

スポーツウェアが女性スポーツ実施者のモチベーションに与える影響についての研究

A research on the influence of sportswear
on woman sports participants motivation

1K06B116

指導教員 主査 間野義之先生

下嶋 亜未

副査 武藤泰明先生

【緒言】

近年女性スポーツウェアは目覚ましい変革を遂げている。次々とカラフルでフェミニンなデザインが登場し、女性スポーツウェアのタウン化は進行している。特にフィットネスやランニング、ゴルフなどの分野でそれは顕著であり、今やおしゃれなゴルフウェアの専門雑誌なども存在するほどだ。そこで、今回は女性スポーツ実施者に対象を絞り「スポーツウェアが可愛ければおしゃれならば）スポーツ実施者のモチベーションは上がるのではないだろうか」という疑問のもと今回の研究テーマとする事にした。ここで取り上げるのは近年女性スポーツウェアのデザインなどに変化が起き、女性たちがおしゃれと感じているであろうスポーツ（フィットネス・ランニング・ゴルフなど）に焦点を当てる。

【研究目的・方法】

本研究の目的は、スポーツウェアが女性スポーツ実施者のモチベーションに与える影響を明らかにし、今後のスポーツアパレル業界に対して動向を考察することを目的とする。また、研究方法は、スポーツアパレル産業白書(2007)、スポーツウェア市場構造研究(2005)、スポーツウェア企業の2005年戦略(2002)による文献研究によりスポーツ産業から見る女性スポーツウェアの動向を分析、また、モチベーション理論の新展開 スポーツ科学からのアプローチ(2004)によりモチベーションについての分析を行った。

また、インタビュー調査から得られた結果は、眞鍋(2008)の質的データ分析法により分析を行い、その分析法で用いる概念モデルの一つであるツリー構造を本研究に合わせてアレンジした。

【結果・考察】

文献で分析した、各カテゴリー(トレーニング、ゴルフ、フィット、陸上・ランニング、テニス)の共通点として、競技のレディースウェアの規定が易しいこと メディアに普及しやすいスポーツであること レディースの企画出荷構成比が年々高くなっていること 商品トレンドとして、汎用性の高いデザインであること 商品チャネルとして百貨店が主であること、が見られた。これを受けて言えることは、レディースウェアがタウン化傾向にあるカテゴリーに特化して分析を行ったので、以上5つの共通点はレディースウェア普及のための成功のカギと言えるだろう。またインタビュー調査からは、イメージ こだわり シルエット 非日常という4つのキーワードが抽出され、これら全てのキーワードからフラダンスのパウスカートが対象者のモチベーションに「維持」、「向上」の影響を与えていることが考えられる。

【今後の展望】

本研究を通して明らかになったことは、スポーツアパレルにおける国内出荷額が年々増加傾

向にあるカテゴリーは、レディースの国内出荷構成比も増加しているということである（「野球」・「サッカー」のように競技人口のほとんどが男性のスポーツを除く）。一方、国内出荷額が減少傾向にあるカテゴリーはそうした状況から脱却するためにも今後レディースの企画にも力を入れていく必要があるのではないだろうか。多様化するニーズに応えるために幅広いスポーツアパレルアイテムの開発と、文献研究の考察で挙げた5つの条件を達成していくことで、女性の競技人口やレディース国内出荷構成比の増加、女性スポーツ実施者のモチベーションにもプラスの影響が与えられると考える。