

走る目的別にみる『ジョギング・ランニング実態調査』**ジョギング・ランニングを行う目的は7つのタイプに分けられ、各目的別に特徴を分析**

全体の5割以上が「健康管理・体力維持」を目的に走っており、男女とも50代以上の割合が高い

女性20代は「美容・ダイエット」が約4割と最多で、他の性年代と傾向が異なる

走るためのグッズ購入に使う年間支出金額の平均は16,318円

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:石塚 純晃)は、全国のジョギング・ランニング実施者を対象に『ジョギング・ランニングの実態調査』を実施しました。

本調査は、ジョギング・ランニングを行っている人の走る目的・実施状況・グッズの年間支出金額などの実態把握を目的に、2015年4月10日～4月14日、インテージ・ネットモニター“キューモニター”のうち全国の20～69才男女2,037名(最近1年以内のジョギング・ランニング・マラソン実施者)を対象にインターネット調査を行い、結果をまとめました。

◆調査結果のまとめ

ジョギング・ランニングを行う主な目的を聴取し、目的別で分類したところ7つのタイプに分けられた。各目的別に、実施状況・グッズの年間支出金額を分析した結果、以下のことが分かった。

[走る目的の分類]

- ① 「健康管理・体力維持」=健康管理/体力づくり・体力維持
- ② 「美容・ダイエット」=美容・ダイエット
- ③ 「ストレス解消・リフレッシュ」=ストレス解消・リフレッシュ
- ④ 「自己研鑽」=やりがい・達成感/走ること自体が楽しい/自己満足
- ⑤ 「ファンラン」=家族や仲間と楽しみを共有できる/家族や仲間とお付き合い/旅行ができる/
手軽に始められる/あまりお金をかけなくてもできる
- ⑥ 「アスリート」=他の競技の練習として/記録の追求(自己記録の更新)
- ⑦ 「その他/特に明確な目的はない」=その他/特に明確な目的はない

- ジョギング・ランニングをする主な目的は、「健康管理・体力維持」が最も多く全体の5割以上を占め、男女とも50代以上が多い。
- 女性20代は「美容・ダイエット」(39.6%)が最多で、他の性年代と傾向が異なる。
- 男女ともに60代は「美容・ダイエット」の割合が低く、「健康管理・体力維持」の割合が高い。
- 「ストレス解消・リフレッシュ」と「ファンラン」を目的にしているのは女性の方が高い割合。
- 「自己研鑽」「アスリート」目的は、男性40代～50代が中心。

- ジョギング・ランニングを始めた時期は、『5年以上前』からの経験者が最も多く全体の4割近く。
- 実施頻度は、全体の半数以上が週1回以上実施。1回当たりの走行距離は1~3km程度と3~5km程度がそれぞれ1/3程度。
- グッズ購入のための年間支出金額の平均は16,318円。高い年代ほど支出金額が多い傾向。
- ジョギング・ランニングで使用するグッズを選ぶ際に最も重視するのは、シューズ、ウエア、インナー類は「フィット感・肌感覚」、食品・サプリメントは「飲みやすさ・摂取のしやすさ」となった。

【目的別プロフィール】

目的	特徴・実施状況	グッズの年間支出金額
健康管理 ・体力維持	<ul style="list-style-type: none"> ・全体の51.7%と最も高い割合を占め、男女とも50代以上が多い ・5年以上の経験者が多い ・週に1回程度実施、距離は3~5km程度が多い 	<ul style="list-style-type: none"> ・年間支出金額の平均:14,975円 ・支出は少なめ
美容 ・ダイエット	<ul style="list-style-type: none"> ・男性に比べ女性は割合が高く、最も高いのは女性20代39.6% ・男性でも20~40代の約13%が目的 ・始めて1年以内が多い ・実施の頻度は少なく、距離は1~3km程度 	<ul style="list-style-type: none"> ・年間支出金額の平均:12,856円 ・41.8%は年間支出が0円 ・支出が最も少ない
ストレス解消 ・リフレッシュ	<ul style="list-style-type: none"> ・20~40代が中心 ・5年以上の経験者が多い ・実施頻度は人によりバラつきがある、距離は3~5km程度が多い 	<ul style="list-style-type: none"> ・年間支出金額の平均:16,137円 ・全体の平均金額に近い
自己研鑽	<ul style="list-style-type: none"> ・男性の10.0%、年代は40代、50代が多い ・5割近く(48.2%)が5年以上の経験者 ・実施頻度が高い 	<ul style="list-style-type: none"> ・年間支出金額の平均:22,859円 ・アスリートに次いで支出が多い
ファンラン	<ul style="list-style-type: none"> ・男性に比べ女性の割合が高く、50代が多い ・始めて1年以内と5年以上がほぼ同率 ・周りの影響を受けて実施、実施頻度は少なく、距離も短い 	<ul style="list-style-type: none"> ・年間支出金額の平均:17,075円 ・頻度、距離の割には支出が多い ・まずは道具から揃える
アスリート	<ul style="list-style-type: none"> ・女性に比べ男性の割合が高く、40代が多い ・5年以上の経験者が57.7%と最多 ・実施頻度が高く、距離も長い 	<ul style="list-style-type: none"> ・年間支出金額の平均:33,373円 ・支出が最も多い
その他/明確な目的はない	<ul style="list-style-type: none"> ・全体の4.5%、性年代では男性20代が多く10.0% ・始めて1年以内が多い ・実施頻度は少なく月1回以下 	<ul style="list-style-type: none"> ・年間支出金額の平均:15,553円 ・頻度の割には支出が多い ・まずは道具から揃える

調査概要

調査方法: インターネット調査

調査地域: 全国

調査対象者: インテージ・ネットモニター“キューモニター”のうち、

最近 1 年以内のジョギング・ランニング・マラソン実施者・20～69 才男女個人 2,037 名

サンプル構成:

	TOTAL	20代	30代	40代	50代	60代
TOTAL	2037	473	546	494	281	243
男性	1426	291	401	352	203	179
女性	611	182	145	142	78	64

調査期間: 2015 年 4 月 10 日(金)～4 月 14 日(火)

調査実施機関: 株式会社インテージ

【株式会社インテージ】 <http://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージ(本社: 東京都千代田区、代表取締役社長: 石塚 純晃)は、インテージグループ各社とともに、リサーチノウハウ、データ解析力、システム化技術と、これらに基づく情報評価力をコア・コンピタンスとして、経営およびマーケティング上の意思決定に役立つ情報(Intelligence)を提供。生活者とお客様を「情報」でつなぎ、お客様のビジネスの成功に貢献することによって、その先の生活者の暮らしを豊かにすることを目指します。

【報道機関からのお問い合わせ先】

■株式会社インテージ 広報担当

担当: 石渡(いしわた) / 小関(おぜき)

TEL: 03-5294-6000 FAX: 03-5256-2230

サイト「お問い合わせフォーム」

<http://www.intage.co.jp/contact/>

【調査データに関するお問い合わせ先】

■株式会社インテージ 西日本支社

担当: 木内(きうち) / 金子(かねこ)

TEL: 06-6228-0311 FAX: 06-6228-1940

サイト「お問い合わせフォーム」

<http://www.intage.co.jp/contact/>

調査結果

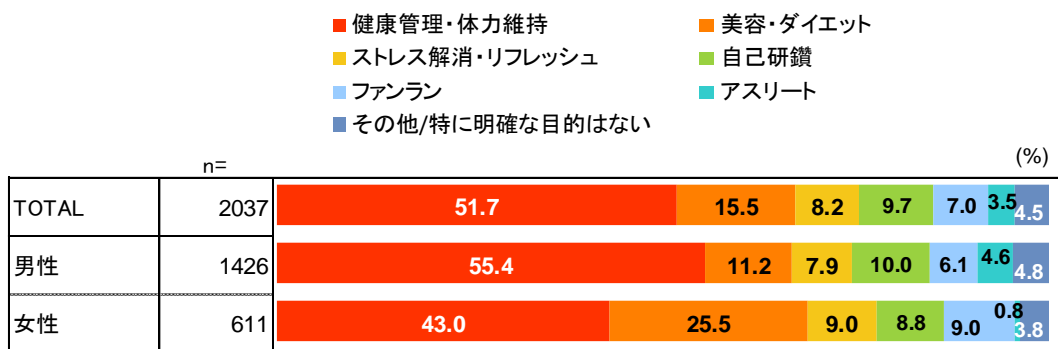
1. ジョギング・ランニングをする主な目的

ジョギング・ランニングをする主な目的は、「健康管理・体力維持」(51.7%)が最も多く、全体の5割以上を占める。次いで、「美容・ダイエット」(15.5%)、「自己研鑽」(9.7%)の順となった。

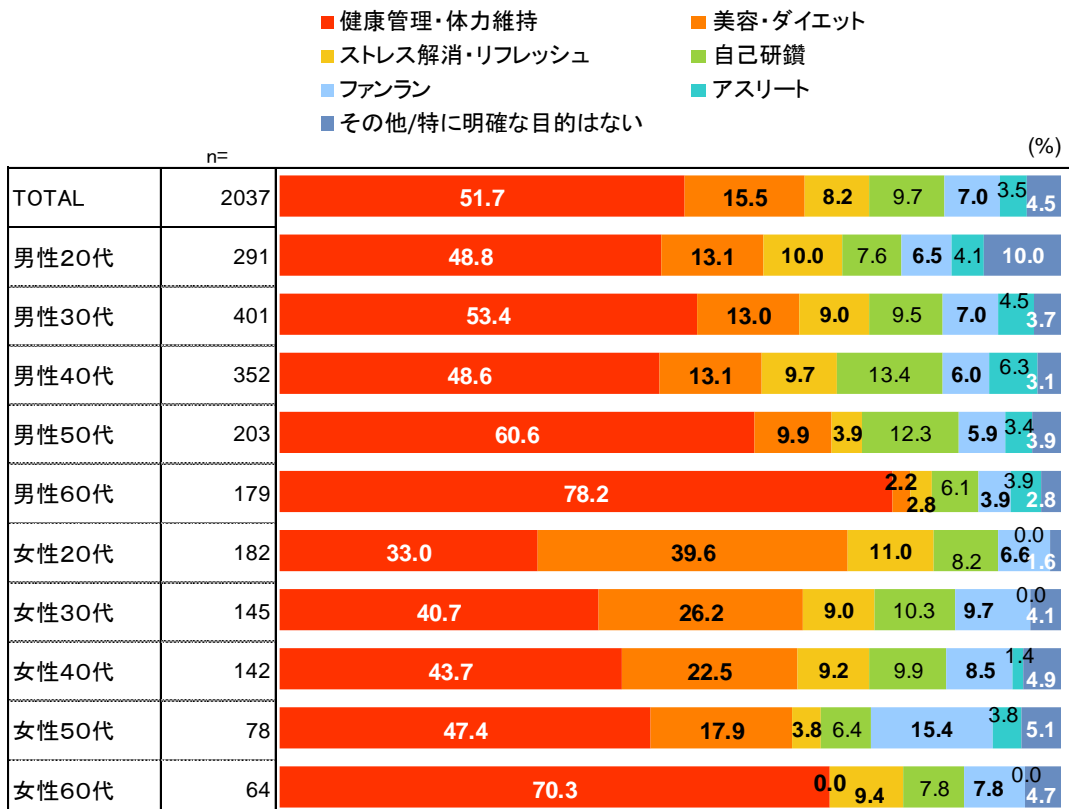
男女ともに「健康管理・体力維持」が最も多いが、女性は「美容・ダイエット」の割合が男性より高い。

性年代別で見ると、男女ともに60代は他の年代と比べて「美容・ダイエット」の割合が低く、「健康管理・体力維持」の割合が高い。女性20代は「美容・ダイエット」(39.6%)が最多で、他の性年代と傾向が異なる。

[図1-1]実施目的<男女別>



[図1-2]実施目的<性年代別>

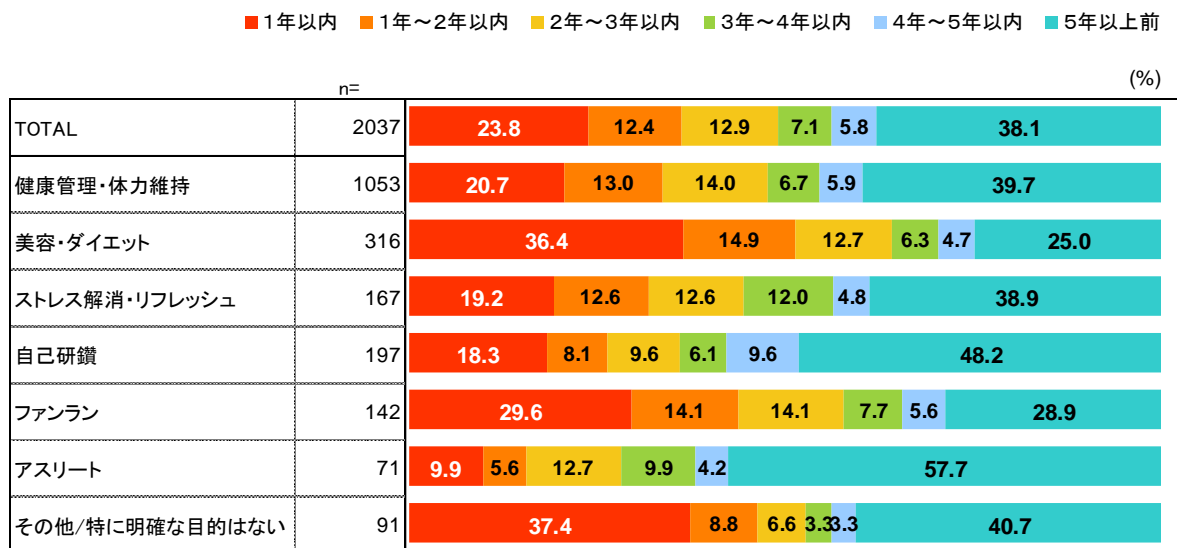


2. ジョギング・ランニングの開始時期

ジョギング・ランニングを始めた時期は、『5年以上前』からの経験者が最も多く全体の38.1%。

目的別では、『5年以上前』から実施している経験者の割合が高いのは「アスリート」(57.7%)、「自己研鑽」(48.2%)、「健康管理・体力維持」(39.7%)の順となった。一方、「美容・ダイエット」は始めて『1年以内』が最も多く36.4%。

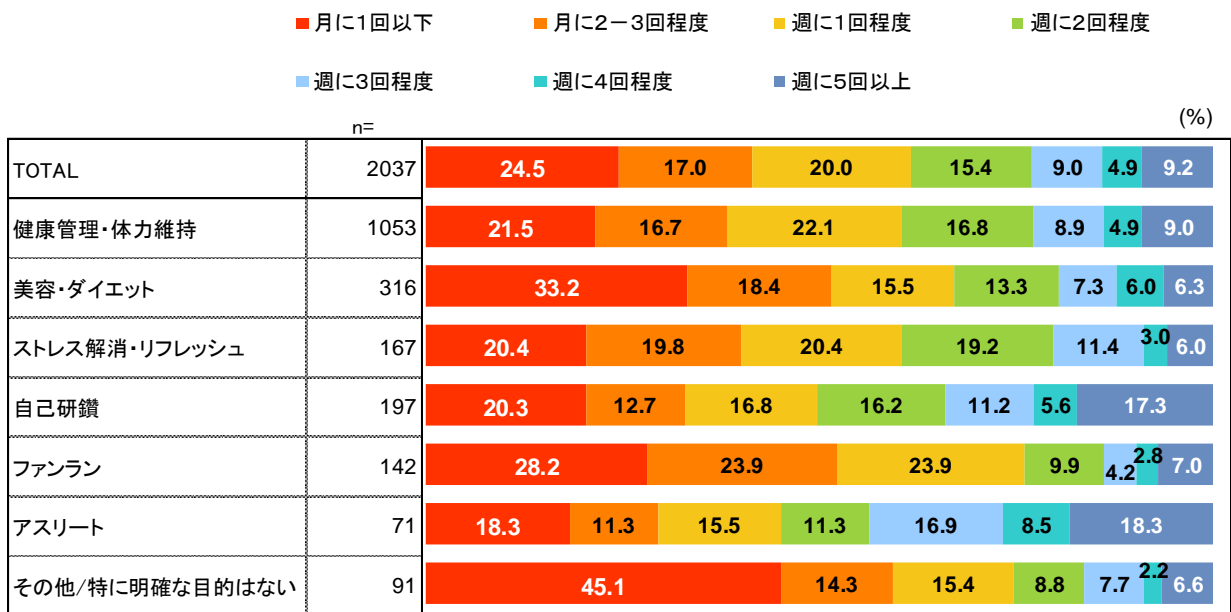
[図2]開始時期<目的別>



3. ジョギング・ランニングの実施頻度と1回当たりの走行距離

ジョギング・ランニングの実施頻度と1回当たりの走行距離を目的別でみると、「健康管理・体力維持」は、『週に1回程度、3～5km程度』、「美容・ダイエット」は『月に1回以下、1～3km程度』が最も多い。「ストレス解消・リフレッシュ」の実施頻度にはバラつきがあり、距離は『3～5km程度』。「アスリート」は週3回以上実施している人(週3回程度+4回程度+5回以上)が43.7%と最も頻度が高く、距離も長い。次いで「自己研鑽」も頻度・距離ともに多い。

[図 3] 実施頻度＜目的別＞



[表 3] 1回当たりの走行距離＜目的別＞

目的	回答者数	1～3km程度	3～5km程度	5～10km程度	10～15km程度	15～20km程度	それ以上
TOTAL	2037	36.4	36.7	21.8	3.4	1.2	0.5
健康管理・体力維持	1053	35.9	40.3	19.8	2.8	1.1	0.1
美容・ダイエット	316	43.4	33.9	20.6	1.9	0.0	0.3
ストレス解消・リフレッシュ	167	34.1	41.3	19.8	1.8	2.4	0.6
自己研鑽	197	22.3	28.4	37.6	7.6	3.0	1.0
ファンラン	142	47.2	29.6	17.6	3.5	1.4	0.7
アスリート	71	16.9	28.2	36.6	11.3	1.4	5.6
その他/特に明確な目的はない	91	51.6	31.9	13.2	3.3	0.0	0.0

4. グッズ購入の年間支出金額

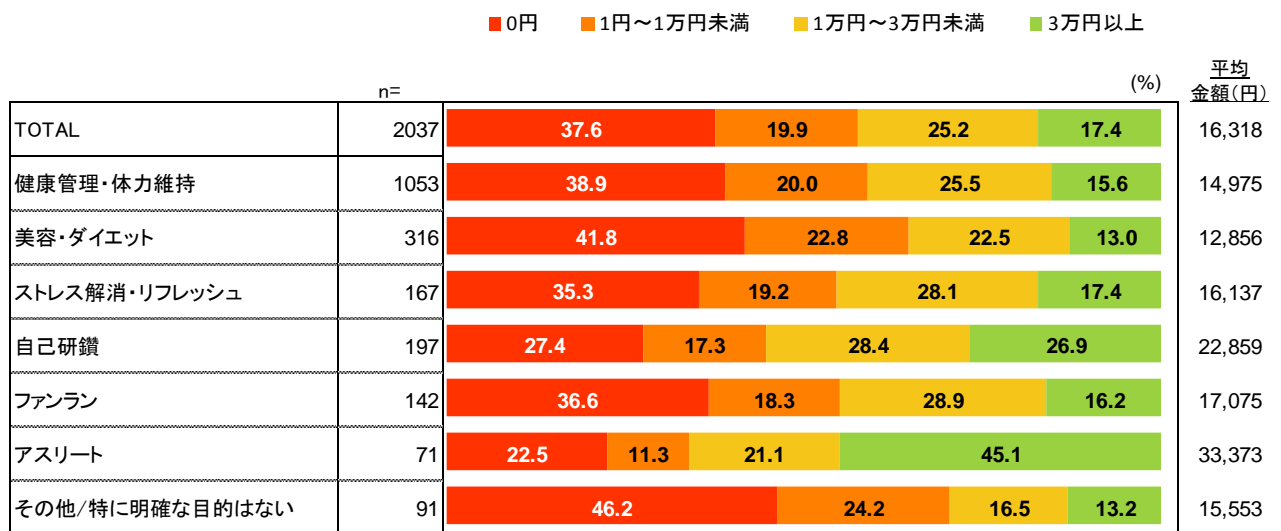
ジョギング・ランニングをするためのグッズ購入の年間支出金額の平均は 16,318 円、全体の 4 割近くが支出『0 円』であることから、費用をかけずに気軽に始められるスポーツであることがわかる。

目的別では、支出金額が最も多いのは「アスリート」で 45.1%が『3 万円以上』支出しており、年間支出金額の平均は 33,373 円。次に多いのは「自己研鑽」で平均 22,859 円。

一方、少ないのは「美容・ダイエット」の平均 12,856 円で 41.8%が支出『0 円』。また、年代別でみると、高い年代ほど年間支出金額が多い傾向。

※グッズカテゴリー: シューズ、インナー類、ウエア、サングラス・ゴーグル、ウォッチ、イヤホン・ヘッドホン、サポーター・テーピング、スキンケア商品、運動・スポーツ向け食品・サプリメント

[図 4] 年間支出金額＜目的別＞



[表 4] 年間支出金額＜年代別＞

	回答者数	(%)				平均金額(円)
		0円	1円~1万円未満	1万円~3万円未満	3万円以上	
TOTAL	2037	37.6	19.9	25.2	17.4	16,318
20代	473	42.3	20.9	23.9	12.9	13,549
30代	546	39.7	21.2	22.3	16.7	15,634
40代	494	35.8	19.0	26.7	18.4	16,301
50代	281	38.8	15.3	22.4	23.5	20,166
60代	243	25.5	21.8	34.2	18.5	18,825

5. グッズ購入時の重視ポイント

ジョギング・ランニングで使用するグッズに関して、各カテゴリーの購入歴者（最近 1 年以内に購入した人）を対象に、選ぶ際の重視ポイントを聞き、主な 4 カテゴリー（シューズ、ウエア、インナー類、運動・スポーツ向け食品・サプリメント）の購入時重視ポイント・トップ 10 をまとめた。

『シューズ』『インナー類』といった“快適な走り”に影響を与えるグッズで重視するのは、「フィット感・肌感覚」「機能性」「価格の安さ」の順。ファッション性も重要な『ウエア』は、「フィット感・肌感覚」に次いで、「デザイン」が重視される結果となった。

また、『運動・スポーツ向け食品・サプリメント』では、飲みやすさ・価格・効果を重視している。

どのカテゴリーにおいても「メーカー・ブランド」より自身の体感で選択しているようだ。

[図 5] 購入時重視ポイントランキング<カテゴリー別>

(回答者ベース:最近 1 年以内に各カテゴリーを購入した人)/複数回答

シューズ 回答者数=1895			ウエア 回答者数=1808			インナー類 回答者数=1478			運動・スポーツ向け食品・サプリメント 回答者数=1254		
	重視ポイント	%		重視ポイント	%		重視ポイント	%		重視ポイント	%
1位	フィット感・肌感覚	62.7	1位	フィット感・肌感覚	51.5	1位	フィット感・肌感覚	55.2	1位	飲みやすさ・摂取のしやすさ	57.6
2位	機能性	48.2	2位	デザイン	48.9	2位	機能性	47.5	2位	価格の安さ	38.4
3位	価格の安さ	40.9	3位	価格の安さ	45.2	3位	価格の安さ	41.1	3位	効果が証明されている	29.3
4位	デザイン	40.4	4位	機能性	44.2	4位	品質・素材	36.5	4位	メーカー・ブランド	20.9
5位	品質・素材	29.8	5位	品質・素材	40.8	5位	デザイン	29.5	5位	種類が多い	11.2
6位	色	27.3	6位	色	34.1	6位	速乾性	28.0	6位	ネット等での評判	9.3
7位	メーカー・ブランド	26.9	7位	速乾性	26.3	7位	伸縮性	24.7	7位	家族や友人等周りの評価	8.1
8位	耐久性	25.6	8位	メーカー・ブランド	26.3	8位	耐久性	21.2	8位	店頭で目立っている	8.0
9位	伸縮性	10.2	9位	耐久性	20.8	9位	色	20.8	9位	広告をよく見かける	7.0
10位	速乾性	8.7	10位	伸縮性	18.6	10位	メーカー・ブランド	18.2	10位	店員の勧め	4.8