

都市型市民マラソン参加者の行動様式分析： 奈良マラソン 2016 ランナー調査研究レポート

辻 和真¹，胡 威²，二宮 浩彰³，庄子 博人⁴，備前 嘉文⁵

Runners' Behavioral Patterns in Urban Marathon Race: Research Report on the Nara Marathon 2016

Kazuma Tsuji¹, Wei Hu², Hiroaki Ninomiya³, Hiroto Shoji⁴, Yoshifumi Bizen⁵

The Nara Marathon was first held as a part of the “1300th anniversary of the transfer of Heijo” in 2010, and is the first urban marathon race in the Kansai area. Over 10,000 runners participate each year, making it an important sports event, which promotes the beauty of Nara. The purpose of this study was to clarify runners' behavioral patterns based on an analysis of the sports event. After an extensive Web investigation to identify the runners in the Nara Marathon 2016, results were compiled from valid responses of 2,811 runners. The research items include (i) individual attributes (sex, age, job, household income, and academic background); (ii) running activities (frequency of participation in running events, running history, running frequency, and distance per month); (iii) marathon participation and event satisfaction (entry course, transfer method, full marathon completion time, advantages of the running course, and catering service); (iv) residential information (Nara prefecture or otherwise); (v) consumption expenditure (traveling, lodging, EXPO expenses, meals, commodities and foods, sightseeing and amusement, souvenirs, and sports equipment before and during the travel); (vi) demand for the Nara Marathon; (vii) comprehensive evaluation and intention to revisit. Our analysis included a simple and cross tabulation by sex and age. The result of analysis clarified runners' aspect such as sex, age, and running activities. Also, the result of event evaluation indicated that the Nara Marathon 2016 had some problems of the event management. Furthermore, runners' behavioral patterns were clarified, such as transfer method, arrival time, and consumption expenditure. The results and conclusion, are provided as feedback to the Nara Marathon Organizing Committee. The research report contributes toward the improvement of the management of the event.

【Keywords】 sports event, web investigation, running activities, event satisfaction, consumption expenditure

奈良マラソンは、2010年に「平城遷都1300年記念事業」の一環として開催され、関西における都市型市民マラソン大会の先駆けとなった。第一回大会以降、毎年1万人以上のランナーが参加しており、マラソンを通して奈良の魅力を発信する重要なスポーツイベントとなっている。本研究は、奈良マラソン2016ランナーを対象に調査を行い、その結果から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た。調査については、マラソン終了後にランナーを対象としたウェブ調査を実施し、2,811票の有効回答を得た。調査項目は、個人属性（性別、年代、職業、世帯所得、最終学歴）、ランニング活動（ランニング大会の出場回数、ランニング歴、月間走行頻度・距離）、大会参加状況と満足度（エントリー種目、交通手段、完走タイム、コースおよび給水所で良かったところ）、宿泊（奈良県内外での宿泊の有無）、消費支出（交通費、宿泊費、EXPO支出額、飲食費、日用品・食品費、観光娯楽費、土産代、スポーツ用品費（旅行前・旅行中））、奈良マラソンについての要望、総合的な評価と次大会への参加である。以上の項目について単純集計、または性別および年代によるクロス集計を行い、考察を加えてリサーチレポートを作成した。調査の結果として、性別や年代のほか、ランニングへの取り組みなど、参加者の実態を把握することができた。また、大会の評価を分析することによって、イベント運営の課題を明らかにした。さらに、交通手段や会場到着時刻、消費支出額といった大会前後におけるランナーの動きをとらえることができた。これらの調査結果を奈良マラソン実行委員会にフィードバックすることで、大会運営の更なる向上の一助となるだろう。

【キーワード】 スポーツイベント、ウェブ調査、ランニング活動、大会満足度、消費支出

- 1 同志社大学大学院スポーツ健康科学研究科博士前期課程 (Graduate School of Health & Sports Science, Doshisha University)
- 2 同志社大学大学院スポーツ健康科学研究科博士後期課程 (Graduate School of Health & Sports Science, Doshisha University)
- 3 同志社大学大学院スポーツ健康科学研究科 (Graduate School of Health & Sports Science, Doshisha University)
- 4 同志社大学スポーツ健康科学部 (Faculty of Health and Sports Science, Doshisha University)
- 5 國學院大學人間開発学部 (Faculty of Human Development, Kokugakuin University)

I. 緒言

2010年に「平城遷都1300年記念事業」の一環として発足した奈良マラソンは、関西における都市型市民マラソン大会開催の先駆けとなった。第一回大会以降、毎年1万人以上のランナーが参加しており、マラソンを通して奈良の魅力を発信する重要なスポーツイベントとなっている。

地方でスポーツイベントを開催することは、参加者がスポーツを主目的とした旅行として位置付けることで消費を促し、地域活性化に寄与するとされている(二宮, 2009)。実際に、多くの自治体が経済的な効果や地域活性化を見込んで都市型市民マラソン大会を開催している(二宮ほか, 2014a)。このようなスポーツイベントをより有効に活用するためには、参加者の実態を把握して大会運営をさらに向上させることが求められる。二宮ら(2014b)は、都市型市民マラソン参加者における消費行動の傾向を明らかにしており、その結果は自治体やマラソン実行委員会にとって有益な情報になりうると述べている。また辻ら(2016)は、都市型市民マラソンといったスポーツイベントにおいて、イベントの運営側が参加者の行動様式を把握することで、戦略的な観光誘致を仕掛けることができるとしている。

そこで本研究では、都市型市民マラソンの事例として奈良マラソン2016ランナーを対象に調査を行い、その結果から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する。また、調査結果をマラソン大会の実行委員会にフィードバックすることによって、大会運営の向上のための基礎資料とするものである。

II. 研究方法

1. 調査項目の設定

本調査では、個人属性、ランニング活動、大会参加状況と満足度、宿泊、消費支出、奈良マラソンについての要望、総合的な評価と次大会への参加、といったランナーの行動様式を明らかにするための調査項目を設定した。

1) 個人属性

個人属性は、性別、年代、職業、世帯所得、最終学歴、といった参加者のプロフィールに関する項目である。

2) ランニング活動

ランニング活動は、1年間のランニング大会の出場回数、ランニング歴、月間走行頻度、月間走行距離、といったランニングへの取り組みに関する項目であ

る。

3) 大会参加状況と満足度

大会参加状況と満足度は、エントリー種目、下車した駅、利用した路線、駅からの交通手段、会場到着時刻、コースの良かったところ、フルマラソン完走回数、フルマラソン完走タイム、給水所で良かった提供物、大会満足度、といった大会参加に伴うランナーの交通手段や満足度に関する項目である。

4) 宿泊

宿泊は、宿泊の有無、宿泊の場所、奈良県内の宿泊、宿泊施設名、奈良県外の宿泊、といった、奈良県内外における宿泊に関する項目である。

5) 消費支出

消費支出は、交通費、宿泊費、奈良マラソン2016EXPO支出額、旅行中の飲食費、日用品・食品費等、旅行中の観光娯楽費、土産代、スポーツ用品費(旅行前)、スポーツ用品費(旅行中)、といった大会参加に伴う消費支出額に関する項目である。

6) 奈良マラソンについての要望

奈良マラソンについての要望は、ビニールウェアの配布や防寒用衣類の回収といった大会運営のサービスに関する項目である。

7) 総合的な評価と次大会への参加

総合的な評価と次大会への参加は、総合的な評価、期待と比べた評価、次大会への参加、知人の勧誘、といった大会への評価および再参加意図に関する項目である。

2. データの収集

データの収集は、2016年12月10日(土)および11日(日)に開催された「奈良マラソン2016」の参加者を対象としてウェブ調査を行った。調査は、奈良マラソン2016終了後の2016年12月11日から12月20日の期間に行い、調査期間中に3,747票の回答を得た。

3. 分析方法

収集したデータのクリーニング(外れ値および回答を中断しているサンプルの削除)を行ったところ、有効回答は2,811票となった。この有効回答について、それぞれの調査項目で完全回答しているサンプルを用いて分析を行った。分析方法については、項目ごとに単純集計または性別および年代によるクロス集計を行

い、それらの結果を表と図を用いて示した。

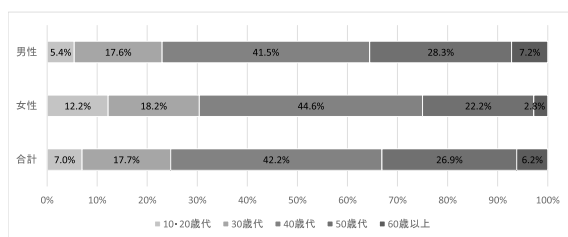
Ⅲ．結果と考察

1. 個人属性

1) 性別と年代

図表1. 性別と年代

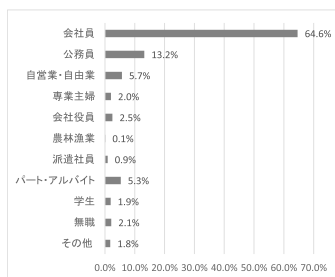
		10・20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上	合計
性別	男性	度数 117	380	897	613	156	2163
	パーセント	5.4%	17.6%	41.5%	28.3%	7.2%	100.0%
女性	度数	79	118	289	144	18	648
	パーセント	12.2%	18.2%	44.6%	22.2%	2.8%	100.0%
合計	度数	196	498	1186	757	174	2811
	パーセント	7.0%	17.7%	42.2%	26.9%	6.2%	100.0%



2) 職業

図表2. 職業

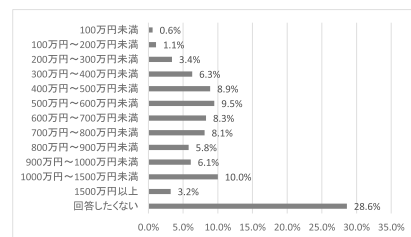
	度数	パーセント
会社員	1815	64.6%
公務員	371	13.2%
自営業・自由業	159	5.7%
専業主婦	55	2.0%
会社役員	70	2.5%
農林漁業	2	0.1%
派遣社員	26	0.9%
パート・アルバイト	148	5.3%
学生	54	1.9%
無職	59	2.1%
その他	52	1.8%
合計	2811	100.0%



3) 世帯所得

図表3. 世帯所得

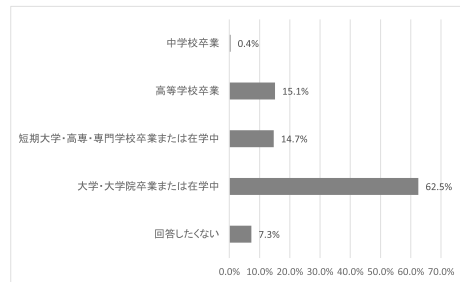
	度数	パーセント
100万円未満	18	0.6%
100万円～200万円未満	31	1.1%
200万円～300万円未満	95	3.4%
300万円～400万円未満	177	6.3%
400万円～500万円未満	249	8.9%
500万円～600万円未満	264	9.5%
600万円～700万円未満	231	8.3%
700万円～800万円未満	227	8.1%
800万円～900万円未満	161	5.8%
900万円～1000万円未満	169	6.1%
1000万円～1500万円未満	280	10.0%
1500万円以上	90	3.2%
回答したくない	798	28.6%
合計	2790	100.0%



4) 最終学歴

図表4. 最終学歴

	度数	パーセント
中学校卒業	12	0.4%
高等学校卒業	420	15.1%
短期大学・高専・専門学校卒業または在学中	411	14.7%
大学・大学院卒業または在学中	1742	62.5%
回答したくない	203	7.3%
合計	2788	100.0%



性別では、男性が女性のおよそ3倍であった。また年代については、男女ともに40歳代が最も多く、次いで50歳代、30歳代となっており、30歳代から50歳代のランナーが全体の85%以上を占めている。職業では、会社員が64.6%と最も多く、次いで公務員が2番目に多いという結果であった。また世帯所得では、回答者の10人に1人が1000万円～1500万円であったほか、500万円前後という回答が多い。最終学歴では、大学・大学院卒業または在学中が最も多く、回答者の6割以上であった。

2. ランニング活動

1) 1 年間のランニング大会の出場回数

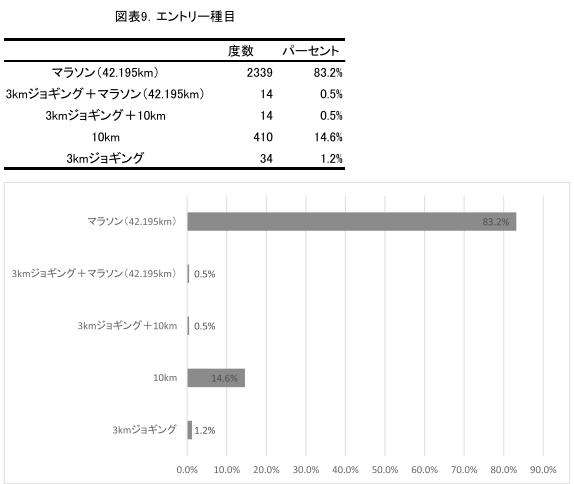
図表5. 性別および年代とランニング大会出場回数									
				1回	2～4回	5～9回	10回以上	合計	
男性	年代	10～20歳代	度数	58	33	15	11	117	
			パーセント	49.6%	28.2%	12.8%	9.4%	100.0%	
	30歳代	度数	87	162	93	38	380		
		パーセント	22.9%	42.6%	24.5%	10.0%	100.0%		
	40歳代	度数	123	381	271	122	897		
		パーセント	13.7%	42.5%	30.2%	13.6%	100.0%		
	50歳代	度数	71	212	208	122	613		
		パーセント	11.6%	34.6%	33.9%	19.9%	100.0%		
	60歳以上	度数	15	53	58	30	156		
		パーセント	9.6%	34.0%	37.2%	19.2%	100.0%		
合計		度数	354	841	645	323	2163		
		パーセント	16.4%	38.9%	29.8%	14.9%	100.0%		
女性	年代	10～20歳代	度数	40	28	9	2	79	
			パーセント	50.6%	35.4%	11.4%	2.5%	100.0%	
	30歳代	度数	44	47	22	5	118		
		パーセント	37.3%	39.8%	18.6%	4.2%	100.0%		
	40歳代	度数	46	114	97	32	289		
		パーセント	15.9%	39.4%	33.6%	11.1%	100.0%		
	50歳代	度数	19	57	47	21	144		
		パーセント	13.2%	39.6%	32.6%	14.6%	100.0%		
	60歳以上	度数	1	8	9	0	18		
		パーセント	5.6%	44.4%	50.0%	0.0%	100.0%		
合計		度数	150	254	184	60	648		
		パーセント	23.1%	39.2%	28.4%	9.3%	100.0%		
合計	年代	10～20歳代	度数	98	61	24	13	196	
			パーセント	50.0%	31.1%	12.2%	6.6%	100.0%	
	30歳代	度数	131	209	115	43	498		
		パーセント	26.3%	42.0%	23.1%	8.6%	100.0%		
	40歳代	度数	169	495	368	154	1186		
		パーセント	14.2%	41.7%	31.0%	13.0%	100.0%		
	50歳代	度数	90	269	255	143	757		
		パーセント	11.9%	35.5%	33.7%	18.9%	100.0%		
	60歳以上	度数	16	61	67	30	174		
		パーセント	9.2%	35.1%	38.5%	17.2%	100.0%		
合計		度数	504	1095	829	383	2811		
		パーセント	17.9%	39.0%	29.5%	13.6%	100.0%		

ランニング大会の出場回数では、10・20歳代の半分が1回と最も多かった。それに対して、30歳代以上の年代では2回～4回および5回～9回と回答したランナーが7割前後と、年代によって傾向が異なった。またランニング歴、月間走行頻度、月間走行距離では、すべての年代で男性の方が高い値を示したほか、ほとんどの項目で年代が上がるごとに平均値も大きくなる傾向がみられた。

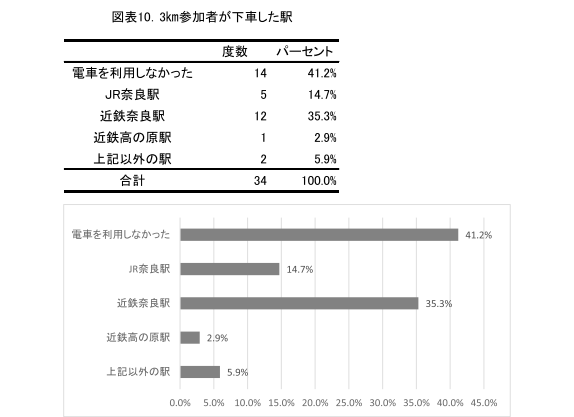
以上のことから、男女ともに年代が上がるにつれてランニングへの取り組みがより深くなっているといえるだろう。

3. 大会参加状況と満足度

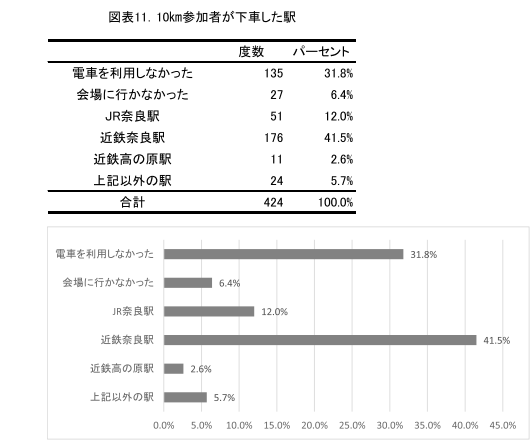
1) エントリー種目



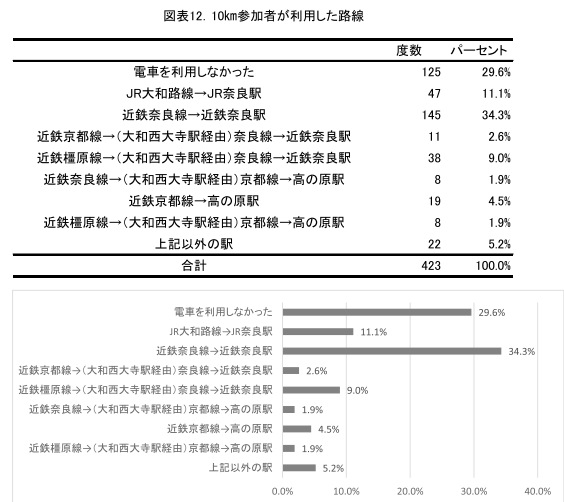
2) 下車した駅(3km)



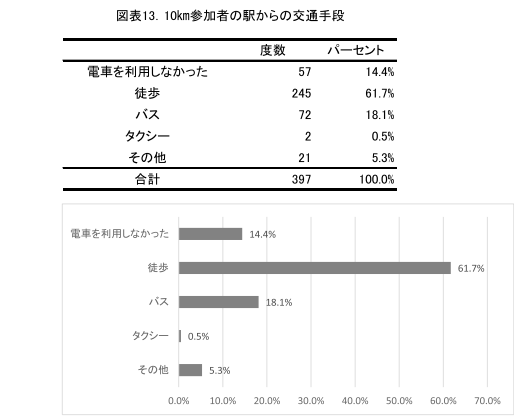
3) 下車した駅(10km)



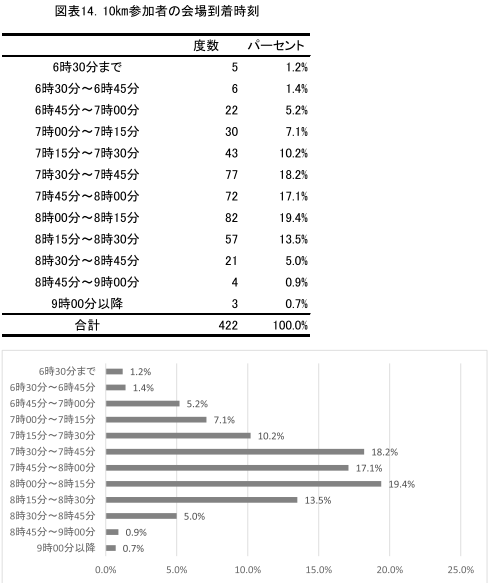
4) 利用した路線(10km)



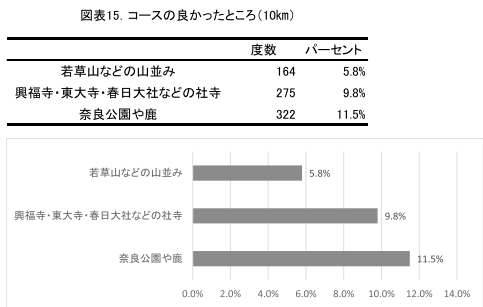
5) 駅からの交通手段(10km)



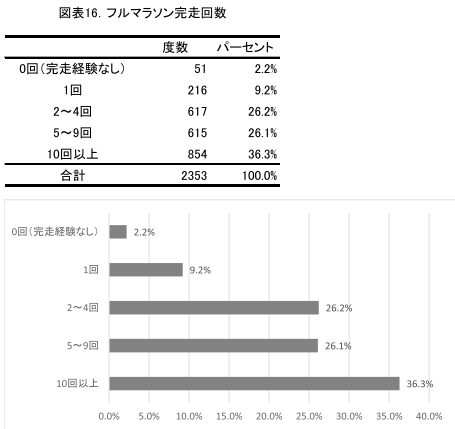
6) 会場到着時刻（10km）



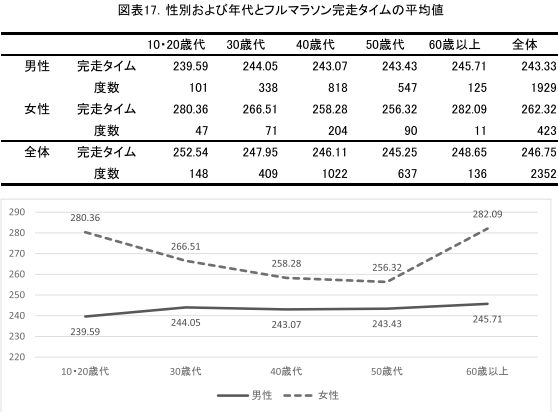
7) コースの良かったところ（10km）



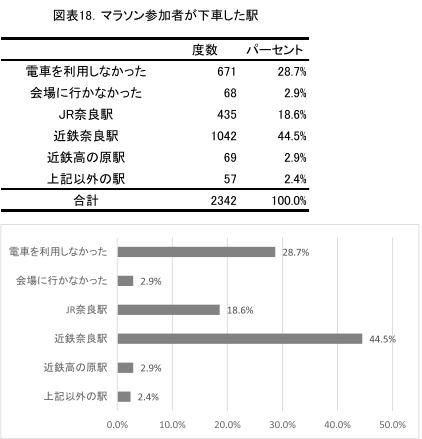
8) フルマラソン完走回数



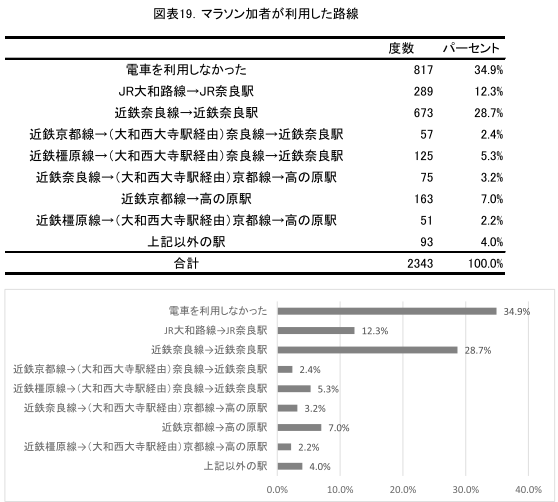
9) フルマラソン完走タイム



10) 下車した駅（マラソン）



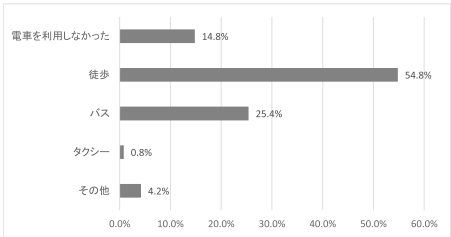
11) 利用した路線（マラソン）



12) 駅からの交通手段（マラソン）

図表20. マラソン参加者の駅からの交通手段

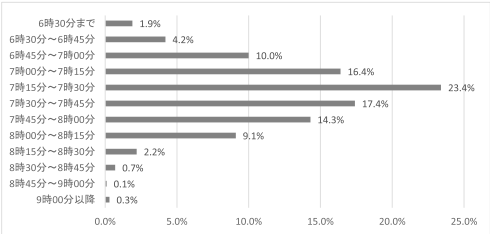
	度数	パーセント
電車を利用しなかった	335	14.8%
徒歩	1239	54.8%
バス	574	25.4%
タクシー	18	0.8%
その他	96	4.2%
合計	2262	100.0%



13) 会場到着時刻（マラソン）

図表21. マラソン参加者の会場到着時刻

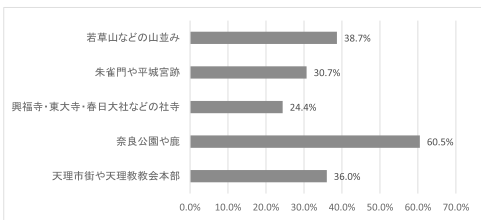
	度数	パーセント
6時30分まで	45	1.9%
6時30分～6時45分	98	4.2%
6時45分～7時00分	235	10.0%
7時00分～7時15分	385	16.4%
7時15分～7時30分	549	23.4%
7時30分～7時45分	408	17.4%
7時45分～8時00分	336	14.3%
8時00分～8時15分	214	9.1%
8時15分～8時30分	51	2.2%
8時30分～8時45分	17	0.7%
8時45分～9時00分	2	0.1%
9時00分以降	6	0.3%
合計	2346	100.0%



14) コースの良かったところ（マラソン）

図表22. コースの良かったところ（マラソン）

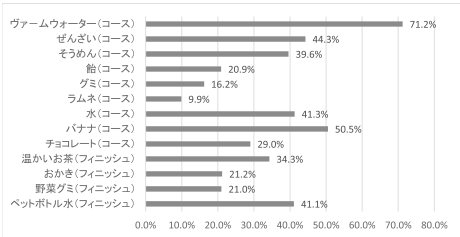
	度数	パーセント
若草山などの山並み	1087	38.7%
朱雀門や平城宮跡	864	30.7%
興福寺・東大寺・春日大社などの社寺	687	24.4%
奈良公園や鹿	1702	60.5%
天理市街や天理教会本部	1013	36.0%



15) 給水所で良かった提供物

図表23. 給水所で良かった提供物

	度数	パーセント
ヴァームウォーター(コース)	2001	71.2%
ぜんざい(コース)	1246	44.3%
そうめん(コース)	1114	39.6%
飴(コース)	587	20.9%
グミ(コース)	454	16.2%
ラムネ(コース)	278	9.9%
水(コース)	1161	41.3%
バナナ(コース)	1420	50.5%
チョコレート(コース)	814	29.0%
温かいお茶(フィニッシュ)	965	34.3%
おかき(フィニッシュ)	595	21.2%
野菜グミ(フィニッシュ)	589	21.0%
ペットボトル水(フィニッシュ)	1156	41.1%

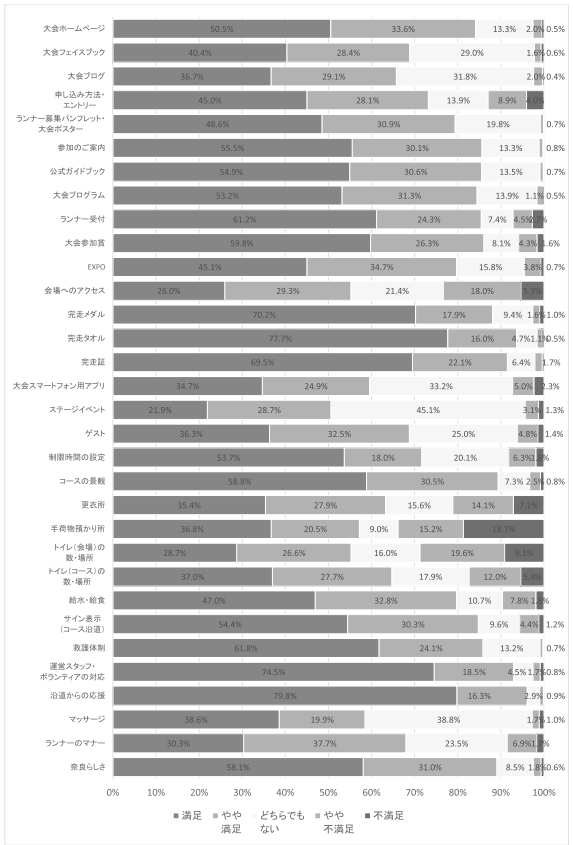


16) 大会満足度

図表24. 大会満足度

		満足	やや満足	どちらでもない	やや不満足	不満足	合計	平均得点 (5点満点)
大会ホームページ	度数	1349	897	356	54	13	2669	4.32
	パーセント	50.5%	33.6%	13.3%	2.0%	0.5%	100.0%	
大会フェイスブック	度数	700	493	502	27	11	1733	4.06
	パーセント	40.4%	28.4%	29.0%	1.6%	0.6%	100.0%	
大会ブログ	度数	618	489	536	34	6	1683	4.00
	パーセント	36.7%	29.1%	31.8%	2.0%	0.4%	100.0%	
申し込み方法・エントリー	度数	1263	789	389	250	113	2804	4.01
	パーセント	45.0%	28.1%	13.9%	8.9%	4.0%	100.0%	
ランナー募集パンフレット・大会ポスター	度数	1227	780	501	18	1	2527	4.27
	パーセント	48.6%	30.9%	19.8%	0.7%	0.0%	100.0%	
参加のご案内	度数	1505	816	360	23	6	2710	4.40
	パーセント	55.5%	30.1%	13.3%	0.8%	0.2%	100.0%	
公式ガイドブック	度数	1471	820	362	20	4	2677	4.39
	パーセント	54.9%	30.6%	13.5%	0.7%	0.1%	100.0%	
大会プログラム	度数	1465	863	383	31	13	2755	4.36
	パーセント	53.2%	31.3%	13.9%	1.1%	0.5%	100.0%	
ランナー受付	度数	1696	674	205	124	74	2773	4.37
	パーセント	61.2%	24.3%	7.4%	4.5%	2.7%	100.0%	
大会参加賞	度数	1670	734	226	119	44	2793	4.38
	パーセント	59.8%	26.3%	8.1%	4.3%	1.6%	100.0%	
EXPO	度数	1189	915	416	100	19	2639	4.20
	パーセント	45.1%	34.7%	15.8%	3.8%	0.7%	100.0%	
会場へのアクセス	度数	724	817	597	502	149	2789	3.53
	パーセント	26.0%	29.3%	21.4%	18.0%	5.3%	100.0%	
完走メダル	度数	1642	418	219	37	23	2339	4.55
	パーセント	70.2%	17.9%	9.4%	1.6%	1.0%	100.0%	
完走タオル	度数	1834	377	112	26	11	2360	4.69
	パーセント	77.7%	16.0%	4.7%	1.1%	0.5%	100.0%	
完走証	度数	1906	605	175	47	10	2743	4.59
	パーセント	69.5%	22.1%	6.4%	1.7%	0.4%	100.0%	
大会スマートフォンアプリ	度数	534	383	511	77	35	1540	3.85
	パーセント	34.7%	24.9%	33.2%	5.0%	2.3%	100.0%	
ステージイベント	度数	401	525	824	56	23	1829	3.67
	パーセント	21.9%	28.7%	45.1%	3.1%	1.3%	100.0%	
ゲスト	度数	936	837	645	123	36	2577	3.98
	パーセント	36.3%	32.5%	25.0%	4.8%	1.4%	100.0%	

図表24. 大会満足度(続き)								
		満足	やや満足	どちらでもない	やや不満足	不満足	合計	平均得点 (5点満点)
制限時間の設定	度数	1463	490	549	173	50	2725	4.15
	パーセント	53.7%	18.0%	20.1%	6.3%	1.8%	100.0%	
コースの景観	度数	1647	855	205	70	22	2799	4.44
	パーセント	58.8%	30.5%	7.3%	2.5%	0.8%	100.0%	
更衣所	度数	851	670	376	338	170	2405	3.70
	パーセント	35.4%	27.9%	15.6%	14.1%	7.1%	100.0%	
手荷物預かり所	度数	992	552	242	409	504	2699	3.41
	パーセント	36.8%	20.5%	9.0%	15.2%	18.7%	100.0%	
トイレ(会場)の数・場所	度数	777	719	432	531	247	2706	3.46
	パーセント	28.7%	26.6%	16.0%	19.6%	9.1%	100.0%	
トイレ(コース)の数・場所	度数	871	652	422	282	126	2353	3.79
	パーセント	37.0%	27.7%	17.9%	12.0%	5.4%	100.0%	
給水・給食	度数	1278	892	290	211	50	2721	4.15
	パーセント	47.0%	32.8%	10.7%	7.8%	1.8%	100.0%	
サイン表示 (コース沿道)	度数	1513	843	267	123	33	2779	4.32
	パーセント	54.4%	30.3%	9.6%	4.4%	1.2%	100.0%	
救護体制	度数	1185	463	254	13	4	1919	4.47
	パーセント	61.8%	24.1%	13.2%	0.7%	0.2%	100.0%	
運営スタッフ・ボランティアの対応	度数	2076	515	124	47	23	2785	4.64
	パーセント	74.5%	18.5%	4.5%	1.7%	0.8%	100.0%	
沿道からの応援	度数	2230	455	81	24	3	2793	4.75
	パーセント	79.8%	16.3%	2.9%	0.9%	0.1%	100.0%	
マッサージ	度数	372	192	374	16	10	964	3.93
	パーセント	38.6%	19.9%	38.8%	1.7%	1.0%	100.0%	
ランナーのマナー	度数	844	1049	653	191	46	2783	3.88
	パーセント	30.3%	37.7%	23.5%	6.9%	1.7%	100.0%	
奈良らしさ	度数	1623	866	237	50	18	2794	4.44
	パーセント	58.1%	31.0%	8.5%	1.8%	0.6%	100.0%	



エントリー種目では、マラソンが最も多く、全体の80%以上を占めていた。次いで10kmが14.6%となっており、この2種目が大多数である。

下車した駅および利用した路線については、どの種目でも、近鉄奈良線を利用して近鉄奈良駅で下車した

ケースが多くみられた。また、駅からの交通手段では徒歩という回答が多く、およそ半数のランナーが近鉄奈良駅から徒歩で会場まで移動していることがわかった。一方で、電車を利用しなかったランナーも多くおり、タクシーを利用したり、自宅から車で送ってもらったりしたランナーが多かったと考えられる。会場到着時刻に関しては、10km参加者では、7時30分～8時30分までの間に約7割のランナーが到着していた。それに対してマラソンでは、到着のピークが30分ほど早くなっていた。7時～8時までの間に70%以上のランナーが到着しており、特に7時15分～7時30分の間には、およそ4分の1にあたる23.4%のランナーが到着しているという結果であった。

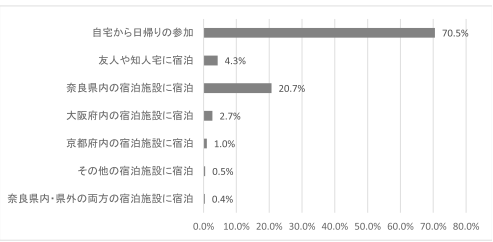
コースの良かったところでは、10km およびマラソンともに奈良公園や鹿という回答が最も多かった。マラソンに関しては、興福寺・東大寺といった社寺や朱雀門・平城宮跡などの歴史的建造物よりも、若草山などの山並みや天理市街といった、マラソン中に長時間目にする光景の方が多いという結果であった。また給水所で良かった提供物としては、水に加えてバナナ、ぜんざい、そうめんなど、糖分や炭水化物を補給できるものが高い結果となっている。

大会全体の満足度では、完走メダル・タオル、完走証などで高い結果となっているほか、運営スタッフ・ボランティアの対応、沿道からの応援でも、9割以上のランナーが満足したと回答している。その一方で、更衣所、手荷物預かり所、トイレの数・場所などで不満足と回答したランナーが多く、特に手荷物に関しては、30%以上のランナーが不満足と回答しており、改善の余地があると考えられる。

4. 宿泊

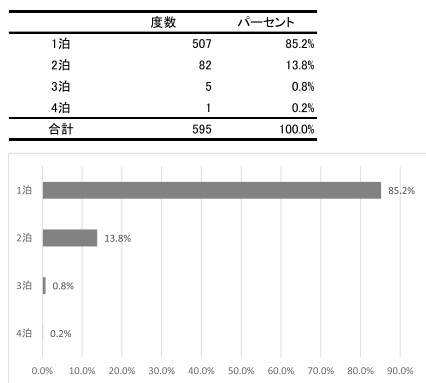
1) 宿泊の有無および場所

図表25. 宿泊の有無および場所		
	度数	パーセント
自宅から日帰りの参加	1981	70.5%
友人や知人宅に宿泊	120	4.3%
奈良県内の宿泊施設に宿泊	582	20.7%
大阪府内の宿泊施設に宿泊	76	2.7%
京都府内の宿泊施設に宿泊	27	1.0%
その他の宿泊施設に宿泊	13	0.5%
奈良県内・県外の両方の宿泊施設に宿泊	12	0.4%
合計	2811	100.0%



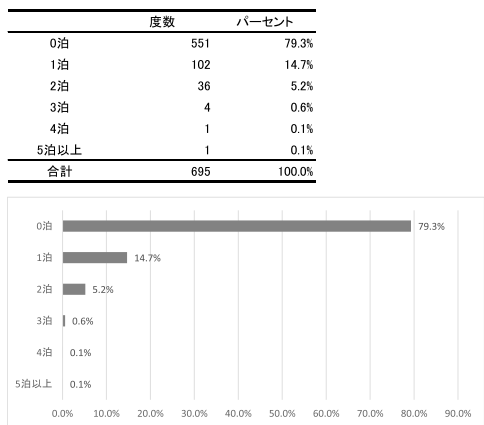
2) 奈良県内での宿泊

図表26. 奈良県内での宿泊数



3) 奈良県外の宿泊

図表27. 奈良県外での宿泊数

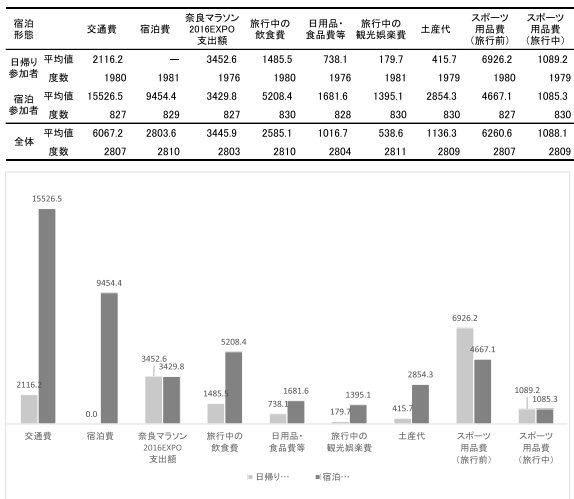


ランナーの宿泊に関しては、日帰りの参加者が最も多く、全体の70%という結果であった。宿泊したランナーのうち、奈良県内に宿泊したのはおよそ2割であり、そのほとんどが1泊であった。また、大阪府、京都府で宿泊したランナーもあり、1泊または2泊という回答が多かった。

5. 消費支出

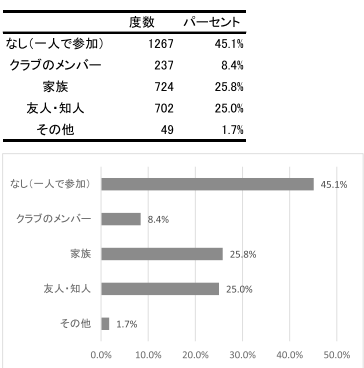
1) 項目ごとの消費支出

図表28. 宿泊形態別の消費支出額



2) 同伴者

図表29. 同伴者



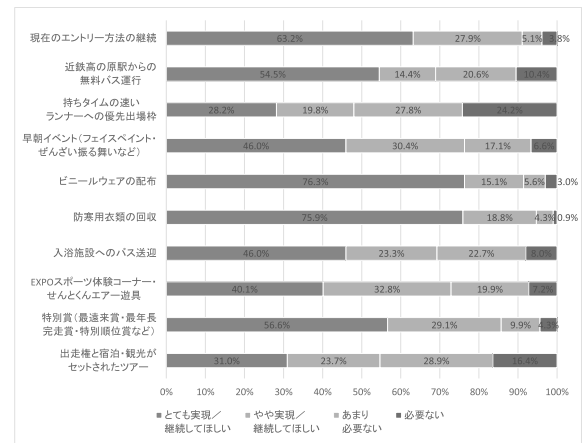
マラソン参加に伴う消費支出額では、全体的に宿泊を伴う参加者の方が多く支出していることがわかった。特に飲食費、観光娯楽費、土産代といった、観光に関わる項目での差が大きいことから、宿泊を伴う参加者は、マラソン大会の参加以外に観光も楽しんでいることが推測される。

また同伴者では、1人と答えたランナーが最も多い。それに加えて家族および知人・友人という回答もみられるため、複数人で会場に訪れるランナーに消費を誘うことも有効であると考えられる。

6. 奈良マラソンについての要望

図表30. 奈良マラソンについての要望

		とても実現／ 継続してほしい	やや実現／ 継続してほしい	あまり 必要ない	必要ない	合計
現在のエントリー方法の継続	度数	1701	751	136	103	2691
	パーセント	63.2%	27.9%	5.1%	3.8%	100.0%
近鉄高の原駅からの 無料バス運行	度数	840	222	318	161	1541
	パーセント	54.5%	14.4%	20.6%	10.4%	100.0%
持ちタイムの速い ランナーへの優先出場枠	度数	658	463	648	565	2334
	パーセント	28.2%	19.8%	27.8%	24.2%	100.0%
早朝イベント(フェイスベント・ ぜんざい振る舞いなど)	度数	1089	719	404	157	2369
	パーセント	46.0%	30.4%	17.1%	6.6%	100.0%
ビニールウェアの配布	度数	2095	415	153	82	2745
	パーセント	76.3%	15.1%	5.6%	3.0%	100.0%
防寒用衣類の回収	度数	2020	501	115	25	2661
	パーセント	75.9%	18.8%	4.3%	0.9%	100.0%
入浴施設へのバス送迎	度数	994	504	491	173	2162
	パーセント	46.0%	23.3%	22.7%	8.0%	100.0%
EXPOスポーツ体験コーナー・ せんとかんエアー道具	度数	843	688	417	152	2100
	パーセント	40.1%	32.8%	19.9%	7.2%	100.0%
特別賞(最速来賞・最年長 完走賞・特別順位賞など)	度数	1407	722	247	108	2484
	パーセント	56.6%	29.1%	9.9%	4.3%	100.0%
出走権と宿泊・観光が セットされたツアー	度数	647	496	604	343	2090
	パーセント	31.0%	23.7%	28.9%	16.4%	100.0%



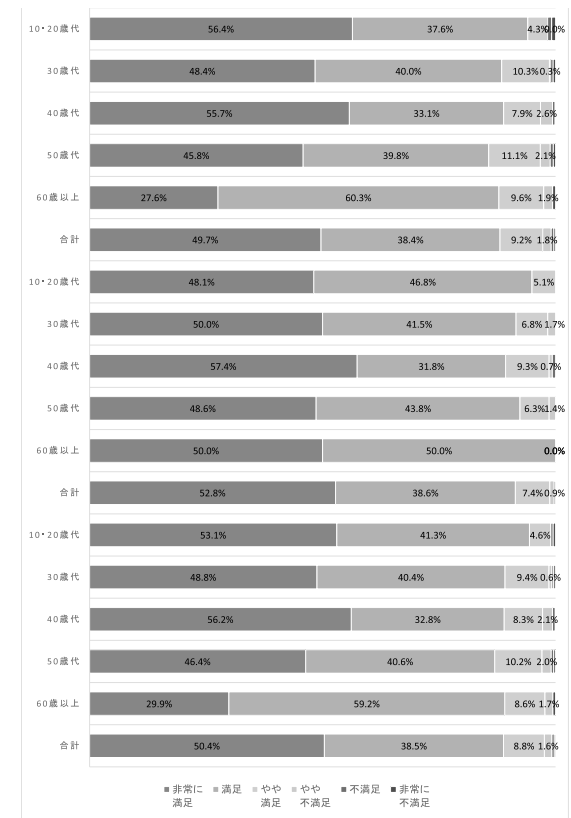
奈良マラソンについての要望では、ビニールウェアの配布や防寒用衣類の回収で実現／継続してほしいという回答が多く、全体の9割以上を占めた。一方で、持ちタイムの速いランナーへの優先出場枠では、半分以上のランナーが必要ないと感じており、今後の検討が必要だといえるだろう。

7. 総合的な評価と次大会への参加

1) 総合的な評価

図表31. 性別および年代と総合的な評価

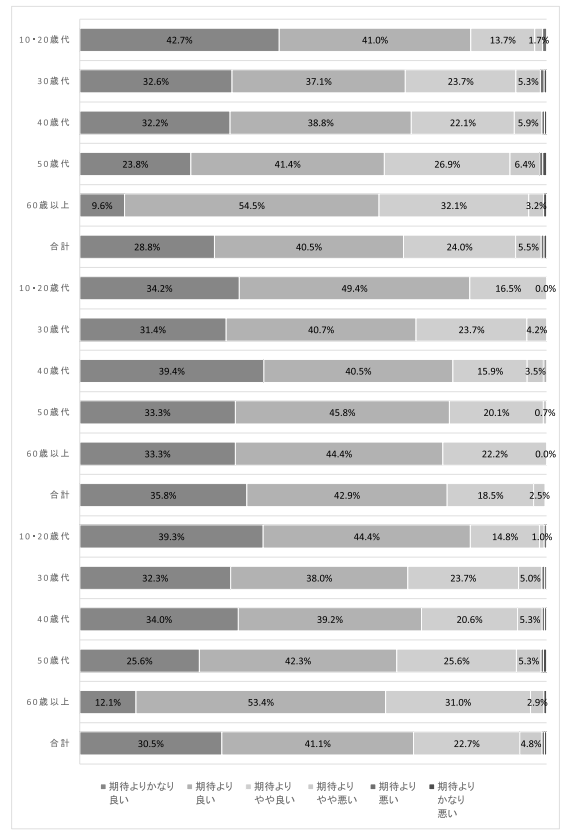
		非常に満足	満足	やや満足	やや不満足	不満足	非常に不満足	合計
男性	10・20歳代	度数 66	44	5	0	1	1	117
	パーセント	56.4%	37.6%	4.3%	0.0%	0.9%	0.9%	100.0%
	30歳代	度数 184	152	39	1	2	2	380
	パーセント	48.4%	40.0%	10.3%	0.3%	0.5%	0.5%	100.0%
	40歳代	度数 500	297	71	23	5	1	897
	パーセント	55.7%	33.1%	7.9%	2.6%	0.6%	0.1%	100.0%
	50歳代	度数 281	244	68	13	4	3	613
	パーセント	45.8%	39.8%	11.1%	2.1%	0.7%	0.5%	100.0%
	60歳以上	度数 43	94	15	3	0	1	156
	パーセント	27.6%	60.3%	9.6%	1.9%	0.0%	0.6%	100.0%
女性	合計	度数 1074	831	198	40	12	8	2163
	パーセント	49.7%	38.4%	9.2%	1.8%	0.6%	0.4%	100.0%
	10・20歳代	度数 38	37	4	0	0	—	79
	パーセント	48.1%	46.8%	5.1%	0.0%	0.0%	—	100.0%
	30歳代	度数 59	49	8	2	0	—	118
	パーセント	50.0%	41.5%	6.8%	1.7%	0.0%	—	100.0%
	40歳代	度数 166	92	27	2	2	—	289
	パーセント	57.4%	31.8%	9.3%	0.7%	0.7%	—	100.0%
	50歳代	度数 70	63	9	2	0	—	144
	パーセント	48.6%	43.8%	6.3%	1.4%	0.0%	—	100.0%
合計	60歳以上	度数 9	9	0	0	0	—	18
	パーセント	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	—	100.0%
	合計	度数 342	250	48	6	2	—	648
	パーセント	52.8%	38.6%	7.4%	0.9%	0.3%	—	100.0%
10・20歳代	度数	104	81	9	0	1	1	196
	パーセント	53.1%	41.3%	4.6%	0.0%	0.5%	0.5%	100.0%
30歳代	度数	243	201	47	3	2	2	498
	パーセント	48.8%	40.4%	9.4%	0.6%	0.4%	0.4%	100.0%
40歳代	度数	666	389	98	25	7	1	1186
	パーセント	56.2%	32.8%	8.3%	2.1%	0.6%	0.1%	100.0%
50歳代	度数	351	307	77	15	4	3	757
	パーセント	46.4%	40.6%	10.2%	2.0%	0.5%	0.4%	100.0%
60歳以上	度数	52	103	15	3	0	1	174
	パーセント	29.9%	59.2%	8.6%	1.7%	0.0%	0.6%	100.0%
	合計	度数 1416	1081	246	46	14	8	2811
	パーセント	50.4%	38.5%	8.8%	1.6%	0.5%	0.3%	100.0%



2) 期待と比べた評価

図表32. 期待と比べた評価

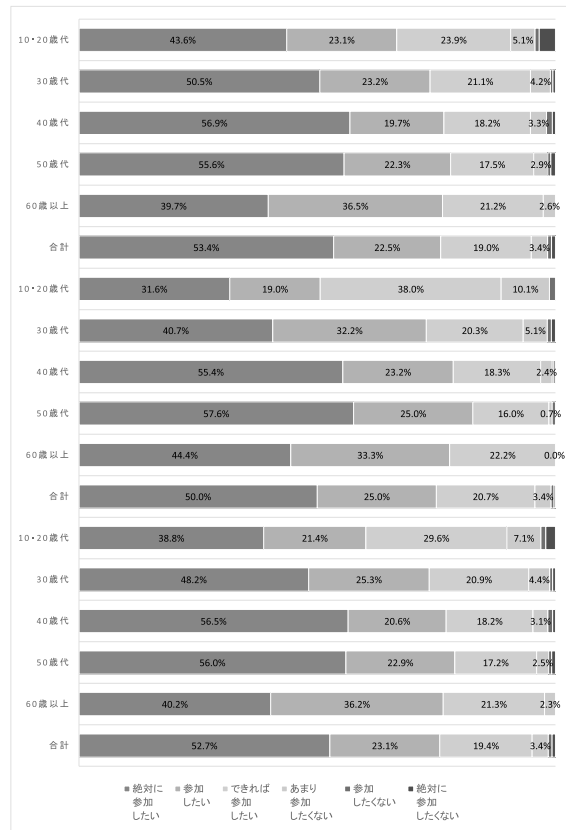
		期待より かなり 良い	期待より 良い	期待より やや良い	期待より やや悪い	期待より 悪い	期待より かなり 悪い	合計	
男性	10・20歳代	度数	50	48	16	2	1	0	117
		パーセント	42.7%	41.0%	13.7%	1.7%	0.9%	0.0%	100.0%
	30歳代	度数	124	141	90	20	3	2	380
		パーセント	32.6%	37.1%	23.7%	5.3%	0.8%	0.5%	100.0%
	40歳代	度数	289	348	198	53	5	4	897
		パーセント	32.2%	38.8%	22.1%	5.9%	0.6%	0.4%	100.0%
	50歳代	度数	146	254	165	39	4	5	613
		パーセント	23.8%	41.4%	26.9%	6.4%	0.7%	0.8%	100.0%
	60歳以上	度数	15	85	50	5	0	1	156
		パーセント	9.6%	54.5%	32.1%	3.2%	0.0%	0.6%	100.0%
	合計	度数	624	876	519	119	13	12	2163
		パーセント	28.8%	40.5%	24.0%	5.5%	0.6%	0.6%	100.0%
女性	10・20歳代	度数	27	39	13	0	0	0	79
		パーセント	34.2%	49.4%	16.5%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	30歳代	度数	37	48	28	5	0	0	118
		パーセント	31.4%	40.7%	23.7%	4.2%	0.0%	0.0%	100.0%
	40歳代	度数	114	117	46	10	1	1	289
		パーセント	39.4%	40.5%	15.9%	3.5%	0.3%	0.3%	100.0%
	50歳代	度数	48	66	29	1	0	0	144
		パーセント	33.3%	45.8%	20.1%	0.7%	0.0%	0.0%	100.0%
	60歳以上	度数	6	8	4	0	0	0	18
		パーセント	33.3%	44.4%	22.2%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	合計	度数	232	278	120	16	1	1	648
		パーセント	35.8%	42.9%	18.5%	2.5%	0.2%	0.2%	100.0%
合計	10・20歳代	度数	77	87	29	2	1	0	196
		パーセント	39.3%	44.4%	14.8%	1.0%	0.5%	0.0%	100.0%
	30歳代	度数	161	189	118	25	3	2	498
		パーセント	32.3%	38.0%	23.7%	5.0%	0.6%	0.4%	100.0%
	40歳代	度数	403	465	244	63	6	5	1186
		パーセント	34.0%	39.2%	20.6%	5.3%	0.5%	0.4%	100.0%
	50歳代	度数	194	320	194	40	4	5	757
		パーセント	25.6%	42.3%	25.6%	5.3%	0.5%	0.7%	100.0%
	60歳以上	度数	21	93	54	5	0	1	174
		パーセント	12.1%	53.4%	31.0%	2.9%	0.0%	0.6%	100.0%
	合計	度数	856	1154	639	135	14	13	2811
		パーセント	30.5%	41.1%	22.7%	4.8%	0.5%	0.5%	100.0%



3) 次大会への参加

図表33. 次大会への参加

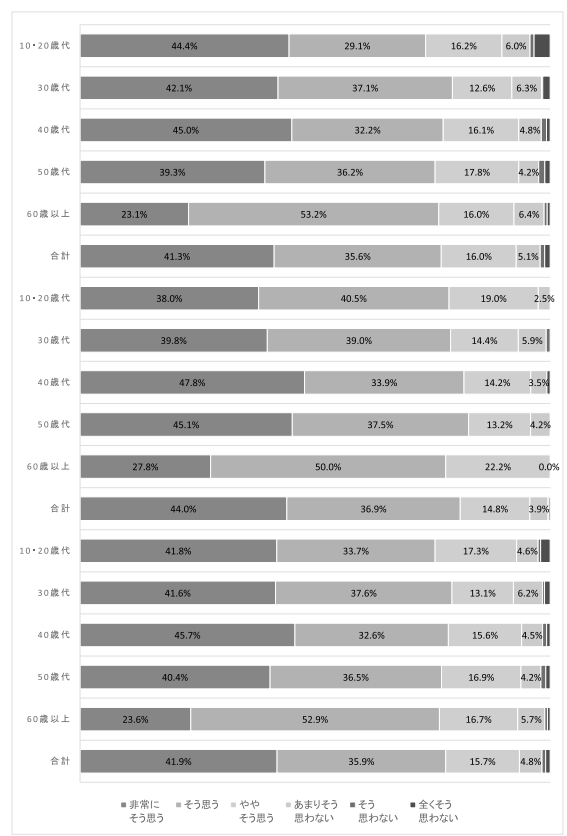
		次大会への参加						合計	
		絶対に参加したい	参加したい	できれば参加したい	あまり参加したくない	参加したくない	絶対に参加したくない		
男性	10・20歳代	度数	51	27	28	6	1	4	117
		パーセント	43.6%	23.1%	23.9%	5.1%	0.9%	3.4%	100.0%
	30歳代	度数	192	88	80	16	2	2	380
		パーセント	50.5%	23.2%	21.1%	4.2%	0.5%	0.5%	100.0%
	40歳代	度数	510	177	163	30	11	6	897
		パーセント	56.9%	19.7%	18.2%	3.3%	1.2%	0.7%	100.0%
	50歳代	度数	341	137	107	18	4	6	613
		パーセント	55.6%	22.3%	17.5%	2.9%	0.7%	1.0%	100.0%
	60歳以上	度数	62	57	33	4	0	0	156
		パーセント	39.7%	36.5%	21.2%	2.6%	0.0%	0.0%	100.0%
	合計	度数	1156	486	411	74	18	18	2163
		パーセント	53.4%	22.5%	19.0%	3.4%	0.8%	0.8%	100.0%
女性	10・20歳代	度数	25	15	30	8	1	0	79
		パーセント	31.6%	19.0%	38.0%	10.1%	1.3%	0.0%	100.0%
	30歳代	度数	48	38	24	6	1	1	118
		パーセント	40.7%	32.2%	20.3%	5.1%	0.8%	0.8%	100.0%
	40歳代	度数	160	67	53	7	1	1	289
		パーセント	55.4%	23.2%	18.3%	2.4%	0.3%	0.3%	100.0%
	50歳代	度数	83	36	23	1	1	0	144
		パーセント	57.6%	25.0%	16.0%	0.7%	0.7%	0.0%	100.0%
	60歳以上	度数	8	6	4	0	0	0	18
		パーセント	44.4%	33.3%	22.2%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	合計	度数	324	162	134	22	4	2	648
		パーセント	50.0%	25.0%	20.7%	3.4%	0.6%	0.3%	100.0%
合計	10・20歳代	度数	76	42	58	14	2	4	196
		パーセント	38.8%	21.4%	29.6%	7.1%	1.0%	2.0%	100.0%
	30歳代	度数	240	126	104	22	3	3	498
		パーセント	48.2%	25.3%	20.9%	4.4%	0.6%	0.6%	100.0%
	40歳代	度数	670	244	216	37	12	7	1186
		パーセント	56.5%	20.6%	18.2%	3.1%	1.0%	0.6%	100.0%
	50歳代	度数	424	173	130	19	5	6	757
		パーセント	56.0%	22.9%	17.2%	2.5%	0.7%	0.8%	100.0%
	60歳以上	度数	70	63	37	4	0	0	174
		パーセント	40.2%	36.2%	21.3%	2.3%	0.0%	0.0%	100.0%
	合計	度数	1480	648	545	96	22	20	2811
		パーセント	52.7%	23.1%	19.4%	3.4%	0.8%	0.7%	100.0%



4) 知人の勧誘

図表34. 知人の勧誘

		非常に そう思う	そう思う	やや そう思う	あまりそう 思わない	そう 思わない	全くそう 思わない	合計	
男性	10・20歳代	度数	52	34	19	7	1	4	117
		パーセント	44.4%	29.1%	16.2%	6.0%	0.9%	3.4%	100.0%
	30歳代	度数	160	141	48	24	1	6	380
		パーセント	42.1%	37.1%	12.6%	6.3%	0.3%	1.6%	100.0%
	40歳代	度数	404	289	144	43	10	7	897
		パーセント	45.0%	32.2%	16.1%	4.8%	1.1%	0.8%	100.0%
	50歳代	度数	241	222	109	26	8	7	613
		パーセント	39.3%	36.2%	17.8%	4.2%	1.3%	1.1%	100.0%
	60歳以上	度数	36	83	25	10	1	1	156
		パーセント	23.1%	53.2%	16.0%	6.4%	0.6%	0.6%	100.0%
	合計	度数	893	769	345	110	21	25	2163
		パーセント	41.3%	35.6%	16.0%	5.1%	1.0%	1.2%	100.0%
女性	10・20歳代	度数	30	32	15	2	0	0	79
		パーセント	38.0%	40.5%	19.0%	2.5%	0.0%	0.0%	100.0%
	30歳代	度数	47	46	17	7	1	0	118
		パーセント	39.8%	39.0%	14.4%	5.9%	0.8%	0.0%	100.0%
	40歳代	度数	138	98	41	10	0	2	289
		パーセント	47.8%	33.9%	14.2%	3.5%	0.0%	0.7%	100.0%
	50歳代	度数	65	54	19	6	0	0	144
		パーセント	45.1%	37.5%	13.2%	4.2%	0.0%	0.0%	100.0%
	60歳以上	度数	5	9	4	0	0	0	18
		パーセント	27.8%	50.0%	22.2%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	合計	度数	285	239	96	25	1	2	648
		パーセント	44.0%	36.9%	14.8%	3.9%	0.2%	0.3%	100.0%
合計	10・20歳代	度数	82	66	34	9	1	4	196
		パーセント	41.8%	33.7%	17.3%	4.6%	0.5%	2.0%	100.0%
	30歳代	度数	207	187	65	31	2	6	498
		パーセント	41.6%	37.6%	13.1%	6.2%	0.4%	1.2%	100.0%
	40歳代	度数	542	387	185	53	10	9	1186
		パーセント	45.7%	32.6%	15.6%	4.5%	0.8%	0.8%	100.0%
	50歳代	度数	306	276	128	32	8	7	757
		パーセント	40.4%	36.5%	16.9%	4.2%	1.1%	0.9%	100.0%
	60歳以上	度数	41	92	29	10	1	1	174
		パーセント	23.6%	52.9%	16.7%	5.7%	0.6%	0.6%	100.0%
	合計	度数	1178	1008	441	135	22	27	2811
		パーセント	41.9%	35.9%	15.7%	4.8%	0.8%	1.0%	100.0%



総合的な評価では、満足と回答したランナーがほとんどであったが、40歳代以上の男性で不満足という回答がやや多かった。また、期待と比べた評価でも、男性の方が不満足と答えた人の割合が大きかった。一方で、次大会への参加では、男女ともに参加したくないと回答したのは10・20歳代が多く、大会への評価とは異なる結果であった。

IV. まとめ

本研究では、奈良マラソン2016参加者を対象としてウェブ調査を行い、ランナーの行動様式を明らかにすることを目的とした。調査の結果として、性別や年代のほか、ランニングへの取り組みなど、参加者の実態を把握することができた。また、コースや提供物をはじめとした大会の満足度や評価を分析することによって、継続すべき事項および検討の余地がある事項を明らかにした。さらに、交通手段や会場到着時刻、消費支出額といった大会前後におけるランナーの動きをとらえることができた。以上の結果から、マラソン以外のサービス面においても、より実務的な基礎資料を提供することができる。これらの調査研究の成果を奈良マラソン実行委員会にフィードバックすることで、大会運営の更なる向上の一助となるであろう。

参考文献

奈良マラソンオフィシャルホームページ：<http://www.nara-marathon.jp/>

二宮浩彰：日本におけるスポーツ・ツーリズムの諸相：スポーツ・ツーリズム動動的モデルの構築，同志社スポーツ健康科学，1，pp.9-18，2009.

二宮浩彰，松永敬子，長積仁：都市型市民マラソンの参加者がもたらす経済波及効果の推計：京都マラソン2012ランナー調査に基づいた分析，生涯スポーツ学研究，Vol.10，No.1・2，pp.31-40，2014a.

二宮浩彰，松永敬子，長積仁：ランニングの専門志向化からみたスポーツ消費者行動：京都マラソン2012の参加に伴うランナーの消費支出，京都滋賀体育学研究，29（2），pp.137-144，2014b.

辻和真，二宮浩彰，庄子博人，備前嘉文：居住地からみた都市型市民マラソン参加者の消費行動：奈良マラソン2014の参加に伴う消費支出額の分析，同志社スポーツ健康科学，8，pp.23-31，2016.