

親子のスポーツ消費行動に関する分析 民間フィットネスクラブ空手スクールに着目して

スポーツクラブマネジメントコース

5021A303-1 阿部 夕姫

研究指導教員：間野 義之 教授

1.研究の背景

新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の感染拡大(以後、新型コロナ)によりフィットネス産業もその煽りを受け苦戦を強いられている。フィットネスクラブの会員動向をみても2019年に300万人を超えていた会員数は2020年には260万人と約30%減少した。しかし、スクール会員の減少は約10%に止まりフィットネスクラブ会員に比べて新型コロナ流行の影響を受けていないと予測される。またフィットネスクラブ会員の回復がコロナ流行前との比較で70%に対し、スクール会員は96%と新型コロナ流行以前に戻りつつある。(経済産業省特定サービス産業動態統計調査より)このことを考えると、今後のフィットネス産業の発展にはスクール事業は大きな役割を担うだろう。また、スクール事業の中でも子供のスクール事業は保護者に人気があり、会員の戻りが少ない一般会員より子供スクールに力を入れるクラブが多くなってきているため、子供スクール会員を新規獲得し継続させることはクラブ本体の売り上げ貢献に繋がる。

子供を対象としたスクールとはどのようなものか考えたとき、「サービス製品」として考えることができる。またスクール会員はスポーツ消費者として捉えることができる。ただ、子供のマーケットは本人の意思だけでは成り立っていないこと多く、親がお金を出し、子供が消費するといったように複雑である。本研究では、子供スクール事業の一つである空手スクールに着目し、どのようなサービスプロダクトが提供されているかを明らかにしたうえで、継続意思や満足度、推奨意向にどのように影響しているかを検証する。

2.先行研究

高田ら(2004)はフィットネスクラブのシステム及び、サービスをP.Kotlerの5次元製品概念に基づいて検討しプロダクトの構造を実態化させた。その構造が満足度にどう影響しているかを検証し、

スタッフと会員のコミュニケーションなどであると結論付けた。また、子供の消費行動に関しては、時代によって消費行動の意思決定への子供の影響力が強くなってきているとL. Flurry(2007)は述べた。B.Christineら(1998)、は子供がスポーツ体験を購入するという決定において、親の関与を5つの変数から検証した。親は子供のために子供のスポーツ体験を購入しているという観点から、子供が満足することによって親も満足感を得ていると予測している。先行研究から、大人のプロダクト構造と満足度との関係性は明らかにされているが、子供が対象となり親との関係性が加味されるとどのような結果がでるかは明らかにされていない。プロダクトに関する研究に家庭内の意思決定の先行研究を加えることで現代では子供尊重型の意思決定がされ、プロダクトの構造にも影響を与える。さらに、子供の満足度は親の満足度にも影響を与えるのではないかと予測できる。

3.研究目的

本研究では、フィットネスクラブのスクール事業である空手スクールに着目し、子供が求める空手スクールのプロダクトと保護者が求める空手スクールのプロダクトを明らかにする。そして、保護者と子供のプロダクトは継続意思や満足度、推奨意向にどのような影響を与えるのかを明らかにすることを目的とする。

4.研究方法

まずは、予備調査で得たワードを用いて親と子供における空手スクールのプロダクト構造を分析する項目を作成した。本調査にて「属性と特性を把握する設問」「プロダクト評価の設問」(7件法)「意思決定に関する設問」(7件法)を親と子供それぞれに、「満足・継続・推奨意向に関する設問」(9件法)においては親と子両方で考えて回答してもらった。関東地区のフィットネスクラブ17クラブ

ブの親子に質問紙を配布し、最終的に 709 組の回答を分析に用いた。

分析の手順は、プロダクト評価に関する項目(親子)を、それぞれ因子分析によってプロダクトの因子を抽出した。その因子と「継続意思・満足度・推奨意向」の関係を検証するために「継続意思・満足度・推奨意向」に従属変数、プロダクト因子を独立変数、属性と特性調査の結果と、意思決定に関する設問の結果を統制変数として加えて重回帰分析をおこなった。

5. 結果

主因子法・プロマックス回転の因子分析の結果、親因子「サービスの質」「教育効果」「親のベネフィット」、子因子「レッスン効果」「達成感」「種目特性」「社交」「護身」の合計 8 因子が抽出された。また、プロダクト因子と「継続意思・満足度・推奨意向」においてそれぞれに重回帰分析をおこなったところ、継続意思と満足度は、子因子「レッスン効果」「達成感」「護身」が 0.1%水準で有意となり正の影響だった。また子因子「種目特性」は 1%水準で有意となり、継続意思と満足度に対して負の影響を示した。推奨意向は、子因子「レッスン効果」「社交」が 0.1%水準で有意だった。また親因子「サービスの質」が 1%水準で有意となり、子因子「護身」が 5%水準で有意で、すべて正の影響を示した。

6. 考察

継続意思と満足度は子因子「レッスン効果」「達成感」「種目特性」「護身」の子供の因子のみが、影響を与えている。それは、親子間での意思決定では子供が得ているベネフィットによって意思決定がなされていると考えられる。また、子因子の「種目特性」では負の影響が示されている。「種目特性」は、防具、組手、試合についての項目である。対象とした空手スクールは、試合で勝つ競技性よりも、楽しく 1 時間身体を動かすことをコンセプトとしているため、実際に試合に出場している子供が少ないことや、怪我のリスクへの懸念などから負の関連が見られたと考えられる。推奨意向には親因子「サービスの質」子因子「レッスン効果」「社交」「護身」が影響を与えている。加藤(2020)は、「顧客は満足を得ることで推奨意向が高まる」と述べており、このことを考慮すると、親の因子が入ってきたことは、親も何かしらの形で満足している可

能性があると考えられる。例えば、子供がベネフィットを享受していることを親が認識しており、意思決定の際に潜在的に影響しているということである。また、推奨意向にだけ有意を示した子因子「社交」の存在も興味深い。子因子「社交」の構成項目は「仲間との交流」「友達ができる」である。空手は個人競技であるため、競技の特性として組手の練習以外でのコミュニケーションは団体競技よりもとりにくい。しかしながら人との交流やコミュニティを求めている社交意識の高い子供が推奨意向を強く示したことは、クラス内での交流が高まれば推奨意識にも高く影響するのではないかと予測できる。

7. 結論

本研究では親と子供それぞれが求めるプロダクトの因子構造が、親「サービスの質」「教育効果」「親のベネフィット」の 3 因子、子供「レッスン効果」「達成感」「種目特性」「社交」「護身」の 5 因子であることが明らかになった。さらに、そのプロダクト因子が親子の意思決定与える影響として、継続意思・満足度には、「レッスン効果」「護身」「達成感」「種目特性」順に子因子のみが影響を与えていた。そして、推奨意向には子因子「レッスン効果」親因子「サービスの質」子因子「護身」「社交」の順で影響を与えており、全ての意思決定において子因子「レッスン効果」が一番強い影響を与えることが明らかとなった。

8. 研究の限界

今回の調査では、子供の対象者を小学 1 年生以上とした。しかし、小学 1,2 年生の回答能力を考慮すると、設問の量、内容が対象にみあっていなかったと懸念する。そのことにより因子分析での因子のまとめ方や解釈が不十分であったと考える。また、スクール事業には水泳や体操など他にもプログラムがある中で、子供スクールの全体像と親子の意思決定の関係を、空手スクールのみ結果で一般化することは疑問が残る。さらに、在籍中の子供と親であるため、基本は満足しているから在籍しているといった背景があることや、回答に同意した者のみが回答していることから、回答者のバイアスがかかっていることも考えられる。以上のことから、サンプルの整合性に関しては問題が残る。