

Jリーグクラブの顧客満足度指数化モデルの推定結果と指数化の方法

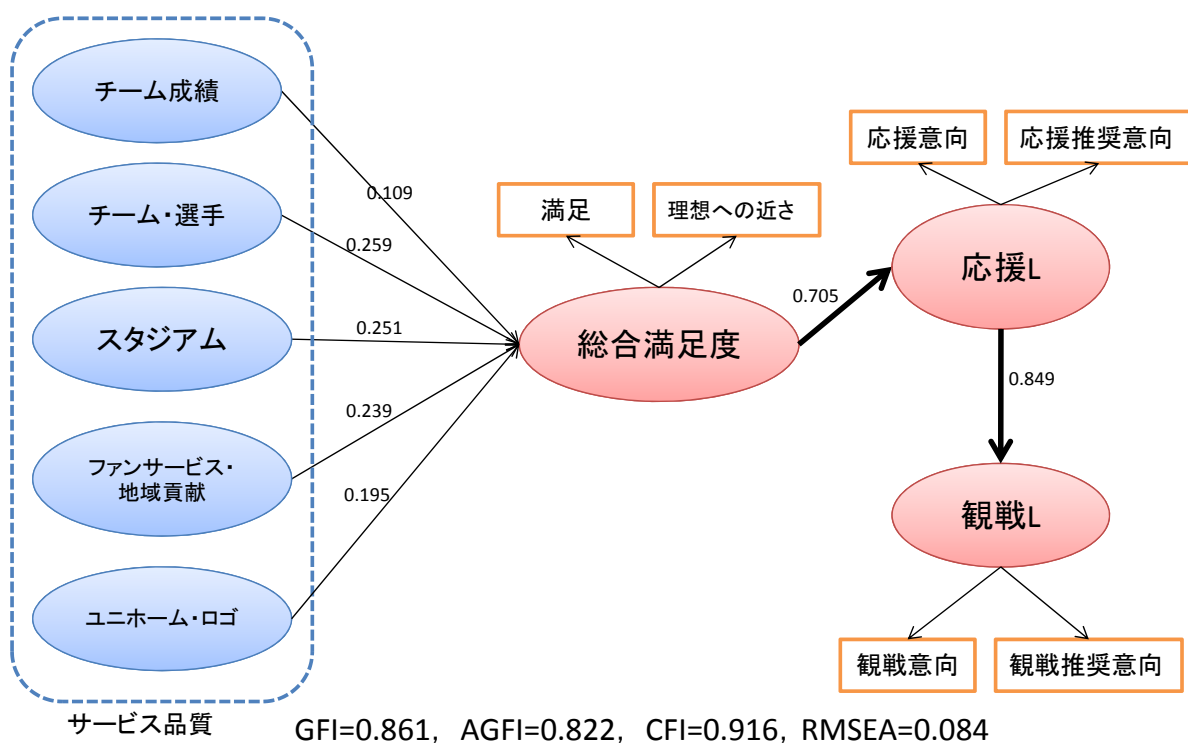
慶應義塾大学 理工学部管理工学科
鈴木秀男

本研究・調査は、『サービス品質及び顧客満足度の評価モデルの高度化』に関する研究の取り組みとして行っており、科研費(基盤B一般23310105)の助成を受けている。

Copyright(C) 2012, Keio University Suzuki Lab.
All Rights Reserved.

1

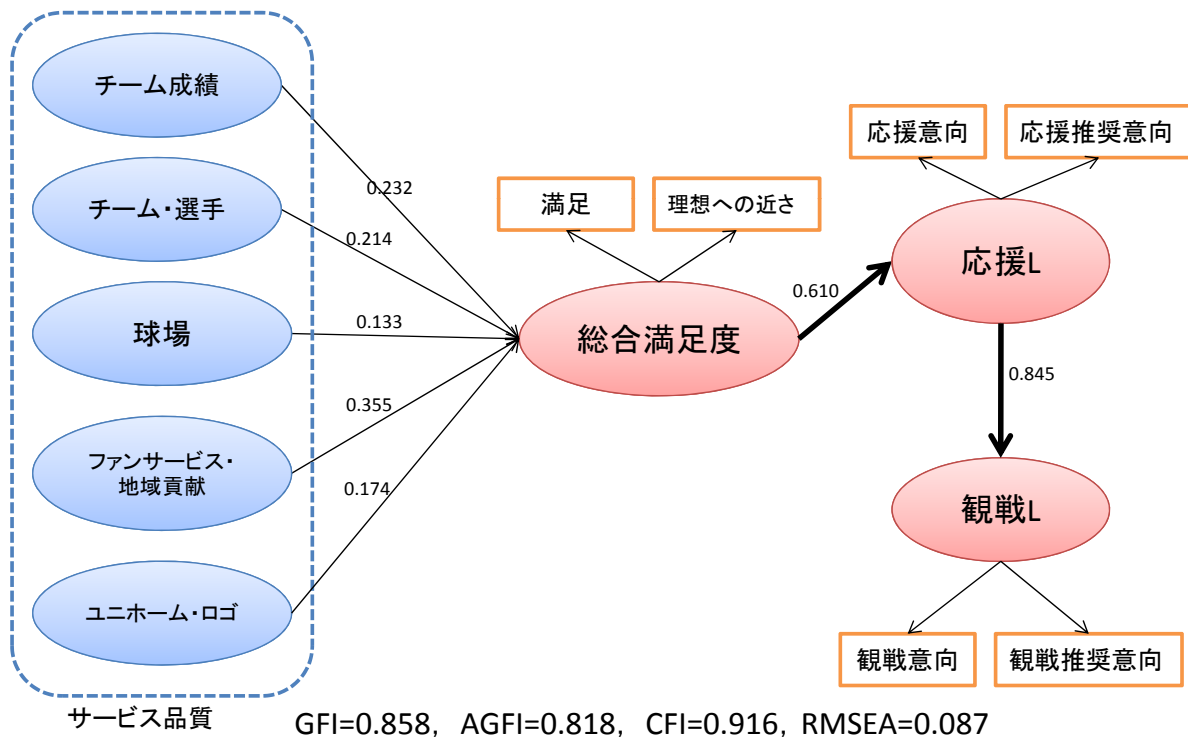
サービス品質、総合満足度、ロイヤルティ因果関係モデルの推定結果:2012年2月上旬調査 -18クラブの統一モデル-



Copyright(C) 2012, Keio University Suzuki Lab. All Rights Reserved.

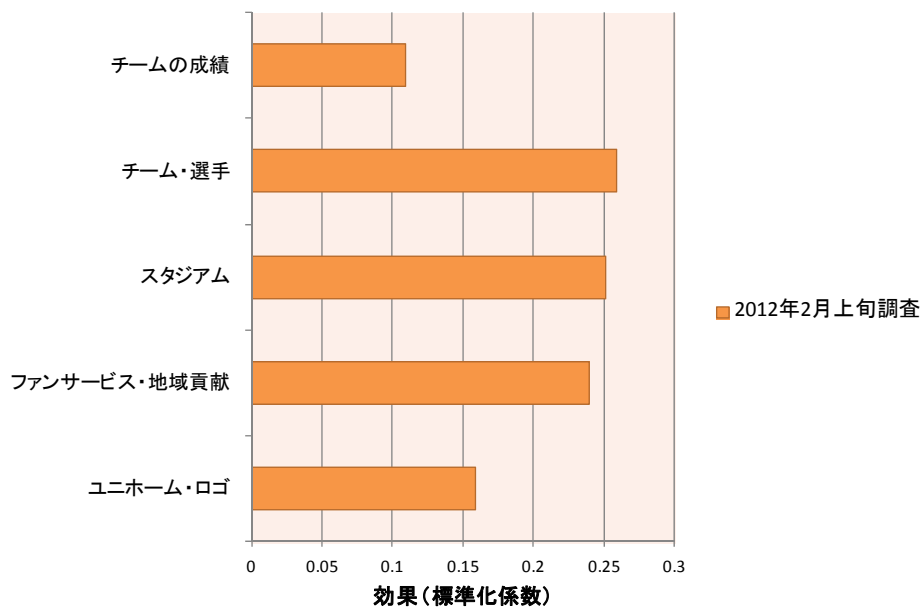
2

参考:プロ野球チームの顧客満足度指数化の推定 結果:2012年1月下旬調査 -12球団の統一モデル-



3

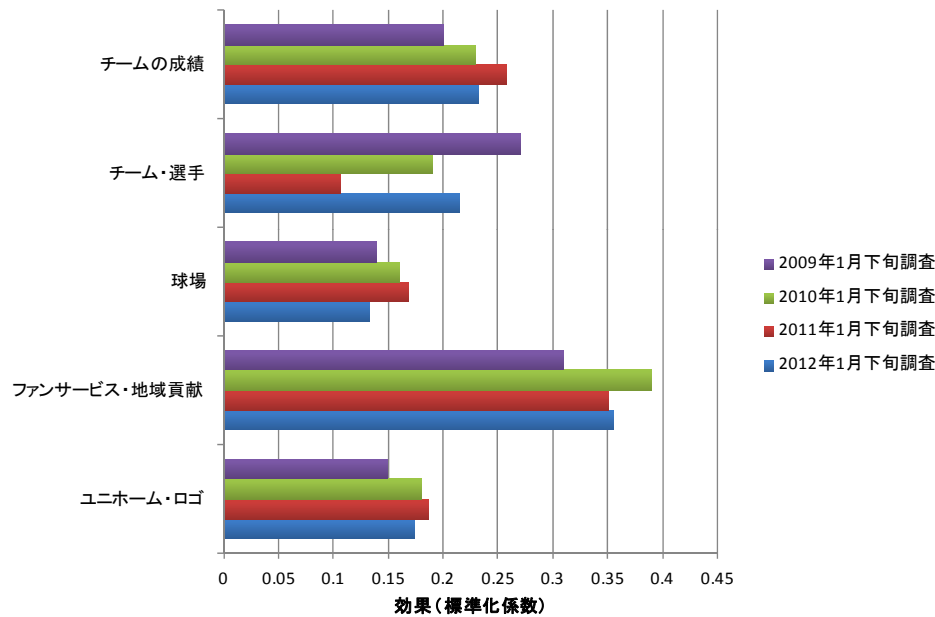
総合満足度に対するサービス品質の影響度



- 「チーム・選手」、「スタジアム」、「ファンサービス・地域貢献」の効果が大きい。
- プロ野球チームのモデル推定結果と比較すると、リーグの場合、「ファンサービス・地域貢献」の効果が特別に大きいということはない。
⇒リーグにおいて「ファンサービス・地域貢献」は当たり前であるため？

4

参考： プロ野球チームのモデルにおけるサービス品質の影響度



- 「チーム・成績」および「ファンサービス・地域貢献」の効果が大きい。
- 2011年1月下旬調査との比較では、2012年1月下旬での「チーム・選手」の効果が大きい。

Copyright(C) 2012, Keio University Suzuki Lab. All Rights Reserved.

5

共分散構造分析モデル推定からの考察

- 「チーム成績」の要素
 - 本調査結果からは、「チーム成績」の総合満足度に対する影響度は、5%有意ではあるが、相対的にはあまり大きくない。
- 「チーム・選手」の要素
 - 「チーム・選手」の効果が相対的には最も大きい。
- 「スタジアム」の要素
 - 「スタジアム」の効果が相対的には2番目に大きい。スタジアムの設備・サービスの優劣が、総合満足度に影響を与えることを示唆する結果となった。
- 「ファンサービス・地域貢献」
 - 多くのクラブが力を入れてきたところであり、そのあたりの評価を高く認識している回答者は総合満足度も高くなる傾向があることが示された。
- サービス品質→総合満足度→応援L→観戦Lの一連の因果パスの有意性が確認された。
- 特に、「チーム・選手」、「スタジアム」と「ファンサービス・地域貢献」の品質向上が、総合満足度、ロイヤルティの向上に繋がることを示唆する結果となった。

Copyright(C) 2012, Keio University Suzuki Lab. All Rights Reserved.

6

各構成概念の指数化

□ 共分散構造分析モデルにおける構成概念(潜在変数)のスコアを標準化する。

非潜在変数スコア

$\eta_i = \sum_{j=1}^p w_j x_{ij}$; 回答者*i*の非標準化潜在変数スコア

$$\bar{\eta} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \eta_i = \sum_{j=1}^p w_j \bar{x}_j;$$

非標準化潜在変数スコア 平均値

p : 観測変数の数 (本モデルでは24)

w_j : 観測変数*j*の因子スコアウェイト

x_i : 回答者*i*の観測変数*j*の評価値

n : 回答者の数

\bar{x}_i : 観測変数*i*の平均値

標準化スコア

$$\text{標準化スコア}_i = \frac{\eta_i - \text{Min}[\eta]}{\text{Max}[\eta] - \text{Min}[\eta]} \times 100$$

$$= \frac{\sum_{j=1}^p w_j x_j - \sum_{j=1}^p w_j \text{Min}[x_j]}{\sum_{j=1}^p w_j \text{Max}[x_j] - \sum_{j=1}^p w_j \text{Min}[x_j]} \times 100$$

本研究・調査は、『サービス品質及び顧客満足度の評価モデルの高度化』に関する研究の取り組みとして行っており、科研費(基盤B一般23310105)の助成を受けている。