



## 京都マラソン2022ランナー調査研究レポート

### 【調査研究の結果概要】

- ◇2022大会の期待値、満足度は高い評価となっている。
- ◇オンラインマラソンに参加して、「通常の「京都マラソン」に参加したくなった。」「京都への関心が高まった。」「京都を訪れたくなった。」という方が多くあった。
- ◇オンラインマラソンへの参加意図は高いが、それ以上にリアル京都マラソンへの参加意図が高く、リアルマラソン再開への期待がなされている。

京都マラソン実行委員会事務局  
(京都市文化市民局市民スポーツ振興室)

調査研究：京都マラソン2022 マネジメント・リサーチ・チーム  
同志社大学スポーツ健康科学部二宮研究室  
龍谷大学経営学部松永研究室  
立命館大学スポーツ健康科学部長積研究室

## 目次

### I. 京都マラソン 2022 の概要

### II. 調査研究の概要

### III. 調査研究の分析

表 1. 性別

表 2. 年代

表 3. 最終学歴

表 4. 職業

表 5. 世帯所得

表 6. 居住地

表 7. エントリー種目

表 8. フルマラソン完走タイム<自己ベスト>

表 9. フルマラソン参加回数

表 10. オンラインマラソン参加回数

表 11. 興味深いコンテンツ

表 12. ライブランとのコラボレーション

表 13. プレミアムキャンペーン利用

表 14. プレミアムキャンペーンのサービス利用

表 15. 商品紹介利用

表 16. 商品購入／サービス利用した企業

表 17. リンク先を見た企業

表 18. クチコミ相手

表 19. 大会情報入手

表 20. 大会参加動機

表 21. 大会エントリー理由

表 22. マラソン大会の期待／満足／参加意図

表 23. マラソン大会の経済価値

表 24. 行動変容

表 25. カスタマーエンゲージメント

表 26. マラソン大会の期待／満足／参加意図 × フルマラソン参加回数

表 27. マラソン大会の経験価値 × フルマラソン参加回数

表 28. 行動変容 × フルマラソン参加回数

表 29. カスタマー・エンゲージメント × フルマラソン参加回数

### IV. 自由記述意見及び 2023 大会に向けて

## 1. 京都マラソン 2022 の概要

京都マラソン 2022 は、2021 大会と同様、コロナ禍により、オンラインでの開催となった。

趣旨は、コロナ禍が長引く中、運動不足・ストレスの解消、健康の維持・増進に役立てていただくとともに、ランニング初心者の方や親子でも、オンラインマラソンを楽しんでいただき、更には次回京都マラソンへの参加に繋げ、裾野を拡げる取組とする。

また、パラリンピックの開催により、障害者スポーツの機運が高まっている中、障害の有無にかかわらず誰もが気軽にランニングに参加できる機会を提供することとした。

参加者は、合計 7,550 名、完走者は 6,996 名、完走率は 92.3%であった。

### (1) 日程

令和 4 年 1 月 22 日 (土) ~2 月 20 日 (日)

### (2) 参加者

#### 【全体】

区 分	申込者数	参加者数	完走者数	完走率
個人部門	7, 298 人	7, 256 人	6, 692 人	92.2%
グループ部門	125 組	124 組	110 組	88.7%
	287 人	286 人	266 人	93.0%
車いす部門	9 人	8 人	8 人	100%
合 計	7, 594 人	7, 550 人	6, 966 人	92.3%

注 個人部門(一般枠)については、12月3日に定員を4,000→5,000人に拡大。その後、12月16日に再度定員を5,000→6,000人に拡大し、募集期間も12月17日→1月13日までに延長。

#### 【地域別】

北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州・沖縄
1.3%	2.1%	20.2%	15.4%	50.1% ※	4.1%	2.7%	4.1%

※ 近畿 50.1%のうち、京都府(京都市含む) 30.9%、京都市 24.7%

#### 【海外】

アメリカ、イギリス、イスラエル、イタリア、インドネシア、ウクライナ、オーストラリア、カナダ、韓国、カンボジア、シンガポール、スウェーデン、タイ、台湾、中国、ドイツ、ニュージーランド、ネパール、フィリピン、ブラジル、ブルガリア、ブルネイ、ベルギー、マレーシア、メキシコ、ラオス、ルーマニア、ロシア (28の国と地域/502人)

#### 【男女比】

男性 65.4% 女性 34.6%

#### 【年代別】

10歳未満	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
0.2%	0.7%	4.4%	14.8%	34.0%	32.9%	11.3%	1.7%

最高齢：102歳(個人部門) / 最年少：6歳(グループ部門)

### (3) 関連事業

#### ア バーチャルおこしやす広場

公式ホームページ内にバーチャルおこしやす広場を開設。前回に引き続き、協賛企業によるランナーへのメッセージ、商品・サービス紹介、大抽選会のほか、GPS アートコレクション、SNS キャンペーンを実施。新たに、ライブラン、プレミアムキャンペーン、ランニングクラブ紹介のページを増やし、大会の機運醸成・ランナーのモチベーションアップにつながるよう努めた。

イ 京都マラソン・プレミアムキャンペーン

実施期間：12月20日（月）～2月20日（日）（2箇月間）

内容：「おんらいん京都マラソン 2022」参加ランナーが、キャンペーン参加施設・店舗において、特典（10%割引やドリンク無料、ノベルティグッズプレゼント等）が受けられる、新たな企画を実施（参加施設・店舗数 113）。

ウ 二条城朝 RUN

実施日：11月20日（土）・23日（火・祝）・28日（日） 午前7時～8時45分

内容：世界遺産・二条城で、唐門や二の丸御殿などを見ながら、朝からランニングができる企画。参加者には、おんらいん京都マラソン 2022 の出走権（有償）と参加賞（記念品）をプレゼントした。

開催日	参加者数	応募者数（定員）
11月20日（土）	39名	86名（40名）
11月23日（火（祝））	37名	101名（40名）
11月28日（日）	37名	86名（40名）
合計	113名	273名（120名）

エ たけびスタジアム京都 縁ジョイ RUN♪

実施日：2月14日（月）～20日（日）

内容：たけびスタジアム京都を「おんらいん京都マラソン 2022」の走行会場として開放し、記念撮影用のフィニッシュタワーを設置。完走者には完走メダルの受取サービスも実施  
参加者数：375人（完走メダル受取 226人）

オ ランニングスクール（公益財団法人京都市スポーツ協会との連携事業）

実施日：①11月25日（木） ②1月23日（日）

内容：

①基礎の動きからランニングフォーム、走り方を実践で体験し、正しく走るビギナー向けランニング講座

②応援大使の千葉真子氏を講師に招き、トップアスリートからマラソンに必要な知識・技術を学ぶ講座

参加者数：①63人 ②52人

## II. 調査研究の概要

### 1. 調査目的

本調査は、京都マラソン 2022 参加ランナーを対象として、マラソン参加、バーチャルおこしやす広場、マラソン大会にかかわるスポーツ消費者行動について調査することにより、今後の大会運営の改善を図るとともに、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。

### 2. 調査内容

- (1) **個人属性**：性別 年代 最終学歴 職業 世帯所得 居住地
- (2) **マラソン参加**：エントリー種目 フルマラソン完走タイム フルマラソン参加回数 オンラインマラソン参加回数
- (3) **バーチャルおこしやす広場**：商品紹介の利用 興味深いコンテンツ ライブランとのコラボレーション プレミアムキャンペーンの利用  
商品購入／サービス利用した企業 リンク先を見た企業
- (4) **マラソン大会**：大会情報入手 クチコミ相手 大会参加動機 大会エントリー理由 大会期待値 大会満足度 大会参加意図  
経験価値 カスタマー・エンゲージメント

### 3. 調査対象

「おんらいん京都マラソン 2022」（2022 年 1 月 22 日～2 月 20 日開催）参加ランナー

### 4. 調査期間

2022 年 2 月 10 日～3 月 7 日（26 日間）

### 5. 調査方法

インターネット調査：京都マラソン 2022 公式サイトで告知し、承諾したランナーがリンク先の「京都マラソン 2022 ランナー調査」ウェブサイトにて回答を行った。

### 6. 回収結果

有効標本数：612 票

### 7. 調査研究の分析枠組み

本調査研究は、ランナー全体、およびマラソン参加回数のグループによって京都マラソン参加者の行動様式を明らかにすることを目的としており、その研究成果を大会運営のための基礎資料として役立てることを目指している。

### Ⅲ. 調査研究の分析

本調査研究の分析枠組みでは、「おんらいん京都マラソン 2022」における経験価値を測定するため、クロス集計の独立変数（説明変数）としてフルマラソン参加回数<未経験（0回）・低頻度（1～3回）・中頻度（4～9回）・高頻度（10回以上）を設定した。従属変数（被説明変数）には、行動様式として、大会期待値、大会満足度、大会参加意図、マラソン大会の経験価値（大会評価）、カスタマー・エンゲージメントを取り上げた。

男性	414	<b>68.4</b> %
女性	191	<b>31.6</b> %

10歳・20歳代	11	<b>1.8</b> %
30歳代	65	<b>10.6</b> %
40歳代	208	<b>34.0</b> %
50歳代	251	<b>41.1</b> %
60歳以上	76	<b>12.4</b> %

中学校卒業	4	<b>0.7</b> %
高等学校卒業	106	<b>18.3</b> %
短期大学・高専・専門学校卒業または在学中	110	<b>19.0</b> %
大学・大学院卒業／在学中	359	<b>62.0</b> %

表 4. 職業

(N=596)

会社員・公務員	441	<b>74.0</b>	%
自営業	45	<b>7.6</b>	%
主婦	16	<b>2.7</b>	%
会社役員	20	<b>3.4</b>	%
農林漁業	1	<b>0.2</b>	%
パート・アルバイト	45	<b>7.6</b>	%
学生	4	<b>0.7</b>	%
無職	13	<b>2.2</b>	%
その他	11	<b>1.8</b>	%

表 5. 世帯所得

(N=521)

200 万円未満	16	<b>3.1</b>	%
200 万円～300 万円未満	27	<b>5.2</b>	%
300 万円～400 万円未満	45	<b>8.6</b>	%
400 万円～500 万円未満	77	<b>14.8</b>	%
500 万円～600 万円未満	67	<b>12.9</b>	%
600 万円～700 万円未満	75	<b>14.4</b>	%
700 万円～800 万円未満	51	<b>9.8</b>	%
800 万円～900 万円未満	40	<b>7.7</b>	%
900 万円～1000 万円未満	33	<b>6.3</b>	%
1000 万円以上～2000 万円未満	79	<b>15.2</b>	%
2000 万円以上	11	<b>2.1</b>	%

表 6. 居住地

	(N=611)				
			京都府 (京都市)	146	<b>23.9 %</b>
北海道	5	<b>0.8 %</b>	京都府 (京都市以外)	28	<b>4.6 %</b>
青森県	4	<b>0.7 %</b>	大阪府	74	<b>12.1 %</b>
岩手県	1	<b>0.2 %</b>	兵庫県	34	<b>5.6 %</b>
宮城県	7	<b>1.1 %</b>	奈良県	12	<b>2.0 %</b>
秋田県	1	<b>0.2 %</b>	和歌山県	3	<b>0.5 %</b>
福島県	1	<b>0.2 %</b>	鳥取県	4	<b>0.7 %</b>
茨城県	8	<b>1.3 %</b>	島根県	2	<b>0.3 %</b>
栃木県	3	<b>0.5 %</b>	岡山県	12	<b>2.0 %</b>
群馬県	5	<b>0.8 %</b>	広島県	5	<b>0.8 %</b>
埼玉県	21	<b>3.4 %</b>	山口県	6	<b>1.0 %</b>
千葉県	18	<b>2.9 %</b>	徳島県	3	<b>0.5 %</b>
東京都	33	<b>5.4 %</b>	香川県	1	<b>0.2 %</b>
神奈川県	22	<b>3.6 %</b>	愛媛県	7	<b>1.1 %</b>
新潟県	9	<b>1.5 %</b>	高知県	1	<b>0.2 %</b>
富山県	6	<b>1.0 %</b>	福岡県	7	<b>1.1 %</b>
石川県	9	<b>1.5 %</b>	佐賀県	1	<b>0.2 %</b>
福井県	6	<b>1.0 %</b>	熊本県	4	<b>0.7 %</b>
山梨県	2	<b>0.3 %</b>	宮崎県	1	<b>0.2 %</b>
長野県	5	<b>0.8 %</b>	鹿児島県	2	<b>0.3 %</b>
岐阜県	10	<b>1.6 %</b>	沖縄県	3	<b>0.5 %</b>
静岡県	18	<b>2.9 %</b>			
愛知県	34	<b>5.6 %</b>			
三重県	12	<b>2.0 %</b>			
滋賀県	15	<b>2.5 %</b>			

エントリー種目	人数	割合 (%)
マラソン (個人一般)	505	82.5 %
マラソン (グループ)	18	2.9 %
マラソン(京都市民枠)	71	11.6 %
マラソン(ふるさと納税枠)	17	2.8 %
マラソン(海外枠)	1	0.2 %

完走タイム	人数	割合 (%)
完走経験なし	84	13.7 %
2 時間 30 分未満	1	0.2 %
2 時間 30 分～3 時間未満	14	2.3 %
3 時間～3 時間 30 分未満	47	7.7 %
3 時間 30 分～4 時間未満	124	20.3 %
4 時間～4 時間 30 分未満	101	16.5 %
4 時間 30 分～5 時間未満	105	17.2 %
5 時間～5 時間 30 分未満	72	11.8 %
5 時間 30 分～6 時間未満	44	7.2 %
6 時間以上	20	3.3 %

0回	75	<b>12.3</b>	%
1回	30	<b>4.9</b>	%
2回	28	<b>4.6</b>	%
3回	27	<b>4.4</b>	%
4～6回	99	<b>16.2</b>	%
7～9回	74	<b>12.1</b>	%
10～19回	165	<b>27.0</b>	%
20～29回	57	<b>9.3</b>	%
30～39回	19	<b>3.1</b>	%
40～49回	11	<b>1.8</b>	%
50回以上	27	<b>4.4</b>	%

0回	92	<b>15.0</b>	%
1回	73	<b>11.9</b>	%
2回	96	<b>15.7</b>	%
3回	58	<b>9.5</b>	%
4～6回	128	<b>20.9</b>	%
7～9回	31	<b>5.1</b>	%
10～19回	86	<b>14.1</b>	%
20～29回	23	<b>3.8</b>	%
30～39回	13	<b>2.1</b>	%
40～49回	2	<b>0.3</b>	%
50回以上	10	<b>1.6</b>	%

表 11. 興味深いコンテンツ

複数回答 (N=1106)

大抽選会	364	<b>32.9%</b>
ライブラン	76	<b>6.9%</b>
プレミアムキャンペーン	59	<b>5.3%</b>
ハッシュタグキャンペーン	74	<b>6.7%</b>
京都マラソン GPS アートコレクション	87	<b>7.9%</b>
京都のおすすめランニングコース	192	<b>17.4%</b>
京都マラソン掲示板	54	<b>4.9%</b>
協賛企業によるランナー応援・PR ブース	66	<b>6.0%</b>
応援大使ブース	65	<b>5.9%</b>
商品紹介ブース	69	<b>6.2%</b>

表 12. ライブランとのコラボレーション (N=613)

楽しめた	155	<b>25.3%</b>
楽しめなかった	165	<b>26.9%</b>
知らなかった	293	<b>47.8%</b>

表 13. プレミアムキャンペーン利用 (N=616)

利用した	25	<b>4.1%</b>
利用しなかった	445	<b>72.2%</b>
知らなかった	146	<b>23.7%</b>

表 14. プレミアムキャンペーンのサービス利用

複数回答 (N=76)

飲食店	30	<b>39.5%</b>
小売店	16	<b>21.1%</b>
宿泊施設	7	<b>9.2%</b>
体験・観光施設	23	<b>30.3%</b>

表 15. 商品紹介利用

(N=612)

実際に、商品を購入したりサービスを利用したりした。	19	<b>3.1 %</b>
商品のリンク先ページは見たが、商品を購入したりサービスを利用したりしなかった。	303	<b>49.5 %</b>
商品のリンク先ページは見なかった。	147	<b>24.0 %</b>
商品が紹介されていることは知らなかった（気づかなかった）。	143	<b>23.4 %</b>

表 16. 商品購入／サービス利用した企業	複数回答	(N = 32)
オムロンヘルスケア株式会社（低周波治療器など）	10	<b>31.3%</b>
株式会社ワコール（スポーツタイツなど）	10	<b>31.3%</b>
株式会社三菱UFJ銀行（口座開設など）	3	<b>9.4%</b>
J Aグループ京都（京野菜セットなど）	4	<b>12.5%</b>
株式会社セレマ（ブライダルコースなど）	2	<b>6.3%</b>
京都大原記念病院グループ（リハビリテーションなど）	1	<b>3.1%</b>
東急不動産ホールディングス（都市型ホテルなど）	1	<b>3.1%</b>
京都産業大学（入試情報サイトなど）	1	<b>3.1%</b>

表 17. リンク先を見た企業	複数回答	(N = 669)
オムロンヘルスケア株式会社（低周波治療器など）	240	<b>35.9%</b>
株式会社ワコール（スポーツタイツなど）	276	<b>41.3%</b>
株式会社三菱UFJ銀行（口座開設など）	21	<b>3.1%</b>
J Aグループ京都（京野菜セットなど）	64	<b>9.6%</b>
株式会社セレマ（ブライダルコースなど）	12	<b>1.8%</b>
京都大原記念病院グループ（リハビリテーションなど）	14	<b>2.1%</b>
東急不動産ホールディングス（都市型ホテルなど）	20	<b>3.0%</b>
京都産業大学（入試情報サイトなど）	22	<b>3.3%</b>

表 18. クチコミ相手	複数回答	(N = 882)
家族や友人との会話	405	<b>45.9%</b>
ランニング仲間や関係者との会話	222	<b>25.2%</b>
ランニングサイト (RUNNET、走ろう.com など) の個人による投稿	28	<b>3.2%</b>
SNS (Facebook、Twitter、LINE、Instagram、YouTube、など) の個人による投稿	176	<b>20.0%</b>
全く体験を伝えようとは思わない	51	<b>5.8%</b>

表 19. 大会情報入手	複数回答	(N = 787)
広報紙(市民しんぶん)	24	<b>3.0%</b>
新聞	18	<b>2.3%</b>
テレビ番組	5	<b>0.6%</b>
書籍・雑誌	4	<b>0.5%</b>
ポスター・広告	26	<b>3.3%</b>
チラシ	22	<b>2.8%</b>
告知イベント	18	<b>2.3%</b>
友人・知人・家族	37	<b>4.7%</b>
指導者・コーチ	1	<b>0.1%</b>
スポーツショップ・フィットネスクラブのスタッフ	4	<b>0.5%</b>
ウェブサイト(PC・タブレット・スマートフォンなど)	403	<b>51.2%</b>
SNS(Facebook、Twitter、LINE、Instagram など)	225	<b>28.6%</b>

表 20. 大会参加動機	複数回答	(N = 1357)
オンラインマラソンの参加が練習のモチベーション維持に役立つから	454	<b>33.5%</b>
コロナ禍で運動不足解消のために走り始めたので継続したいから	144	<b>10.6%</b>
他のオンラインマラソン大会に参加して楽しかったから	94	<b>6.9%</b>
分割して走れるので制限時間を気にしなくてよいから	336	<b>24.8%</b>
大会の期間が長いので 42.195km が達成できそうだから	253	<b>18.6%</b>
知人・友人・家族に誘われたから	35	<b>2.6%</b>
新しいことに挑戦したいから	41	<b>3.0%</b>

表 21. 大会エントリー理由	複数回答	(N = 1698)
いつもエントリーしている大会だから	266	<b>15.7%</b>
前回の「おんらいん京都マラソン 2021」にも参加したから	340	<b>20.0%</b>
京都が好きだから	346	<b>20.4%</b>
完走者に完走メダルが用意されているから	356	<b>21.0%</b>
グループ部門がおもしろそうだったから	10	<b>0.6%</b>
ライブラン (LiveRun) に参加して興味を持ったから	22	<b>1.3%</b>
参加賞 (オリジナルマルチウェイカバー) が欲しいから	191	<b>11.2%</b>
フィニッシュタワーとフィニッシュテープの用意があるから	56	<b>3.3%</b>
過去にボランティアで関わったことのある大会だから	34	<b>2.0%</b>
沿道で応援したことのある大会だから	40	<b>2.4%</b>
プレミアムキャンペーンに興味を持ったから	17	<b>1.0%</b>
二条城朝 RUN、ランニング講座の参加者特典で優先枠がもらえたから	20	<b>1.2%</b>

表 22. マラソン大会の期待／満足／参加意図

(N=612) 平均値 標準偏差

	平均値	標準偏差
「おんらいん京都マラソン」に対する期待	<b>70.29</b>	23.321
「おんらいん京都マラソン 2022」満足度	<b>75.35</b>	22.003
通常の「京都マラソン 2022」大会への参加意図	<b>85.54</b>	26.613
オンライン方式の「京都マラソン 2022」大会への参加意図	<b>79.16</b>	26.443

表23. マラソン大会の経験価値	(N=612)	平均値	標準偏差
<i>視覚的魅力</i>			
「おんらいん京都マラソン」のウェブサイトはわかりやすくできている。		<b>5.60</b>	1.153
GPSトレーニングアプリ「TATTA」は見やすくできている。		<b>5.81</b>	1.001
公式アカウント（Facebook, Instagram, Twitter）によって配信される情報は充実している。		<b>5.24</b>	1.166
<i>エンターテインメント価値</i>			
オンラインマラソンは面白い		<b>5.20</b>	1.333
「おんらいん京都マラソン」への参加は楽しい。		<b>5.60</b>	1.172
「TATTA」をオンラインマラソン大会のアプリとして使うことで、走ることが楽しくなる。		<b>5.30</b>	1.202
<i>現実逃避</i>			
オンラインマラソンで走ると、非日常的な気分を味わうことができる。		<b>4.44</b>	1.512
オンラインマラソンで走ると、実際に京都マラソンを走っている気分になることができる。		<b>3.48</b>	1.585
オンラインマラソンは、ランニングに没頭することができる。		<b>4.81</b>	1.382
<i>効率性</i>			
RUNETでの「おんらいん京都マラソン」のエントリーは簡単である。		<b>6.13</b>	0.921
期間中（1月22日～2月20日）に自分のペースで走るオンラインマラソンは都合がよい。		<b>5.93</b>	1.150
オンラインマラソンは、自分の体調が良いときに走ることができる。		<b>6.12</b>	0.919
<i>経済的価値</i>			
「おんらいん京都マラソン」に参加するための費用は割安である。		<b>4.96</b>	1.328
オンラインマラソンは、通常のマラソン大会と比べてお得感がある。		<b>4.42</b>	1.542
総合的にみて「おんらいん京都マラソン2022」は、参加料に見合った価値がある。		<b>5.48</b>	1.237
<i>サービス卓越性</i>			
「おんらいん京都マラソン」のエントリーからイベント参加までの流れは分かりやすい。		<b>5.69</b>	1.117
「おんらいん京都マラソン」で企画されたランニングイベントは充実している。		<b>4.88</b>	1.313
「おんらいん京都マラソン」の参加賞・完走賞は素晴らしい。		<b>5.67</b>	1.161
<i>共感</i>			
「おんらいん京都マラソン」に参加することで、他のランナーと一緒に走っている感覚になる。		<b>3.85</b>	1.593
他のランナーに出会うと「おんらいん京都マラソン」と一緒に参加しているように思える。		<b>4.08</b>	1.642
SNSを使って友だちと交流することで、仲間とマラソンを楽しんでいるような感覚になる。		<b>4.33</b>	1.566

表 24.行動変容

(N=612) 平均値 標準偏差

	平均値	標準偏差
「おんらいん京都マラソン」に参加して、通常の「京都マラソン」に参加したくなった。	<b>6.03</b>	1.317
「おんらいん京都マラソン」に参加して、京都への関心が高まった。	<b>5.51</b>	1.412
「おんらいん京都マラソン」に参加して、京都を訪れたくなった。	<b>5.58</b>	1.514

表 25. カスタマー・エンゲージメント

(N=612) 平均値 標準偏差

	平均値	標準偏差
<i>同一化</i>		
他の人が「京都マラソン」のことを良く言ったら、嬉しい気持ちになる。	<b>5.98</b>	1.049
「京都マラソン」に対して、なんとなく「自分の大会」のような感覚がある。	<b>5.12</b>	1.484
他の人が「京都マラソン」のことを悪く言ったら、嫌な気持ちになる。	<b>5.30</b>	1.328
<i>熱中</i>		
私は、「京都マラソン」に参加することに熱心である。	<b>5.95</b>	1.177
私は、「京都マラソン」が好きである。	<b>6.21</b>	0.887
私にとって「京都マラソン」に参加することは意欲をかきたてるものである。	<b>5.79</b>	1.133
<i>没頭</i>		
「京都マラソン」に参加すると、つい夢中になってしまう。	<b>5.62</b>	1.338
私は、「京都マラソン」に参加することにのめり込んでいる。	<b>5.28</b>	1.456
「京都マラソン」に参加していると、時間が経つのが早いように感じる。	<b>5.11</b>	1.416
<i>心理的オーナーシップ</i>		
私は、「京都マラソン」を良くするために意見を提供したい。	<b>5.41</b>	1.226
「京都マラソン」のためなら、いろいろと協力したい。	<b>5.42</b>	1.217
私は、「京都マラソン」のために、何か貢献することができると思う。	<b>5.06</b>	1.299
<i>クチコミ発信</i>		
私は、他の人に「京都マラソン」についてポジティブな話をすることがある。	<b>5.59</b>	1.227
マラソンに出場することを相談されたら「京都マラソン」を勧める。	<b>5.75</b>	1.151
「京都マラソン」に参加することを、他の人に推奨できる。	<b>5.79</b>	1.051

	未経験 (0回)		低頻度 (1~3回)		中頻度 (4~9回)		高頻度 (10回以上)		F値	有意確率	多重比較
	n=75		n=85		n=173		n=279				
	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差			
「おんらいん京都マラソン」に対する期待	73.53	21.780	72.94	20.500	71.32	23.251	67.97	24.424	1.893	0.129	
「おんらいん京都マラソン2022」満足度	79.77	18.727	79.51	20.137	77.06	21.454	71.84	23.209	4.823	0.003	未経験・低頻度>高頻度
通常の「京都マラソン2023」大会への参加意図	56.85	36.821	80.54	29.261	91.25	20.477	91.23	19.879	44.920	0.001	未経験<低・中・高頻度, 低頻度<中・高頻度
オンライン方式の「京都マラソン2023」大会への参加意図	81.13	26.325	85.09	21.700	79.84	25.833	76.41	27.882	2.635	0.049	低頻度>高頻度

	未経験 (0回)		低頻度 (1~3回)		中頻度 (4~9回)		高頻度 (10回以上)		F値	有意確率	多重比較
	n=75		n=85		n=173		n=279				
	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差			
<b>視覚的魅力</b>											
「おんらいん京都マラソン」のウェブサイトはわかりやすくできている。	5.24	1.422	5.58	1.106	5.67	1.132	5.67	1.086	3.003	0.030	
GPSトレーニングアプリ「TATTA」は見やすくできている。	5.84	0.916	5.81	0.994	5.84	0.975	5.77	1.044	0.182	0.908	
公式アカウント (Facebook, Instagram, Twitter) によって配信される情報は充実している。	5.08	1.075	5.34	1.064	5.19	1.178	5.28	1.211	0.874	0.454	
<b>エンターテインメント価値</b>											
オンラインマラソンは面白い	5.87	1.057	5.48	1.109	5.12	1.311	4.98	1.406	10.811	0.001	未経験>中・高頻度, 低頻度>高頻度
「おんらいん京都マラソン」への参加は楽しい。	5.97	0.870	5.76	0.972	5.61	1.159	5.43	1.276	5.073	0.002	未経験>中・高頻度
「TATTA」をオンラインマラソン大会のアプリとして使うことで、走ることが楽しくなる。	5.57	1.042	5.34	1.191	5.33	1.142	5.20	1.273	2.004	0.112	
<b>現実逃避</b>											
オンラインマラソンで走ると、非日常的な気分を味わうことができる。	4.75	1.471	4.80	1.261	4.41	1.478	4.26	1.586	4.063	0.007	低頻度>高頻度
オンラインマラソンで走ると、実際に京都マラソンを走っている気分になることができる。	3.73	1.528	3.49	1.444	3.46	1.587	3.42	1.640	3.934	0.008	
オンラインマラソンは、ランニングに没頭することができる。	5.29	1.160	5.12	1.169	4.77	1.395	4.62	1.447	6.505	0.001	未経験>中・高頻度, 低頻度>高頻度
<b>効率性</b>											
RUNNETでの「おんらいん京都マラソン」のエントリーは簡単である。	5.96	0.936	6.09	0.996	6.20	0.777	6.14	0.974	1.261	0.287	
期間中 (1月22日~2月20日) に自分のペースで走るオンラインマラソンは都合がよい。	6.57	0.640	6.13	1.044	5.92	1.148	5.73	1.249	12.790	0.001	未経験<低・中・高頻度, 低頻度>高頻度
オンラインマラソンは、自分の体調が良いときに走ることができる。	4.62	1.447	6.27	0.793	6.12	0.951	5.97	0.969	7.130	0.001	未経験<中・高頻度, 低頻度>高頻度
<b>経済的価値</b>											
「おんらいん京都マラソン」に参加するための費用は割安である。	4.68	1.444	5.50	5.160	4.99	1.267	4.96	1.351	1.820	0.142	
オンラインマラソンは、通常のマラソン大会と比べてお得感がある。	4.73	1.379	4.48	1.493	4.42	1.555	4.32	1.586	1.453	0.226	
総合的にみて「おんらいん京都マラソン2022」は、参加料に見合った価値がある。	5.61	1.218	5.67	1.016	5.51	1.209	5.38	1.313	1.651	0.177	
<b>サービス卓越性</b>											
「おんらいん京都マラソン」のエントリーからイベント参加までの流れは分かりやすい。	5.57	1.164	5.73	1.179	5.70	1.085	5.71	1.108	0.339	0.797	
「おんらいん京都マラソン」で企画されたランニングイベントは充実している。	4.93	1.256	5.01	1.107	4.90	1.351	4.82	1.363	0.499	0.683	
「おんらいん京都マラソン」の参加賞・完走賞は素晴らしい。	5.72	1.157	5.62	1.069	5.68	1.171	5.67	1.187	0.094	0.963	
<b>共感</b>											
「おんらいん京都マラソン」に参加することで、他のランナーと一緒に走っている感覚になる。	4.09	1.535	4.04	1.531	3.82	1.540	3.76	1.655	1.318	0.268	
他のランナーに出会うと「おんらいん京都マラソン」と一緒に参加しているように思える。	4.63	1.667	4.41	1.530	4.06	1.631	3.85	1.633	5.908	0.001	未経験・低頻度>高頻度
SNSを使って友だちと交流することで、仲間とマラソンを楽しんでいるような感覚になる。	4.53	1.519	4.81	1.277	4.26	1.576	4.18	1.625	4.099	0.007	低頻度>中・高頻度

表28.行動変容 × フルマラソン参加回数	未経験 (0回)		低頻度 (1~3回)		中頻度 (4~9回)		高頻度 (10回以上)		F値	有意確率	多重比較
	n=75		n=85		n=173		n=279				
	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差			
「おんらいん京都マラソン」に参加して、通常の「京都マラソン」に参加しなくなった。	5.07	1.735	5.98	1.327	6.32	1.067	6.13	1.209	18.184	0.001	未経験<低・中・高頻度
「おんらいん京都マラソン」に参加して、京都への関心が高まった。	5.27	1.492	5.69	1.235	5.54	1.400	5.51	1.447	1.246	0.292	
「おんらいん京都マラソン」に参加して、京都を訪れなくなった。	5.23	1.599	5.75	1.308	5.55	1.480	5.63	1.563	1.858	0.136	

表29.カスタマー・エンゲージメント × フルマラソン参加回数	未経験 (0回)		低頻度 (1~3回)		中頻度 (4~9回)		高頻度 (10回以上)		F値	有意確率	多重比較
	n=75		n=85		n=173		n=279				
	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差			
<i>同一化</i>											
他の人が「京都マラソン」のことを良く言ったら、嬉しい気持ちになる。	5.97	1.026	6.11	0.964	5.95	1.044	5.96	1.085	0.488	0.691	
「京都マラソン」に対して、なんとなく「自分の大会」のような感覚がある。	4.61	1.497	5.14	1.355	5.20	1.493	5.20	1.494	3.363	0.018	未経験<中・高頻度
他の人が「京都マラソン」のことを悪く言ったら、嫌な気持ちになる。	4.99	1.419	5.38	1.195	5.38	1.305	5.30	1.350	1.707	0.164	
<i>熱中</i>											
私は、「京都マラソン」に参加することに熱心である。	5.29	1.487	5.76	1.202	5.99	1.156	6.15	1.011	11.953	0.001	未経験<中・高頻度, 低頻度<高頻度
私は、「京都マラソン」が好きである。	5.77	0.953	6.01	0.945	6.27	0.882	6.36	0.806	10.933	0.001	未経験<中・高頻度, 低頻度<高頻度
私にとって「京都マラソン」に参加することは意欲をかきたてるものである。	5.39	1.293	5.82	1.049	5.80	1.114	5.89	1.105	3.965	0.008	未経験<中・高頻度
<i>没頭</i>											
「京都マラソン」に参加すると、つい夢中になってしまう。	5.01	1.484	5.51	1.315	5.67	1.321	5.80	1.269	7.247	0.001	未経験<中・高頻度
私は、「京都マラソン」に参加することにのめり込んでいる。	4.52	1.474	5.09	1.419	5.40	1.376	5.47	1.446	9.599	0.001	未経験<中・高頻度
「京都マラソン」に参加していると、時間が経つのが早いように感じる。	4.76	1.413	5.20	1.438	5.10	1.410	5.18	1.408	1.872	0.133	
<i>心理的オーナーシップ</i>											
私は、「京都マラソン」を良くするために意見を提供したい。	4.95	1.451	5.41	1.266	5.44	1.163	5.52	1.162	4.373	0.005	未経験<中・高頻度
「京都マラソン」のためなら、いろいろと協力したい。	4.89	1.391	5.38	1.185	5.42	1.151	5.57	1.182	6.289	0.001	未経験<中・高頻度
私は、「京都マラソン」のために、何か貢献することができると思う。	4.65	1.320	5.04	1.393	5.10	1.290	5.14	1.256	2.937	0.033	未経験<高頻度
<i>クチコミ発信</i>											
私は、他の人に「京都マラソン」についてポジティブな話をすることがある。	5.51	1.190	5.60	1.246	5.65	1.223	5.58	1.238	0.272	0.846	
マラソンに出場することを相談されたら「京都マラソン」を勧める。	5.36	1.135	5.68	1.227	5.76	1.181	5.88	1.093	4.184	0.006	未経験<高頻度
「京都マラソン」に参加することを、他の人に推奨できる。	5.48	1.018	5.79	1.025	5.84	1.008	5.84	1.084	2.518	0.057	未経験<高頻度

#### IV. 自由記述意見及び 2023 大会へ向けて

約 350 名から自由記述のご意見をいただきました。その中で、特徴的な意見を以下のとおり 5 つの  
カテゴリーに分けて列記し、大会事務局から 2023 大会へ向けての説明を付記しました。

##### (1) オンラインマラソンについて

楽しかった、来年以降も「オンライン部門」を残して欲しい。
オンラインでは、距離を分けることできるので、無理なく参加できることが評価できます。
オンラインでなければ参加できなかったです。今年は夫も一緒に参加しました。イベントの関係者の皆様のホスピタリティに毎回感謝しています。コロナ以降も走るモチベーション維持のためにオンラインは続けて欲しいです。
オンラインマラソンは、自分のペースや体調に合わせ無理無く完走することができるので楽しんでます。
走るキッカケ作りとして参加しました。目標を持って、楽しく走れました！

##### 【2023 大会に向けて】

京都マラソン 2023 の大会内容を事務局で検討する中、オンライン部門の実施については、議論があるところでしたが、多くの方の「オンラインも実施してほしい。」というご意見を踏まえ、リアルマラソンとオンラインマラソンの併催大会としました。

マラソン初心者の方、リアル大会までの練習として参加される方など参加される方の目的はそれぞれですが、2023 大会もオンラインマラソンを楽しんでいただけると幸いです。

##### (2) リアル大会について

来年こそは、リアルでの開催を楽しみにしています。
早く京都の街でリアル大会に出たいです。走る機会を作ってくださいに感謝申し上げます。
来年こそリアルで開催して欲しいですね。時間があえば初めてなので参加してみたい。

##### 【2023 大会に向けて】

やはり、リアル大会を走りたいという声は多くあります。2023 大会は 3 年ぶりの大会となります。「3 年ぶりの想いが京をかける」、リアル大会参加者はぜひ京都マラソンを楽しんでほしいと思います。

##### (3) 参加費用について

京都マラソンが好きだから応援するつもりで参加しています。ただ、参加費用は高いと思う。
去年より値段が上がったのは残念でしたが、完走という目標に向かって 1 ヶ月楽しく走ることが出来て満足しています。

##### 【2023 大会に向けて】

オンラインマラソンの参加費用が高いのではという声もあります。2023 大会については、リアル大会との併催大会であることから、効率的な運営を行う必要があるため、内容を簡素化しておりますので、オンラインマラソンの参加費用を 1, 0 0 0 円値下げしております。

(4) 参加賞、完走賞（メダル）について

完走すると、メダルが貰えるのは、とても嬉しいですし、モチベーションにもなりました。これからも続けていただきたいです。

メダルは欲しくないなので、その分参加費を安くしてほしい。参加賞のマルチウェイカバーも好みがあるので、欲しい人は買える。いらぬ人はその分参加費を安くしてほしい。

京都を走っているような気持ちになって大変良かった。フルマラソンだが回数を分けて走れるので初心者向けで良かった。参加賞や完走賞が選べると良かった。また走ってみたいし、実際に京都も走ってみたい。

【2023 大会に向けて】

オンラインマラソンの参加賞、完走メダルについては賛否両論がありました。完走メダルに関しては、メダルが欲しいという方もおられますし、メダルは必要ないのでその分参加費を安くしてほしいという声もあります。

今回、事務局で協議を重ねた結果、リアル大会との併催大会であること、参加費を安くしてほしいという声があることなどを勘案し、大会の簡素化や事務の効率化、また、オンラインマラソンの完走メダルをなくすことなどで、参加費を安くすることとさせていただきます。

また、オンラインマラソンの参加賞に関しては、リアルとオンラインの両方に参加される方もおられることから、昨年までのマルチウェイカバー（リアル大会の参加賞）ではなく、京都マラソンオリジナルグッズとして京都らしい「Dカン付きがま口ミニポーチ」とさせていただきます。

何卒ご理解いただきますようお願いいたします。

(5) 京都マラソン全般について

いつも楽しい大会を企画してくださってありがとうございます。リアル大会は1回しか参加できていないですが、大会前日のおもてなし会場での飲食が楽しく忘れられません。開催できる時がきたら是非またいきたいです。

京都マラソンに過去に2回当たり完走しました。観光と併せてとても素晴らしい体験をして、オンラインでも是非参加したいと思い、昨年に続き参加しました。アメリカ在住中に始まった京都マラソンにはアメリカのラン友達もとても興味を持っていました。実際走ってみて想像以上に感動しました。仁和寺の応援や植物園の舞妓さん、鴨川沿い、竹林、ゴールの平安神宮では涙が出ました。また、リアルに体験できることを願いつつ、またもし、オンラインが開催されれば申し込む予定です。

今回もオンラインでの大会でしたが、オンラインでも自分にとって京都マラソンは絶対に走りたい、参加したい大会です。次回こそは素晴らしい京都の街を沢山のランナーさんと走りたいです!! 京都マラソン最高!!

【2023 大会に向けて】

京都マラソンへの様々なご意見、応援をいただきまして誠にありがとうございます。

ランナーの皆さまからいただきましたご意見を踏まえつつ、引き続きランナーの皆さまから愛される大会となるよう運営の改善に努めるとともに、より多くの方に満足いただけるよう邁進してまいります。今後とも忌憚のないご意見、ご要望やご感想をお寄せください。

京都マラソン 2022 マネジメント・リサーチ・チーム

同志社大学スポーツ健康科学部 教授 二宮浩彰

龍谷大学経営学部 教授 松永敬子

立命館大学スポーツ健康科学部 教授 長積 仁

データ分析チーム

同志社大学スポーツ部健康科学部スポーツ・マーケティング研究室

マラソン調査研究チーム

研究代表 二宮浩彰