

大学女子バスケットボール選手のバスケットボールシューズの購買動機

Purchase Motivation of Basketball Shoes in College Women's Basketball Players

1K10C162 栗野 百合子

主査 原田 宗彦 先生

副査 倉石 平 先生

【目的】

近年、バスケットボール用品の市場は減少の傾向にある。このバスケットボール用品の市場を活発にするために、バスケットボール用品の市場において約34%の割合（矢野経済研究所2009）を占めており、影響力が強いであろうバスケットボールシューズの市場に着目した。その中でも突出してアシックスのシェアが高いと思われた、女子バスケットボール選手が着用するバスケットボールシューズについて研究した。本研究によって、本当にアシックスは人気があるのか、またその理由は何か、それからバスケットボールシューズを買う上で選手が重視していることはどのようなことであるか、そしてバスケットボールシューズを買い替えるにあたって、重視することとは何であるかを明らかにし、バスケットボールシューズを購入する際に重要視するポイントと現在着用しているバスケットボールシューズに対する評価から、女性のバスケットボール選手がバスケットボールシューズに求めているものを明らかにする。また、小学生から大学生までの女性のバスケットボール競技者が着用するバスケットボールシューズの傾向と、現在着用しているバスケットボールシューズのメーカーを明らかにすることで、女性のバスケットボール選手のバスケットボールシューズの現状が分かる。

【方法】

2013年度の時点で大学女子バスケットボール連盟1部リーグに所属する7チームに対して、2013年年11月から12月にかけてアンケート用紙を配布し、現役の選手、各チーム約20名に対して調査を行った。アンケート用紙の回収率は92.9%（回収枚数130枚）、未回答の項目がわずかにある回答用紙もあったが、概ね全ての回答欄が埋まっており、有効回答率は100%であった。

まず、アンケート用紙を集計し、現在に至るまで着用してきたバスケットボールシューズのメーカーと現在のバスケットボールシューズのメーカーを明らかにした。

次に、SPSSを用いて「アシックスのシューズ着用者」、「アシックスのヘビーユーザー」、「競技レベル別」の購入時の特徴とシューズに対する評価をt検定にかけて分析した。

それから、バスケットボールシューズを替える際の理由についての自由記述をKJ法を用いて分類した。

【結果】

現在の大学女子バスケットボール選手が、今までに着用してきたバスケットボールシューズのメーカーは、小学生時、中学生時、高校生時、大学生時のどの時期においても、圧倒的にアシックスを着用した選手が多かった。

また、大学女子バスケットボール選手の約88%が現在アシックスのバスケットボールシューズを着用しており、42.3%の選手がバスケットボールを競技し始めてから一度も着用するバスケットボールのメーカーを変更していないことが分かった。そのアシックスのバスケットボールシューズのヘビーユーザーはライトユーザーと比べると特に、「衝撃緩衝性」を重視してバスケットボールシューズを購入しており、アシックスのバスケットボールシューズの「耐久性」、「グリップ性」、「安定性」、「衝撃緩衝性」、「フィット性」、「デザイン性」を評価していた。

また、バスケットボールシューズを替える際の理由についての自由記述では、アシックスへの移行では、①Positive フィット、②Positive グリップ、③Positive 軽さ、④デザイン、⑤推薦、⑥Negative 消耗、⑦Negative フィットの8項目、アシックスからの移行では、①機能一般、②フィット、③クッション、④軽さ、⑤デザイン・憧れ、⑥推薦、⑦スポンサー、⑧価格の8項目。以上の16項目に分類された。

【考察】

女性のバスケットボール選手に対して、アシックスのバスケットボールシューズに台頭するようなバスケットボールシューズを製作し、需要を得るには、特に「衝撃緩衝性」の特徴を伝えて、「耐久性」、「グリップ性」、「安定性」、「衝撃緩衝性」、「フィット性」、「デザイン性」の評価を上げることが重要であるということが考えられる。

バスケットボールシューズを購入する際の重視項目と評価項目に「ブランドイメージ」という項目を設置したが、ブランドイメージという言葉が抽象的過ぎた。この項目を構成するものを細分化することで、バスケットボールシューズを購入する際の重視項目やバスケットボールに対する評価項目の因子分析でも有意な結果が出る可能性があったかもしれない。