

文教大学情報学部 社会調査ゼミナール研究報告

スポーツブランドのファッション性

2007年1月

情報学部 広報学科 4年

井坂 裕子

スポーツブランドのファッション性

井坂 裕子

目次

第1章 研究の概要	・・・ 1
1.1 研究の背景と目的	・・・ 1
1.2 研究の方法	・・・ 1
(1) 進捗経緯	
(2) 研究の概要	
1.3 成果の概要	・・・ 3
 第2章 研究の成果	・・・ 4
2.1 回答者の概要	・・・ 4
2.2 日常生活とスポーツの関係性	・・・ 5
(1) 授業以外のスポーツ経験	
(2) スポーツ経験とスポーツブランド	
(3) スポーツ経験とスポーツブランド品所持の理由	
(4) スポーツ経験とスポーツブランドに対するイメージ	
2.3 スポーツブランドのファッション性	・・・ 10
(1) スポーツブランドと購入方法	
(2) 購入場所別スポーツブランド品所持の理由	
(3) 購入場所別ブランドに対するイメージ	
(4) スポーツブランドのファッション性	
2.4 ブランド志向とスポーツブランド	・・・ 14
(1) スポーツブランドの位置	
(2) スポーツブランド以外のブランド所有率	
 第3章 まとめと今後の課題	・・・ 17
参考文献	・・・ 17
単純集計結果	・・・ 19

第1章 研究の概要

1.1 研究の目的と背景

現代の日本人はブランド物に頼りすぎている面がある。自分に自信が持てなく、外見を飾ってその自信を取り戻す。「流行とブランド—男子大学生の流行分析とブランド視点」より、消費者の意識レベルではブランド＝ファッションとなっていることが定義されていた。目に見えないブランドのイメージこそがブランドの効果を生み出す根源であり、そのためにブランドは存在している。

数あるブランドの中で今、進化を遂げているスポーツブランドに注目してみた。ただスポーツをする上で必要だったものから、ファッション性も兼ねているものになっている。例えばサッカーのユニフォーム、野球の帽子、テニスやゴルフのウェアなど、伸縮性、吸汗性、通気性が優れているのは当然で、さらに美しいシルエットを表現している。またプロ選手が着用していることで広告人気が高まり、応援用として身に付けたり、スポーツアイテムとしての用途を意識せず、単におしゃれ度、ファッション性の重視だけで取り入れられる場合もある。このことから私たちはどうしてスポーツブランドを持つのか、どこでそのブランドに出会うのか。スポーツ用品店ではなく特定ブランドショップの違いとは何か、スポーツブランドが購入過程でどういう役割をはたしているのかを調査する。

1.2 研究の方法

(1) 進捗経緯

- ・ 6月：テーマ企画。
- ・ 7月：テーマ討論会。
- ・ 10月：最終調査票完成。
- ・ 11月：調査票の配布、回収。単純集計を行い、集計結果をゼミ内で発表。
- ・ 12月：研究結果提出。

(2) 研究の概要

<調査の意図>

- ・ スポーツをしている人はスポーツブランドのものを持っている。
- ・ スポーツしている人は機能性を重視しているが、していない人はファッション性を重視している。

- ・ 特定ブランドショップを利用する人は、スポーツブランドにファッション性を求めている。
- ・ スポーツブランドはオシャレという認識度が上がっている。
- ・ プロ選手などの有名人が使用しているものを使ってみたくなる。
- ・ ブランドによってイメージするものがある。

< 調査対象者 >

文教大学の学生

- ・ 経営学入門（約 144 名）

< 調査方法 >

経営学入門の授業の最初に配布し、回答してもらい回収した。

< 主な質問項目 >

- ・ 何のスポーツをしている、していたか？
- ・ どのブランドのものを持っているか？
- ・ どんなものを持っているか？（値段も聞けたら聞く。）
- ・ なぜスポーツブランドを持つのか？（理由を段階に分けて聞く。）
- ・ 購入したのは、スポーツ用品店か他の買い物も一緒に出来るデパートに入っている特定ブランドショップか？
- ・ 特定ショップを見たことがあり、利用したことがあるか？
- ・ 特定ブランドショップで何を購入したのか？その理由は？
- ・ スポーツブランドをファッションとして取り入れたことがあるか？
- ・ それぞれのスポーツブランドによってファッション性と機能性のどちらのイメージがあるか？

< 依頼数 >

144 枚

< 回収数 >

144 枚 有効回答数 134 枚

1.3 成果の概要

スポーツブランド品の所持については、「ナイキ」「アディダス」「コンバース」は常に人気であり、「靴」「ジャージ」の所有率は高かった。スポーツブランドに対するイメージは機能性のほうが高かった。しかし「ナイキ」「アディダス」「コンバース」などの一部のブランドで、ファッション性が高くなっていることが分かった。

スポーツブランド品を購入する場所（スポーツ用品店、特定ブランドショップ、その他店舗・通販）別に見ても上記と同じことが言えた。しかし、特定ブランドショップ利用者のほうがスポーツブランドをオシャレとして取り入れたことがあると答えている。

スポーツブランドで機能性が求められているという結果が出たが、スポーツブランドをオシャレとして取り入れた人は約 45%もいた。そしてスポーツブランド以外のブランドをよく買うという人がブランド品を買わない人よりスポーツブランド品を所持しているという結果が出た。このことからスポーツブランドは特異な存在というよりも、一般的なブランドの概念に入っていることが分かる。

現在スポーツしている人としていない人で普段身につけるスポーツブランドやその品物について「ナイキ、アディダス、コンバースはファッション性が高い」「着心地、履き心地がいいからスポーツブランドを買う」などの点で差が散見されたが、特に明確な傾向ということではなかった。

< 謝辞 >

本研究においては、調査の実施に際して多くの学生諸氏から回答を頂いた。この調査協力に対しては心から御礼を申し上げる次第である。調査票を作成するまでの過程では、ゼミのメンバーをはじめとして、多くの方から示唆を頂いた。また研究の実施全般にたいしては、指導教授のハッ橋先生から様々な示唆を頂いた。これらの皆さんに対して、改めて謝意を表します。

第2章 研究の成果

2.1 回答者の概要

回答票は手渡しを基本で回収した。この場合、回答標本は無作為抽出で作成してはいないために、母集団から見て標本に偏りを生じる可能性がある。そこで回答者の分布を、表2-1-1と表2-1-2で確認しておく。表2-1-1の学年別の分布では、1年次の回答が圧倒的に多かった。また表2-1-2の性別の分布では、男性が6割以上を占めている。これらの偏りは、回答者全体の分布にはそれなりの影響を与える可能性があり、解釈時には注意が必要である。しかしクロス集計やグループの平均などの層化を行った集計では、影響は限定され则认为られる。

【母集団を情報学部学生と見た場合】

表2-1-1 回答者と母集団の比較 2006.10 末時点

	1年次	2年次	3年次	4年次	無回答	計
回答者	88.1 (118)	6.0 (8)	2.2 (3)	1.5 (2)	2.2 (3)	100.0 (134)
湘南キャンパス 学生	24.8 (498)	23.5 (471)	25.3 (507)	26.4 (531)	— (—)	100.0 (2007)

(注)母集団は情報学部(2006.10 末時点)である。

表2-1-2 回答者と母集団の比較

	男子	女子	無回答	計
回答者	66.4 (89)	31.3 (42)	2.2 (3)	100.0 (130)
湘南キャンパス 学生	68.3 (1371)	31.7 (636)	— (—)	100.0 (2007)

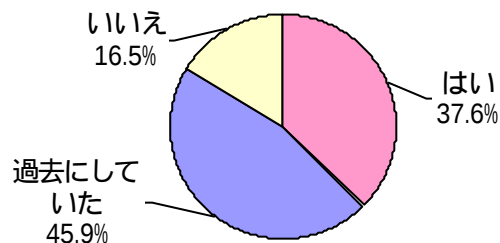
(注) 母集団は情報学部(2006.10 末時点)である。

2.2 日常生活とスポーツの関係性

(1) 授業以外のスポーツ経験

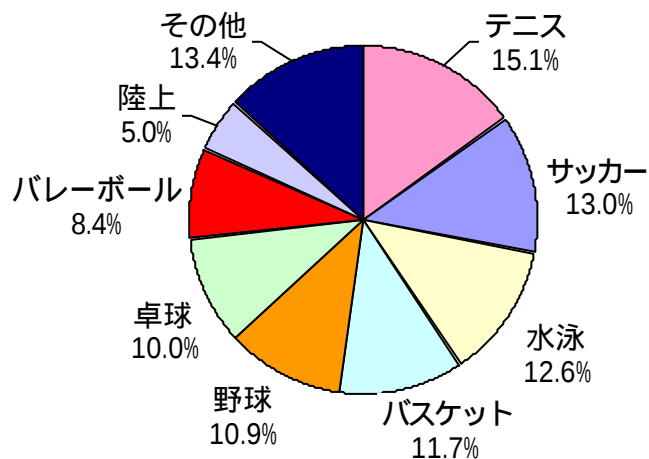
回答者 134 人を対象に、授業以外でのスポーツ経験（部活・サークルの経験、遊びも含んで考える）の有無を調べたところ、図 2 - 2 - 1 が得られた。約 46% の人が過去にスポーツ経験を持っていると答えた。次に多いのは現在もスポーツをしている人の約 38% である。過去も現在もスポーツ経験がないのは 2 割以下となった。ここから私達の日常にスポーツは密接に関係していることが分かる。

図 2 - 2 - 1 授業以外のスポーツ経験の有無
(n=133)



次に、現在か過去にスポーツ経験がある人に、行っていたスポーツ種目を聞いてみた。それを集計した結果を図 2 - 2 - 2 に示す。比較的種目はばらついた。10%以上占めているのはテニス・サッカー・水泳・バスケット・野球・卓球と多種である。このことからみんな同じ種目ばかりでなくさまざまな種目をしていることが分かる。

図 2 - 2 - 2 授業以外のスポーツ種目 (n=110)

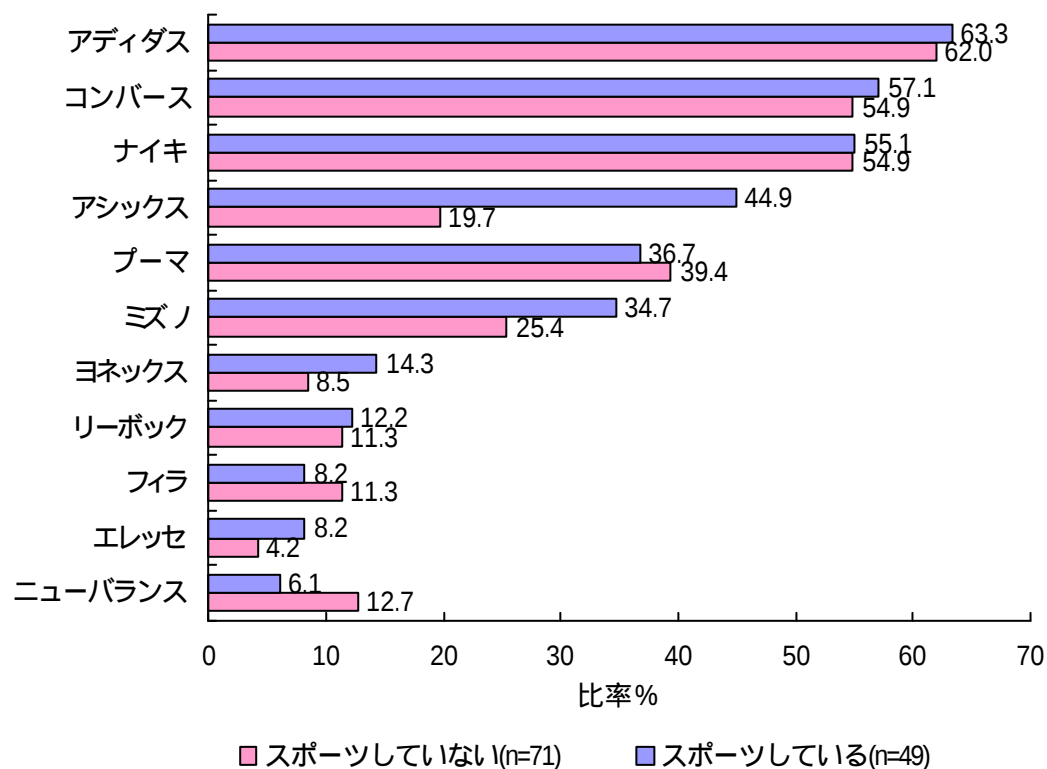


(2) スポーツ経験とスポーツブランド

図2-2-1を参考に現在スポーツをしている人のグループと過去にスポーツしていた人としていない人のグループを作った。普段身につけるスポーツブランドを聞いた。その2つを集計した結果を図2-2-3に示す。

「アディダス」「ナイキ」「コンバース」はスポーツしている、していないに関わらず、半分以上の人が普段身につけているということが言える。反対に「ヨネックス」「リーボック」「フィラ」「エレッセ」「ニューバランス」は普段あまり身につけないということが言える。「アシックス」は現在スポーツをしている人は4割以上が普段身につけると答えているが、スポーツをしていない人は2割にも満たないという明確な差があった。このことから「アシックス」はスポーツをしている人が使うということが分かる。

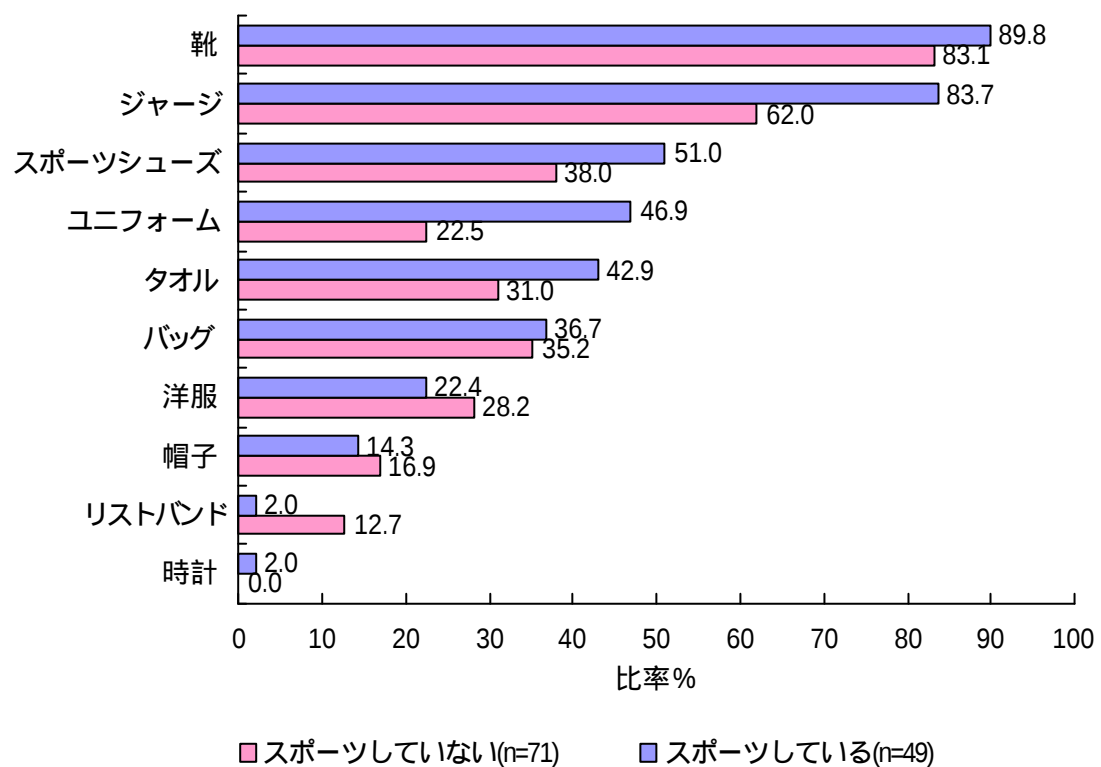
図2-2-3 普段身につけるスポーツブランド



次にスポーツ実施の有無別に、所持しているスポーツブランドの品物を聞いた。その集計結果を図2 - 2 - 4に示す。

現在スポーツをしている・していない人のどちらとも「靴」「ジャージ」を持っている人が多いと言える。「洋服」「帽子」「リストバンド」はスポーツしている人よりもしていない人のほうが持っている割合は高かった。このことからこれら3つはスポーツをしていなくても日常生活で使っていることが分かる。

図2 - 2 - 4 所持しているスポーツブランドの品物



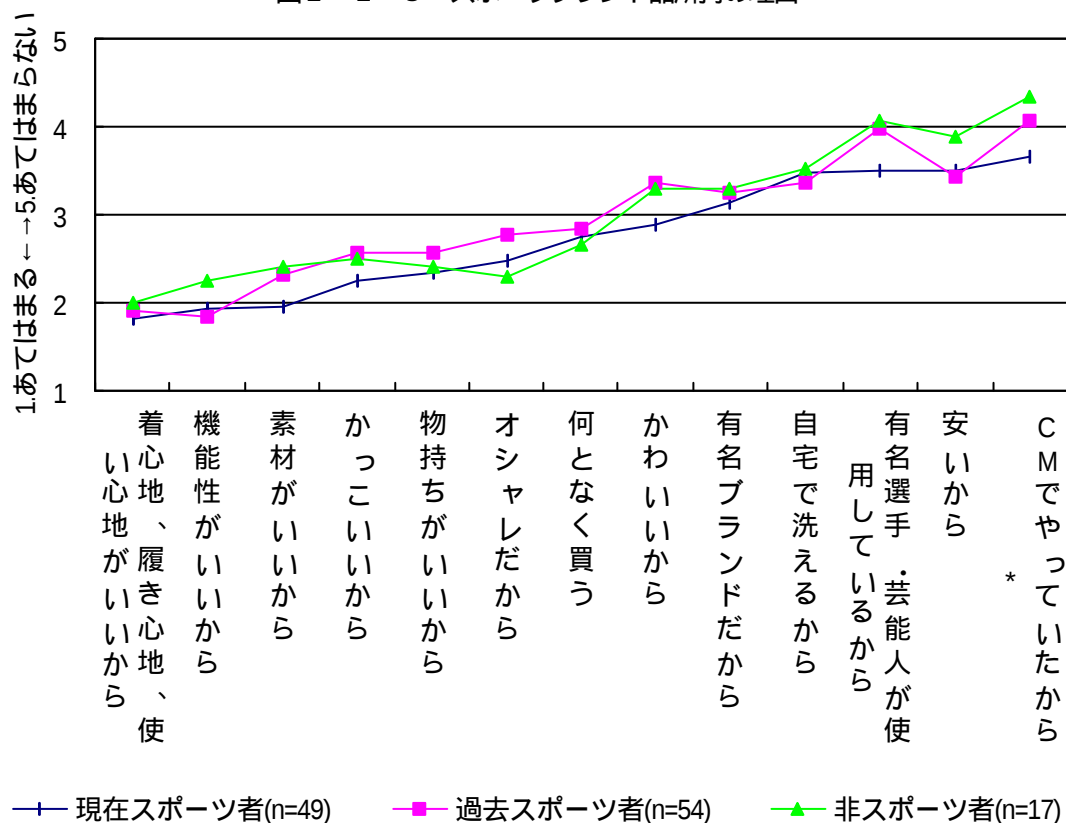
(3) スポーツ経験とスポーツブランド品所持の理由

現在までのスポーツ経験別に、スポーツブランド品を所持する理由について集計した結果を図2 - 2 - 5に示す。この図はスポーツブランドを所持する理由に対して、「1.あてはまる」～「5.あてはまらない」の5段階評価をしてもらい、その平均値を求めたものである。1に近ければあてはまる度合いが高くなっている。さらに現在スポーツ者の該当度合いが高い順に配列を整理している。

スポーツブランド所持の理由のなかで「着心地、履き心地、使い心地がいいから」にあてはまる度合いが全ての人を通して一番多かった。次に「機能性がいいから」「素材がいいから」が続く、「かっこいいから」「オシャレだから」が続いている。「有名選手・芸能人が使用しているから」「安いから」「CMでやっていたから」にあてはまる度合いは少なかった。このことから私達はスポーツ経験の有無に限らずスポーツブランドを持つ際、機能性重視で買っていることが分かる。

機能的な設問と実的な設問には現在スポーツ者があてはまると答えた人が多く、見た目や何となく買う設問には非スポーツ経験者があてはまると答えた人が多かった。

図2 - 2 - 5 スポーツブランド品所持の理由

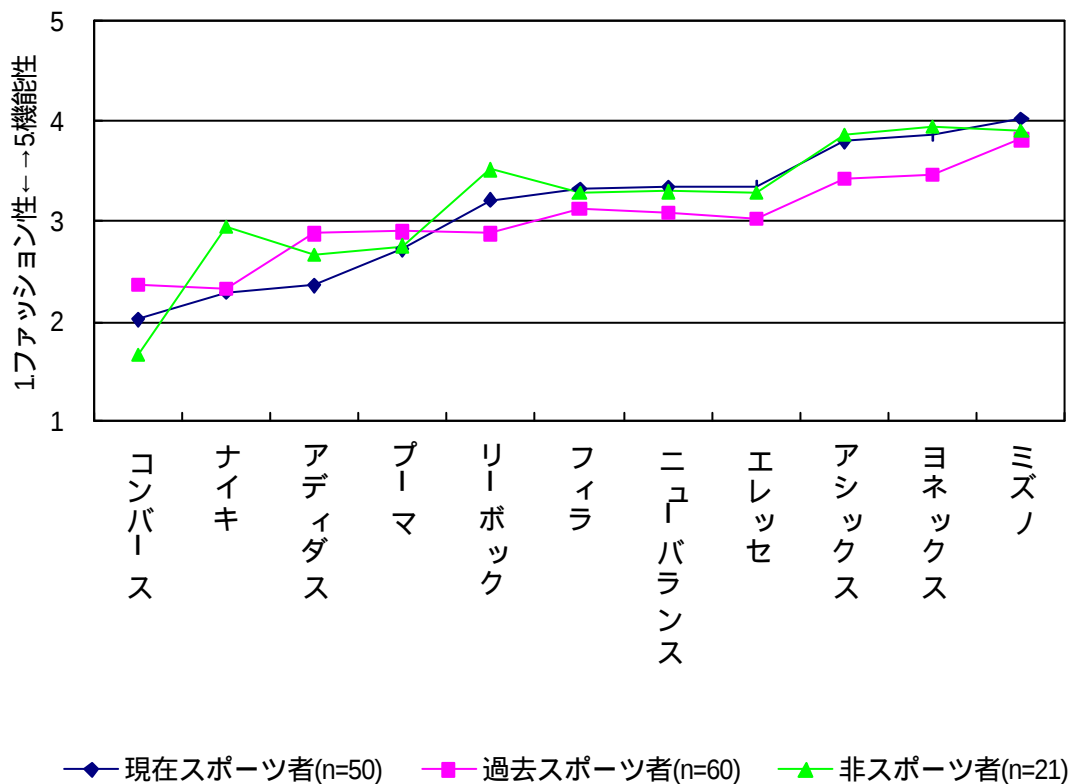


(4) スポーツ経験とスポーツブランドに対するイメージ

現在までのスポーツ経験別に、スポーツブランドに対するイメージについて集計した結果を図2-2-6に示す。この図はスポーツブランドのイメージに対して、「1. ファッション性」「2. ややファッション性」「3. どちらともいえない」「4. やや機能性」「5. 機能性」の5段階評価をしてもらい、その平均値を求めたものである。1に近ければファッション性の度合いが高くなっている。

過去にしていた人以外は「コンバース」が一番ファッション性が高いと答えている。過去にしていた人が一番ファッション性が高いと答えているのは「ナイキ」だった。「ナイキ」は現在・過去にスポーツ経験がある人はファッション性が高いと答えているが、反対にスポーツしていない人からは機能性のイメージがあるという傾向が見えた。このグラフは現在スポーツ者がファッション性のイメージが高いという順に左から並んでいる。その結果、「ミズノ」「ヨネックス」「アシックス」が右に行き、日本のブランドは機能性のイメージが高いという結果が出た。

図2-2-6 ブランドに対するイメージ



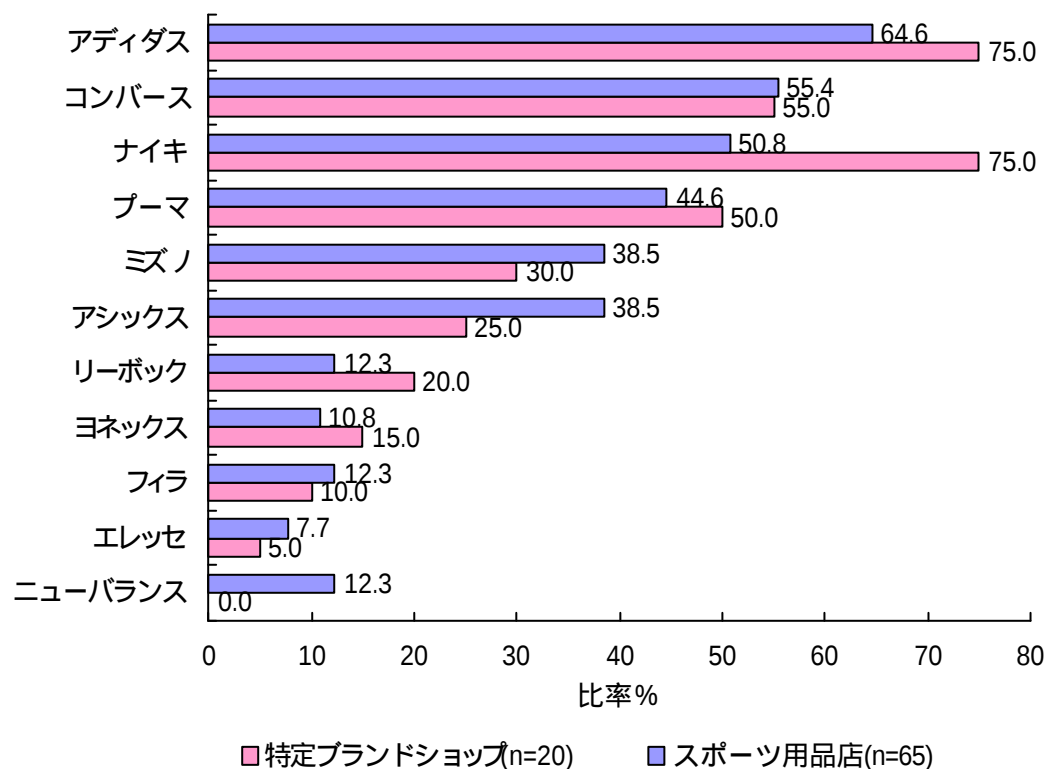
2.3 スポーツブランドのファッション性

(1) スポーツブランドと購入方法

普段スポーツブランドを購入する場所別に身につけるスポーツブランドを聞き、その集計結果を図2-3-1に示す。

スポーツ用品店、特定ブランドショップのどちらとも「アディダス」「コンバース」「ナイキ」を持っている人が多いということが分かる。ナイキショップ、アディダスショップは有名ということもあって、「ナイキ」「アディダス」の特定ブランドショップ利用者は7割を超えていた。このことから特定ブランドショップのあるブランドは人気が高いということが分かる。

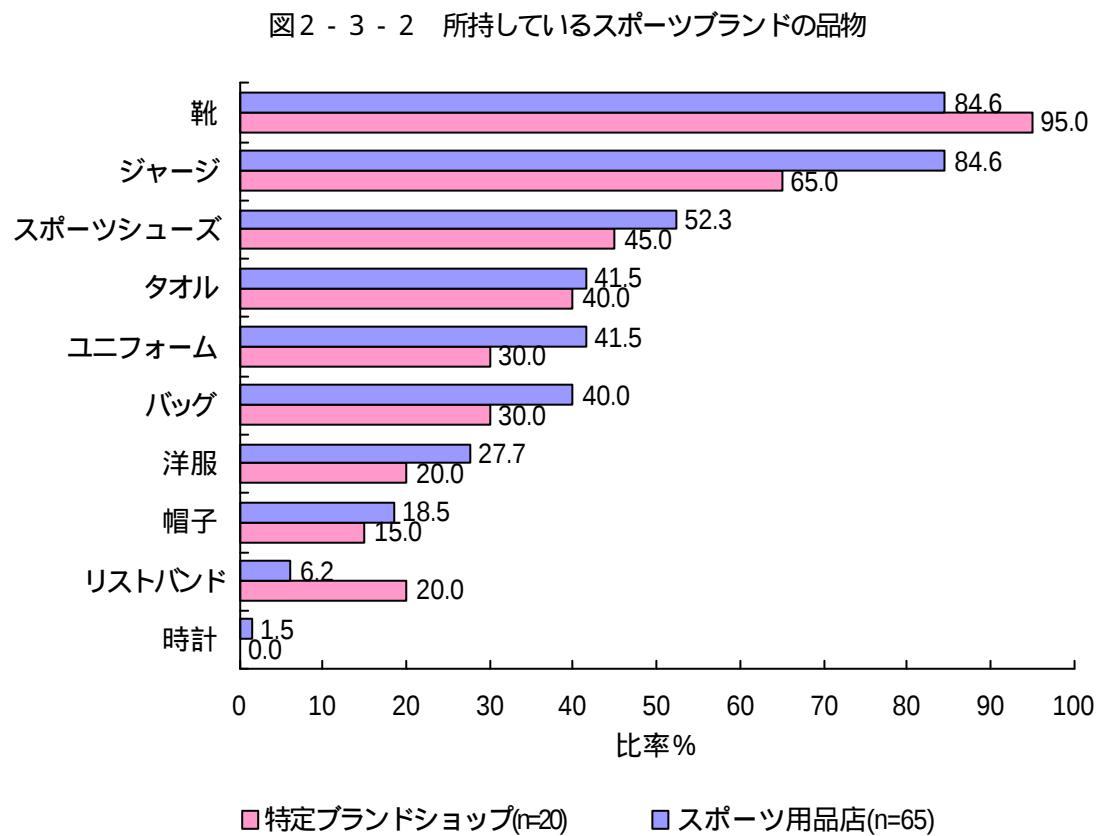
図2-3-1 普段身につけるスポーツブランド



次に、普段スポーツブランドを購入する場所別に身につけるスポーツブランドの品物を聞き、その集計結果を図2 - 3 - 2に示す。

スポーツ用品店、特定ブランドショップのどちらとも「靴」「ジャージ」を持っている人が多い。特に「靴」を特定ブランドショップで購入しているという人は9割を超えている。反対に「洋服」「帽子」「リストバンド」は購入の度合いが低い。

全体を通して、スポーツブランド品を購入するときはスポーツ用品店で購入することがやや多いことが分かる。

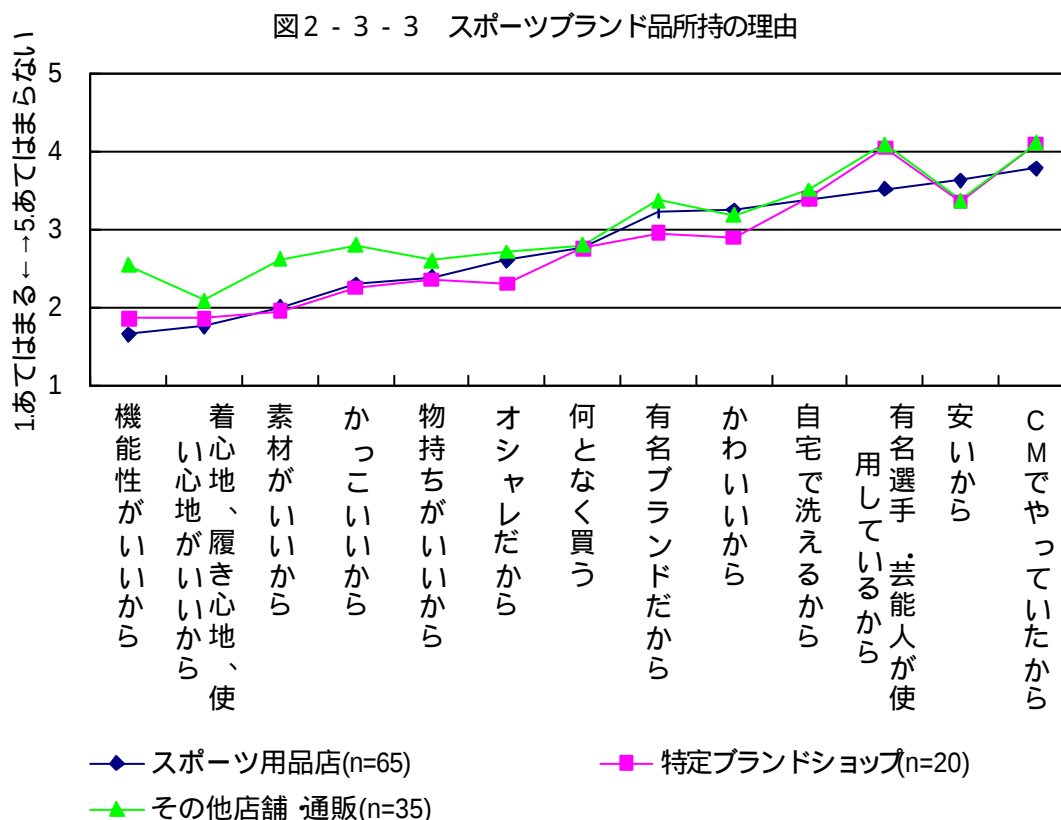


(2) 購入場所別スポーツブランド品所持の理由

スポーツブランド品購入場所別に、スポーツブランド品を所持する理由について集計した結果を図2-3-3に示す。この図はスポーツブランドを所持する理由に対して、「1. あてはまる」～「5. あてはまらない」の5段階評価をしてもらい、その平均値を求めたものである。1に近ければあてはまる度合いが高くなっている。

スポーツブランド品所持の理由の中で「着心地、履き心地、使い心地がいいから」にあてはまると答えた人が一番多かった。それに対して「有名選手・芸能人が使用しているから」「安いから」「CMでやっていたから」にあてはまると答えた人は少なかった。購入場所別に見ても、やはりスポーツブランドには機能性が求められていることが分かる。

ファッション性の設問に対して、特定ブランドショップ利用者が一番あてはまることが分かった。反対に機能的な設問に対しては、スポーツ用品店利用者があてはまると答えた人が多かった。その他店舗・通販利用者はどの設問にもあてはまらない度合いが多かった。

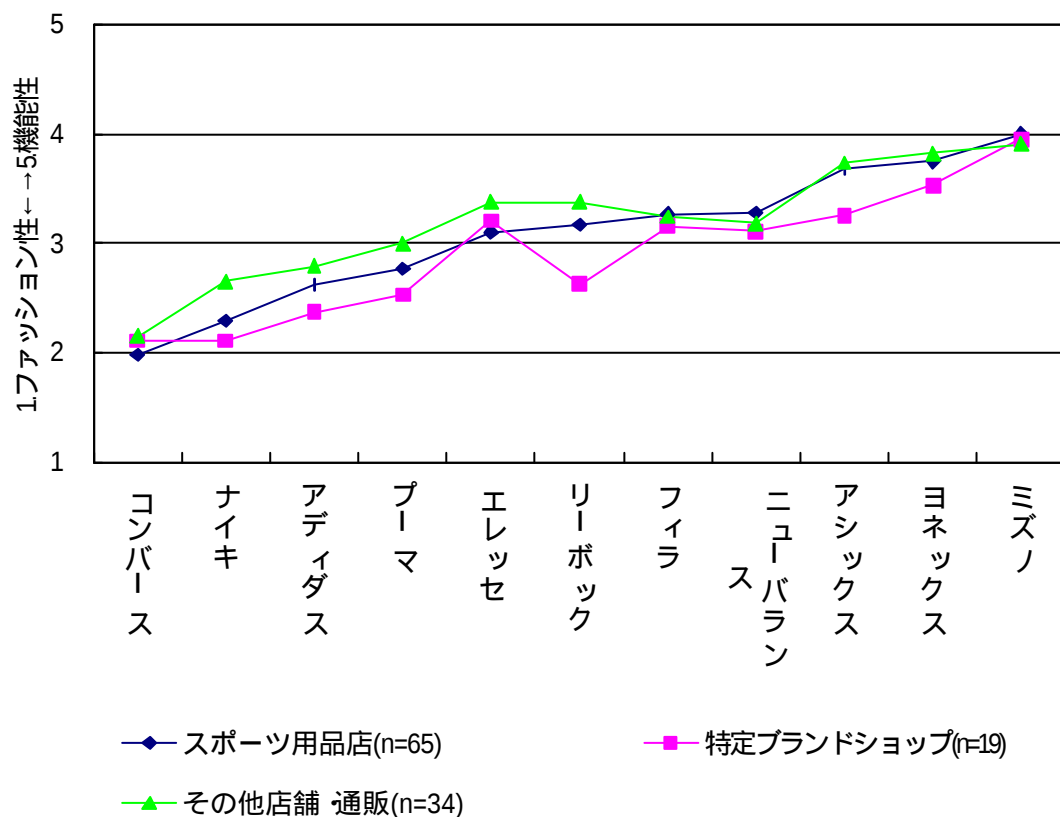


(3) 購入場所別ブランドに対するイメージ

現在までのスポーツ経験別に、スポーツブランドに対するイメージについて集計した結果を図2 - 3 - 4に示す。この図はスポーツブランドのイメージに対して、「1. ファッション性」「2. ややファッション性」「3. どちらともいえない」「4. やや機能性」「5. 機能性」の5段階評価をしてもらい、その平均値を求めたものである。1に近ければファッション性の度合いが高くなっている。

「コンバース」「ナイキ」「アディダス」に対しては全ての対象でファッション性が高いと答えている。類似した傾向だが、特定ブランドショップ利用者はほとんどのブランドに対してファッション性のイメージと答えた比率が高いことから、特定ブランドショップを利用している人はスポーツブランドに対してファッション性が高いと感じていることが分かる。反対にその他店舗・通販利用者はほとんどのブランドに対して機能性のイメージを持ち、一番機能性を重視していることが分かる。

図2 - 3 - 4 ブランドに対するイメージ

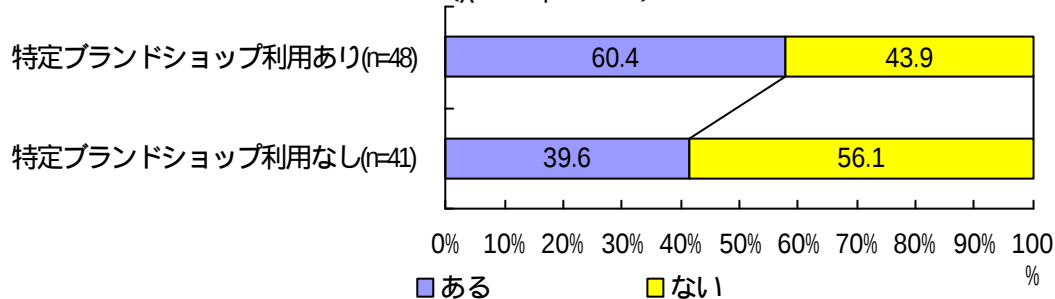


(4) スポーツブランドのファッション性

スポーツブランドをオシャレとして取り入れた経験の有無について集計した結果を図2 - 3 - 5 に示す。

特定ブランドショップを利用した人のほうは約6割の人がスポーツブランドをオシャレとして取り入れたことがあると答えている。それに比べ、特定ブランドショップを利用しない人では、スポーツブランドをオシャレとして取り入れたことのある人は4割にも満たなかった。このことから、特定ブランドショップ利用者のほうがスポーツブランドにファッション性を感じていることが分かる。なお、 χ^2 乗検定は $p=0.172$ と有意差がなかった。

図2 - 3 - 5 スポーツブランドをオシャレとして取り入れた経験の有無
(χ^2 乗 $p=0.172$)



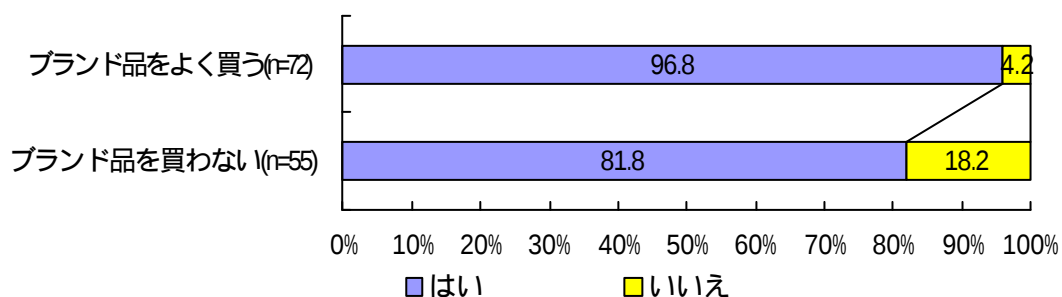
2.4 ブランド志向とスポーツブランド

(1) スポーツブランドの位置

スポーツブランド以外のブランド品の購入状況を調査しているが、それによると「よく買う」が72人、「よく買わない」が55人であった。そこでこのグループ別にスポーツブランドの所持について集計した結果を図2 - 4 - 1 に示す。

ブランド品をよく買う人のほうがスポーツブランドを所持している人が多い。このことからスポーツブランドは他のブランドと同じブランドと認知されていることが分かる。なお、 χ^2 乗検定は $p=0.011$ と有意差があった。

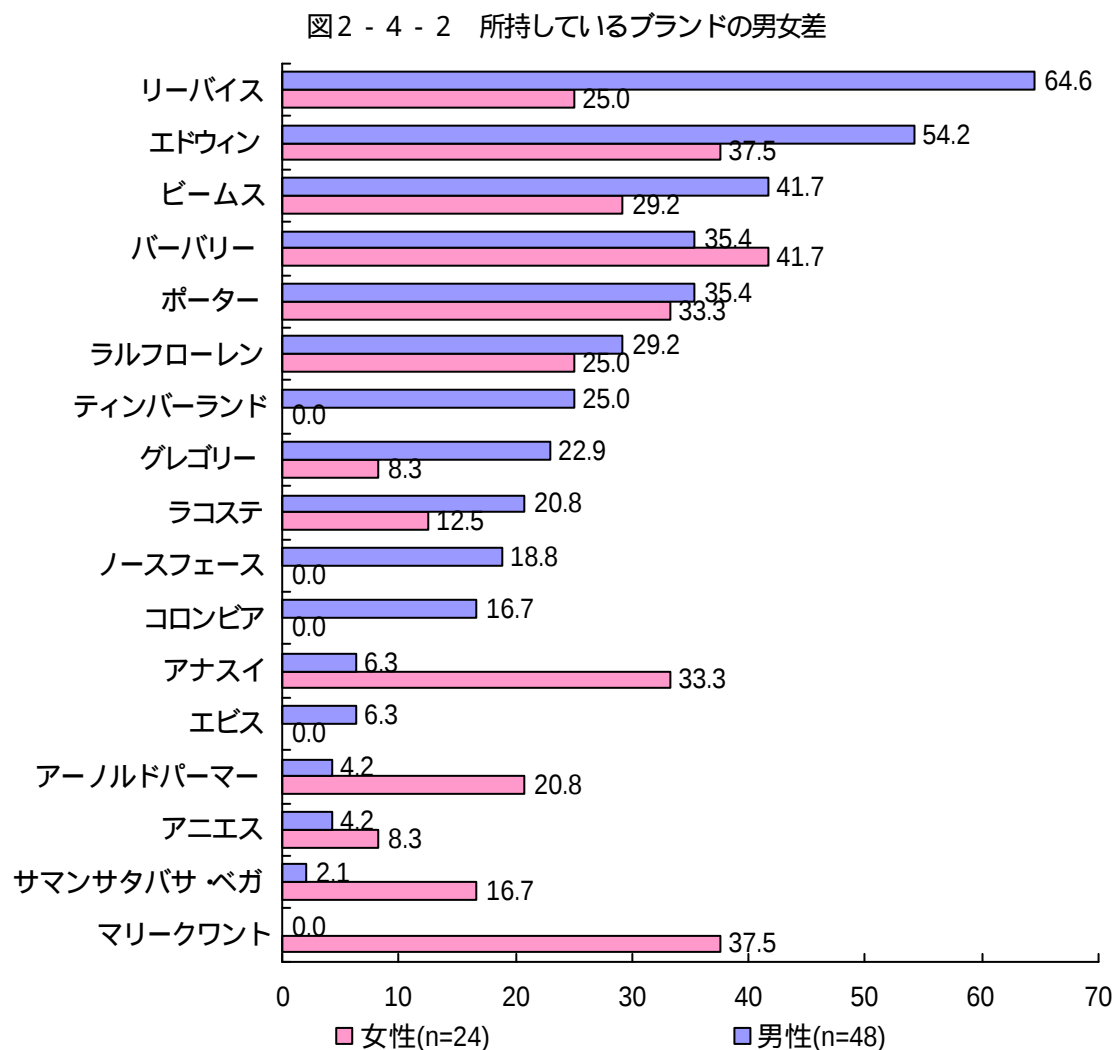
図2 - 4 - 1 スポーツブランド品の所持 (χ^2 乗 $p=0.011$)



(2) スポーツブランド以外のブランド所有率

スポーツブランド以外のブランドの男女別所有率について集計した結果を図 2 - 4 - 2 に示す。

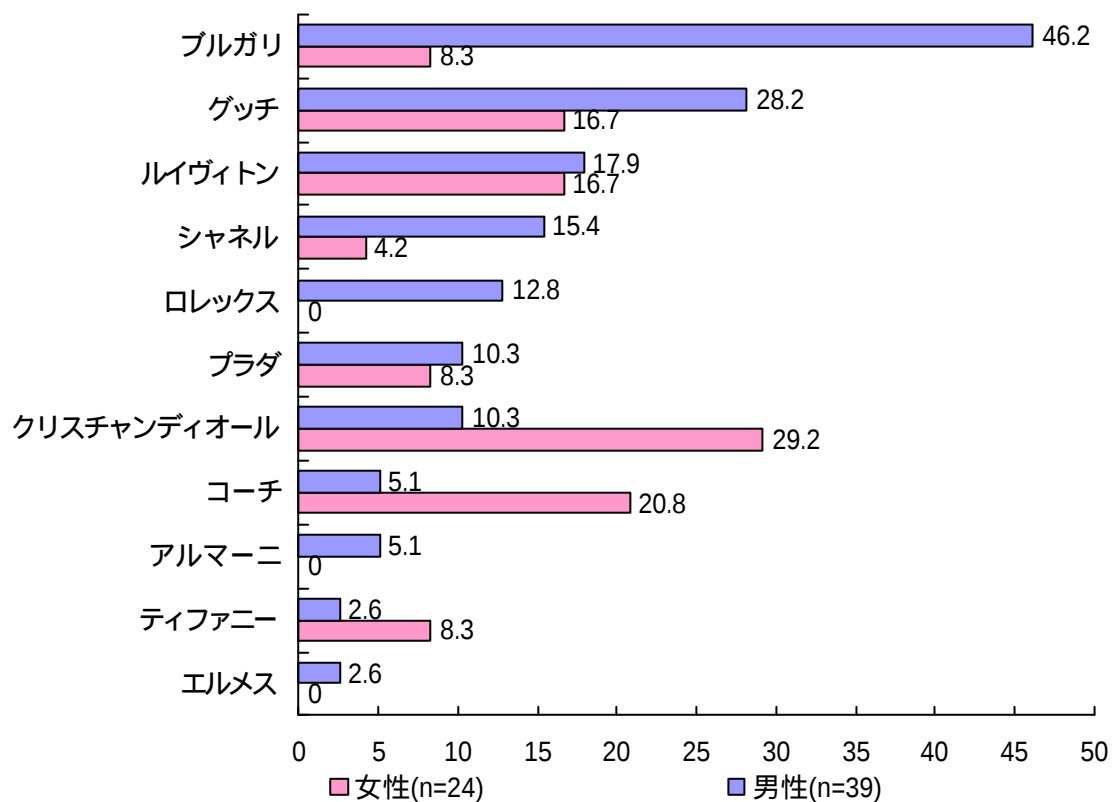
男性が所有しているブランドで「リーバイス」「エドウィン」は全体の 5 割以上が持っている結果が出た。それに対して女性の「リーバイス」「エドウィン」所持率は 4 割にも満たなかった。全体的に見て、男性に人気のあるブランドは女性に人気はない傾向だが、「ポーター」「ラルフローレン」はその傾向にあたらない。次に「バーバリー」「アナスイ」「マリークワント」は男性より女性に人気があり、「アナスイ」「マリークワント」の男性の所有率は 1 割にも満たない。しかし「バーバリー」は男性の所有率も 3 割を超えている。ここから男性女性ともに人気のあるブランドも存在していることが分かる。



次に、スポーツブランド以外で上記していないブランドの男女別所有率について集計した結果を図2 - 4 - 3に示す。

ここに挙げたブランドは世間で高級とされているブランドである。男性が所有するブランドの中で「ブルガリ」が約47%と圧倒的に所有率が高い。女性は「クリスチャンディオール」が約30%で一番所有率が高く、次に「コーチ」の約21%が続いている。上記したブランドと違い、これらのブランドを所有していないという回答が多かった。

図2 - 4 - 3 所持しているブランドの男女差



第3章 まとめと今後の課題

<まとめ>

スポーツブランドは私達のとても身近にあるものだ。スポーツをしている人はもちろん持っているし、スポーツをしていない人も持っている。この研究を通して私達がスポーツブランドに求めているものは、やはり機能性だった。機能性の次にファッション性が出てくる結果となった。その結果はスポーツブランドに対するイメージの集計結果でもよく分かる。ほとんどのブランドに対し、機能性が高いと感じている人が多かった。しかし「ナイキ」「アディダス」「コンバース」などの一部のブランドではファッション性が高いと感じている人が多く、ブランドによってファッション性に力を入れているブランドと機能性だけで勝負しているブランドがあることが分かった。

全体の中でスポーツブランドをオシャレとして取り入れた人と取り入れてない人は半々であった。そして特定ブランドショップ利用者のほうがスポーツブランドをオシャレとして取り入れている。ここから特定ブランドショップのほうがオシャレと言えるのかもしれない。

私達にとってブランドとは自分を飾るものという認識が強い。自分自身を表現したり、自分の自信にしたりしている。そのブランドの中にスポーツブランドが入り始めている。ゆえに、スポーツブランドの固有の存在意義はある。

<今後の課題>

設問で理由を聞く際に「どちらともいえない」を入れてしまったので、その選択肢に答えが集中してしまい、集計結果が中央寄りになってしまった。

選択肢が多くなってしまい、集計が大変になってしまった。そのことにより、グラフが見づらくなってしまった。

集計で使わない設問がいくつもあった。使えると思って集計したが、使えない設問があり、余計に迷った。

<参考文献>

スポーツブランドの構築法 <http://homepage3.nifty.com/incept/sport.html>

ファッション市場に進出するスポーツブランド

<http://www.intertext.co.jp/archives/000173.html>

流行とブランド ―男子大学生の流行分析とブランド視点― 辻幸恵・田中健一 著
自信のない女がブランド物を持ち歩く マークス寿子 著

「スポーツブランドのファッション性」

2006/11

情報学部 広報学科 ハッ橋ゼミ 4年 井坂裕子

配布数 144 枚 回収数 144 枚 有効数 134 枚 無効数 10 枚

卒業研究のための調査です。ご協力お願いします。

スポーツブランドについてお聞きします。皆さんお答えください。

問1. あなたは授業以外でスポーツをしていますか？（1つだけに○） n=134

1. はい 37.3	2. 過去にしていた 45.5	3. いいえ→問2へ 16.4	無回答 0.7
------------	-----------------	-----------------	---------

付問1. あなたは授業以外で何のスポーツをしている、またはしていましたか？（いくつでも○） n=111

1. 野球 23.4	2. サッカー 27.9	3. バスケット 25.2	
4. テニス 32.4	5. バレーボール 18.0	6. 陸上 10.8	7. 水泳 27.0
8. 卓球 21.6	9. その他 28.8	無回答 0.9	

問2. あなたはスポーツブランドのものを持っていますか？（1つだけに○） n=134

1. はい 88.1	2. いいえ→問3へ 10.4	無回答 1.5
------------	-----------------	---------

付問1. 普段あなたが身につけるスポーツブランドはどれですか？（いくつでも○） n=134

1. ナイキ 55.4	2. アディダス 62.8	3. プーマ 38.0
4. ニューバランス 9.9	5. コンバース 55.4	6. フィラ 9.9
7. アシックス 29.8	8. エレッセ 5.8	9. ミズノ 28.9
10. リーボック 11.6	11. ヨネックス 10.7	12. その他 20.7

付問2. あなたの持っているスポーツブランドの品物は何ですか？（いくつでも○） n=121

1. 靴 86.0	2. ジャージ 71.1	3. タオル 35.5
4. 洋服 25.6	5. リストバンド 8.3	6. バッグ 35.5
7. 時計 0.8	8. 帽子 15.7	9. スポーツシューズ 43.0
10. ユニフォーム（自分用・応援用） 32.2	11. その他 19.8	

付問3. あなたが付問2で選んだ品物の中で一番高額な品物の値段はいくらしましたか？（1つだけに○）

n=121

1. 5千円未満 12.4	2. 5千円～1万円未満 36.4	
3. 1万円～3万円未満 46.3	4. 3万円～5万円未満 2.5	5. 5万円以上 2.5

付問4. あなたが付問2で選んだ品物の多くは、アルペンのようなスポーツ用品店とナイキショップやアディダスショップのようなデパートに入っている特定ブランドショップのどちらで購入しましたか？

（1つだけに○） n=121

1. スポーツ用品店 53.7	2. 特定ブランドショップ 16.5
3. その他店舗・通販 28.9	無回答 0.8

付問5．あなたがスポーツブランドを持つ理由について、下記のA～Nの項目ごとに教えてください。

(それぞれについて1つずつ○) n=121

	1．あてはまる	2．ややあてはまる	3．どちらともいえない	4．あまりあてはまらない	5．あてはまらない	無回答
A．機能性が高いから	51.2	22.3	14.0	6.6	5.8	0
B．オシャレだから	13.2	33.9	38.8	9.1	5.0	0
C．物持ちがいいから	19.0	32.2	38.8	5.0	5.0	0
D．カッコいいから	20.7	36.4	28.1	7.4	6.6	0.8
E．かわいいから	8.3	19.0	38.0	14.0	19.0	1.7
F．素材がいいから	33.9	28.1	27.3	5.8	4.1	0.8
G．着心地、履き心地、使いやすい心地がいいから	42.1	35.5	17.4	2.5	2.5	0
H．有名選手・芸能人が使用しているから	5.0	9.1	28.1	18.2	39.7	0
I．CMでやっていたから	0.8	6.6	29.8	23.1	39.7	0
J．安いから	5.0	14.0	31.4	24.0	25.6	0
K．有名ブランドだから	6.6	25.6	28.1	19.0	20.7	0
L．自宅で洗えるから	6.6	14.0	37.2	15.7	25.6	0
M．何となく買う	19.0	26.4	28.1	10.7	15.7	0

ナイキショップやアディダスショップのような特定ブランドショップについてお聞きします。

問3．特定ブランドショップを見たことがありますか？(1つだけに○) n=134

1．はい 70.1	2．いいえ→問4へ 29.1	無回答 0.7
-----------	----------------	---------

付問1．特定ブランドショップを利用したことがありますか？(1つだけに○) n=95

1．はい 55.8	2．いいえ→問4へ 43.2	無回答 1.1
-----------	----------------	---------

付問2 特定ブランドショップで購入したもののうち一番好きなものは何ですか？(1つだけに○) n=53

1．靴 45.3	2．ジャージ 13.2	3．タオル 0
4．Tシャツ 5.7	5．リストバンド 0	6．バッグ 3.8
7．時計 0	8．帽子 0	9．スポーツシューズ 7.5
10．ユニフォーム(自分用・応援用) 5.7	11．その他 3.8	無回答 15.1

付問3．あなたが付問2で選んだ品物の中で一番高額な品物の値段はいくらしましたか？(1つだけに○)

n=53

1. 5千円未満 17.0	2. 5千円～1万円未満 35.8	
3. 1万円～3万円未満 34.0	4. 3万円～5万円未満 7.5	5. 5万円以上 5.7

付問４．あなたが特定ブランドショップで購入した理由について、下記のＡ～Ｎの項目ごとに答えてください。（それぞれについて１つずつ○） n=53

	１．あてはまる	２．ややあてはまる	３．どちらともいえない	４．あまりあてはまらない	５．あてはまらない	無回答
A．機能性がいいから	47.2	28.3	13.2	7.5	3.8	0
B．オシャレだから	24.5	41.5	22.6	5.7	5.7	0
C．物持ちがいいから	18.9	45.3	22.6	5.7	7.5	0
D．カッコいいから	26.4	41.5	20.8	5.7	3.8	1.9
E．かわいいから	11.3	17.0	37.7	13.2	18.9	1.9
F．素材がいいから	34.0	37.7	15.1	7.5	5.7	0
G．着心地、履き心地、使い心地がいいから	41.5	34.0	11.3	5.7	5.7	1.9
H．有名選手・芸能人が使用しているから	7.5	13.2	35.8	18.9	24.5	0
I．CMでやっていたから	1.9	9.4	41.5	15.1	32.1	0
J．安いから	1.9	17.0	35.8	17.0	26.4	1.9
K．有名ブランドだから	7.5	26.4	35.8	17.0	13.2	0
L．自宅で洗えるから	9.4	17.0	34.0	11.3	28.3	0
M．何となく買う	13.2	30.2	34.0	11.3	11.3	0

問４．スポーツブランドをオシャレとして取り入れたことがありますか？（１つだけに○） n=134

１．ある 46.3	２．ない 48.5	無回答 5.2
-----------	-----------	---------

問５．次のＡ～Ｋに挙げるブランドはファッション性と機能性のどちらのイメージがありますか？項目ごとに答えてください。（それぞれに１つずつ○） n=134

	１．ファッション性	２．ややファッション性	３．どちらともいえない	４．やや機能性	５．機能性	無回答
A．ナイキ	25.4	38.1	15.7	7.5	11.9	1.5
B．アディダス	18.7	32.1	23.1	13.4	10.4	2.2
C．プーマ	13.4	26.1	32.1	17.9	8.2	2.2
D．ニューバランス	3.0	17.2	45.5	18.7	13.4	2.2
E．コンバース	39.6	23.9	22.4	7.5	5.2	1.5
F．フィラ	2.2	13.4	53.7	17.9	10.4	2.2
G．アシックス	3.7	6.7	35.1	29.9	23.1	1.5
H．エレッセ	3.0	10.4	61.2	9.7	12.7	3.0
I．ミズノ	3.0	9.0	22.4	23.1	41.0	1.5
J．リーボック	3.0	17.9	51.5	15.7	10.4	1.5
K．ヨネックス	2.2	6.0	40.3	20.1	29.9	1.5

問6．あなたはスポーツブランド以外のブランドの品物（化粧品・香水を除く）をよく買いますか？

（1つだけに○） n=134

1．はい 53.7	2．いいえ→F 1へ 42.5	無回答 3.7
-----------	-----------------	---------

問7．あなたはこれらのブランドの品物（化粧品・香水を除く）を持っていますか？（いくつでも○） n=77

1．Arnold Palmer 9.1	2．agnes b． 5.2	3．MARY QUANT 11.7
4．ANNA SUI 14.3	5．BEAMS 35.1	6．Columbia 10.4
7．Ralph Lauren 26.0	8．Timberland 15.6	9．BURBERRY 35.1
10．THE NORTH FACE 11.7	11．EDWIN 45.5	12．Levi's 48.1
13．EVISU 3.9	14．LACOSTE 16.9	15．PORTER 32.5
16．GREGORY 16.9	17．Samantha Thavasa , Samantha Vega 6.5	
18．持っていない 3.9	無回答 6.5	

問8．あなたは上記以外でどのブランドの品物（化粧品・香水を除く）を持っていますか？（いくつでも○）

n=77

1．BVLGARI 26.0	2．GUCCI 19.5	3．CHANEL 9.1
4．LOUIS VUITTON 14.3	5．PRADA 7.8	6．TIFFANY & Co. 3.9
7．Christian Dior 14.3	8．HERMES 1.3	9．COACH 9.1
10．GIORGIO ARMANI 2.6	11．ROLEX 6.5	12．持っていない 29.9
		無回答 18.2

最後にあなた自身のことについてお聞きします。

F 1．性別 n=134

1．男 66.4	2．女 31.3	無回答 2.2
----------	----------	---------

F 2．学科 n=134

1．広報 57.5	2．経営情報 20.1	3．情報システム 20.1
4．国際コミュニケーション 0	5．国際関係 0	6．短大 0
		無回答 2.2

F 3．学年 n=134

1．1年 88.1	2．2年 6.0	3．3年 2.2	4．4年 1.5	無回答 2.2
-----------	----------	----------	----------	---------

F 4．血液型 n=134

1．A型 36.6	2．B型 20.9	3．O型 30.6
4．AB型 6.7	5．分からない 3.0	無回答 2.2

F 5．出身地 n=134

1．北海道 0.7	2．東北 9.7	3．関東 58.2	4．北陸 6.0	5．中部 14.2	6．近畿 0
7．中国 1.5	8．四国 0.7	9．九州 0.7	10．沖縄 1.5	11．その他 4.5	無回答 2.2

調査は以上で終了です。ご協力ありがとうございました。