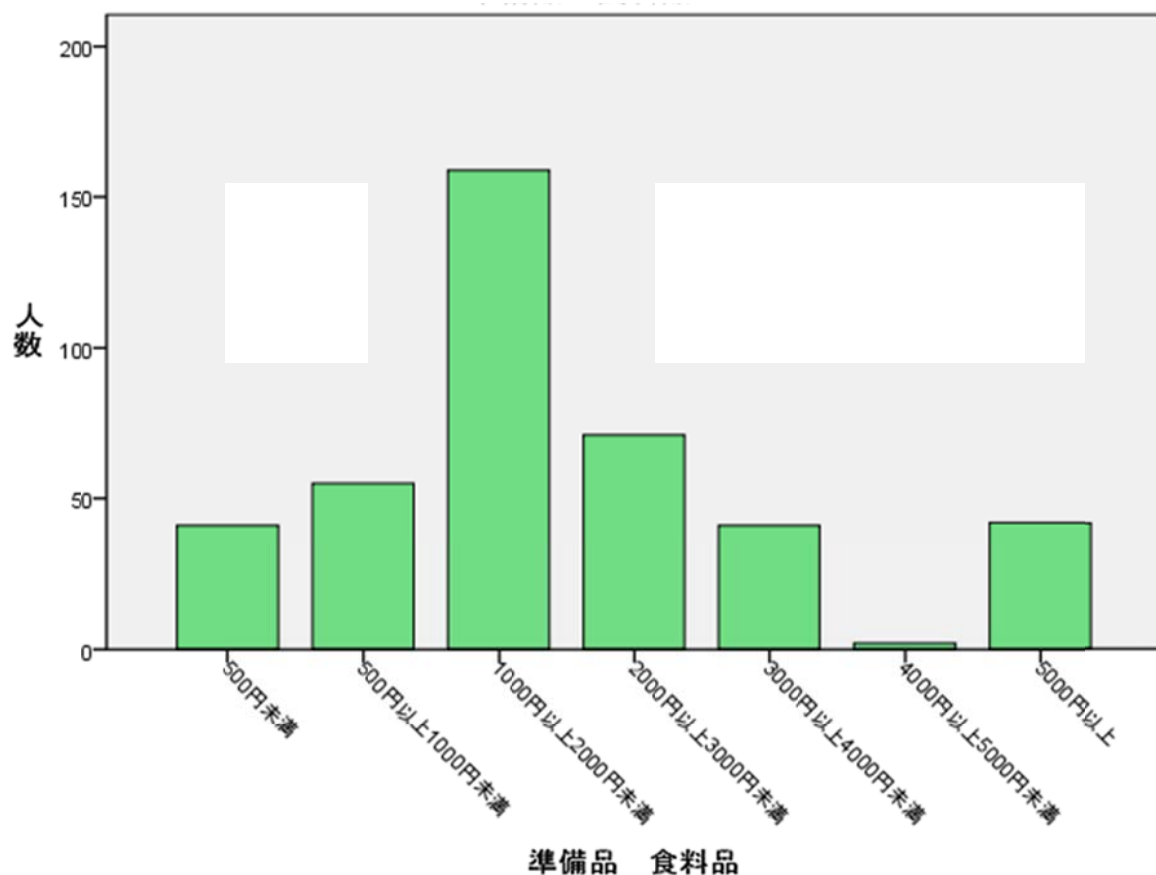
準備品 シューズ			
	度数	有効パーセント	累積パーセント
5000円未満	17	1.8	1.8
5000円以上10000円未満	256	26.7	28.5
10000円以上15000円未満	556	58.0	86.4
15000円以上20000円未満	87	9.1	95.5
20000円以上	43	4.5	100.0
合計	959	100.0	



結果9-3. 準備品：食料品

食事以外の軽食などに充てられる費用として、食料品を購入した際の支出額についての結果である。もっとも多かったのは「1,000円以上2000円未満」で38.7%であった。

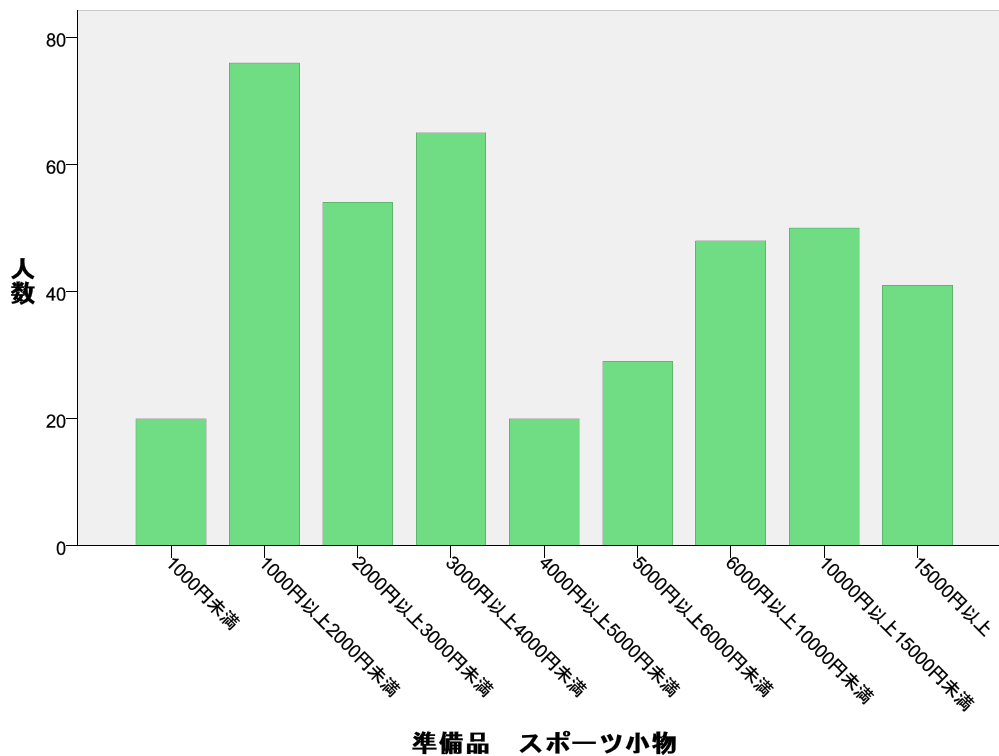
準備品 食料品			
	度数	有効パーセント	累積パーセント
500円未満	41	10.0	10.0
500円以上1000円未満	55	13.4	23.4
1000円以上2000円未満	159	38.7	62.0
2000円以上3000円未満	71	17.3	79.3
3000円以上4000円未満	41	10.0	89.3
4000円以上5000円未満	2	.5	89.8
5000円以上	42	10.2	100.0
合計	411	100.0	



結果9-4. 準備品：スポーツ小物

スポーツ小物を購入した際の支出額については、1000円未満から15000円以上までと支出額の幅が大きくなった。手袋や靴下などの低額の小物から、時計やサングラスなどの高額の小物まで、多様なスポーツ小物が購入されていることが窺える。

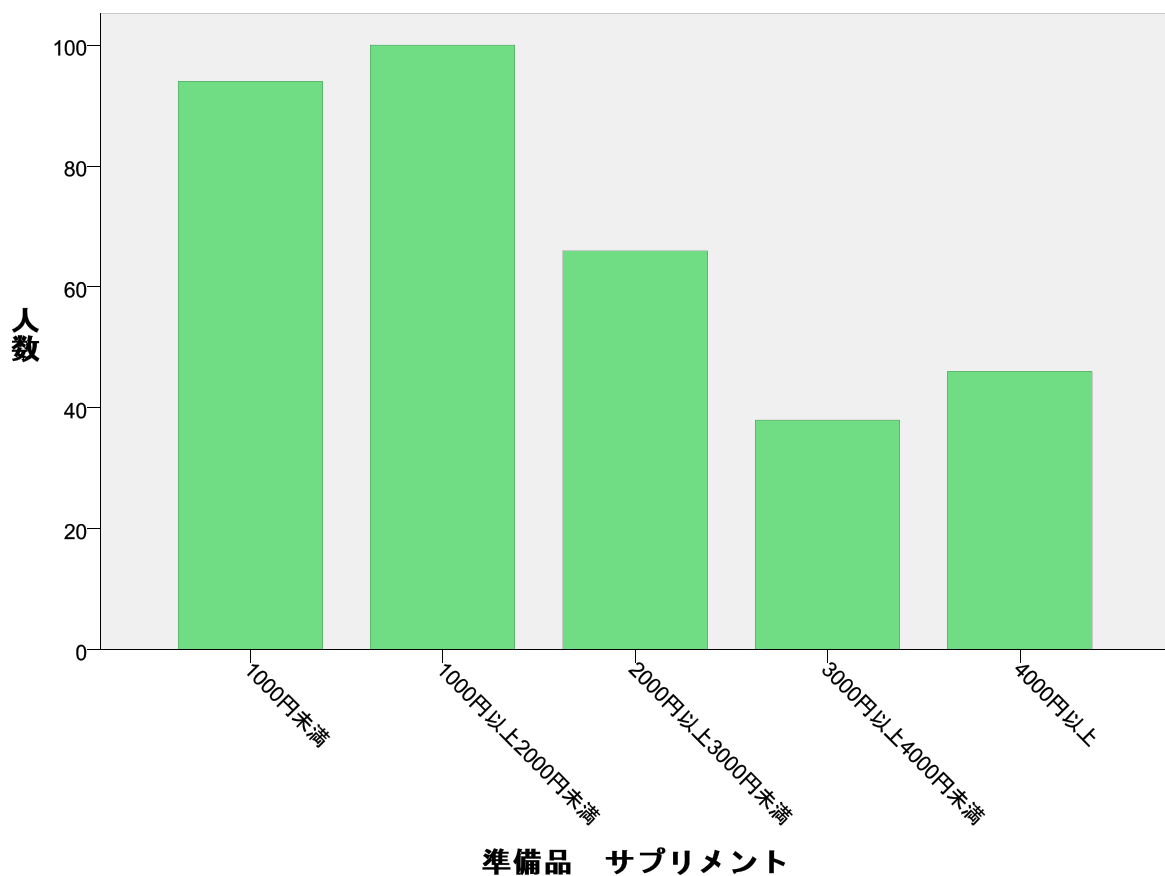
準備品 スポーツ小物			
	度数	有効パーセント	累積パーセント
1000円未満	20	5.0	5.0
1000円以上2000円未満	76	18.9	23.8
2000円以上3000円未満	54	13.4	37.2
3000円以上4000円未満	65	16.1	53.3
4000円以上5000円未満	20	5.0	58.3
5000円以上6000円未満	29	7.2	65.5
6000円以上10000円未満	48	11.9	77.4
10000円以上15000円未満	50	12.4	89.8
15000円以上	41	10.2	100.0
合計	403	100.0	



結果9-5. 準備品：サプリメント

サプリメントを購入した際の支出額については、「1,000 円未満」が 27.3%、「1,000 円以上 2,000 円未満」が 29.1%となっており、合わせると 56.4%を占めている。「4,000 円以上」の高額な支出は 13.4%と高い割合を示していることから、マラソンランナーのサプリメントへの需要の高さが窺える。

	度数	有効パーセント	累積パーセント
1000円未満	94	27.3	27.3
1000円以上2000円未満	100	29.1	56.4
2000円以上3000円未満	66	19.2	75.6
3000円以上4000円未満	38	11.0	86.6
4000円以上	46	13.4	100.0
合計	344	100.0	



[速報] 「奈良マラソン2010」参加者調査研究レポート

調査研究グループ：

「奈良マラソン」調査研究プロジェクトチーム

- 二宮浩彰 (同志社大学スポーツ健康科学部) <参加者大会前調査リーダー>
- 備前嘉文 (天理大学体育学部) <参加者大会後調査リーダー>
- 松永敬子 (龍谷大学経営学部) <ボランティア調査リーダー>
- 長積仁 (立命館大学スポーツ健康科学部)
- 橋本義忠 (奈良マラソン2010実行委員会事務局 事務局長)
- 浦久保和哉 (奈良マラソン2010実行委員会事務局 ディレクター)
- 加藤秀尚 (奈良マラソン2010実行委員会事務局 広報・催事担当)
- 持丸修平 (奈良マラソン2010実行委員会事務局 ボランティア担当)

調査実施者：

同志社大学 スポーツ健康科学部 スポーツ・マーケティング研究室 二宮浩彰ゼミ
マラソン調査研究チーム

- リーダー 増田彩乃
- サブリーダー 浮田瞳
- 河村真也子
- 辻田晃平
- 宮川敬史

調査協力者：

奈良マラソン2010 実行委員会事務局

データ入力協力者：

同志社大学スポーツ健康科学部
石井貴大 森恵太 森永純平 中塚さゆり 大森友莉 上田貴司

発行 2011年1月31日

同志社大学スポーツ健康科学部二宮浩彰研究室
〒610-0394 京都府多々羅都谷 1-3 磐上館 315号室
Tel & Fax 0774-65-7536
E-Mail hninomiya@mail.doshisha.ac.jp

- 本調査研究レポート[速報]の掲載記事・図表の無断転用を禁ず
- 「奈良マラソン2010」の参加者大会前調査、参加者大会後調査、ボランティア調査の
リサーチレポートを発行予定(未定)