

マラソン&ジョギングブームです

2015.4.1 発行

走っている人が増えています

2015年2月22日、東京マラソンが開催され、多くのランナーが東京の街を走りました。近年、マラソンやジョギングはブームとなっており、休日や平日夜に颯爽と走っているランナーをよく見かけるようになりました。その多くは、若い頃から運動することが好きな人、というわけではなく、大人になってから走り始めた人が意外と多いことに驚かされます。筆者の友人のなかにも、学生時代は運動よりも音楽などを趣味としていたにもかかわらず、40歳になってからジョギングを始め、ついにはフルマラソンに参加する人までいるのです。

このように、実生活からマラソン&ジョギングブームを感じ取ることが出来ますが、実際にはどの程度ランナーが増加したのでしょうか？統計分析が可能なジョギングのデータがなかなか見当たらないなか、以下のアンケートによる調査結果が大変参考になります。

(図表1)は、笹川スポーツ財団が全国の市町村に在住する20歳以上の2,000人を対象に調査したものです。この調査によると、第1回東京マラソンが開催された2007年以降、ジョギング・ランニング人口が増加していることが見てとれます。年1回以上「ジョギング・ランニング」を行った人は、2006年の5.9%から2012年の9.7%へと増加しました。2012年調査時の成人人口1億397万人から推計すると、

約1,000万人が年1回以上「ジョギング・ランニング」を行ったこととなります。また、週1回以上、および週2回以上「ジョギング・ランニング」を行った人についても同様の傾向が見られ、各々2012年は2006年比で約2倍に「ジョギング・ランニング」人口が増えたと言うアンケート結果が得られました。

(図表1) 「ジョギング・ランニング」アンケート調査

年1回以上「ジョギング・ランニング」を行った

調査年	2002	2006	2012
実施率(%)	4.8	5.9	9.7
推計人口(万人)	483	606	1,009

週1回以上「ジョギング・ランニング」を行った

調査年	2002	2006	2012
実施率(%)	2.1	2.9	5.5
推計人口(万人)	211	298	572

週2回以上「ジョギング・ランニング」を行った

調査年	2002	2006	2012
実施率(%)	1.4	2.1	3.7
推計人口(万人)	141	216	385

出所: 笹川スポーツ財団「スポーツライフに関する調査」2012

当資料は、ホームページ閲覧者の理解と利便性向上に資するための情報提供を目的としたものであり、投資勧誘や売買推奨を目的とするものではありません。また、当サイトの内容については、当社が信頼できると判断した情報および資料等に基づいておりますが、その情報の正確性、完全性等を保証するものではありません。これらの情報によって生じたいかなる損害についても、当社は一切の責任を負いかねます。

アナリスト・コラム

ジョギングブームは様々な国で共通です

まず、日本のマラソン&ジョギングブームを振り返って見てみましょう。2007年以降のマラソン&ジョギングブームは第二次マラソン&ジョギングブームと呼ばれているようで、第一次ブームは1970年代までさかのぼります。1964年の「国民の健康・体力増強対策について」の閣議決定から始まり、1978年には厚生省による「国民健康づくり計画」が発足し、さらに、1979年に開催された第一回東京国際女子マラソンに影響を受けて、市民ランナーが増加しました。皇居の周りを走る人が現れ始めたのもこのころのようです。

第二次マラソン&ジョギングブームのきっかけとなった2007年の第1回東京マラソンの抽選倍率は3.1倍、翌年の第2回は5.2倍、第3回は7.5倍と抽選倍率は増加の一途となり、8回目の2014年は10倍に達するなど、走りたくても参加すらできない状態となっています。東京マラソンの成功を契機に、2011年には第1回大阪マラソンが開催されるなど、都市型市民マラソンが各地で開催されるようになりました。「抽選に当たったから走り始める」と言う人も出始め、ブーム拡大がさらに続きそうです。

世界に目を向けると、各国ともマラソン&ジョギングが流行するステージは似通っているようです。経済成長で所得水準が上がり、カロリーの高い飲食物を食べるようになった後に、健康維持・増進のためにジョギングを始める傾向があります。また、体力低下や肥満は医療費の増大と直結することから、政府が危機感を抱き、スポーツを奨励する場合があります。そして、様々なスポーツの中でもジョギングは靴を揃えれば行える手軽なスポーツと言えます。全米スポーツ・グッズ協会の「2000年から2009年にかけて科目別運動・スポーツ実施人口」調査によると、ジョギングは9年間で39.8%増と高い伸びとなりました。最近では、大気汚染が深刻な中国でさえも、健康

増進のためにジョギングを行う人が増え始めているようです。

機能性でリードするアシックス

こうしたブームでランニングシューズの売上が堅調です。アシックスはグローバル展開しているランニングシューズを製造するメーカーです。私達がスポーツシューズで思い浮かべるブランドは、CMで露出の高い大手メーカーのナイキやアディダスかもしれませんが、たしかに、有名なサッカー選手やバスケットボール選手がナイキやアディダスのシューズを身につけている姿をCMなどで見たら、そのブランドを購入したくなるのは当然のように感じます。しかし、ジョギング、特により長い距離を走るマラソンに参加するような市民ランナーは、必ずしも商品イメージでシューズを購入しているわけではないようです。距離を長く走るほど、軽さやホールド性やクッション性が購入の重要な要素となり、一度気に入ったブランドを見つけると、なかなか他ブランドのシューズには履き変えないようです。こうした機能性にこだわったシューズの製造・開発している代表企業がアシックスであり、有名スポーツ選手と契約し、イメージを作り上げて販売に結び付けているナイキやアディダスとも異なる戦略を取っています。

2020年の東京オリンピックでは、アシックスのシューズを履いているマラソンランナーが、どの程度いるかに注目して観戦するのもおもしろそうです。

調査部長
(紙パ、鉄鋼、非鉄金属、その他製品、卸売担当)
金井 紀人

当資料は、ホームページ閲覧者の理解と利便性向上に資するための情報提供を目的としたものであり、投資勧誘や売買推奨を目的とするものではありません。また、当サイトの内容については、当社が信頼できると判断した情報および資料等に基づいておりますが、その情報の正確性、完全性等を保証するものではありません。これらの情報によって生じたいかなる損害についても、当社は一切の責任を負いかねます。