

女子大学生におけるスニーカー購入に求める性能・価格に関する研究

中山 裕一郎 (競技スポーツ学科 スポーツビジネスコース)

担当教員 吉倉 秀和

キーワード：女性消費者，購入動機，要求機能

1. 緒言

近年のスニーカーブームにより，女性のスニーカーコーデなどの見出しで販売されている雑誌も多い。スニーカーは単価が高いものが多いのにも関わらず購入者は絶えないが，物によっては購入した際の値段を上回る価値がつくものもあり転売目的で購入する人も多く問題にもなっている。

スニーカーにかかわらずプロダクトを選ぶ際には要因，動機があり購入に至る。そこで，本研究では女性消費者に着目し，スニーカー購入時における購入動機について調査することを目的とした。

2. 調査概要

【調査対象者】

女子大学生

【調査方法】

アンケート調査

10月～11月に300部を配布し回収した。

(216票回収)

【調査項目】

基本属性(11項目)に加え機能性(6項目)，デザイン性(4項目)，ブランド性(9項目)，価格(5項目)，話題性(5項目)，計29項目を5段階評価で行う。質問項目については先行研究を援用した。

【分析方法】

SPSSを用いて，単純集計を基に回答者特性を明らかにしたうえで，多変量分散分析を用いて分析を行う。

3. 結果・考察

表1はスニーカー所持数と各要因の関係性を示した。有意差が見られたのはデザイン

性と話題性であった。多数所持者の中にもスニーカー自体が趣味として定着している人とコーディネートのために安い靴をたくさん購入する人がいると考察する。今後はデザイン性を向上させる必要がある。また，機能性に有意差が見られなかったことから機能性向上に予算をかけるのではなくデザイン性の向上に予算をかけていくべきであると考えられる。

表1 分析結果(スニーカー所持数)

	1-3足(n=95)		4-14足(n=113)		F値	
	平均	SD	平均	SD		
機能性	3.27	0.75	3.23	0.80	0.19	n.s.
デザイン性	3.78	0.70	4.02	0.59	6.93	**
ブランド性	2.63	0.65	2.71	0.59	0.87	n.s.
話題性	2.20	1.06	2.77	0.93	16.77	***

注：Wilks のラムダ=0.89.F(202)=5.21.p<.001 *p<.05,**p<.01,***p<.001

調査結果より女子学生はデザイン性を重視してスニーカーを購入していると分かった。そのため，デザイン性が高いと思われる必要がある。そこで，スニーカーのファッションショーを提案する。また結果より女子学生は流行をSNSで知ることが分かったのでSNS内での広告を増やす必要があると考える。

4. 結論

本研究では女子学生がスニーカーに求める要求機能はデザイン性であることが明らかとなった。そのため，今後はデザイン性向上に力を入れていく必要がある。

5. 引用参考文献

芝原崇晃(2010)陸上競技におけるシューズ購入動機.びわこ成蹊スポーツ大学スポーツ学部卒業論文。