

# 利用者が求めるフットサル施設の設備及びサービスに関する研究

## A study on facilities and service of the futsal institution for user

1K04B131-5

高橋 良輔

指導教員

主査 作野誠一先生

副査 木村和彦先生

### 【緒言】

2007年9月23日、国立代々木競技場第一体育館で日本初となるフットサルの全国リーグであるFリーグが開幕した。その中で、フットサルをプレーするフットサル施設も、人気の高まりから早いペースで開設されるようになってきている。2006年12月末時点では全国で民間フットサル施設が529施設、さらにフットサルに使用できる公共施設も増えてきており、今後も多くの施設が開設されると推測される。

このように、フットサル施設は数多く開設されてきたが、その一方で問題も生じてきている。それは施設の過剰な供給である。これは、プレーヤーから見ると、プレーする場所の選択肢が増え、さらに施設同士の競争が激しくなりサービスなどの質が上昇するというメリットが期待できる反面、施設側から見ると、他の施設との競争が激しくなり、今までのように、フットサル場をつくれれば儲かるということはなくなり、施設側にとって、施設を建設・運営していく上で、利用者ニーズの把握が必要不可欠になることを意味している。

よって、施設側は、これからさらに顧客志向を意識し、利用者のニーズに合った施設の設備及びサービスを提供していかなければならない。そこで、本研究は、フットサル施設の利用者は何を求めているかということ、フットサルコートの種類、フットサル施設の設備及びサービスという2つの面から据えるとともに、さらにそれらの設備及びサービスは、無料か有料のどちらで扱われるべきなのかを利用者の視点から明らかにする。

### 【研究方法】

本研究は、普段からフットサル施設を利用している一般プレーヤーに対してアンケート調査を行う。これは、本研究の目的が、フットサル施設の利用者が求める理想的なフットサル施設の条件を探ることであるためである。今までのフットサル施設は利用者の使い勝手よりも、施設側の意見や考えでつくられる販売志向的な考え方であった。しかし、それよりも実際利用する人の意見を参考にし、そこから顧客のニーズをしっかりと捉えたマーケティング志向の考え方がこれからは必要であるといえるだろう。アンケート調査の内容は、調査対象者の属性や競技歴などに関する質問、フットサルコートに関する質問、さらにフットサル

施設の設備及びサービス面に関する質問を行い、回答を得た。そして、その得られた結果を統計的に処理し、どのような人が、どのようなコート、設備、サービスを求めているのかを明らかにした。データ分析にあたっては、統計ソフト「SPSS」を使用した。

### 【結果と考察】

調査の結果から、一般的にいわれているようにフットサルの特性として、女性に親しまれやすく、また、若年層にプレーヤーが多いことが改めて明らかになった。

そして、利用者がどのようなフットサルコートを求めているのかというと、ピッチの素材は、エンジョイ志向の利用者が人工芝、競技志向の利用者はフローリングを求める傾向があり、どの利用者も屋内にコートがあることを望んでいた。施設に対する不満に、コートに関する不満が多くあり、フットサル施設の生命線ともいわれているコートの充実が施設にとって必要不可欠であることが確認された。

また、利用者がどのような施設の設備及びサービスを求めているのか上位5つをみると、設備が①トイレ、②シャワー、③ロッカー、④自動販売機、⑤給水所、そして、サービスが①レベル別1day大会、②ホームページ上での予約システム、③ボール・ビブスの貸し出し、④レベル別リーグ戦、⑤深夜営業であった。また、それらの設備及びサービスは、無料か有料のどちらで扱われるべきなのかを分析した結果、統計的な有意差は認められなかったものの、各設備及びサービスに、無料で提供されるべきものと、そうでないものがある傾向が明らかになった。

### 【まとめ】

どのような結果においても、利用者の年代や志向性などによって、様々な傾向がみられた。よって、施設側は施設にどのような利用者がいるのか把握し、そのニーズに合った設備、サービスを提供していかなければならない。また、利用者のニーズは日々変化するもので、安全に対する欲求など、そういった新しいニーズにも対応し、常に顧客志向の立場で運営していくことで、利用者の満足を得ることができ、リピーター獲得につながっていくものと思われる。