

ランニング実施者の特性に関する研究
-ライフスタイルに着目して-
A study of Runner's Characteristics - Focus on Lifestyle-

1K07B508-1 氏名 田中 智也

指導教員 主査 原田宗彦 先生 副査 作野誠一 先生

【緒言】

近年、日本では急速にランニング人口が増大し、第2次ランニングブームが巻き起こっていると言われている。笹川スポーツ財団が報告した「スポーツライフに関する調査2010」によれば、過去1年間にジョギング・ランニングを実施した人の割合は2006年の5.9%から2010年は8.5%と増え、推計人口にして605万人から883万人増加した報告している。日本国民の健康志向の高まりが大きな要因としてあげられるが、生活習慣病の対策として厚生労働省が「健康づくりのための運動基準2006」を発表するなど、間接的にランニングやジョギングを推奨していることも後押ししている。この社会的ムーブメントを背景に様々なニーズをもつランニング実施者をターゲットとしたサービス・ランニンググッズも多様化している。これらのランニング実施者のニーズを満たし、活動の普及と充実させていくための1つの知見を得るためにはランニング実施者のライフスタイル理解することが重要であると考え。

【目的】

本研究ではライフスタイルの観点からランニング実施者の特性を明らかにし、スポーツマーケティングの基礎資料を得ることを目的としている。

【調査・分析方法】

本研究では、皇居周辺（東京都千代田区）のランニング実施者を対象に質問紙によるアンケート調査を行った。ランニング実施者の特性を把握するためにAIO項目10因子34項目を用いてカイ二乗検定・t検定・一元配置分散分析・二元配置分散分析・クラスター分析を行った。

【結果・考察】

(1) 50歳以上になると余暇の活動が増えるためか、スポーツなどを通じて生活をより充実させようとする傾向がみられ、20代に比べてスポーツそのものに対する関心や地域のスポーツ活動への参加意欲が強かった。(2) 男性は健康などを目的とした手段としてスポーツを行うのではなく、スポーツから得られる達成感や楽しさを求めている。一方、女性がスポーツ自体に対しての関心はあまりなく、ダイエットや自身の健康面の改善を目的

としてスポーツを行う傾向がある。また、50歳を超えると健康を目的としてスポーツを行う他に、スポーツがもつゲーム性や仲間と行う楽しさなど新たなスポーツの価値観を持ち始める。(3) ライフスタイル尺度を用いて、ランニング実施者を5つのセグメントに分けることができた。各セグメントのプロファイリングを行った結果、ランニング活動が活発で、勝つことを重視する競技者志向が高く、スポーツを「みる」よりも「する」ことを好む【実践型アスリート】、行動力、達成意欲、好奇心が旺盛で、また、スポーツを通じて他者との交流に積極的などスポーツそのものに関心がとても高い【スポーツアクティブ】、自己の健康への関心、地域のスポーツ活動への参加意欲の高さ、継続する力があることなどから今後、生涯スポーツとしてランニングを行っていく可能性を秘めている【潜在的生涯スポーツ志向】、スポーツそのものに対する関心やスポーツを通じて他者と関わる意欲は低く、自己の健康づくりのための手段として個人的にランニングを行っている【個人参加型】、競技者志向をもちつつ、スポーツへの関心も高いが自己の健康に対する関心が低いことから、健康づくりの手段としてスポーツを行うのではなく、スポーツそのものを楽しみ、好む【スポーツ愛好家】と命名した。

【提言】

本研究で得られたランニング実施者の特性・類型化をマーケティングの基礎資料として活用することが可能である。例えば、性別、各年齢階層ごとのライフスタイルに合ったランニング関連グッズの開発やサービスの構築、効果的なプロモーション活動、理想的な大会運営などが考えられる。実際、アパレルブランドが流行に敏感な若い女性をターゲットにファッションブルなランニングウェアを展開しているなど、これまで関係のなかった他の業界がランニング産業に参入し、ランニング業界を盛り上げている。このようにスポーツ組織・企業・競技団体はライフスタイルでランニング実施者を細分化し、それに対して個別のマーケティング戦略を立案・実践していく必要がある。