

大学生のベースボールプロダクトに対する購買要因

山崎 友幸 (競技スポーツ学科 スポーツビジネスコース)

指導教員 吉倉秀和

キーワード：大学野球、ベースボールプロダクト、購買要因

1. 緒言

近年、ベースボールプロダクトは、機能性だけでなく、ファッション性なども取り入れられるようになり、様々な種類の製品が店頭並ぶようになった。野球製品において、アマチュア選手の製品の規定は多くあり、特に高校野球では高校野球連盟の規定により製品が大きく制限されている。一方、大学野球は大きな規制はなく自由に製品を選択することができる。

そこで、大学野球ではチーム・個人の環境、またチームの成績によってスポーツ製品を選択する条件というのは変わってくるのではないかと考えた。本研究では、大学生のベースボールプロダクトに関する購買要因を明らかにすることを目的とした。

2. 研究方法

【調査対象者】

京都府、滋賀県にある大学の硬式野球部 229 名

【調査期間】

2013 年 10 月

【調査方法】

質問紙によるアンケート調査

【調査項目】

基本属性：10 項目

機能性や価格など予備調査をもとに設定した 14 項目

【分析方法】

SPSS による多変量分散分析

3. 結果

表 1. (統計結果) 自由裁量所得額別

	上位(A)		下位(B)		F値	
	平均	S.D.	平均	S.D.		
価格・値段(グループ)	3.02	1.30	3.39	1.22	4.92	*
人気(グループ)	3.01	1.15	3.11	1.22	0.35	n.s.
ブランド・メーカー(グループ)	3.81	1.07	4.08	0.99	3.91	*
耐久性(グループ)	3.87	1.00	3.89	1.03	0.02	n.s.
デザイン(グループ)	4.38	0.85	4.43	0.80	0.23	n.s.
軽さ(グループ)	3.95	1.05	3.95	1.06	0.00	n.s.
素材の良さ(グループ)	4.53	0.74	4.42	0.81	1.09	n.s.
皮の質の良さ(グループ)	4.54	0.78	4.36	0.90	2.48	n.s.
フィット感(グループ)	4.42	0.83	4.55	2.72	0.21	n.s.
形(グループ)	4.34	0.89	4.35	0.88	0.01	n.s.
挿りやすさ(グループ)	4.40	0.86	4.34	0.89	0.25	n.s.

*p<.05,**p<.01,**p<.001

注：Wilksのラムダ=94,F(215)=1.15,P=n.s.

4. 考察

各用具の平均値において、「価格・値段」、「人気」の要因に比べて機能性の要因の平均値が高く示されたため、用具を購入する際に価格や人気よりも機能性をより重視していることがいえる。

また、多変量分散分析の結果を見ると、各要因であまり有意な差は見られなかった。

つまり、大学生は個人の生活環境、チームの成績に関わらず個人の考え、こだわりを持って野球用具を選択していることがいえる。

5. 参考文献

野々修平 (2012) スイムウェア購買に求める機能性と価格～アスリートレベルを手がかりに～びわこ成蹊スポーツ大学卒業論文