

報道関係各位

平成23年 2月1日
株式会社 クロス・マーケティング
(東証マザーズ3629)

花粉症はランナーにとっても大敵！ ランニング挫折経験者の46.9%は、「冬の寒さ・夏の暑さ・花粉」が原因

—『ランニング』に関する調査—

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都中央区 代表取締役社長:五十嵐 幹)では、関東地区(東京、神奈川、千葉、埼玉)と関西地区(大阪、京都、兵庫、奈良)在住の18歳以上で、直近1年間に月2回以上ランニングをしている男女423人を対象に、ランナーの日常や挫折経験、ランニングの目的や効果、ランニンググッズのブランドについて、どのような意識を持っているのかを明らかにすることを目的とした調査を実施しました。

■調査背景・目的

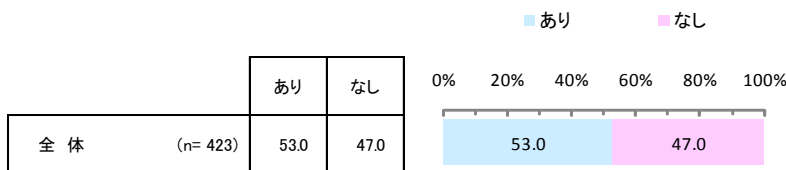
昨今、健康に対する意識が高まる中、ランニングは「手軽に始められるスポーツ」として注目されています。各地で開催されるイベントには多くの市民ランナーが参加し、ランニングスポットの周辺は設備が整備されるなど、ランナーのすそ野を広げる環境は整いつつあります。一方で、「手軽に始められる」という点から、自己流のフォームやランニングには適さない装備によって、思わぬ効果が得られなかったり、思わぬケガを招いてしまうというケースも増えているようです。本調査では、ランニングの実態や関連グッズの購入状況などについて明らかにしました。

■調査結果トピックス

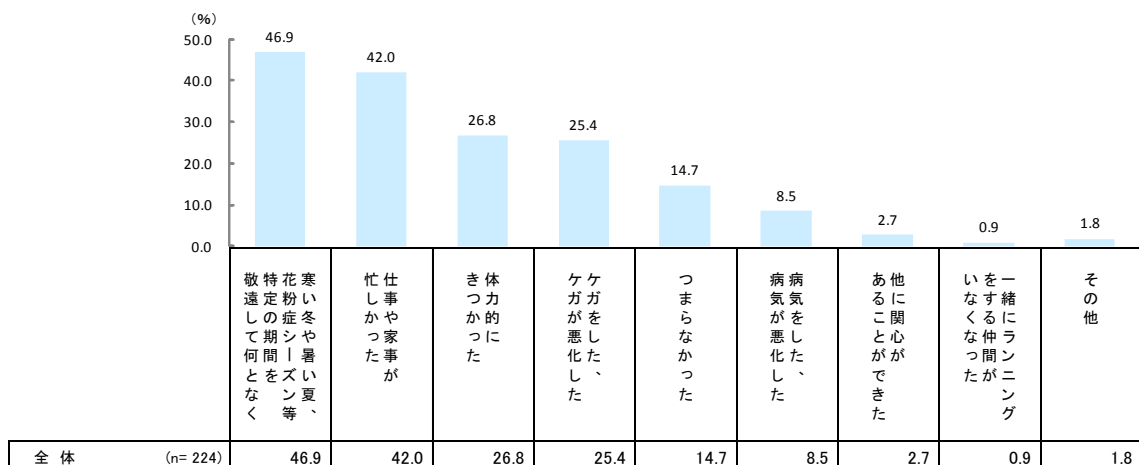
- ✓ 約8割のランナーが普段はひとりで走っており、専門的なレクチャーを受けた経験のある人は1割程度にとどまる。
- ✓ ランナーの約半数が、1度は挫折を経験している。〈図1〉
理由は、冬の寒さや夏の暑さ、花粉症シーズンなどを敬遠して何となくやめてしまうパターンが多い(46.9%)。〈図2〉
- ✓ ランニングを始めた目的は、まず自分の体力維持や健康のため。女性はダイエットやストレス解消にも。〈図3〉
- ✓ 効果について見ると、大会参加経験のないランナーよりも、参加経験のあるランナーの方が効果が得られたとする割合が高い。

◆自主調査レポートの続きはこちらへ⇒<https://www.cross-m.co.jp/report/request.php>

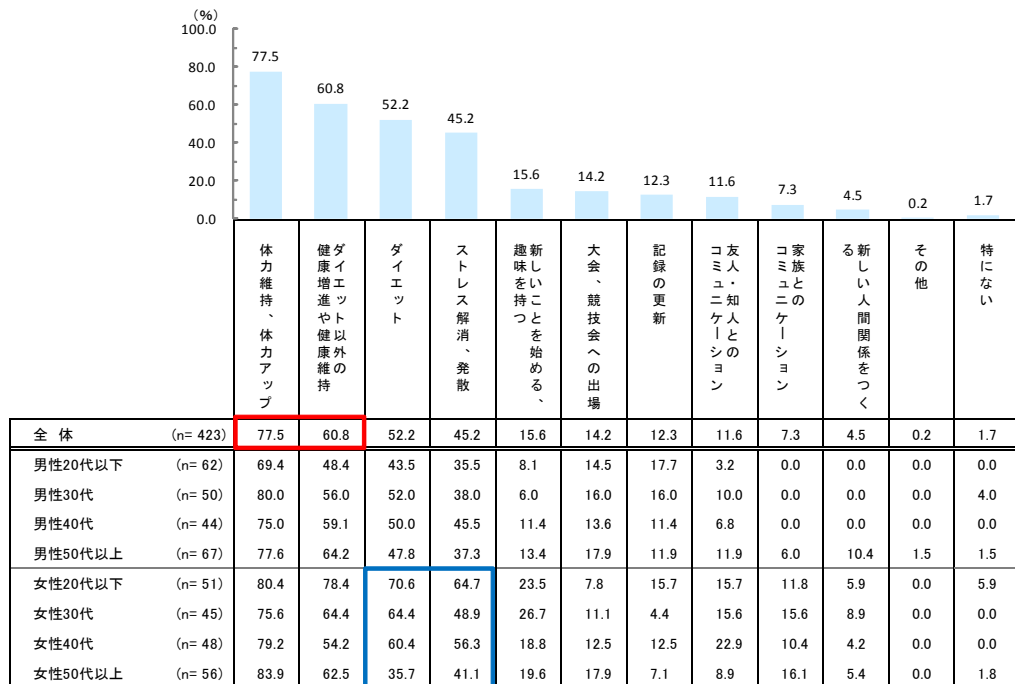
〈図1〉 ランニングを挫折してしまった経験の有無



〈図2〉 ランニングを挫折してしまった理由



〈図3〉ランニングを始めた目的



■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ(クロス・マーケティング アンケートモニター使用)
 調査対象 : 18歳以上の男女(直近1年間に、月2回以上のランニングをしている人)
 調査地域 : 関東地区(東京、神奈川、千葉、埼玉)、関西地区(大阪、京都、兵庫、奈良)
 調査期間 : 2011年1月17日(月)~2011年1月19日(水)
 有効回答数 : 423サンプル

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都中央区銀座8-15-2 銀座COMビル6F
 設立 : 2003年4月1日
 公開市場 : 東証マザーズ(証券コード:3629)
 代表者 : 代表取締役社長 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティング・リサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆
 広報担当:大島(おおしま) TEL : 03-3549-0222 FAX : 03-3549-0232
 E-mail pr-cm@cross-m.co.jp

〈引用・転載時のクレジット表記のお願い〉
 本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。
 <例>「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」