

第3回松本マラソン 参加ランナーアンケート 報告書

(2019年10月6日～11月11日調査)

I	調査の設計	1
II	結果の概要	4
III	質問ごとの内容	17
IV	単純集計 県外・県内別集計	43
V	調査票	47

松本マラソン実行委員会

一般社団法人 長野県世論調査協会

I 調査の設計

◆調査の目的

第3回松本マラソンは2019年10月6日、松本市総合体育館前～信州スカイパーク陸上競技場の42.195キロで開催した。7134人が出場し、6455人（男子5544人、女子911人）が完走。男子は牛山純一選手（茅野市役所）、女子は小田切亜希選手（竹村製作所）が優勝した。

松本マラソン実行委員会と長野県世論調査協会は、これからの大会運営と松本市のまちづくりに役立てるため、参加ランナーを対象とするアンケートを共同で実施した。

2018年の第2回大会は台風の接近のため中止しており、今回は2年ぶりの開催。アンケートも2年ぶりに実施した。

◆調査の設計

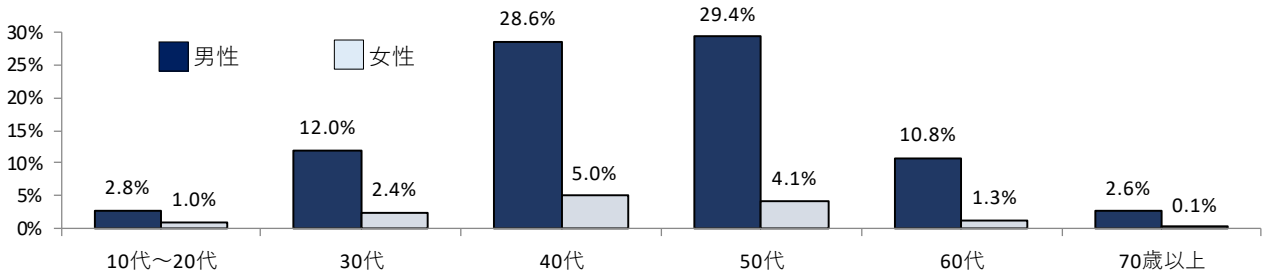
▽調査対象	6455人
▽調査方法	調査票を郵送、回収はインターネット、郵送、ファクス
▽調査期間	2019年10月6日～11月11日
▽回収結果	有効回収数 1029人（回収率15.9%）
▽調査主体	松本マラソン実行委員会 一般社団法人長野県世論調査協会

<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

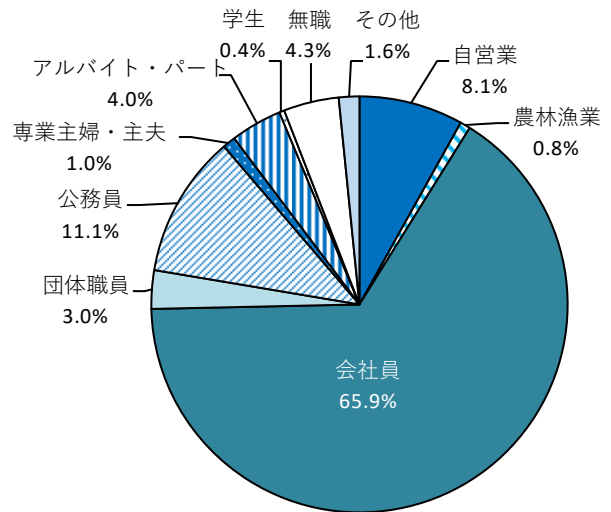
【性別と年代】

	合計	10代～20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
全体	1029	39	148	345	345	124	28
	100.0%	3.8%	14.4%	33.5%	33.5%	12.1%	2.7%
男性	887	29	123	294	303	111	27
	86.2%	2.8%	12.0%	28.6%	29.4%	10.8%	2.6%
女性	142	10	25	51	42	13	1
	13.8%	1.0%	2.4%	5.0%	4.1%	1.3%	0.1%



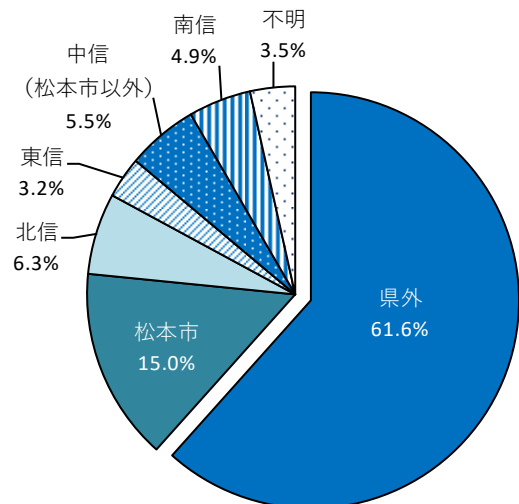
【職業】

自営業	83	8.1%
農林漁業	8	0.8%
会社員	678	65.9%
団体職員	31	3.0%
公務員	114	11.1%
専業主婦・主夫	10	1.0%
アルバイト・パート	41	4.0%
学生	4	0.4%
無職	44	4.3%
その他	16	1.6%



【居住地】

県外	634	61.6%
長野県内	395	38.4%
松本市	154	15.0%
北信	65	6.3%
東信	33	3.2%
中信(松本市以外)	57	5.5%
南信	50	4.9%
不明	36	3.5%



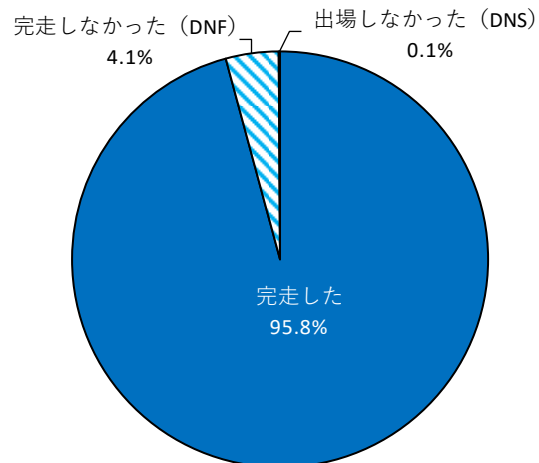
【都道府県】

北海道	2	0.3%
青森県	-	-
岩手県	1	0.2%
宮城県	1	0.2%
秋田県	2	0.3%
山形県	-	-
福島県	1	0.2%
茨城県	3	0.5%
栃木県	2	0.3%
群馬県	8	1.3%
埼玉県	38	6.0%
千葉県	38	6.0%
東京都	118	18.6%
神奈川県	66	10.4%
新潟県	12	1.9%
山梨県	11	1.7%
富山県	10	1.6%
石川県	1	0.2%
福井県	12	1.9%
岐阜県	22	3.5%
静岡県	12	1.9%
愛知県	104	16.4%
三重県	9	1.4%
滋賀県	8	1.3%

京都府	10	1.6%
大阪府	34	5.4%
兵庫県	19	3.0%
奈良県	5	0.8%
和歌山県	-	-
鳥取県	-	-
島根県	-	-
岡山県	3	0.5%
広島県	4	0.6%
山口県	1	0.2%
徳島県	2	0.3%
香川県	-	-
愛媛県	-	-
高知県	-	-
福岡県	6	0.9%
佐賀県	-	-
長崎県	-	-
熊本県	2	0.3%
大分県	-	-
宮崎県	1	0.2%
鹿児島県	1	0.2%
沖縄県	-	-
不明	65	10.3%

【完走タイム】

完走した	986	95.8%
完走しなかった(DNF)	42	4.1%
出場しなかった(DNS)	1	0.1%

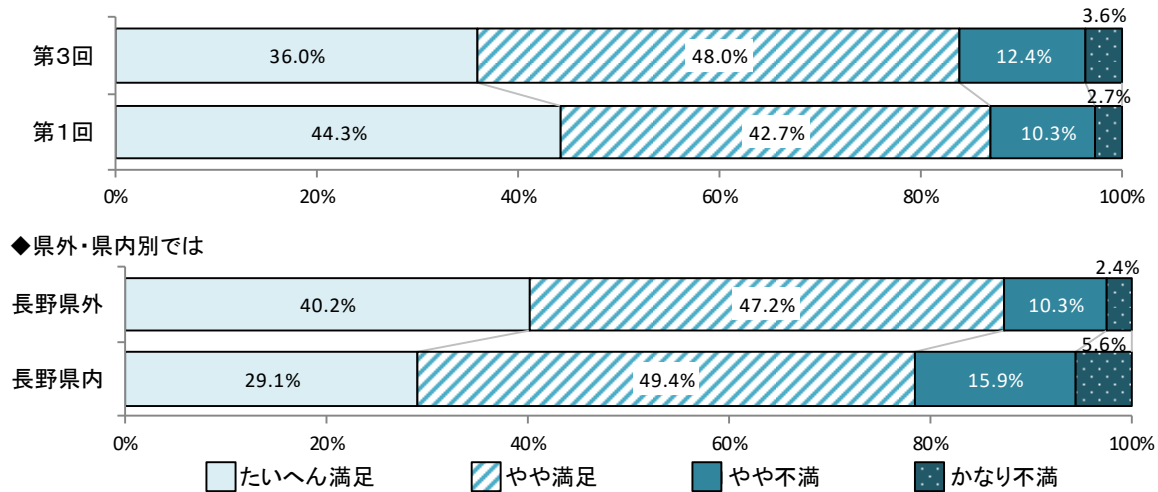


II 結果の概要

参加の感想 「満足」全体で84%

「たいへん満足」が36%、「やや満足」が48%で合わせて84%が満足と答え、今回も高率を維持した。第1回大会と比べて「たいへん満足」は8ポイント減少した。

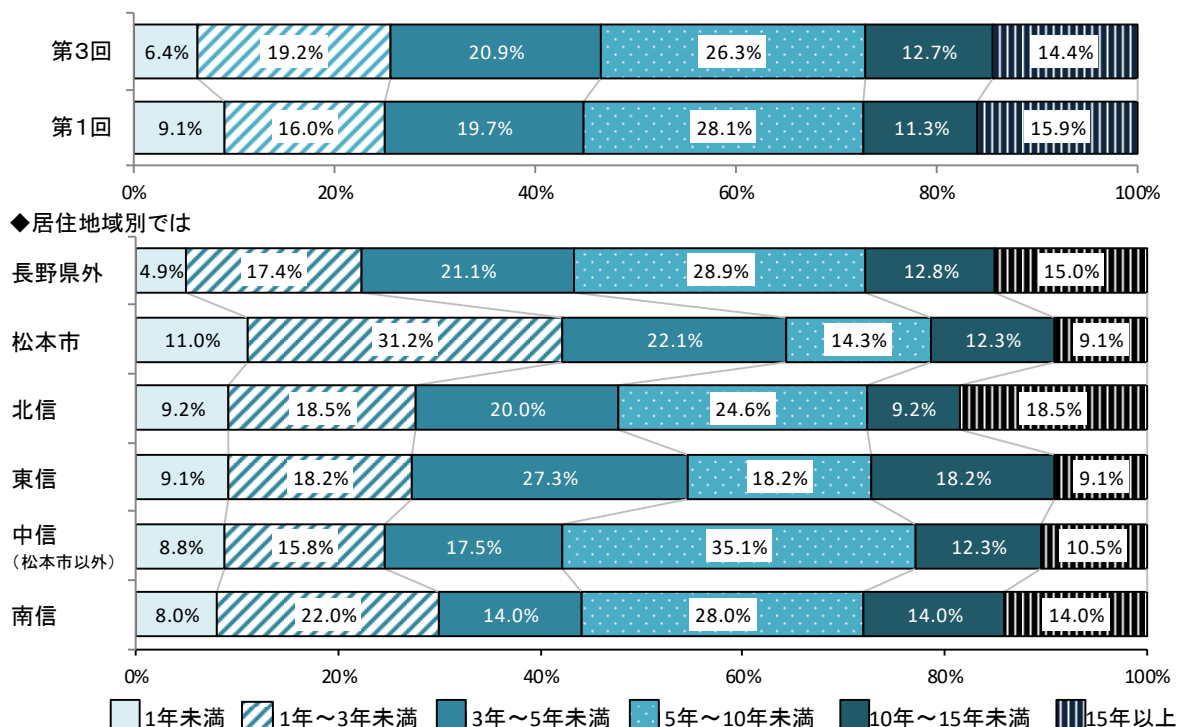
居住地域別では県外勢で「たいへん満足」と「やや満足」の合計が87%、県内勢は79%と県外勢の方がやや高い。



マラソン歴 「5年～10年未満」26%

マラソンを始めてからの期間を聞いたところ、「5年～10年未満」が26%で最も多く、「3年～5年未満」が21%、「1年～3年未満」が19%。第1回大会と比べ大きな変動は見られない。

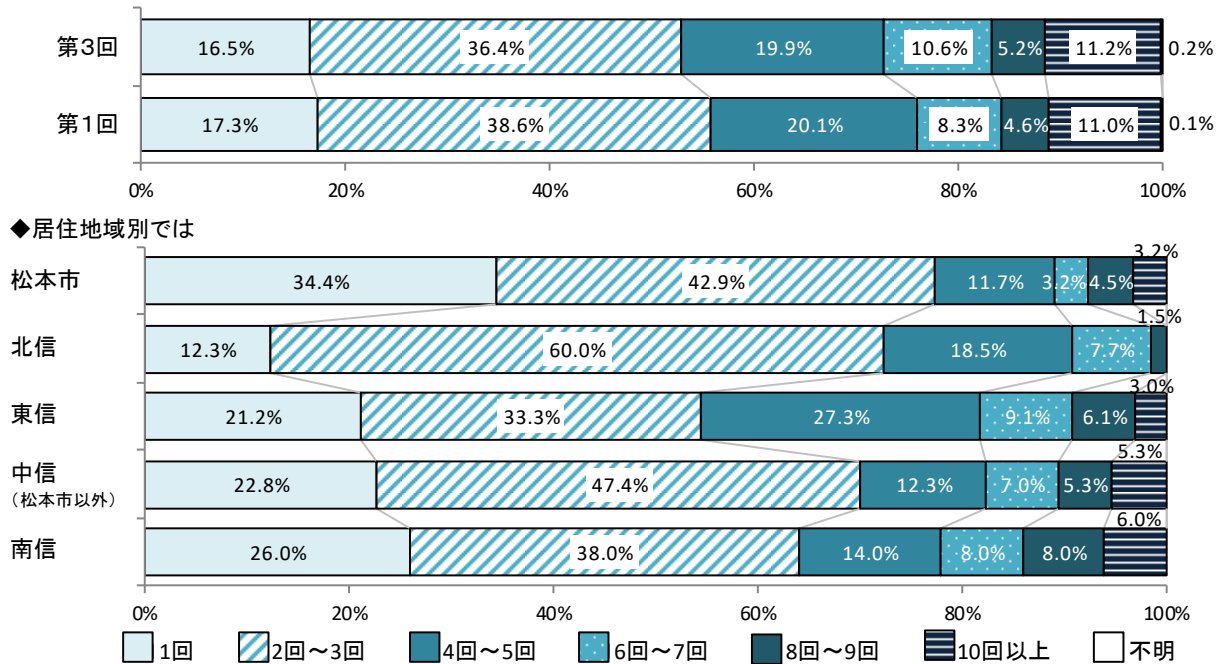
松本市居住の人は「1年未満」と「1年～3年未満」の合計が42%と他地域に比べ高く、松本マラソンの開催に合わせてマラソンを始めた人が多い。



フルマラソン出場回数 「2回～3回」36%

1年間のフルマラソン大会出場回数を尋ねたところ最多は「2回～3回」の36%。「4回～5回」が20%、「1回」が17%と続く。第1回大会から大きな変動はない。

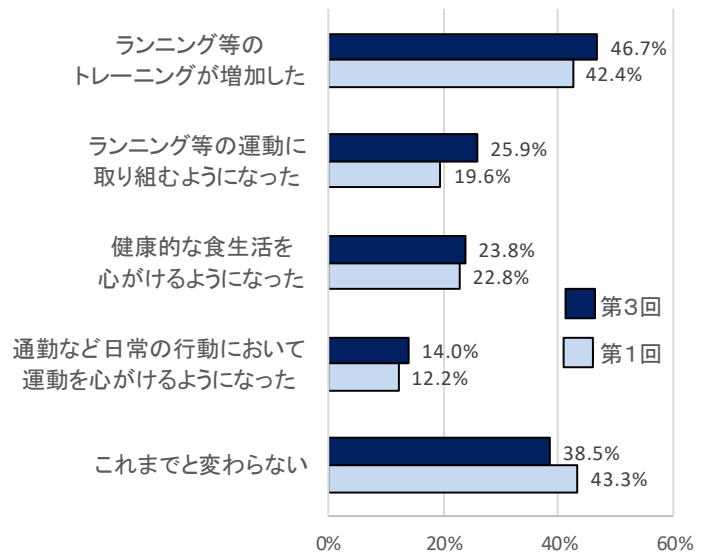
県内の居住地域別では、松本市は「1回」が34%、北信は「2回～3回」が60%と高い。松本市民は松本マラソンのみに出場する傾向が高く、北信は長野マラソンなどと組み合わせて出場しているようだ。



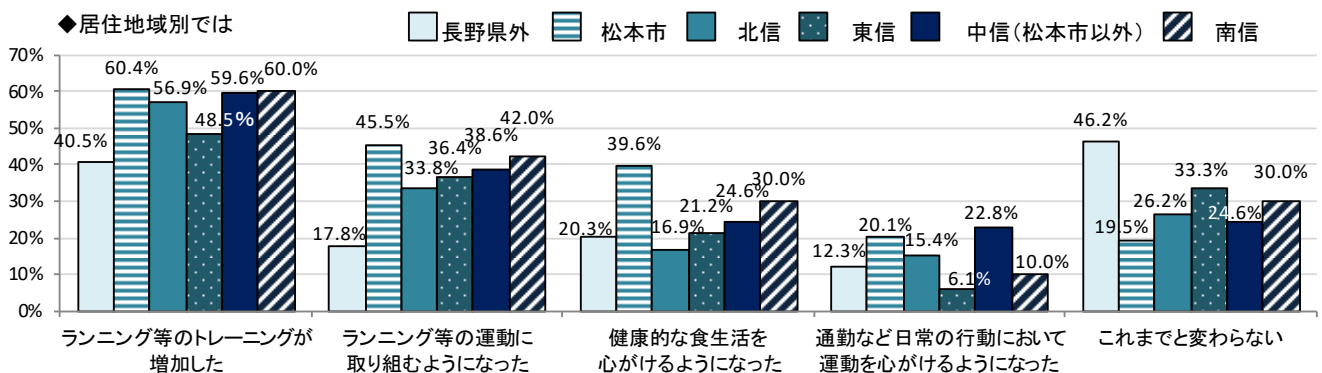
日頃の行動の変化

「ランニング等のトレーニングが増加した」47%

松本マラソンに参加したことで日ごろの行動にどのような変化があったか、複数回答で挙げてもらった。最多は「ランニング等のトレーニングが増加した」の47%で、「ランニング等の運動に取り組むようになった」が26%、「健康的な食生活を心がけるようになった」が24%で続く。「これまでと変わらない」は39%だった。第1回大会と比べ「ランニング等の運動に取り組むようになった」は6ポイント、「ランニング等のトレーニングが増加した」は4ポイント増加し、「これまでと変わらない」は5ポイント減少した。



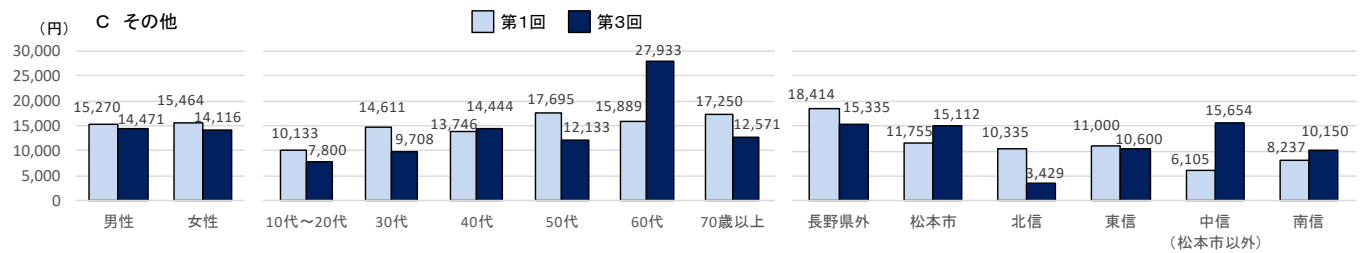
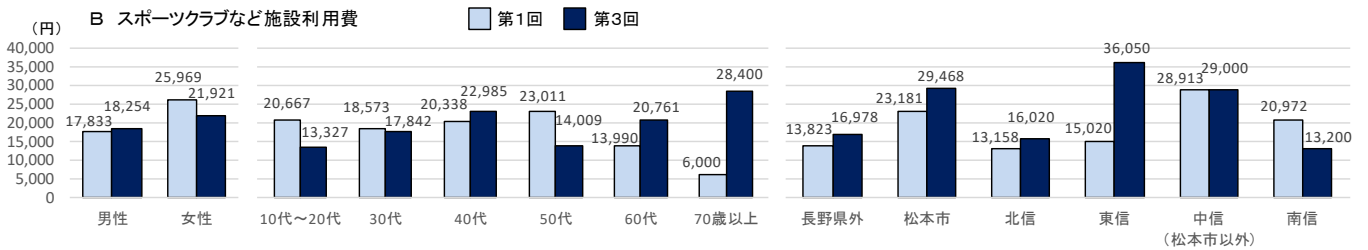
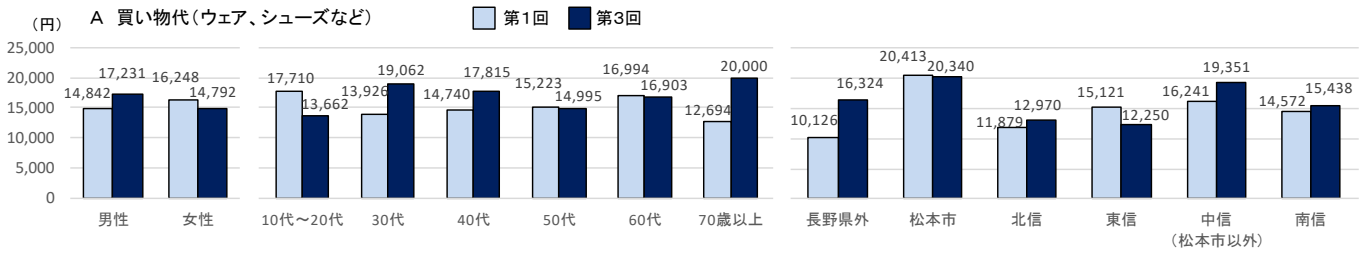
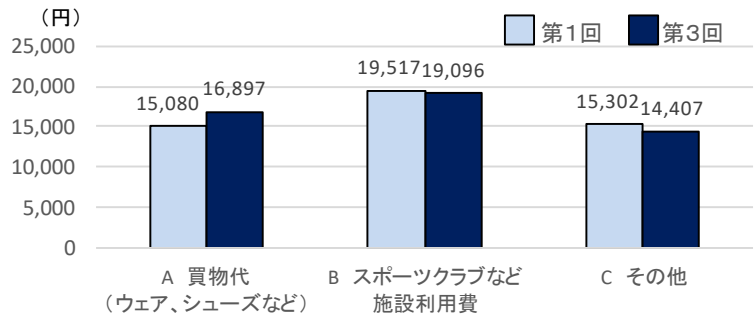
居住地域別では、松本市で「ランニング等の運動に取り組むようになった」が46%、「健康的な食生活を心がけるようになった」が40%と高め。一方県外勢は「これまでと変わらない」が46%と高い。



大会準備に県内で支出した金額

松本マラソンの出場を決めてから、準備において支出した金額を具体的に聞いた。買物代の平均は16,897円、スポーツクラブなど施設利用費は19,096円で、その他は14,407円だった。

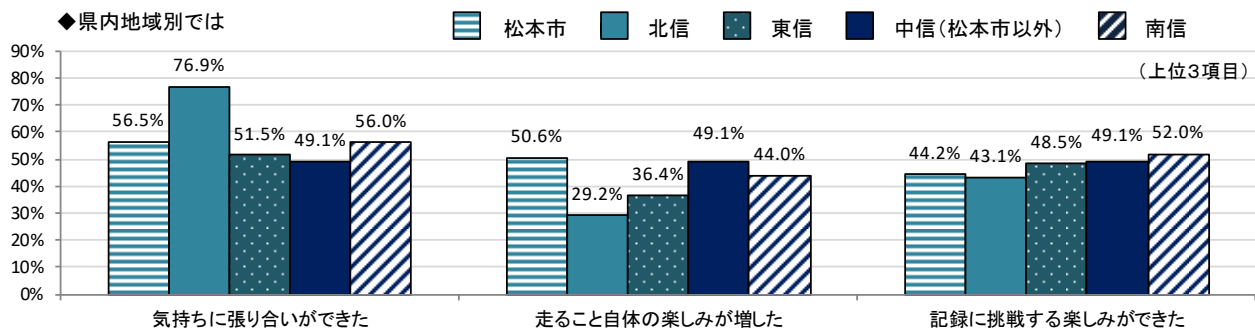
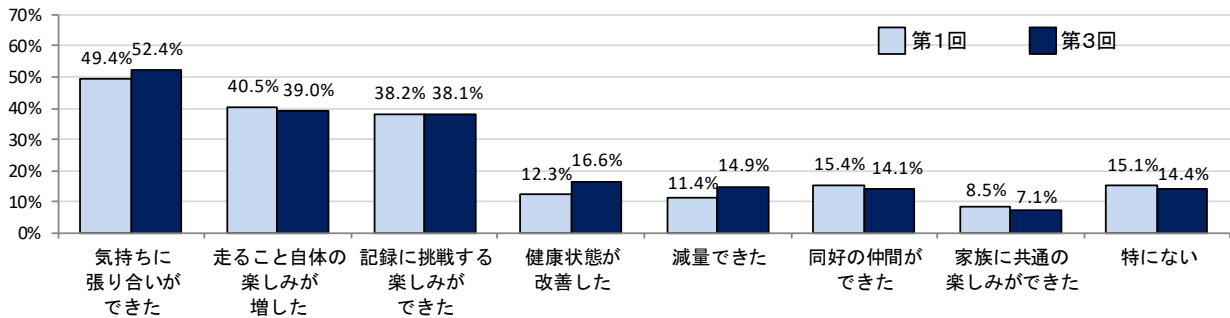
スポーツクラブなど施設利用費 平均 19,096円



効果 「気持ちに張り合いができた」52%

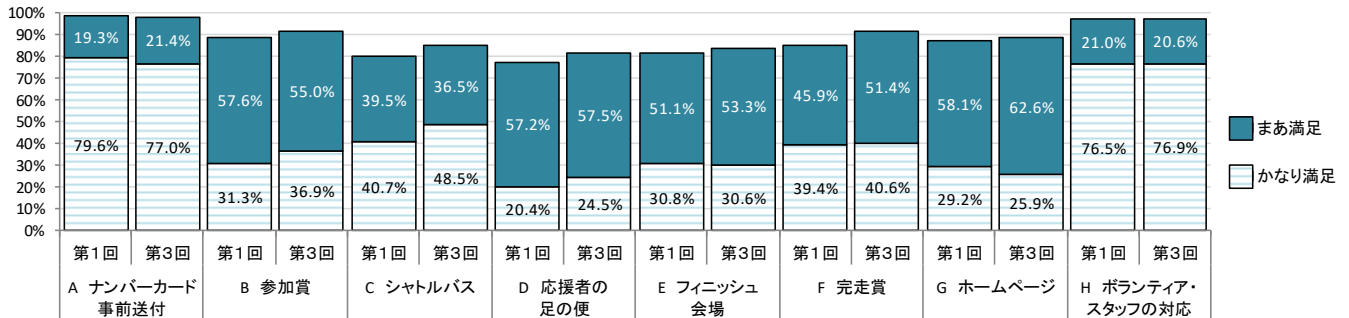
松本マラソンに参加したことでどのような効果があったか複数回答で聞いた。「気持ちに張り合いができた」が52%で最も多く、「走ること自体の楽しみが増した」が39%、「記録に挑戦する楽しみができた」が38%で続く。第1回大会と比べ下位の項目で若干順位の変動がみられるが、全体的な傾向は変わらない。

県内の地域別にみると、「気持ちに張り合いができた」は北信で77%、「走ること自体の楽しみが増した」は松本市で51%、中信（松本市以外）で49%、「記録に挑戦する楽しみができた」は南信で52%、東信と中信で49%と高い。



満足度 大会運営・催し物 シャトルバスに「かなり満足」8ポイント増加

8項目中で最も満足度が高かったのは「ナンバーカードの事前送付」で、「かなり満足」(77%)と「まあ満足」(21%)を合わせて98%。僅差の2番手は「ボランティア・スタッフの対応」の98%で、「完走賞」と「参加賞」が92%で続く。第1回大会との比較では「シャトルバス」に「かなり満足」と答えた人が49%と8ポイント増加しているのが目立つ。

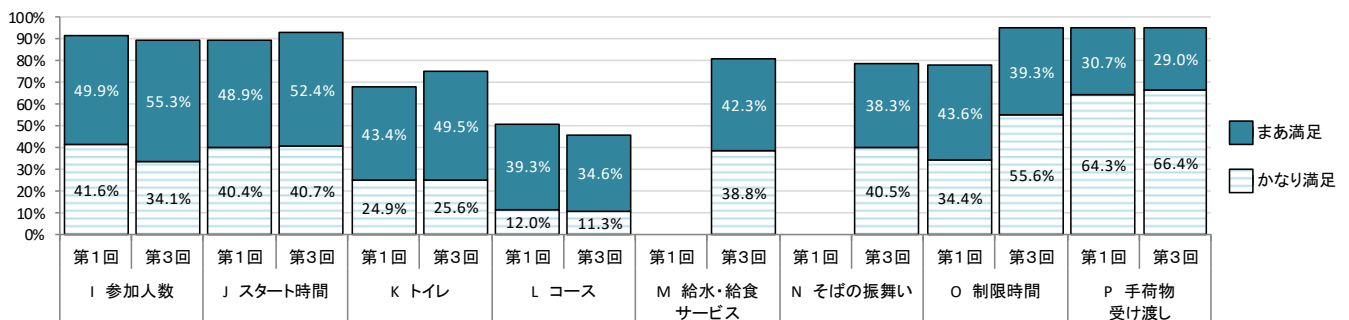


注:「C シャトルバス」、「D 応援者の足の便」については、利用した人の回答のみ集計した

満足度 レース運営・サービス 制限時間「かなり満足」21ポイント増

レース運営とサービスについて8項目で聞いた。満足度のトップは「手荷物受け渡し」で「かなり満足」「まあ満足」合わせて95%。2番手は「制限時間」の95%、3番手は「スタート時間」の93%で、3項目が9割を超えた。一方最も満足度が低かったのは「コース」の46%だった。第1回大会と比べ「制限時間」は「かなり満足」が21ポイント増加の56%制限時間を6時間に延長した効果が出ているようだ。

今回からサービスが始まった「そばの振舞い」は「かなり満足」が41%、「まあ満足」が38%で約8割が満足と回答した。



注:「M 給水・給食サービス」、「N そばの振舞い」は、第1回では「M 給水サービス」、「N 給食サービス」と聞いたため比較なし

市民の声援や一体感 「満足」全体で97%

「かなり満足」が75%、「やや満足」が22%で合わせて97%が満足と回答した。第1回大会から「かなり満足」が3ポイント減少したが「満足」全体では変わらない。

居住地域別では「かなり満足」が南信で82%、県外勢で78%と高め。

