

ソフトテニス競技における競技レベル別にみたラケットの色の違いによる購買意欲と色のイメージの関係性
Relationship of change of attractiveness to consumers, and the image of a color by the difference in the color of the racket
seen according to the level in soft-tennis

1k10c150-8 久保 圭輔

指導教員 主査 木村和彦 先生 副査 松岡宏高 先生

【序論】

近年の日本では、商品の主たるコンセプトとしてデザインを用い、新しい商品価値を生み出そうとする戦略や販売促進活動を多くの企業で取り組んでいる。そのため、商品の「色」が消費者の購買意欲に与える影響は大きい。また、あらゆるスポーツ用品、ソフトテニス市場の市場には、多くの商品があり、またその多くに様々な色が配色されている。ソフトテニスラケットには「OO 向け」のラケットといった、消費者のニーズに合わせたラケットの種類が存在する。しかし、ターゲットごとに色分けや配色などは工夫されていない。テニスラケットに関しては、その機能性や構造の研究は多々存在するが、色や購買意欲に関する研究は行われていない。ターゲットとする競技レベルに好まれるラケットの色を明らかにすれば、更なるラケットの消費が期待できる。

【研究方法】

研究方法是、9月29日、9月30日の2日間に千葉県白子町で行われている、関東学生ソフトテニス連盟主催の関東学生秋季リーグ戦に行き調査を行った。その対象となる、大学生で現在もソフトテニス競技を行っている男女186名にアンケート調査を実施した。また、その結果はSPSSを用いて、一元配置分散分析やクロス検定で検討した。

【結果】

アンケートに回答した男女（男、94名 女、92名）の結果より、以下のことが分かった。

・ラケットの購買時にはそのラケットの「色」を重視すると答えた人は65.5%とほとんどの人が重視している。

・競技レベル別にみた好きな色のトップ3は

トップ…青・赤・白

全国…青・ピンク・赤

ブロック…黒・赤・青・黄・オレンジ

それ以下…赤・青・白

（ブロック群のみ、得票数が同数のため5色を同率1位にした。）

また、競技レベル別にみた次に購入するラケットの色の第一位は、

・トップ…赤

・全国…黒

・ブロック…黒・赤

・それ以下…白・赤

（「ブロック」と「それ以下」は得票数が同数のため2色

が同率1位となった。）

競技レベル別に好まれるイメージは

「トップ」…コントロールよく打てる、軽い

「全国」…きれい、落ち着く

「ブロック」…球が飛ぶ、かっこいい、強い

「それ以下」…球が飛ぶ、強い、きれい

となった。

【考察】

好きな色にも競技レベル別に好みがあることが明らかになった。しかし、「トップ」群「全国」群が青を好み、「それ以下」群が赤を好むという結果は仮説とは異なる結果となった。また、好きな色で青を選ぶ人が多かったにもかかわらず、次に購入を考えているラケットの色は青でない人が多いことに関して、販売しているラケットの色を調べてみた。その結果、青色のラケットは他の色（赤や白、黒など）に比べて半分近い数しか出ていないことがわかり、原因の一つとして考えられる。「トップ」群「全国」群と「ブロック」群「それ以下」群でイメージの傾向が明らかになった。「ブロック」群「それ以下」群は、試合で向かっていく立場にあるため、「強い」であったり「球が飛ぶ」イメージを好み、「トップ」群「全国」群は向かってこられることが多いので、「落ち着く」イメージであったり「コントロールよく打てる」といったイメージを好むのだと考ええる。

【結論】

競技レベルによって好む色には違いがある。しかし、好きな色と次に購入を考えているラケットの色が同じでないこともある。また、色に対するイメージは、競技レベル別に大きな差はないことも分かった。それぞれの色に対してのイメージはあり、色がラケットの使い心地のイメージ（黒は速い球が打てそうなど）も左右することもある。このことは、さらなる商品展開を広げるチャンスだと考える。市場では、青色の「全国」レベル、「トップ」レベル向けのラケットが足りていない。いわゆる「上級者」向けに青いラケットを出すことで、消費がさらに増えることが予想される。さらに、そのラケットの性能としては「コントロール重視」のものがよい。