

スタジアムにおけるサービス・クオリティの重要度－満足度分析－福岡ドームの台湾人観戦者を対象とした事例研究－

A Research of Importance-Performance Analysis to the Service Quality of Stadium in Japan

スポーツクラブマネジメントコース

5018A311-8 許 瀨文

研究指導教員：間野 義之 教授

1. 緒言

スポーツ庁（2016）によって、スタジアム・アリーナの経済規模は 2020 年に 3 兆円へ拡大すると予想されている、スポーツ市場の成長に重要な役割を果たす。特に、スタジアム・アリーナの飲食・物販・宿泊などのサービス品質は、スポーツ観戦の顧客経験価値に大きな影響を及ぼし、最も重要視されている。

他方で、近年日本のプロリーグやスポーツイベントが観戦者・参加者を増加するために、積極的に外国人を対象とした取組をしている。例えばプロ野球リーグの台湾施策（パシフィックリーグマーケティング、2017）や J リーグの「アジア戦略」（DBJ、2014）である。スポーツ庁（2018）によると、日本トップレベルのプロリーグ観戦はアジア圏に人気である。

また、観戦者の満足度向上のために、スタジアムにおける観戦者行動に関する研究は、これまで多くなされている。しかし、現在のスタジアム観戦者調査はほとんど日本人を対象者として行われている。2020 年の東京オリンピックを向けて、もっと多くの外国観戦者を迎えるように、外国人観戦者異なる特性とニーズを明らかにする必要性が高まりつつある。したがって、満足度向上のために、スタジアム経営も外国人観戦者の観点を入れる必要がある。

そこで、本研究では、外国人観戦者における満足度・重要度調査をし、スタジアムのサービス・クオリティの評価を明らかにすることを目的とした。

2. 先行研究

利用者の満足度にはサービス・クオリティの評価が大きな役割を果たしている。さらに、利

用者満足度が継続意図と推奨意図にプラスの影響を及ぼす（松永・原田、1996；秋吉ら、2013）。このようなことから、スタジアムの経営向上ために、スタジアムのサービス・クオリティ研究が重視されている。

サービス・クオリティと利用者満足度は民間施設のサービスの評価手法として多く用いられてきた。サービス・クオリティは消費者におけるパフォーマンスなどのサービスの提供方法と過程の質である（吉田、2011）。

スポーツの特性（中西、1995；間野・庄子、2010）、国別（Kim&Kim、1995；周、菊池、2008）を対象によって、サービス・クオリティの構成は異なる一方、海外観戦者を対象とした研究が見当たらない。海外観戦者におけるサービス・クオリティの構造を明らかにする必要があるだろう。

3. 研究方法

本研究の調査対象者は、2018 年 11 月 7 日（水）福岡ドームで実施された侍ジャパン対チャイニーズタイペイの試合において、試合観戦に来場した台湾出身の観戦者とした。

調査方法は、質問紙法である。質問紙は、試合の開門（16：15）から試合開始まで、調査員が最も入場者が多い 3, 4, 5 番ゲートの近くで配布を行った。また、4 番ゲート近辺設置された回収ボックスで回収を行った。総配布数を 165 部とした。回収数は 108 部、回収率は 60.6%であった。そのうち有効回答数は 88 部、有効回答率は 81.5%であった。

サービス項目について、間野ら（2010）指定管理者制度導入によるスタジアムのサービス・クオリティの計 21 項目を援用した。

分析方法は、重要度－満足度分析(Importance-Performance Analysis)である。測定の重要度と満足度全項目の平均値を軸として、個別の平均値をブロックして、重要度－満足度マトリックスを作成している。マトリックスの象限位置を通じて、サービスの改善や維持の優先順位を把握しやすく有限な資源を経営戦略に繋げられる効率的方法である。(岡本ら、2016；柳、2018)

4. 研究結果

福岡ドームの設備・サービスに対する総合的な満足度として、「非常に満足」、「満足」、「どちらかという満足」と回答した満足層(92.0%)は、9割であった

野球やその他のスポーツを観戦するうえで、特に重要だと思う上位3項目を質問した結果、「自分の座席からの試合の見やすさ」(44.3%)がもっとも高い値を示し、次いで「会場までの交通の便」(42.9%)、「座席の座り心地」(40.7%)となった

観光観戦者と在留観戦者の比較では、象限移動が見られた。観光観戦者が改善を望まれるは、E)「座席の座り心地」、I)「会場までの交通の便」、P)「トイレブース便器の数」の3項目であった。一方、在留観戦者が改善を望まれるは、D)「通路から座席への入りやすさ」の1項目であった。

5. 考察

全体的に重要度が高かった項目は、「自分の座席からの試合の見やすさ」、「会場までの交通の便」、「座席の座り心地」である。今回の試合観戦に対する「自分の座席からの試合の見やすさ」は高い満足度(90.9%)を示し、一方、「会場までの交通の便」は最も不満(11.4%)を得る結果となった。

川口(1999)は最寄り駅からの距離が徒歩15分を超える地方型ドームへの移動手段は自動車を中心になって、大規模の駐車場を持つ例が多いと提言している。福岡ドームの交通条件が最も地方型ドームに近くとみられる。それが満足度に影響を及ぼす原因だと推測される。

6. 結論

本研究では、スタジアムのサービス・クオリティ向上を図るため、外国人観戦者における満足度・重要度調査をし、スタジアムのサービス・クオリティの評価を明らかにすることを目的とした。主な結果は以下に示す：

1. 福岡ドームの設備・サービスに対する高い満足度を得る。また、I)「会場までの交通の便」は改善必要項目である。

2. 観光者において高い満足度を示した項目はU)「自分の座席からの試合の見やすさ」とS)「スタッフの接客態度」である。また、E)「座席の座り心地」、I)「会場までの交通の便」、P)「トイレブース便器の数」の3つは改善必要項目である。

3. 在留者において高い満足度を示した項目はS)「スタッフの接客態度」である。また、D)「通路から座席への入りやすさ」は改善必要項目である。

7. 研究の限界

アジア圏の観戦者は外見で判断が難しいことから、これまでの日本の外国人観戦者調査対象は欧米出身の外国人が多かった。本研究は数少ない88サンプルで分析を行ったが、会場で確実な台湾出身観戦者人数を把握していないことから、母集団に占める割合については言及することができなかった。

また、本研究は福岡ドームで1試合の観戦者のみを対象として調査を行った。今後は、偏りの点を修正する必要がある。今回の結果を踏まえて、重要な東アジア圏観戦者の全体象を明らかにするには調査対象を広げ、多くの試合を調査することは必要があるだろう。

