

2008年6月26日

長野マラソン組織委員会 共同調査

第10回長野マラソン 出場者アンケート 報告書

(2008年5月8日～6月12日調査)

調査の設計	1
結果の概要	4



社団法人 長野県世論調査協会

Tel 026-233-3616 Fax 026-233-3610

<http://www.nagano-yoron.or.jp>

I 調査の設計

調査の目的

長野オリンピック記念長野マラソンは今年で第10回の節目を迎え4月20日、長野市の中心市街地を駆け抜けるコースで開催し、国内外の招待選手を含む過去最高の7,444人（出場申し込みは8,471人）が出場。男子はネファト・キニャンジュ選手（ケニア）が3連覇、女子はアレブティナ・イワノワ選手（ロシア）が2連覇を遂げた。

長野マラソン大会組織委員会と長野県世論調査協会は2001年の第3回大会以来、出場の市民ランナーを対象にしたアンケートを共同調査として実施し、大会運営や地元長野市の受け入れ態勢、まちづくりに対する感想や要望を聞いた。

マラソン参加の動機、実際に走ったうえでのコースの印象、長野までの交通手段、宿泊、参加ついでに観光、飲食、土産品の購入など多彩な回答を積み重ね、大会充実とまちづくりに貴重な指針を得てきた。今回は第10回大会までの参加ランナーの回答の変遷を中心にたどる。

調査の設計

調査対象	市民ランナー 7,210人（県内3,498人 県外3,712人）
調査方法	郵送（記録証の発送に同封）。回答はファクス、郵送、インターネット
調査期間	2008年5月8日～6月12日
回収結果	有効回収数 1,062人 有効回収率 14.7%
調査主体	長野オリンピック記念長野マラソン大会組織委員会 社団法人長野県世論調査協会

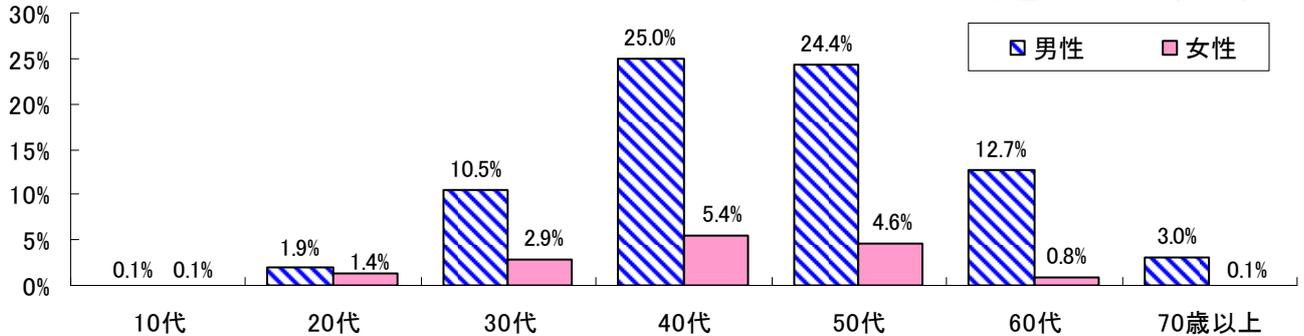
<注>報告書のパーセント数字は小数点2位を四捨五入。合計が100にならない場合がある。

◆ サンプルの内訳

【性別と年代】

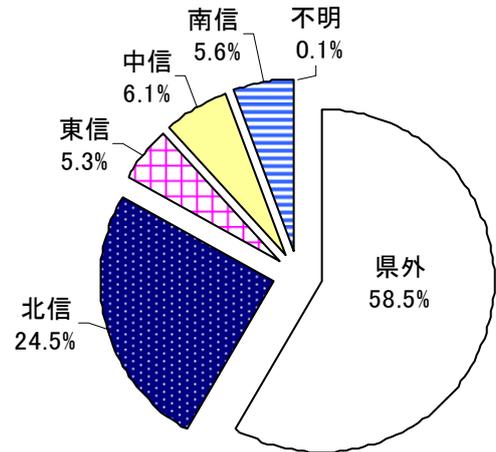
	全体	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	不明
全体	1062	2	35	142	323	308	144	33	75
	100.0%	0.2%	3.3%	13.4%	30.4%	29.0%	13.6%	3.1%	7.1%
男性	878	1	20	111	266	259	135	32	54
	82.7%	0.1%	1.9%	10.5%	25.0%	24.4%	12.7%	3.0%	5.1%
女性	178	1	15	31	57	49	9	1	15
	16.8%	0.1%	1.4%	2.9%	5.4%	4.6%	0.8%	0.1%	1.4%

※性別不明 6 (0.6%)



【住所】

県外	621	58.5%
長野県内計	440	41.4%
北信	260	24.5%
東信	56	5.3%
中信	65	6.1%
南信	59	5.6%
不明	1	0.1%

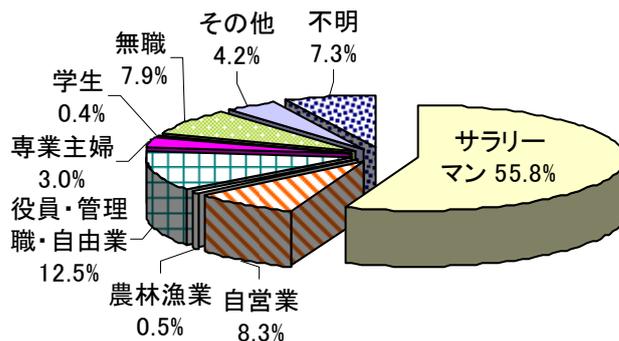


【都道府県】

北海道	10	1.6%
青森	0	-
岩手	1	0.2%
宮城	2	0.3%
秋田	1	0.2%
山形	2	0.3%
福島	4	0.6%
茨城	7	1.1%
栃木	6	1.0%
群馬	24	3.9%
埼玉	57	9.2%
千葉	38	6.1%
東京	103	16.6%
神奈川	64	10.3%
新潟	58	9.3%
富山	15	2.4%
石川	13	2.1%
福井	2	0.3%
山梨	5	0.8%
岐阜	27	4.3%
静岡	11	1.8%
愛知	62	10.0%
三重	10	1.6%
滋賀	7	1.1%
京都	10	1.6%
大阪	26	4.2%
兵庫	19	3.1%
奈良	9	1.4%
和歌山	1	0.2%
鳥取	1	0.2%
島根	1	0.2%
岡山	1	0.2%
広島	2	0.3%
山口	1	0.2%
徳島	4	0.6%
香川	6	1.0%
愛媛	0	-
高知	0	-
福岡	6	1.0%
佐賀	0	-
長崎	0	-
熊本	0	-
大分	1	0.2%
宮崎	0	-
鹿児島	1	0.2%
沖縄	2	0.3%
不明	1	0.2%

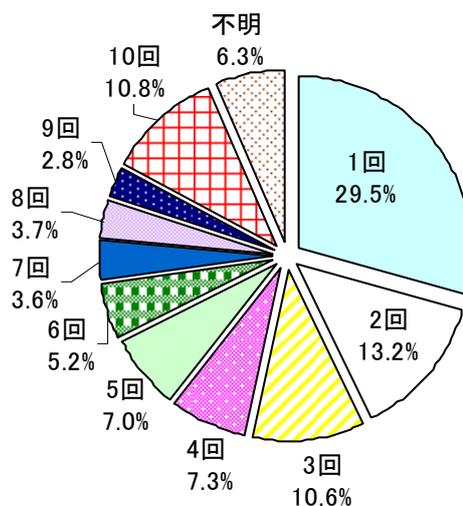
【職業】

サラリーマン	593	55.8%
自営業	88	8.3%
農林漁業	5	0.5%
役員・管理職・自由業	133	12.5%
専業主婦	32	3.0%
学生	4	0.4%
無職	84	7.9%
その他	45	4.2%
不明	78	7.3%



【大会参加回数】(今大会を含む)

1回	313	29.5%
2回	140	13.2%
3回	113	10.6%
4回	78	7.3%
5回	74	7.0%
6回	55	5.2%
7回	38	3.6%
8回	39	3.7%
9回	30	2.8%
10回	115	10.8%
不明	67	6.3%

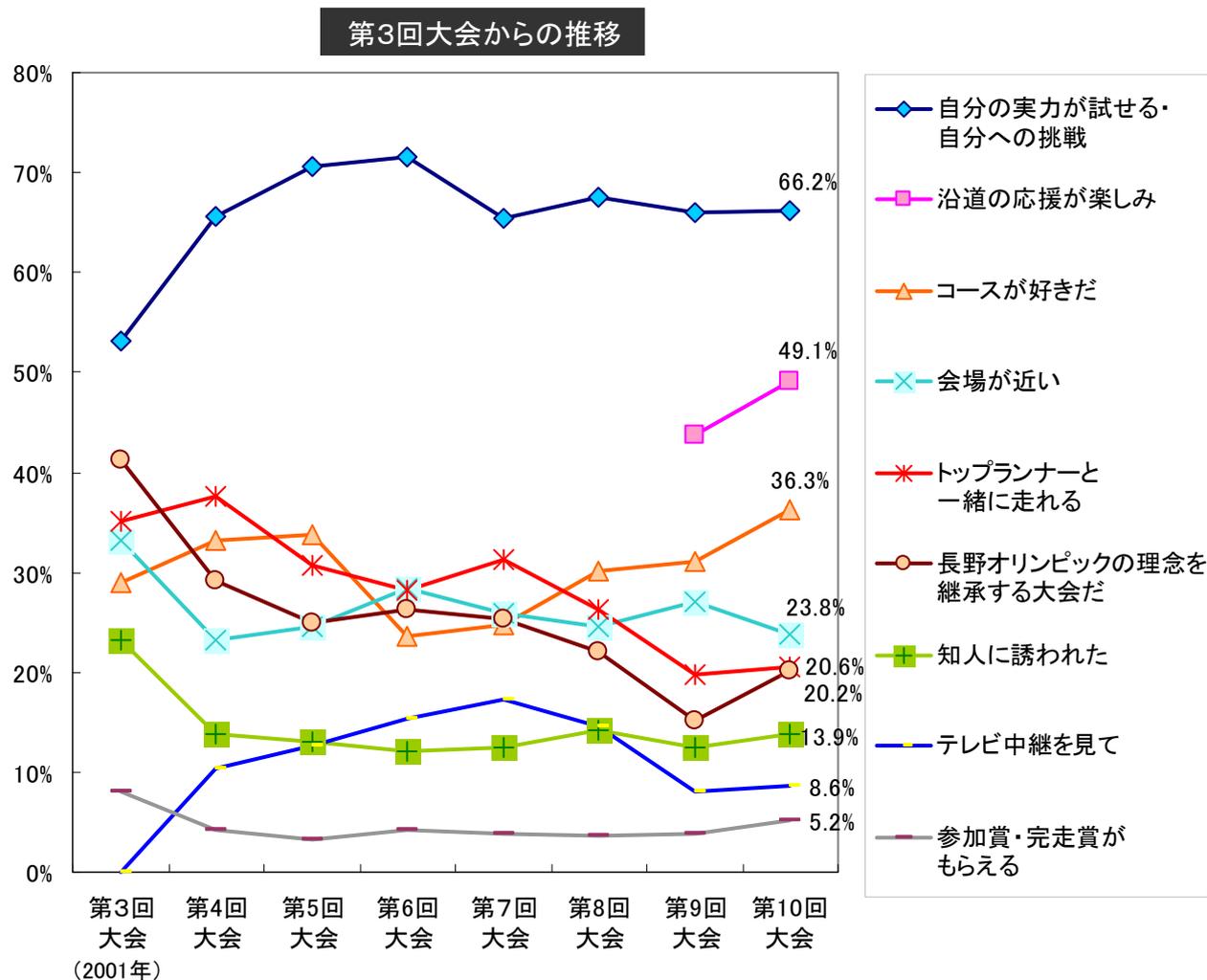


II 結果の概要

長野マラソンに出場して

参加の動機 「実力を試す・自分への挑戦」不動のトップ独走

「自分の実力が試せる・自分への挑戦」が66%の高率で他を引き離し、これまで8回の調査を通じてトップを貫く。2位は前回から加わった「沿道の応援が楽しみ」、3位には「コースが好き」が入り、全体に順位は前回と変わらない。このところ数値が下降していた「長野オリンピックの理念を継承する大会」が伸びた。



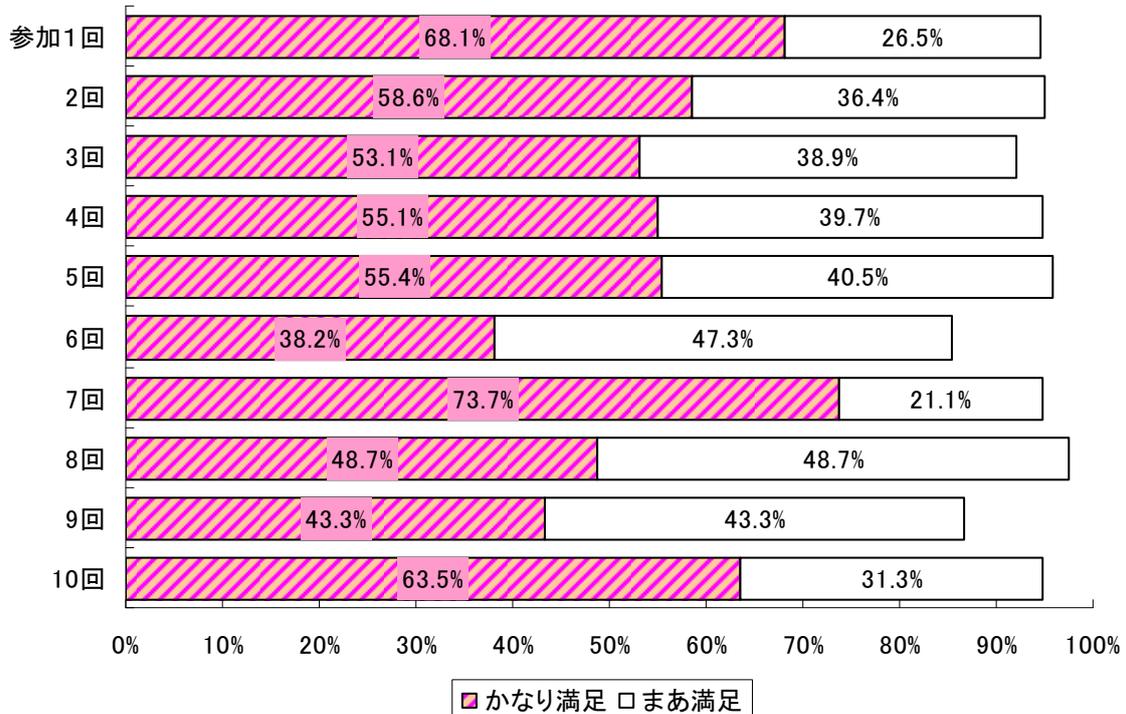
上位3つの項目は、男女に違いがほとんどみられないのが特徴的。県内勢が「実力試し・挑戦」を80%台に乗せる高さ。「会場が近い」も高い。対照的に、県外勢は「応援」や「コースが好き」「トップランナーと走れる」が高くなっている。

走った感想

「かなり満足」安定の60%台

「満足」が総体で90%を超えるハイレベルは不動。「かなり満足」だけで60%に達し、女性や県内勢がやや高め。参加回数では7回の74%を筆頭に、1回、10回が平均値を上回る。6回では40%に届かず8回、9回も低くなっている。

◆ マラソン参加回数との関連では「かなり満足」「まあ満足」



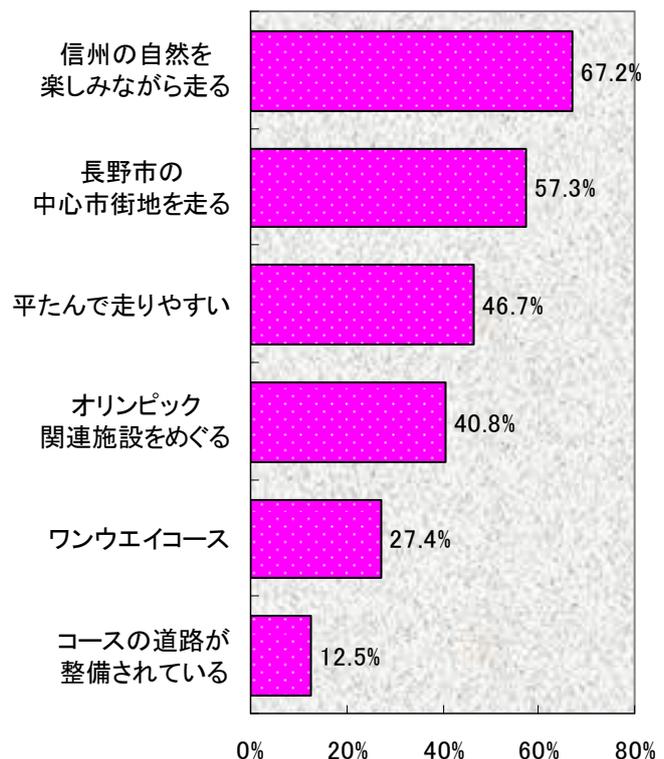
コースに満足・好きな点

「信州の自然楽しみながら」と「中心街を走る」

「信州の自然を楽しみながら走る」が最も多く「長野市の中心市街地を走る」が二番手。「平たんて走りやすい」と「オリンピック関連施設をめぐる」が上位にランクされた。

「自然」は女性で76%の高さで、男性を10ポイント余りリード。逆に、男性は「中心街」が60%に達し、十数ポイントの差をつけた。

「自然」と「平たん」は中高年齢層で高め。参加回数では1～3回が「自然」と「平たん」で高め。10回でも「自然」は最も人気が高くなっている。



コースに不満・好きではない点

「平たん・長い堤防」飛び抜けて

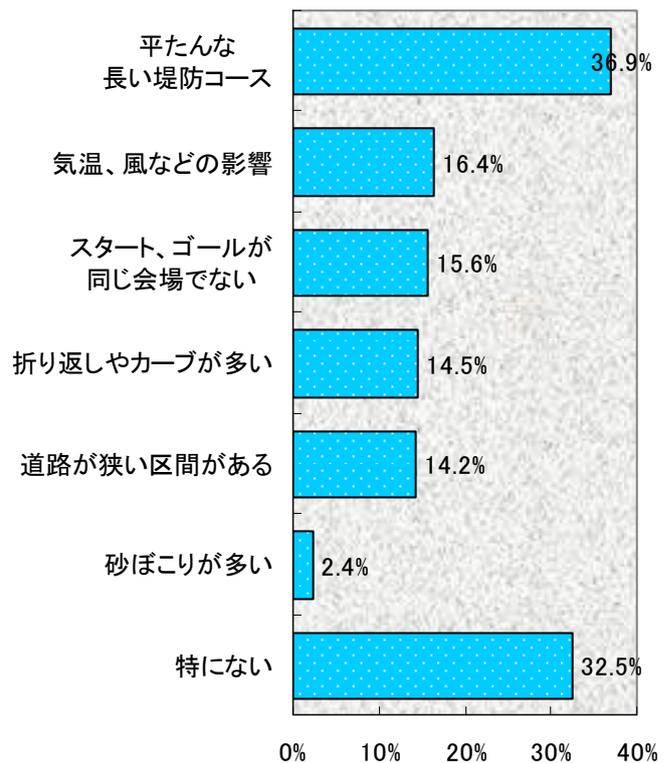
「平たんな長い堤防コース」が40%に迫り最も多く、大きく差が開いて「気温、風などの影響」と「スタート、ゴールが同じ会場ではない」が上位にランク。僅差で「折り返しやカーブが多い」と「道路の狭い区間がある」が続く。

男女の受けとめにほとんど違いがみられないが、県内勢に「平たん・長い堤防」に不満が高め。「スタート・ゴールの違い」は県外勢で高めになる。

参加回数では「平たん・長い堤防」に6回、3回、9回で40%を超える。また、9回では「気温、風などの影響」が47%で最も高い。

大会の不満足層で「平たん・長い堤防」に対する不満と連動して高め。

他方「特にない」が33%を占める。

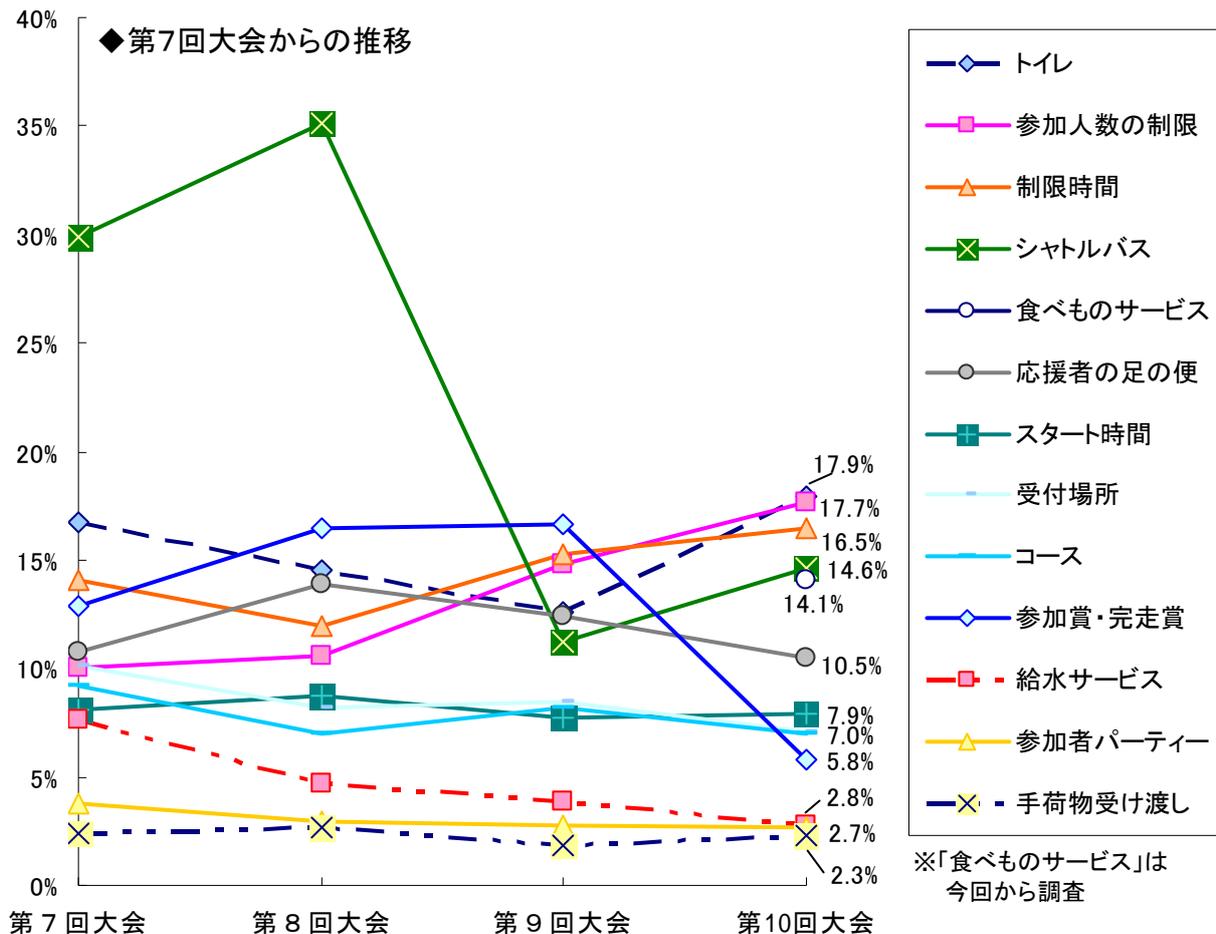


大会運営で改善してほしいこと

「トイレ」と人数・時間の「制限」が上位

「トイレ」「参加人数の制限」「制限時間」の3つが上位グループに並ぶ。第7～8回大会で群を抜いて高かった「シャトルバス」は前回6位に落ち込み、今回は4位に浮上し「食べものサービス」が僅差で続く。

男性で「トイレ」「人数制限」が高めで、女性は「シャトルバス」がやや高めで「特にない」が30%近い。県内勢で「トイレ」「制限時間」が高めで、県外勢は「シャトルバス」「食べものサービス」が高め。

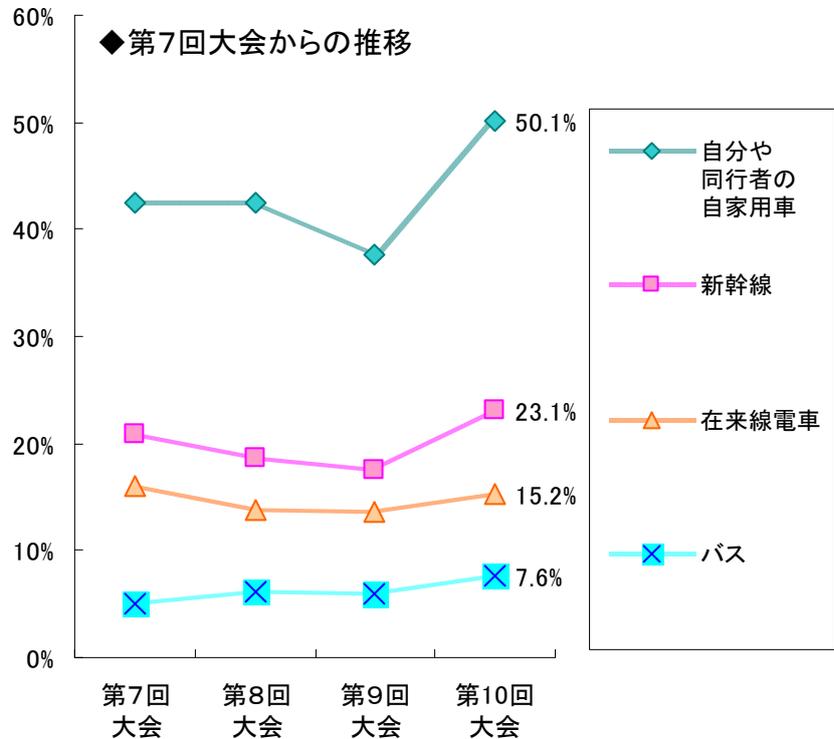


長野までの往復と滞在

足 「マイカー」半数占め「新幹線」4人に約1人

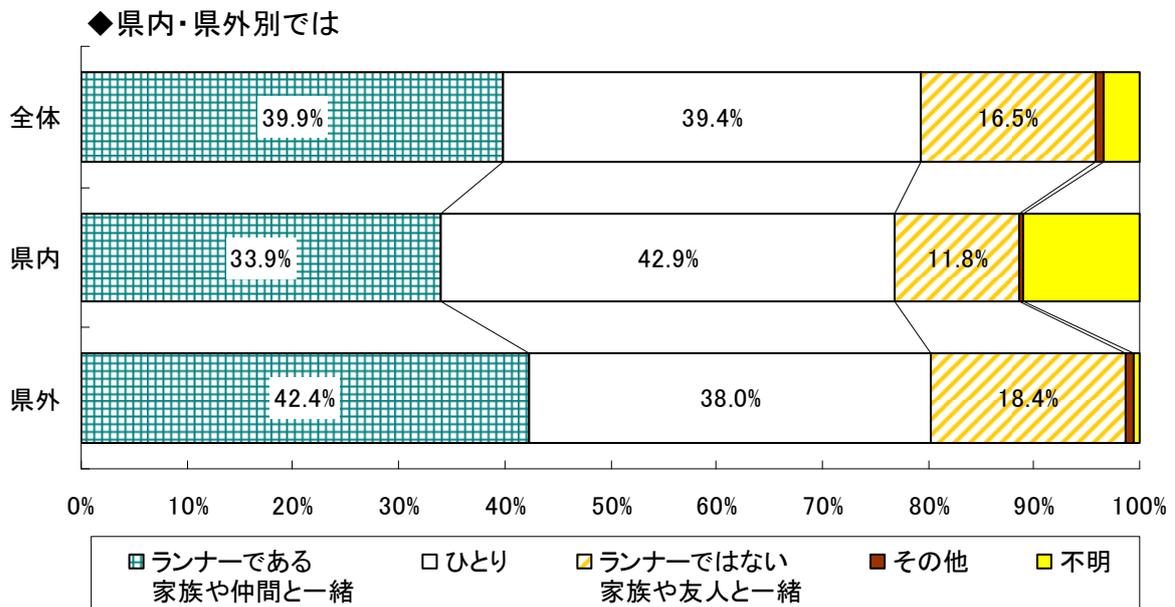
一貫してトップの「マイカー」がさらに増え、今回は半数に到達。大きく差が開いて2番目の「新幹線」も伸びて23%。「在来線電車」「バス」と続く順位は変わらない。

「マイカー」は男性で高く、20代や40～50代で高めになっている。「新幹線」は女性が35%に高まり、70歳以上（以下「70代」と略記）や30代で高め。初めての参加組は36%と高く、少ない回数の方の利用が高めの傾向がみられる。



同行者 「ランナーの仲間・家族と」「ひとり」40%ずつ

「ランナーである家族や仲間と一緒に」と「ひとり」が約40%で並び「ランナーでない家族や友人と一緒に」はぐんと下がる。「ランナー同士」で女性63%－男性35%の開きがめだつ。対照的に「ひとり」は男性43%－女性20%の逆転がみられる。



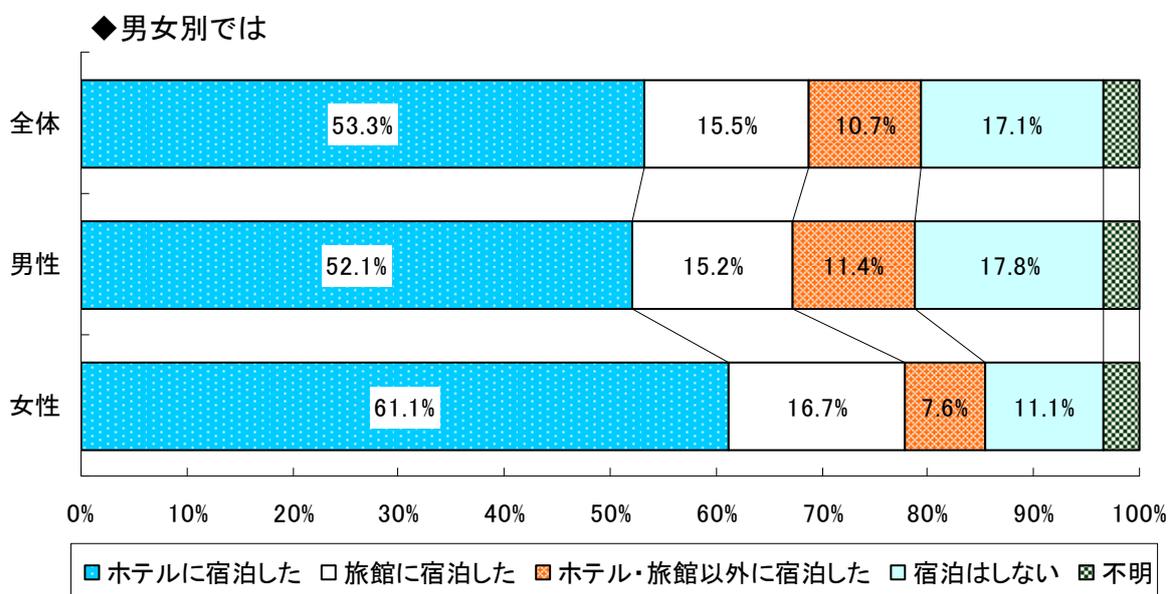
若い年代層は「ランナー同士」が比較的高めで、20代では46%に伸びる。「ひとり」は70代が46%と最も高い。県外勢で「ランナー同士」が高めで、参加回数では9回を筆頭に1回、5回、8回で40%を超える。「ひとり」は7回、2回で50%前後と高い。

宿 「ホテル」増えて半数超える 女性が高め

「ホテル」が半数を超えて最も多く、トップをキープ。大きく開いて「旅館」が2位で続く。「ホテル」は女性で60%を超え、男性に10ポイント近い差をつける。県外勢64%—県内勢26%の開きもめだつ。

「ホテル」は70代では約70%の高率。対照的に、60、30代では「旅館」が20%前後の高さを示す。参加回数の少ない方にホテル派が多めになっている。

宿泊日数は「1泊」が80%近くを占め「2泊以上」は合計で22%。

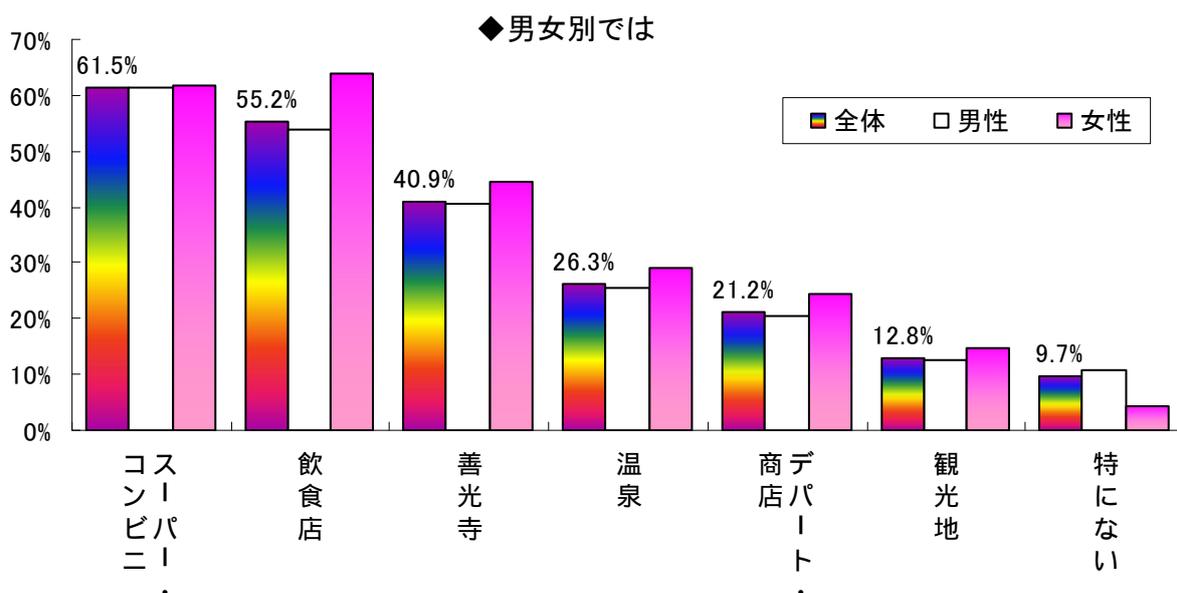


長野の街の印象と買いもの

訪れた場所 「スーパー・コンビニ」筆頭 「飲食店」に続く「善光寺」

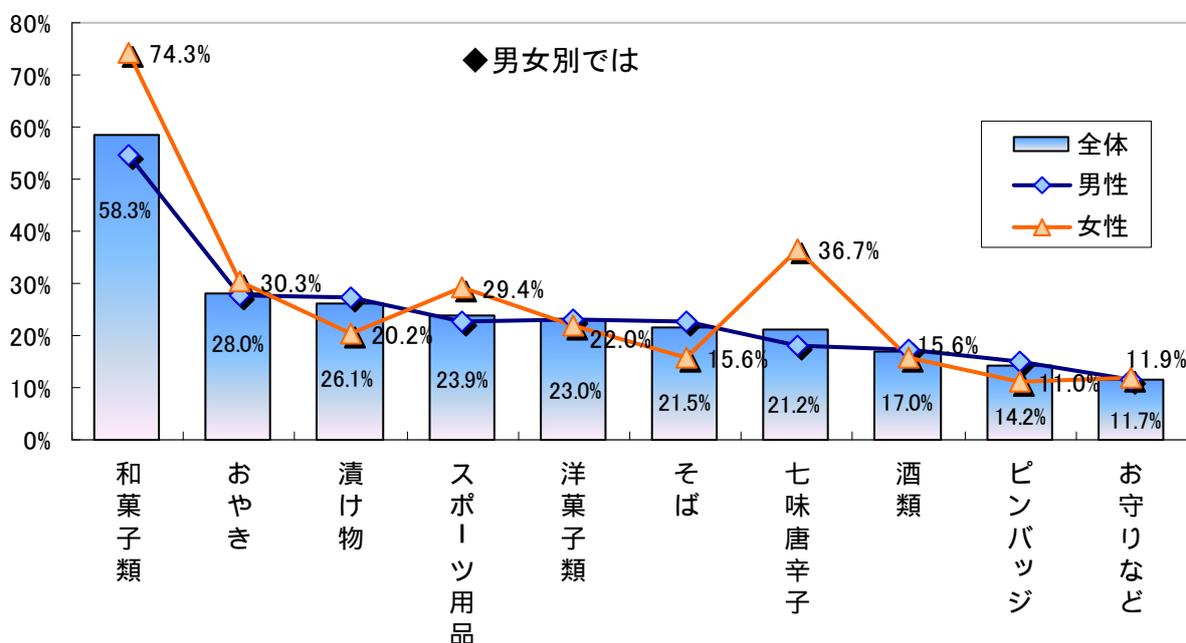
「スーパー・コンビニ」が60%を超えて最も多く「飲食店」が55%の2位。上位には「善光寺」「温泉」「デパート・商店」の順で続く。

「スーパー・コンビニ」で男女差はみられないが、女性では「飲食店」が64%と最も高く、男性よりも10ポイント高い。「善光寺」「温泉」「デパート・商店」でも比較的高めで、総じて女性の方が活発だ。また、県外勢に同様の積極さがみられ、お土産を買った層にも連動する。



お土産の買いもの 「和菓子」抜き出る 「おやき」「漬け物」健闘

「お土産を買った」が70%を超え、女性では4人に3人を数える。県外勢では86%の高率となる。また、初参加組も80%に達する。「買わない」は4人に1人で、県内勢では



半数を超える。

買った物は「和菓子類」が他を引き離し、女性では4人に3人を占め「七味唐辛子」が40%に迫り2位。「スポーツ用品」でもリード。男性では「漬け物」「そば」が高めになる。

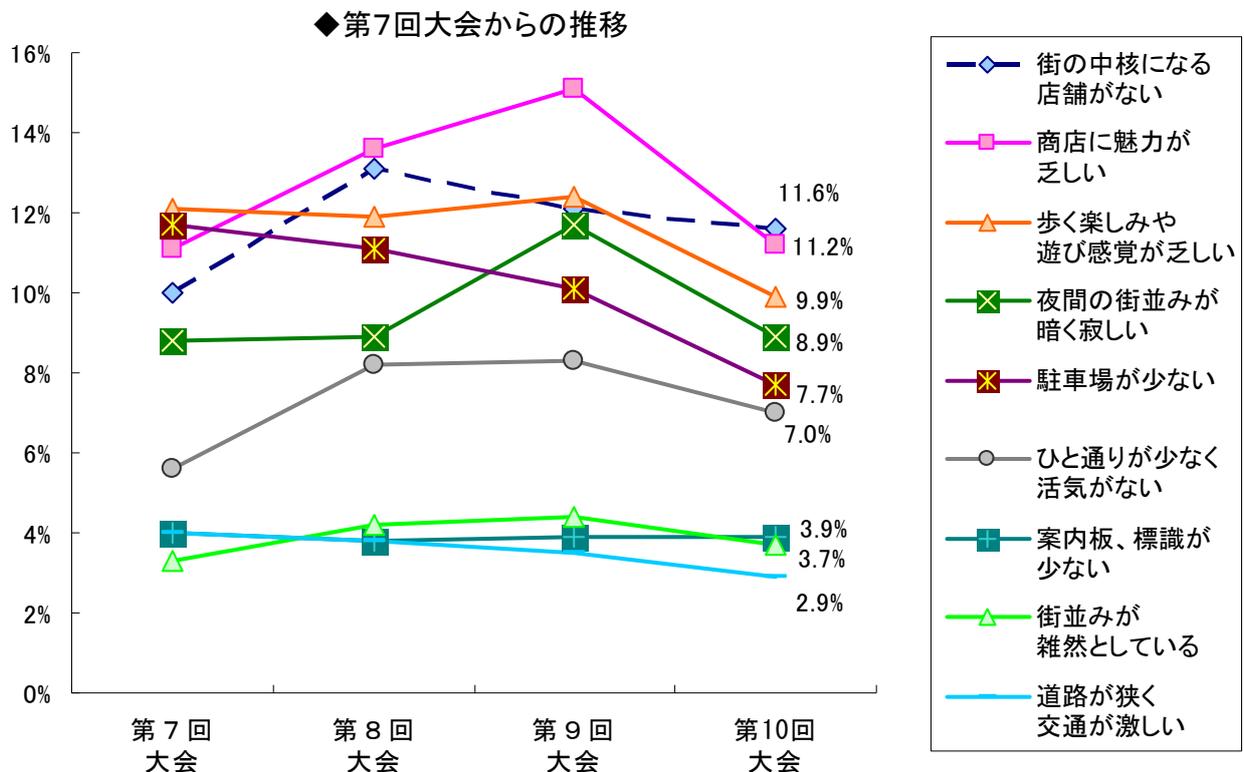
年代層では「和菓子類」が50代で最も高く「おやき」と「漬け物」は70代。県外勢は「和菓子類」が60%を超え「おやき」「漬け物」でも引き離す。県内勢では「スポーツ用品」が55%でトップ。「ピンバッジ」も大きくリードし2番目。

買った金額は「3,000円～5,000円未満」が27%で最も多く「5,000円～1万円未満」が20%余で続く。

街のもの足りなさや不満 「中核店ない」と「魅力乏しい」 続く「歩く楽しみ不足」

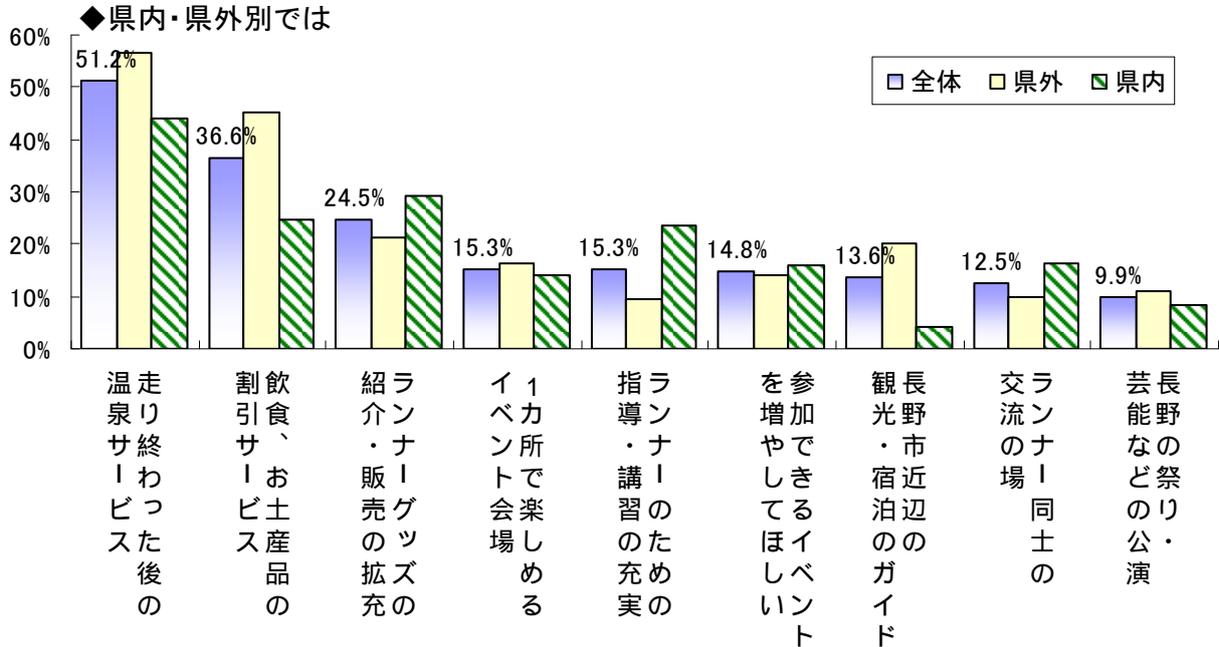
「商店に魅力が乏しい」が大幅ダウンし、トップが僅差で「中核になる店舗がない」と入れ替わった。「歩く楽しみや遊び感覚が乏しい」が前回2位から3位に後退した。

上位の項目は男性で高めになっており、県外勢でも「中核店」に不満が高め。女性は「夜間の街並みが暗く寂しい」がやや高くなり、県内勢では「駐車場が少ない」が最も高い。他方「特に感じない」が約40%にのぼる。



地元の受け入れ態勢への要望

「レース後の温泉サービス」に集中 続く「飲食・土産品割引」



最も高かったのは「走り終わった後の温泉サービス」で半数を超えた。次いで「飲食、お土産品の割引サービス」。3位には「ランナーグッズの紹介・販売の拡充」が挙げられた。

「温泉」は女性で60%を突破する高率で、男性でも約半数にのぼり最も高い。年代層では20代で60%を超える。参加回数が少ない層も同様の傾向がみられる。

県外勢では「温泉」の57%の高さに加えて「飲食、お土産品の割引」も高め。「グッズ紹介・販売の拡充」は県内勢で高く、2番目にランクされる。