

早稲田大学高石記念プールにおける利用者満足に関する研究
Customer Satisfaction in Takaishi Memorial Swimming Pool of Waseda University
1K03A134-2 氏名 種岡雅一
指導教員 主査 中村千秋 先生 副査 中村好男 先生

【緒言】私は、スポーツ環境として早稲田大学スポーツ施設である高石記念プールを利用している。大学スポーツ施設の利点に対して満足しているなどの理由から、早稲田大学全体においても、大学スポーツ施設を利用していることに対する満足感を持っている学生は多いと思うが、学生利用者のサービスに対する評価を把握していない。これは学生利用者の利用行動に対応した施設運営を構築する上で重要な問題といえる。このような問題意識から、大学スポーツ施設を利用している大学生が、満足度や関与度の異なる学生利用者間において、サービスに対する評価や利用行動にどのような差があるのかを、高石記念プールを利用している学生利用者を対象にアンケート調査を用いて検証した。

【方法】早稲田大学戸山キャンパス高石記念プールで学生利用者を対象にアンケート調査を実施し、83 名から回答を得た。その内、回答に不備のない 77 名を有効回答として分析に用いた。分析には、SPSS11.5J for windows を使用した。なお、調査用紙は資料として添付した。

【結果】満足度、関与度の平均得点を算出し、平均点以上の回答者を高水準群、平均点以下を低水準群として高関与・高満足群(1)、低関与・高満足群(2)、低関与・低満足群(3)、高関与・低満足群(4)に分類した結果、(1)から順に 32%、10%、32%、25%であった。高石記念プールに対する満足度の各グループの平均得点は(1)から順に 7.0 ± 0.0 、 7.0 ± 0.0 、 5.7 ± 0.6 、 5.2 ± 1.1 であった。高満足群に該当した学生利用者は全体の 43%に相当し、低満足群に該当した学生利用者は全体の 57%に相当した。高石記念プールに対する関与度の各グループの平均得点は(1)から順に 41.4 ± 0.9 、 33.6 ± 3.4 、 30.6 ± 5.9 、 40.7 ± 1.8 であった。高関与群に該当した学生利用者は全体の 57%に相当し、低関与群に該当した学生利用者は全体の 43%に相当した。

高石記念プールの利用頻度(回/月)の平均値は(1)から順に 15.5 ± 9.5 、 4.9 ± 3.4 、 8.5 ± 5.5 、 12.5 ± 6.9 であった。サービスの実績に対する評価の平均値は(1)から順に 44.5 ± 3.2 、 40.5 ± 2.9 、 38.6 ± 4.4 、 40.1 ± 4.0 であった。ベネ

フィットに対する評価の平均値は(1)から順に 20.2 ± 1.4 、 18.0 ± 2.0 、 17.6 ± 2.8 、 19.3 ± 1.6 であった。

【考察】満足度と関与度の高い学生利用者が多く、大学スポーツ施設に対してポジティブな感情を持ち満足している学生の多いと言える。また、高関与・高満足群(1)と低関与・低満足群(3)に該当した学生が多く、満足度と関与度が密接に結びついていると考えられる。また、利用頻度の平均値は相対的に高関与群で高く、関与度が利用頻度にポジティブな影響を与えているものと考えられる。逆に、満足度が高いということが必ずしも利用頻度に結びつかないということがわかった。サービス実績に対する評価の平均得点では相対的に高満足群で高く、高い実績の評価がそのまま高い満足度につながっているものと解釈できる。

また、関与レベルの高いグループで評価が高い傾向が見られることから、関与度がサービス実績の評価にポジティブな影響を与えている可能性が示唆された。ベネフィットの評価では満足度の異なるグループ間の差よりも、関与度の異なるグループ間での差が顕著に見られた。これは高関与に分類された利用者が、低関与に分類された利用者に比べて利用頻度が高く、このことがベネフィットの項目に対する評価が高かったことと関連しているのかもしてない。

【結語】本研究を通して、満足度が高くても、サービスに対する関与が低い場合には、ベネフィットに対する評価は関与が高い場合に比べて低いことがわかった。このことは、学生利用者の情報を満足度の維持改善に生かす上で考慮しなければならない問題といえる。例えば、利用頻度が高いことから、満足度の高い学生利用者であるという推論を行うことによって、誤った現状評価を行う可能性があるということである。このような傾向を示す学生利用者は、特に満足度が高いわけではなく、ただサービス利用に対する関与度が高いだけなのかもしれない。ただし、ここに指摘した可能性については、変数間の因果関係を吟味したうえで議論する必要がある、そのためには消費者の関与とサービス評価の関係に焦点を当てた研究の蓄積が望まれる。