

公共スポーツ施設の指標評価作成の試み
- CS と組織有効性に注目した東京 23 区公共スポーツ施設ランキング -
A trial making of an evaluation index of public sporting facilities

1K03B801-2 中條 綾美

指導教員 主査 作野 誠一 先生 副査 間野 義之 先生

【緒言】

日本経済新聞社は“NEEDS-CASMA”（多変量解析法による企業評価システム）を使って「規模」「収益性」「安全性」「成長力」の4つの観点から企業を総合的に評価している。これが俗にいう「優良企業ランキング」である。こうした調査の結果が公表されると、上位にランキングされた企業は内外に自社の優位性を示すことができる。顧客には優良企業としてのイメージを植え付けることができ、消費行動にも好影響を及ぼすと考えられる。ランキングという分かりやすい形で公にすることで、一般市民にも企業の社会的優位性を認識させることが可能となるのである。同様に、スポーツ施設も評価指標に基づくランキングを実施し公表して、近所の施設がランキングの上位にあると知れば消費者心理として利用するきっかけとなるのではなからうか。

公共スポーツ施設の存在を評価するためには、公共スポーツ施設の評価指標を考える必要がある。本研究では、組織有効性及び顧客志向マーケティングの視点からスポーツ施設の特徴を踏まえた指標づくりを目的とする。そして、作成された指標を利用して、いくつかのスポーツ施設を対象とした調査を実施し、独自のランキングを提示したい。

【研究方法】

調査対象施設は、東京 23 区の区立体育・スポーツ施設で体育館に分類された施設のうち、調査協力が得られた 64 施設とした。

CS 調査の先行研究とスポーツ施設に対する要望の国勢調査を基に、CS と組織有効性の観点から公共スポーツ施設の評価指標を作成した。さらに評価指標を、アクセス、アメニティ、コミュニケーション、ユニバーサル・デザイン、立地の 5 つの構成要因に分類する。

評価指標について、数量項目は、調査結果の中位数を「普通」、中位数より有意な数値を 2 段階、中位数より不利な数値を 2 段階の 5 段階で評価する。中位数に該当する数値が無い場合は、最も近い数値を「普通」とする。設備内容項目についての評価は、該当する項目が多いほど「良い」、少ないほど「悪い」とし、同じく 5 段階とする。

構成要因について、各要因に該当する評価指標ごとの評価点の合計を基にランキングを作り、さらに「良い」「や

や良い」「普通」「やや悪い」「悪い」の 5 段階に分類わけをする。

また、各構成要因の評価点の合計を基に全体のランキングを作成する。

【結果と考察】

1 位：上板橋体育館 同率 2 位：江戸川区スポーツ体育館・葛飾区総合スポーツセンター

各構成要因の評価指標の結果から、以下の指標基準が導き出された。

- ・駐車スペース：31 台以上が優位
- ・駐輪スペース：61.5 m²が優位
- ・駐輪場屋根：半分以上が優位
- ・最寄り駅：徒歩 7 分以内が優位
- ・最寄バス停：徒歩 3 分以内が優位
- ・シャワー数：5 個以上が優位
- ・ロッカー数：96 以上が優位
- ・ロッカー間：1.6 以上が優位
- ・ロッカー容量：70550 cm³以上が優位
- ・ロッカー幅（タテ）：40 cm 以上が優位
- ・ロッカー幅（ヨコ）：41.5 cm 以上が優位
- ・ロッカー幅（奥行き）：42 cm 以上が優位
- ・洗面化粧台数（更衣室内）：3 つ以上
- ・トイレ数：4 つ以上
- ・洗面化粧台数（トイレ内）：4 つ以上
- ・ロビー座席：19 席以上が優位
- ・観客席：295 席以上が優位
- ・シャワーの高さ：1.1 m 以下が優位
- ・洗面化粧台の高さ：72cm 以下が優位

各構成要因で 5 点評価を得た施設の全体ランキングの順位を比較すると、全体ランキングへの影響はコミュニケーション要因（1 位 - 35 位）が最も大きく、次いでアメニティ要因（1 位 - 43 位）、ユニバーサル・デザイン要因（1 位 - 52 位）、アクセス要因（2 位 - 55 位）、立地要因（1 位 - 58 位）の順となった。これより本研究においては、施設内部の整備充実度が高い施設ほど施設の存在価値が高いと判断できる。また、ランキングの上位に存在する施設は、調査施設の中でも比較的新しく建設された施設が多かった。