

## 大学生軟式野球サークル競技者における用具選択に関する研究

A study of factor of university student rubberball baseball player's equipment selecting behavior

1K08B505-7 中川智広

指導教員 主査 平田竹男先生 副査 中村好男先生

### 【目的】

「見るスポーツ」としても「するスポーツ」としても日本における野球の規模・は大きい。一方、学問としての野球はというと、野球界の発展に関する研究や、スイングや投球の動作解析などがほとんどで、野球の用具の購買行動に関する研究は行われていなかった。そこで本研究の目的は、今後草野球や軟式野球を続けていくと考えられる大学軟式野球サークルの選手を対象に、野球用具の購入嗜好を調査する事で、今後求められる野球用品像や販売方法についての示唆を得ることを目的とする。

### 【方法】

始めに、野球を行う上で重要な用具であるグラブ、スパイク、バットのメーカーのシェアを分析し、上位5社の各社HPから分析を行う。この分析では、メーカー各社がどういった価格帯で商品販売し、どのような特徴を持った商品を販売しているのかを分析する。次に、大学軟式野球サークルに所属する選手に、質問紙調査を行った。この調査ではグラブ、スパイク、シューズの選択要因を測定するほか、用具にかかる金額を調査する。調査期間は2011年8月10日から26日で、筆者の所属した早稲田大学インパルス選手と、慶応大学KBRの選手、計30名に対して調査を行った。以上の2つの研究の比較分析を行うことによって、求められる野球用品像についての示唆を得る。

### 【結果】

<グラブ>シェア上位5社の販売価格帯は、1万円～1万5000円の価格帯にボリュームゾーンがあるが、4万円以上のグラブも販売されるなど、幅広い選択視がある。質問紙調査では、グラブ選択においての最重要視項目は「デザイン」、次いで「フ

ィット感」という結果がでた。また、5万円以上グラブにお金を出せると答えた人が、23.3%存在した。<スパイク>シェア上位5社の販売価格帯は、1万円～2万円の価格帯にボリュームゾーンがあった。カタログにおいて、各社黒色のスパイクを全面に押し出している。質問紙調査では、スパイク選択においての最重要視項目は「軽さ」、次いで「フィット感」「デザイン」という結果がでた。スパイクに対して出せる金額は、1万～2万5000円と答えた人が全体の約3/4を占めた。<バット>シェア上位5社の販売価格帯は、1万円～1万5000円の価格帯にボリュームゾーンがあった。打球部分の素材を特殊な物に加工し、飛距離や打球感を向上させようと各社研究開発を行っている。質問紙調査では、バット選択においての最重要視項目は「バランス」、次いで「重さ」という結果がでた。バットに対して出せる金額は、スパイクでは見られなかった3万5000円以上と答えた人も存在するなど幅広い価格帯への回答があった。

### 【考察】

グラブ選択において、大学生は個人のこだわりを強く持っていると考えられる。また、メーカー内のブランドが重要視されていることから、オーダー用のメーカー内高級ブランドを作り大きく売り出していくことが有益であると考えられる。スパイク販売において、スパイクは高校球児をターゲットに販売されており、カラースパイクの販売数は少ない。今後は「軽さ」を追求したカラースパイクの充実をしていくことが必要である。バットは「バランス」「重さ」が重視されるなどもっとも感覚的な用具であるので、バット販売における簡易オーダーを含め、オーダーの充実を提言したい。