

**データサイエンスで地域課題解決
～金沢マラソン2025 アンケート分析～**

**2026.3.21
金沢工業大学 産学連携局**

■ 金沢マラソンのデータ分析に対するKITの参画

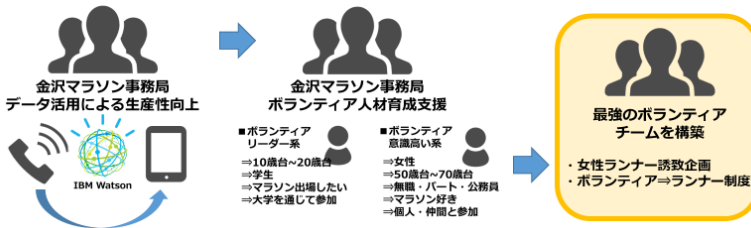
【KITのデータ活用促進に対するスタンス】

- ・ 学生に対するデータ活用による課題解決プログラムの提供
- ・ データサイエンスの民主化への寄与
- ・ 地域の企業や団体におけるデータ活用推進
- ・ データを活用した地方創生に資するオープンイノベーションの推進

■ データ分析及びAIモデルの作成まとめ

✓ 次代の「金沢マラソン」に向けた改善提案

- ⇒ 市民参画によるおもてなしの引き続きの強化
- ⇒ 女性向けエイドサービスの強化



■ 蛇足です…

金沢マラソンをビジネスパーソンの社交場に！

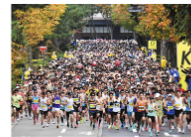
イメージとして前夜祭として実施している？ 取り組みを、SDGs×地方創生×金沢マラソンをテーマとした社交の場へとアップデートさせる。金沢マラソンや金沢市に対する建設的な意見を頂く機会、さらには参加者同士のビジネスを含めた交流を図る機会を設ける。ランナー（経営者）にとつてはマラソンという共通の趣味・嗜好を通じて新しい出会いや関係性を構築するような社交の場にもなる。その場を、金沢の文化や食で包み込み、さらにはホスピタリティの高いボランティアの方々との交流を行い、単なるご当地マラソンのレベルから、格式の高いマラソン大会へとアップデートするような考え方。（テニスにおけるウインブルドン的な…）

ランナー向け「ホスピタリティサービス」の販売（7～10万円？）

前日（昼）：レセプションパーティー

前日（夜）：金沢の温泉宿でゆったり

当日：高いホスピタリティの中でRUN！



市長が主催するレセプションパーティー。金沢の文化にゆかりのある地元経済界の方と、ランナー（経営者）、そしてボランティアリーダーをお招きし交流を図る。

金沢の温泉宿でゆったりしていたとき、ホスピタリティの高いサービスを提供。また翌日の会場までの送迎を行う。

ホスピタリティサービスを購入したランナー向けのサポートを検討。アンケートにもあつた、ゴール後にエイドで提供している食材が提供できるスペースや金沢らしいお土産を提供する…等。

収益力を上げるという事よりは、赤字にならない範囲で金沢マラソンの新しいブランドを高めていくための施策。

■ まとめ

✓ 金沢マラソン安定の高い満足度

- ・ 運営に対する高い満足度やボランティアスタッフへの感謝は例年同様に高いレベルにある
- ・ 満足度における「どちらでもない」割合の相関が例年に比べて高い
- ・ 完走できなかった方の金沢マラソンの運営の仕組みに対する改善要望
- ・ 全体の満足度を高める余白として完走できなかった方やタイムの遅い方に対するケア

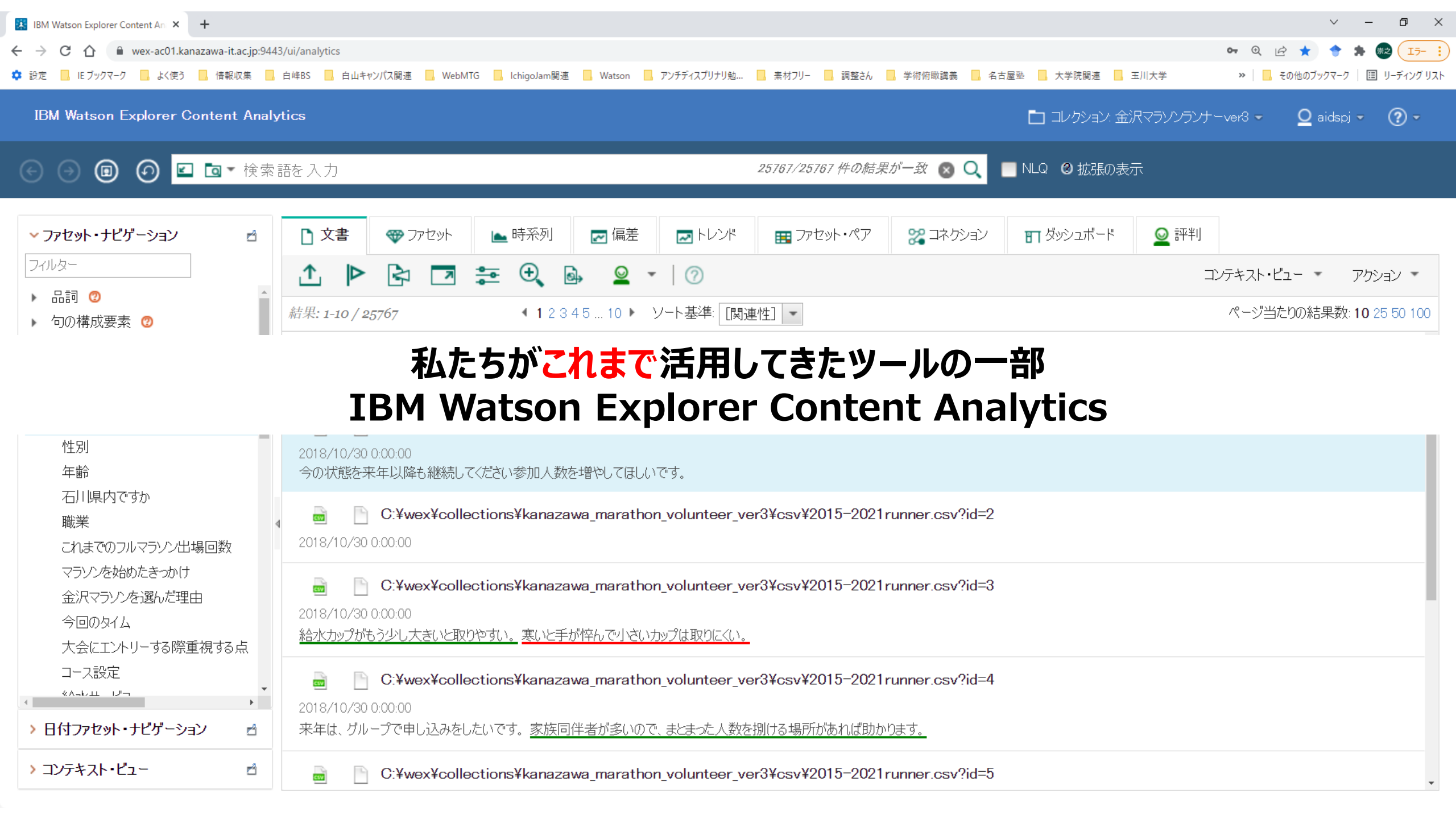
✓ 2024年の暑さ対策の取り組みを踏まえ今後に向けた取り組みの見直し

- ・ 暑さ対策としての水かぶりは有効である。
- ・ 給水所において水分補給を確実にを行うための施策を再検討
- ・ 運動してコップの数についても見直しが必要

究極のご当地マラソンの運営に向けて

- ・ マラソン実施日の天候や気温に対して柔軟に運営体制のパラメータを調整できるような仕組みと体制の構築
- ・ 暑い日の場合→「水」にまつわる運営体制の強化を図る
- ・ 寒い日の場合→「時間」がかからないような運営体制の強化を図る
- ・ 完走できなかった方の満足度を上げる施策の検討…例えば次年度リベンジの機会を提供するようなケア等

大学の事務職員でもできる…という点がポイント



私たちが**これまで**活用してきたツールの一部 IBM Watson Explorer Content Analytics

2018/10/30 0:00:00

この状態を来年以降も継続してください参加人数を増やしてほしいです。



C:\wex\collections\kanazawa_marathon_volunteer_ver3\csv\2015-2021runner.csv?id=2

2018/10/30 0:00:00



C:\wex\collections\kanazawa_marathon_volunteer_ver3\csv\2015-2021runner.csv?id=3

2018/10/30 0:00:00

給水カップがもう少し大きめと取りやすい。寒いと手が悴んで小さいカップは取りにくい。



C:\wex\collections\kanazawa_marathon_volunteer_ver3\csv\2015-2021runner.csv?id=4

2018/10/30 0:00:00

来年は、グループで申し込みをしたいです。家族同伴者が多いので、まとまった人数を捌ける場所があれば助かります。



C:\wex\collections\kanazawa_marathon_volunteer_ver3\csv\2015-2021runner.csv?id=5

時代は生成AI活用へ



Microsoft 365 Copilot

■ エンタープライズデータ保護

このトピックの一部は機械翻訳または AI 翻訳されている場合があります。

タイトルで検索

Microsoft 365 Copilot Hub

プラン

概要

ライセンス

請求

データ、プライバシー、セキュリティ、責任ある AI

Microsoft 365 Copilot のデータ、プライバシー、セキュリティ

データ保護と監査

Microsoft 365 Copilot および Microsoft 365 Copilot Chat での Web 検索のデータ、プライバシー、セキュリティ

Microsoft 365 Copilotのセキュリティ

責任ある AI に関する FAQ

Microsoft 365 Copilot にゼロ トラストの原則を適用する

エンタープライズ データ保護

Microsoft 365 Copilotのアプリケーション カード

プライバシーと保護

Microsoft Edge の Copilot

実装の準備

実装

PDF をダウンロード

Learn / Microsoft 365 / Microsoft 365 Copilot /

フォーカス モード

Microsoft 365 CopilotとMicrosoft 365 Copilot Chatでのエンタープライズ データ保護

Microsoft 365 CopilotとMicrosoft 365 Copilot Chatのエンタープライズ データ保護とは

組織で使用されるMicrosoft 365 CopilotとMicrosoft 365 Copilot Chatの使用は、[Microsoft 製品およびサービスデータ保護補遺 \(DPA\)](#) および [Microsoft 製品条項](#) の条項でカバーされ、Microsoft はデータ プロセッサとして機能します。

エンタープライズ データ保護 (EDP) とは、Microsoft 365 CopilotおよびMicrosoft 365 Copilot Chatのユーザーの顧客データに適用される、Data Protection Addendum (DPA) と製品使用条件に基づくコントロール^[1]とコミットメントを指します。EDP という用語の使用は、DPA および製品条件に基づいて提供される利点を制限することを意図したものではありません。

プロンプトと応答に対するエンタープライズ データ保護

Microsoft 365 CopilotとMicrosoft 365 Copilot Chatは、Microsoft 365 の商用オファリングで利用可能なと同じエンタープライズ条項を提供します^[2]。

Microsoft 365 Copilot と Microsoft 365 Copilot Chat の使用には、プロンプト (ユーザーが入力) と応答 (Copilot によって生成されたコンテンツ) が含まれます。EDP を使用すると、プロンプトと応答は、Exchange でのメールと SharePoint のファイルに対して、お客様から広く信頼されている同じ契約条件とコミットメントによって保護されます。

この記事の内容

Microsoft 365 CopilotとMicrosoft 365 Copilot Chatのエンタープライズ データ保護とは

プロンプトと応答に対するエンタープライズ データ保護

Web クエリのプライバシーとセキュリティ

Microsoft 365 Copilotのエージェント

脚注

このページはお役に立ちましたか?

Yes

いいえ

■エンタープライズデータ保護

The screenshot shows the Outlook Copilot interface. At the top, there is a search bar and navigation icons. The main content area displays a Copilot-generated report titled "2025年の金沢マラソンのアンケート分析をお願いします。". A yellow box highlights a shield icon in the top right corner, and a yellow arrow points from it to a yellow box around a file icon labeled "金沢マラソンア...".

検索

2025年の金沢マラソンのアンケート分析をお願いします。

自動

金沢マラソンア...

2025年の金沢マラソンのアンケート分析をお願いします。

Copilot ⓘ

推論が 25 ステップで完了しました >

以下は、いただいたアンケート（Excel）から**2025年回答（2,886件）**のみを抽出・集計した結果です。分析・可視化は私の側でプログラム処理（Python/pandas）しており、本文中の数値はすべてアップロードいただいたファイルの実データに基づきます。 [金沢マラソンアンケ...](#)

全文リストを見せて ポジティブな記述も教えて 改善案の提案はある？

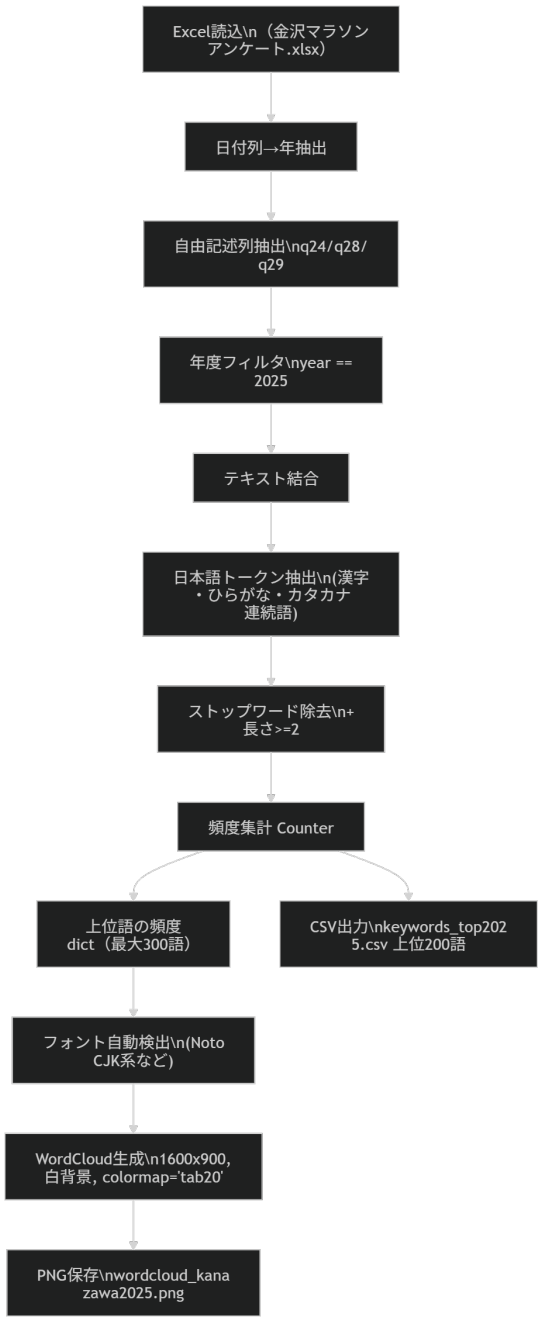
Copilot へメッセージを送る

+ ツール

AI で生成されたコンテンツは誤りを含む可能性があります。

■ データ分析の方法

The screenshot shows the Outlook Copilot interface. At the top, there's a search bar with the text "検索" (Search). Below it, an email header reads "2025年の金沢マラソンのアンケート分析をお願いします。" (Please analyze the questionnaire for the 2025 Kanazawa Marathon). A yellow box highlights this text. Below the header, a Copilot card is displayed with the text "推論が 25 ステップで完了しました" (Inference completed in 25 steps). A large yellow box highlights the main analysis result: "以下は、いただいたアンケート (Excel) から**2025年回答 (2,886件)**のみを抽出・集計した結果です。分析・可視化は私の側でプログラム処理 (Python/pandas) しており、本文中の数値はすべてアップロードいただいたファイルの実データに基づきます。" (The following is the result of extracting and aggregating only the **2025 responses (2,886 items)** from the questionnaire you provided (Excel). Analysis and visualization are performed on my side using program processing (Python/pandas), and the numerical values in the text are all based on the actual data from the files you uploaded.). Below this, there are three buttons: "全文リストを見せて" (Show full text list), "ポジティブな記述も教えて" (Also teach me about positive descriptions), and "改善案の提案はある?" (Are there any improvement suggestions?). At the bottom, there's a text input field "Copilot へメッセージを送る" (Send message to Copilot) and a "ツール" (Tools) button. A footer note states "AI で生成されたコンテンツは誤りを含む可能性があります。" (AI-generated content may contain errors).



```

import pandas as pd
import re
from collections import Counter
import matplotlib.pyplot as plt
from wordcloud import WordCloud
import os
import csv

# ===== 1) データ読み込みと年度抽出 =====
xlsx_path = '金沢マラソンアンケート.xlsx'
# 解析対象シート (当該ブックではこの名前)
df = pd.read_excel(xlsx_path, sheet_name='金沢マラソンアンケート',
engine='openpyxl')

# 日付列から年を抽出 (欠損・不正はNaT→NaN)
df['year'] = pd.to_datetime(df['date'], errors='coerce').dt.year

# ===== 2) 自由記述の抽出 (2015-2025のうち 2025年のみ) =====
texts = []
free_cols = ['q24大会運営についてご意見', 'q28さらに参加しやすくするには(意見)', 'q29金沢マラソンへの意見']
for col in free_cols:
    if col in df.columns:
        s = df.loc[df['year'] == 2025, col].dropna().astype(str).tolist()
        texts.extend(s)

full_text = '%n'.join(texts)

# ===== 3) トークン化 (簡易) =====
# ・漢字・ひらがな・カタカナ・長音符 (ー等) にマッチする連続文字列を単語とみなす
tokens = re.findall(r'[¥u4E00-¥u9FFF¥u3040-¥u309F¥u30A0-¥u30FF]+', full_text)

# ===== 4) 前処理 (短語と汎用語の除去) =====
stop = set([
    'こと', 'もの', 'ため', 'よう', 'ので', 'です', 'ます', 'する', 'なる', 'ある', 'いる',
    'いただき', 'お願い', 'お願い致します', 'お願いしました', 'いただきます', 'いただける',
    'できる', '思います', '思う', '下さい', 'ください', 'させて', 'して', 'あり', 'なし', 'など',
    'また', '今回', '来年',
    # 大会の超頻出一般語 (“可視化の邪魔”)になりやすい語を除外
    '金沢', 'マラソン', '大会', '参加', 'ランナー', 'ボランティア', 'スタッフ', '応援', '沿道',
    'エイド', '給水', '給食', 'シャトル', 'バス', 'トイレ', '会場', 'スタート', 'ゴール', 'コース'
])

filtered = [t for t in tokens if len(t) >= 2 and t not in stop]
counts = Counter(filtered)

# 出現上位300語を可視化対象に
freq = dict(counts.most_common(300))

# ===== 5) 日本語フォントの自動検出 =====
font_candidates = [
    '/usr/share/fonts/opentype/noto/NotoSansCJK-Regular.ttc',
    '/usr/share/fonts/opentype/noto/NotoSerifCJK-Regular.ttc',
    '/usr/share/fonts/truetype/noto/NotoSansCJK-Regular.ttc',
    '/usr/share/fonts/truetype/noto/NotoSansCJKjp-Regular.otf',
    '/usr/share/fonts/truetype/fonts-japanese-gothic.ttf',
    '/usr/share/fonts/truetype/dejavu/DejaVuSans.ttf',
]
font_path = None
for p in font_candidates:
    if os.path.exists(p):
        font_path = p
        break

# ===== 6) ワードクラウド生成 =====
wc = WordCloud(
    width=1600, height=900,
    background_color='white',
    font_path=font_path,
    prefer_horizontal=0.95,
    colormap='tab20'
)
img = wc.generate_from_frequencies(freq)

# 出力ファイル
out_png = 'wordcloud_kanazawa2025.png'
img.to_file(out_png)

# ===== 7) 上位語のCSV出力 (200語) =====
with open('keywords_top2025.csv', 'w', newline='', encoding='utf-8') as f:
    w = csv.writer(f)
    w.writerow(['単語', '出現回数'])
    for k, v in counts.most_common(200):
        w.writerow([k, v])

# 返すメタ情報例 (対話環境などでの確認用)
meta = {
    'image': out_png,
    'font_used': font_path is not None,
    'tokens': len(filtered),
    'unique_words': len(freq)
}
print(meta)

```

```

filtered = [t for t in tokens if len(t) >= 2 and t not in stop]
counts = Counter(filtered)

# 出現上位300語を可視化対象に
freq = dict(counts.most_common(300))

# ===== 5) 日本語フォントの自動検出 =====
font_candidates = [
    '/usr/share/fonts/opentype/noto/NotoSansCJK-Regular.ttc',
    '/usr/share/fonts/opentype/noto/NotoSerifCJK-Regular.ttc',
    '/usr/share/fonts/truetype/noto/NotoSansCJK-Regular.ttc',
    '/usr/share/fonts/truetype/noto/NotoSansCJKjp-Regular.otf',
    '/usr/share/fonts/truetype/fonts-japanese-gothic.ttf',
    '/usr/share/fonts/truetype/dejavu/DejaVuSans.ttf',
]
font_path = None
for p in font_candidates:
    if os.path.exists(p):
        font_path = p
        break

# ===== 6) ワードクラウド生成 =====
wc = WordCloud(
    width=1600, height=900,
    background_color='white',
    font_path=font_path,
    prefer_horizontal=0.95,
    colormap='tab20'
)
img = wc.generate_from_frequencies(freq)

# 出力ファイル
out_png = 'wordcloud_kanazawa2025.png'
img.to_file(out_png)

# ===== 7) 上位語のCSV出力 (200語) =====
with open('keywords_top2025.csv', 'w', newline='', encoding='utf-8') as f:
    w = csv.writer(f)
    w.writerow(['単語', '出現回数'])
    for k, v in counts.most_common(200):
        w.writerow([k, v])

# 返すメタ情報例 (対話環境などでの確認用)
meta = {
    'image': out_png,
    'font_used': font_path is not None,
    'tokens': len(filtered),
    'unique_words': len(freq)
}
print(meta)

```

■ 金沢マラソン2025アンケート分析結果

【エグゼクティブサマリー】

回答数：2,886件。県内48.3%／県外51.7%で、県内比率は昨年より**+1.8pt**（2024年：46.5%）
総合満足（Top2）：「大変満足／満足」= 97.6%（2024年：97.4% → +0.2pt）。
再参加意向（Top2）：「ぜひ参加したい／参加したい」= 93.3%（2024年：93.2%）。

■ 評価が特に高い項目

沿道・応援：平均4.78/5、Top2=95.4%。
スタッフ対応：平均4.75/5、Top2=95.9%。
案内・広報・手続き：平均4.51/5、Top2=85.9%。
参加賞（記念品）：平均4.45/5、Top2=81.6%。

■ 改善余地が示唆された項目

トイレ配置：平均4.21/5、Top2=68.2%（2024年：70.1% → -1.9pt）。
会場アクセス（シャトル等）：平均4.37/5、Top2=79.3%（2024年の同設問は未計測）。

■ 来訪・経済関連（回答者ベースの推計）

一人当たり出費（区分の中央値換算）：平均32,514円／中央値20,000円。区分の中央値（例：1～3万円未満→2万円、9万円以上→10万円）を用いた概算です。
同伴者数：平均0.56人（「4人以上」は4人扱い）。ランナー＋同伴者で約4,500人規模の来訪に相当（2,886人×1.56）。※回答者ベース。
交通手段（複数回答）上位：自家用車44%、新幹線30%、在来線22%、徒歩/自転車それぞれ13%。※回答者数に対する出現比（概算）です。

■ 金沢マラソン2025アンケート分析結果

【自由記述から見える「良かった点／改善点」の論点】

ポジティブに多い：給食・エイド（865）、応援（860）、ボランティア（584）、ゴール（562）。おもてなし全般の満足が高い。
改善要望が目立つ：天候・雨（710）、スタート（484）、トイレ（265）、シャトル／バス（202）、宿泊・ホテル（75）。

実際の声（匿名・一部抜粋）

トイレ：「簡易トイレを洋式にして欲しい」「スタート地点のトイレ数を増やして欲しい」等。

シャトル／アクセス：「完走後に立ち乗りはつらいので全員着席に」「駅～会場の渋滞で締切に間に合いにくい」「往路シャトルのチケット余裕が欲しい」等。

宿泊・費用：「宿泊費が高騰して参加しづらい」「前日受付の郵送代替を」等。

【2024→2025の主な変化（要点）】

満足度：97.4% → 97.6%（+0.2pt）。再参加意向：93.2% → 93.3%（横ばい）。

県内参加比率：46.5% → 48.3%（+1.8pt）。地元回帰がわずかに進展。

出費：平均32,475円 → 32,514円（ほぼ横ばい）。

体験評価：応援・スタッフは微増、トイレはTop2でわずかに低下（70.1% → 68.2%）。アクセスは今年から可視化（Top2=79.3%）で引き続き改善余地あり。

■金沢マラソン2025アンケート分析結果

【データ起点の改善提案（実装難易度×効果で優先順位）】

①スタート／コース前半のトイレ対策（高効果×中難度）：

洋式比率の向上、女性配慮（生理用品ゴミ箱や手洗い確保）、混雑可視化（案内板・アプリ表示）、スタート整列エリア近傍の増設。

②シャトルバス運用のピーク対策（高効果×中難度）：

往路：始発前倒し・便数増・駅前優先レーン、手荷物締切に対する接続保証スロットの設定。

復路：ウェーブ別／ゾーン別の時差誘導、乗り場近接化、立ち乗り最小化（高密度時の増車）。

③宿泊・費用負担の軽減（高効果×中難度）：

公式宿泊パッケージ（適正価格レンジのガイドライン）、前日受付の郵送オプション（希望者のみ）を試行。

④給水・給食の“食べやすさ”向上（中効果×低～中難度）：

個包装の開けやすさ改善、簡易手洗い水口の後段配置、雨寒時の温かい提供物（例：スープ等）を増やす。

⑤環境・景観配慮（中効果×低難度）：

紙コップ散乱抑制（「走りながら捨てやすい」ゴミ箱帯の設置位置最適化）、ゴミ回収ボランティア動線の改善。

⑥参加枠設計（中効果×政策）：

県民／市民／ボランティア優先枠や追加当選（補欠）枠、年代別アスリート枠など、**“挑戦機会の公平”**への要望が根強い。

⑦情報提供（中効果×低難度）：

デジタル案内に加え、軽量の冊子版（要点とコース図／エイド表）を復活／併用。英語ほか多言語簡易版も拡充。

■ 金沢マラソン2025アンケート分析結果

Outlook

検索

2025年の金沢マラソンのアンケート分析をお願いします。

自動

各年度のアンケートデータを踏まえて、雨対策の観点から分析してください。

Copilot ⓘ

推論が 6 ステップで完了しました >

以下は、アップロードいただいた全年度のアンケート自由記述 (q24/q28/q29) を対象に、「雨対策」の観点で横断分析した結果です。年別の要約表・カテゴリ別の年次推移・原文抜粋はファイルで併せてお渡します。 [123](#)

なお、金沢マラソンは2015/2017/2018/2019/2023で雨の記録があり、構造的に雨天対策の重要度が高い大

年別の改善効果は? 原文例をもっと見せて 推奨器材リストを教えてください

Copilot へメッセージを送る

+ ツール

AI で生成されたコンテンツは誤りを含む可能性があります。

■ 金沢マラソン2025アンケート分析結果

【全体トレンド（年別の“雨言及率”）】

年別の雨関連言及率（＝自由記述に占める割合）

2015：**6.21%** | 2016：**1.27%** | 2017：14.34%** | 2018：**5.05%** | 2019：18.07%** | 2021：
0.97% | 2022：**0.48%** | 2023：0.67%** | 2024：0.73% | 2025：14.56%。

2017・2019・2025は雨言及率が高い年（2019が最大）。

外部の天候記録でも、2017/2018/2019/2015/2023は雨の大会となっており、アンケートでも雨が話題化する年と概ね整合します（2023は大会当日「雨のち晴れ」だが、自由記述では雨への言及率は低め）。

平年（晴/曇/小雨）は1%未満～数%台に収まり、雨の年に課題が顕在化することがはっきりと観測されます。

■ 金沢マラソン2025アンケート分析結果

【テーマ別の年次変化（1,000件あたりの件数）】

(A) エイド／紙コップ／食品の濡れ：近年の最大ボトルネック

2017→2025で**+13.13/千件**に増加（2017：15.22 → 2025：28.35）。2019・2025は特に顕著。

典型的な意見：「紙コップがふやけて掴みにくい」「食べ物が濡れていた」「雨で配布が滞る」（原文は抜粋集をご参照）。

示唆：上屋・横幕・蓋付きサーバ／防水ストッカー／高強度・環境配慮カップの“雨仕様”が不足。列設計や配置も再設計が必要。

(B) バス／シャトル待機の雨よけ：改善の手応え

2017：14.74/千件 → 2025：6.47/千件と-8.27（改善）。蛇行上屋・屋内退避・ピーク平準化の効果が疑われます。

(C) フィニッシュ後の保温・配布：改善しつつも残課題

2017：18.11/千件 → 2025：15.18/千件（緩和）。一方で2019は悪化が目立ち、**「濡れた状態で待つ」「保温物資が届くまでに冷える」**が繰り返し見られます。動線の屋根化×保温先出しが要。

(D) 動線／ぬかるみ・滑り・雨具ごみ回収：微増

動線：2017：1.60 → 2025：2.90（+1.30）。

回収：2017：3.04 → 2025：4.47（+1.42）。

示唆：合成マット・排水ポンプ・滑り止めの重点配置と、回収ネットの増設・多言語サインが必要。

(E) レインウェア／カップ・ボランティア対策：相対的に沈静化

レインウェア：2017：18.75 → 2025：4.47（-14.28/千件）。

ボランティア：2017：9.62 → 2025：7.59（-2.02/千件）。

示唆：装備周知・配布やボラ装備は一定の改善。ただし酷雨の場合は補強在庫が必要。

■ 金沢マラソン2025アンケート分析結果

【打ち手（年度横断の“雨常設”設計）】

優先A：エイド雨対策の標準化（最大効果）

上屋＋横幕で吹き込みを抑止／蓋付きサーバ・防水ストッカー・高台ラックで濡れを遮断。
高強度・堆肥化可能カップ＋マイカップ推奨で紙コップ劣化を回避。
列設計（短冊列）／配置の“雨モードSOP”化（人員座配置・配布速度維持）。
→ 根拠：2017→2025で最も増幅（+13.13/千件）。

優先B：フィニッシュ～帰路の“濡らさない・冷やさない”

“ゴール直後の保温優先線：**ブランケット/カイロを“最初に”**→タオル→ドリンク→荷物受取。
荷物受取の屋根化・耐水タグ（QR）／泥濘マット／人流の屋内導線。
シャトル待機：蛇行屋根＋屋内退避＋時差案内・時刻予約でピークを平準化。
→ 根拠：2017・2019・2025に共通する最後の不満。

優先C：床・回収のマイクロ改善

水たまり重点点へ合成マット／排水ポンプ常備、マンホール等の滑り止め（ゴムマット/テープ）。
雨具回収ネットの増設（3km/5km/10km/Finish）＋多言語サイン。
→ 根拠：動線・回収の微増。

優先D：資機材の“雨常設パッケージ”化（展開時間短縮）

テント・横幕・合成マット・滑り止め・排水・回収ネット・ヒーターをモジュール化し、台車一式で即時展開できる体制へ。
展開手順（BOP）をA3一枚で雨版SOPに。
→ 雨大会の反復性が高いため、減価償却に見合う投資。

■ 金沢マラソン2025アンケート分析結果（蛇足）

Outlook

検索

2025年の金沢マラソンのアンケート分析をお願いします。

自動

これまでの金沢マラソンの結果を踏まえ、将来的（5年後）、圧倒的に経済効果をもたらすご当地マラソンになるための分析と提案を行ってください。

Copilot ⓘ

推論が 13 ステップで完了しました >

以下は、**「金沢マラソンが5年後に“圧倒的に経済効果をもたらすご当地マラソン”**になるための、現状診断・数値目標・実行計画（ロードマップ）・運営スキーム・KPIを一体化した提案です。

結論としては、(1) 遠隔県・海外ランナー比率×同行者比率×滞在日数を“設計して増やす”、(2) 域内回遊と夜間・翌日波及を“決済&クーポン一体設計”で最大化する、(3) 国際認証・チャリティ・ブランドの三位一体で単価とスポンサー価値を上げる——この3本柱の実装で、波及効果30~35億円級への到達を狙う、という戦略です（根拠とベンチマークは末尾の出典を随所に付記）。

KPIダッシュボードの設計図を見せて

宿泊価格要請文のテンプレを作って

Copilot へメッセージを送る

+ ツール

AI で生成されたコンテンツは誤りを含む可能性があります。

■ 金沢マラソン2025アンケート分析結果（蛇足）

【現状診断（要点）】

- ・金沢マラソンの**経済波及効果は近年21.8億円（2024）**まで回復。直接効果15.5億円、一次3.8億円、二次2.5億円の構造。遠隔県・海外比率や同行者比率の上昇、消費単価の上昇が寄与。2019年の22.6億円ピーク水準に再接近。
- ・とくに海外ランナーの平均消費単価は10万円超、遠隔県（関東圏）は5万円台が定着。同行者比率の上昇が全体を押し上げる鍵。
- ・世界の都市型マラソンは、国際ランナー比率・ブランドカ・チャリティ・EXPOで経済効果を指数関数的に伸ばす潮流。東京は国内787億円規模、ロンドン/NYC等の“メジャーズ”は都市ブランド価値の源泉になっている。
- ・ヨーロッパの成功例：**バレンシアは6.8M€の運営に対して観光消費約40M€、GDP寄与23.9M€、雇用732人（FTE）という高効率モデル（レース×観光）**を構築。参加者の63%が海外で滞在が長く支出が高い。
- ・国内環境：宿泊単価の高騰やオーバーツーリズム対策への配慮は不可避。価格抑制の“要請”は独禁法上可能（標準価格決定は不可）、国の支援メニューやデジタル地域通貨/クーポンの活用余地が拡大。

■ 金沢マラソン2025アンケート分析結果（蛇足）

【 5年後の到達目標（North Star + KPI） 】

North Star : 「“観る・走る・滞在する”の三位一体化により、金沢らしい消費体験の長文化と域内回遊を最大化。経済波及効果30～35億円を安定的に創出」

主要KPI（2026→2030 目標）

1. 海外ランナー比率：2～3倍（例：1～2% → 5～6%）
2. 遠隔県ランナー比率：+20～30%（特に関東/東海を上積み）
3. 同行者比率：+0.3～0.5pt（家族・仲間旅を設計）
4. 平均滞在日数：ランナー：+0.5泊、同行者：+0.7泊
5. EXPO/前日・翌日消費：1.8～2.2倍（夜間経済含む）
6. 域内キャッシュレス（地域通貨/クーポン）流通額：年10億円規模
7. 国際認証（World Athletics Label）：上位ラベル獲得・維持
8. チャリティ総額：年1億円超（大会ブランド価値の向上）

根拠：海外/遠隔×同行者×滞在日数の改善は、金沢の実測（消費単価差）と世界の事例（バレンシアの“観光消費×国際比率”）から最も効率が高いレバー。東京の規模効果とBrand Financeの国際潮流はブランド・スポンサー価値の上積み余地を示す。

■ 金沢マラソン2025アンケート分析結果（蛇足）

【 5か年ロードマップ（12アクション） 】

A. 需要“設計”による消費・滞在の最大化

1. ターゲット別商品化（海外・遠隔・家族・女子旅）

海外：関東経由の英語導線×旅行商品化（兼六園・工芸・寿司×日本酒体験の“走る前後2泊3日”パッケージ）

遠隔県（関東/東海）：EXPO前日「はしご寿司×ナイトミュージアム」+翌朝「朝茶と工芸ワークショップ」など夜間経済×翌日化

家族/女子旅：“応援者コンテンツ”を明示（キッズ体験、和菓子作り、着付け、温浴）

狙い：同行者比率・滞在日数の意図的上積み（バレンシアは海外63%で滞在長・支出高）

2. “前日・翌日”のD2C販売（公式）

大会公式でホテル×体験×食の動的パッケージを直販。EXPO来場者へのその場販売も。

夜間イベントの公式編成（ライトアップ・屋台村・能楽ミニ公演・クラフトビール街）

狙い：EXPOと夜間に消費を集中させ、日帰り回避・翌日化を促進。

3. “応援は消費”の明文化

公式サイトに応援者のモデル日程・消費導線を提示（観光庁も周遊・快適な導線整備を推奨）。

B. 決済・回遊のインフラ（域内経済循環の実装）

4. デジタル地域通貨+プレミアム付きクーポン（“金マラ・パス”）

EXPO配布/宿泊綴り/完走者&応援者付与の多段設計。

金箔・加賀友禅・和菓子・日本酒・温浴を“金マラ・パス”の特典枠に束ね、域内消費を可視化して回す。

既存の成功モデル（板橋「いたばしPay」、盛岡「MORIOペイ」ほか）を準拠。

小規模自治体も導入実績（山形県大蔵村「くらぽ」：バス決済等と連動）。

狙い：****域内循環×EBPM（データ計測）。プレミアム付与は観光庁・経産省の補助メニュー活用でコスト圧縮。

5. デジタル観光クーポンの同時実装（観光局連携）

食×日本酒/温浴×文化体験の1,000円券等を宿泊1泊ごと配布。姫路の事例のように地魚・地酒等の**地元“らしさ”**を強調。

■ 金沢マラソン2025アンケート分析結果（蛇足）

【 5か年ロードマップ（12アクション） 】

C. 受入環境×価格・混雑マネジメント

6. 宿泊価格の“健全化”要請+在庫平準化

過度な値上げ抑制は“要請”なら独禁法上可能（標準価格の決定は不可）。文面テンプレと**“協力店ラベリング”**を用意。

金曜～月曜の3泊在庫を共同確保し、金～日曜偏在を緩和。法人・団体の枠事前調整。

出張・イベント集中期の価格/在庫把握（JTB等の指標参考）と市内外サテライト宿泊の輸送導線確保。

オーバーツーリズム回避の時間帯・地点分散は観光庁の対策パッケージに整合。

7. ユニバーサル&多言語対応の重点整備

観光庁/スポーツ庁系の補助を活用し、トイレ・サイン・Wi-Fi・キャッシュレス・多言語決済/案内をEXPO/ゴール動線/駅に集中投下。

D. 国際ラベル・チャリティ・ブランド

8. World Athletics Labelの上位化

エリート選手要件/ドーピング対策/運営要件のクリアでGold/Elite/Platinum系の上位化を中期で目指す（要件は年次規程）。ラベル強化=海外誘客×スポンサー価値の核。

9. チャリティ・レガシー・教育

ロンドン方式を参照し、国内最大級の1日チャリティを金沢流に——寄付先は能登復興/文化財/子ども・車いすスポーツ等へ。ブランド価値の跳躍と企業協賛の質的向上に直結。

10. ブランド発信

Brand Financeの視座（世界のマラソンは都市OS）に基づき、工芸・食・温泉とランを結ぶ**“City of Running Crafts & Cuisine”**を定義。EXPO=都市ショーケースに。

■ 金沢マラソン2025アンケート分析結果（蛇足）

【 5か年ロードマップ（12アクション） 】

E. 産学官ボードとEBPM

1 1. “金沢マラソン・エコノミクス・ボード”（産学官・観光局・宿泊・交通・小売・大学）

大学連携の強み（既に詳細な波及効果レポートを毎年発表）は金沢の資産。KPI/行動データ/決済データを統合し、**毎年の改善（PDCA）**を正式運用。

1 2. “N=1”データからの商品改良

地域通貨・観光クーポン・EXPO入場・ナイトイベント参加・シャトル乗降の匿名統合で**“どの人に何が響いたか”を描き、翌年へ直接反映**（観光庁のEBPM方針に合致）。

ご清聴ありがとうございました。



tfukuda@neptune.kanazawa-it.ac.jp