

フットサル施設におけるサービスクオリティ評価に関する研究

A study of service quality evaluation in futsal facilities

1K03B207-1 横山拓也

指導教員 主査 木村和彦 先生 副査 原田宗彦 先生

緒言

スポーツをする人は年々増加している一方で、余暇市場におけるスポーツ部門の伸び率は年々低下傾向にある。

日本のスポーツ産業の中で近年、急激な成長を見せているニュースポーツの一つとして、フットサルが挙げられる。フットサル選手登録者の数は年々増加していて、民間フットサル施設も 1995 年の 24 施設から、年々増え続け 2005 年 12 月時点では 451 施設にまで増え、飽和状態を迎えつつある。

そのため、今後フットサル施設産業は競合激化の時代を迎え、生き残りを賭け、マーケティングマネジメントの技術を採用し、顧客志向の経営を展開していく必要がある。しかしながら、フットサル施設におけるサービスクオリティに着目した研究は、ほとんどなされていないのが現状であることから、本研究では、フットサル施設のサービスクオリティに着目した。

スポーツ施設のサービスクオリティを決定する要因は複数あり、いまだ明らかになっていない。利用者はそれらを総合してスポーツ施設のサービスを評価する。先行研究より参加頻度とサービスクオリティ評価に関係があること、スポーツへの参加目的と頻度に関係があることがあきらかになっている。このことからスポーツの参加目的とサービスクオリティ評価には関連性があると推測される。

本研究の目的は、フットサル施設利用者のフットサル参加目的と、フットサル施設へのサービスクオリティ評価の関係を明らかにすることである。

研究方法

本調査は、2006 年 11 月 2 日(木)及び 4 日(土)の 2 日間に、MIZUNO FUTSAL PLAZA 調布にて、直接配布回収による質問紙調査法にて行った。

サービスクオリティの評価項目は①コート、②付帯設備、③立地条件、④大会運営、⑤スタッフ、の 5 つの要素で構成されるものと定義した。そし

てこれらの 5 要素 17 項目をサービスクオリティの評価項目として設定した。サービスクオリティの評価の期待度・満足度において、最もネガティブなものを「1」、最もポジティブなものを「6」として得点化し、5 つの要因ごとに合成得点を算出した。

先行研究を参考に、3 つに分類したフットサル参加目的、①自らのレベルアップが目的、②楽しみの追求を目的、③仲間とのコミュニケーションが目的、を独立変数とし、目的間のサービスクオリティ評価の比較を行い、2 元配置分散分析によって有意差の検定を行った。

結果・考察

2 元配置分散分析による検定を行った結果、コート要因、スタッフ要因の 2 つの要因に有意差 ($p<0.05$) が認められ、「フットサル施設利用者においてその参加目的によってサービスクオリティ評価は異なる」という仮説は部分的に採択された。

有意差の見られたコート要因、スタッフ要因において多重比較を行った結果、コート要因においてはレベルアップ目的群と楽しみ目的群に有意差 ($p<0.05$) が認められ、スタッフ要因においては、レベルアップ目的群と楽しみ目的群、レベルアップ目的群とコミュニケーション目的群に有意差 ($p<0.05$) が認められた。

また、スタッフ要因の満足度は全体的に高いことが明らかになった。

分析の結果、レベルアップ目的群と他の 2 つの目的群との間に特徴的な差が見られたため、フットサル施設利用者においては、ターゲットをこれらの 2 つに分類することが望ましいと考えられる。これらの 2 つの間には、求めるサービスクオリティの内容に違いが見受けられるため、それぞれの特徴を意識したサービスの提供が必要であると言えるだろう。