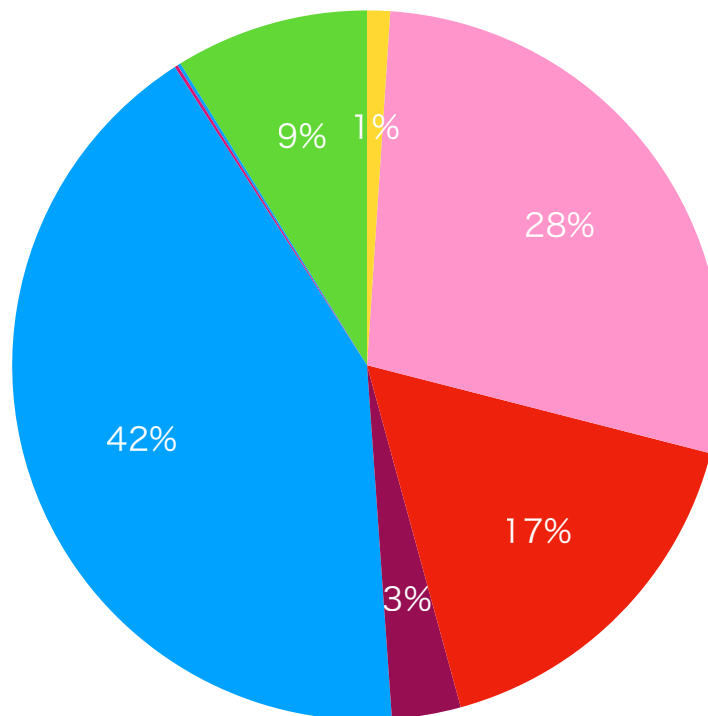


## 33CB カテゴリー別

● BUDDY    ● NIGHT SPEED    ● POWER    ● RAINBOW  
● SPEED    ● STAIRWAY TO HEAVEN    ● TEAM    ● TRIAL

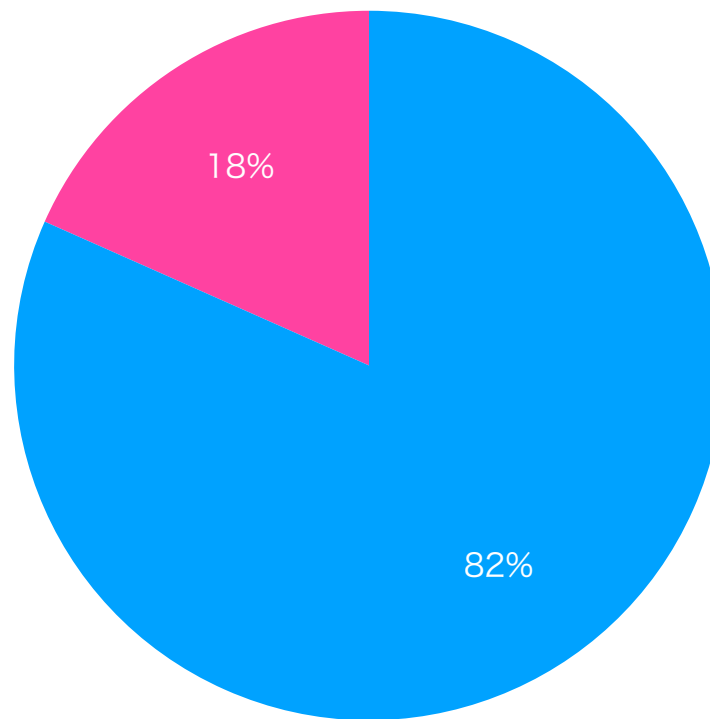


SPEEDの人数は例年と変わらず。POWERが減ってNIGHT SPEEDが増えました。次の日を有効に使えるNIGHT SPEEDが徐々に人気出てきました。

# 性別

● 男性

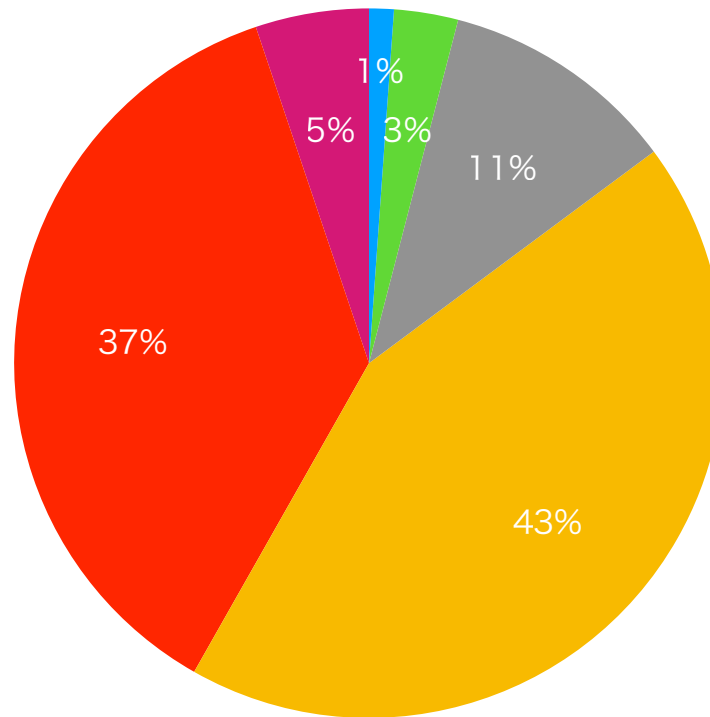
● 女性



昨年とほぼ変わらず8:2の割合でした。女性を増やしていくよう作戦を練ります。

## 年齢別

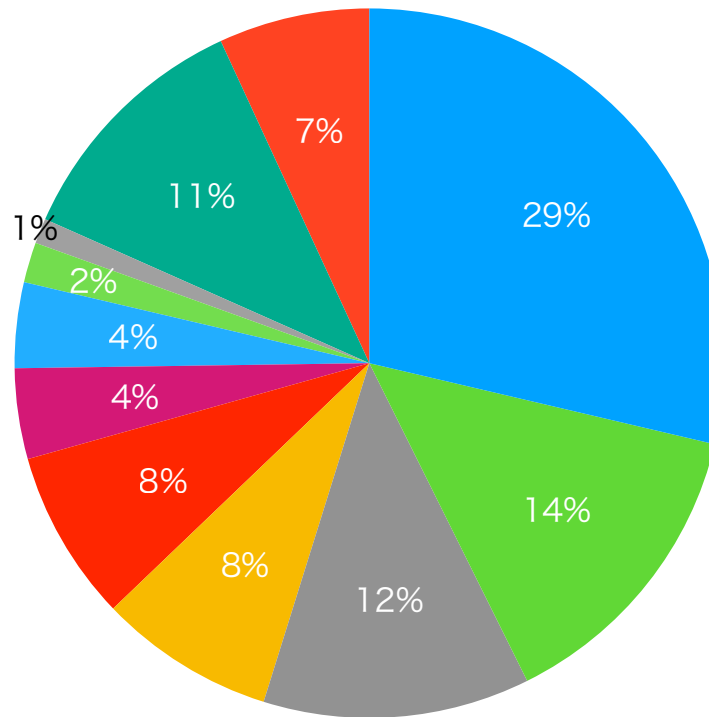
● 19歳以下 ● 20歳代 ● 30歳代 ● 40歳代 ● 50歳代 ● 60歳以上



40と50歳代が全体の8割を占めてます。ここ数年同じデータです。

## 参加回数

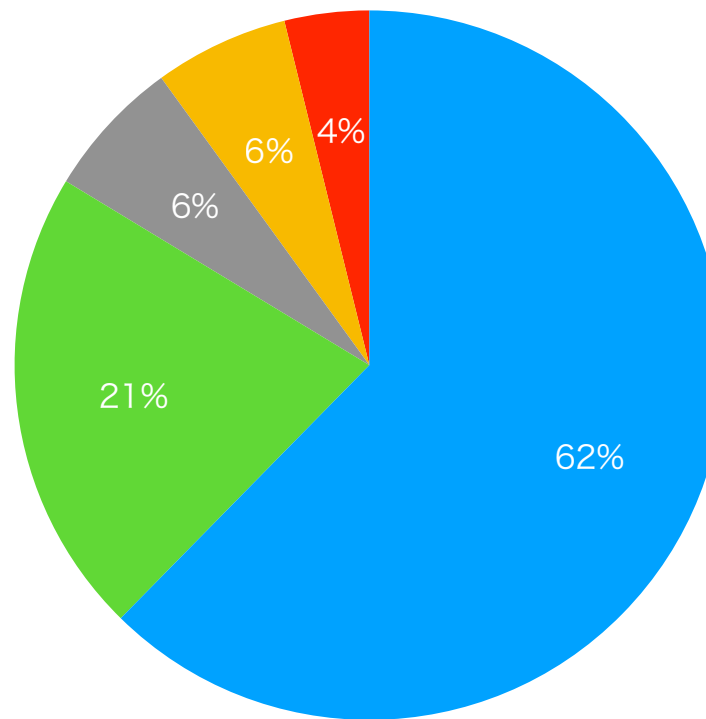
● 初参加 ● 2回目 ● 3回目 ● 4回目 ● 5回目 ● 6回目  
● 7回目 ● 8回目 ● 9回目 ● 10回目以上 ● 不明



リピート率（2回以上）が全体の65%。結構ファンがついてますね。10回以上の常連さんも多いです。初参加の割合は昨年と同じです。

## 大会を何で知りましたか？

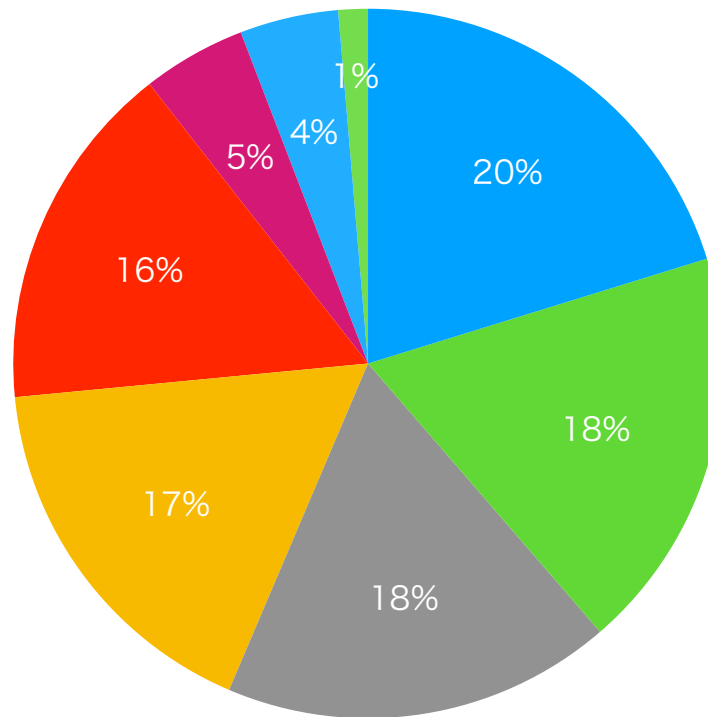
● 仲間や知人の紹介   ● SNSで知った (X, FacebookやInstagram)   ● 六甲山で大会を知った  
● その他   ● Youtubeで知った



口コミ紹介が6割です。キャノンボールランは人のつながりで大きくなっていると実感します。SNSも昨年から増えてきています。

## 参加を決めた要素

- エイドが魅力的
- 新しいチャレンジがしたかった
- 仲間と参加したかった
- 夜の山を走ってみたかった
- 大会の評判や口コミ
- その他
- コースの魅力
- 他の大会の調整



キャノンボールラン名物のエイドが人気で文化としてしっかり根付いてますね。口コミも多くここでも人の繋がりを感じます。新しいことにチャレンジしたい方が多く、これは大会のコンセプトでもあるので嬉しい限りです。