

プロ野球のサービスの満足度調査 に関する研究

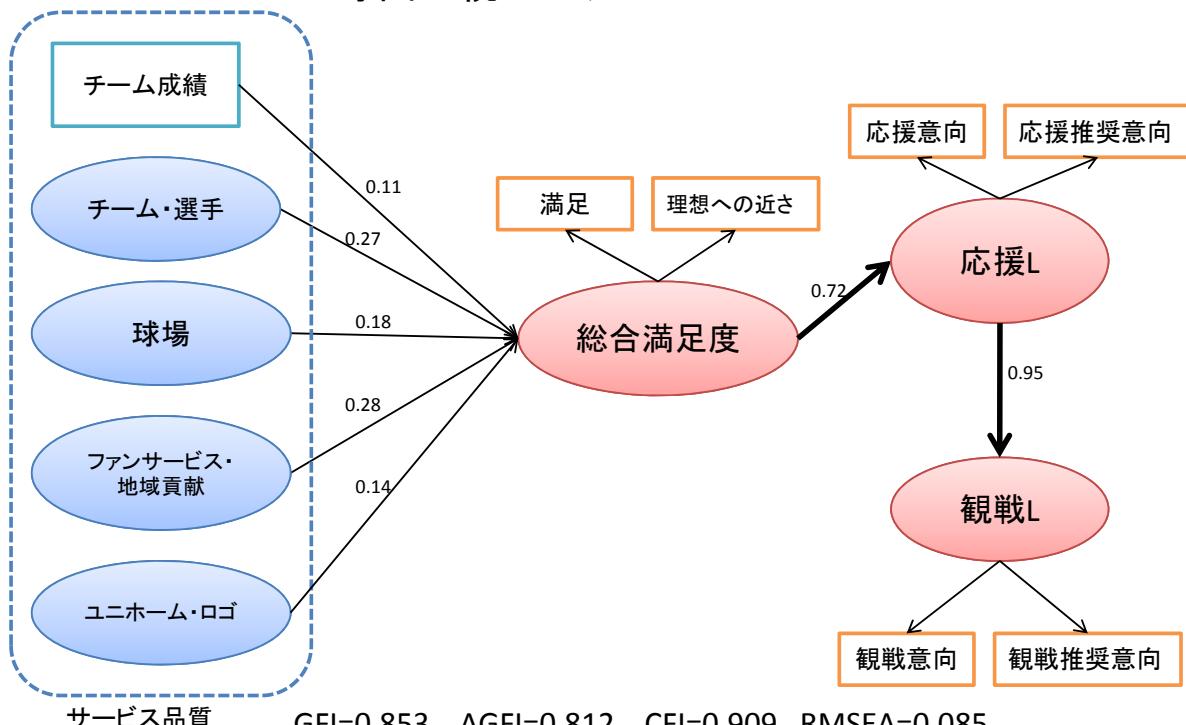
慶應義塾大学 理工学部管理工学科
鈴木秀男

本研究・調査は、『日本のサービス業におけるサービス品質、顧客満足、ロイヤルティの指標化』に関する研究の取り組みとして行っており、科研費（基盤C一般20510125）の助成を受けている。

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

1

サービス品質、満足度、ロイヤルティ因果関係モデル －12球団の統一モデル－

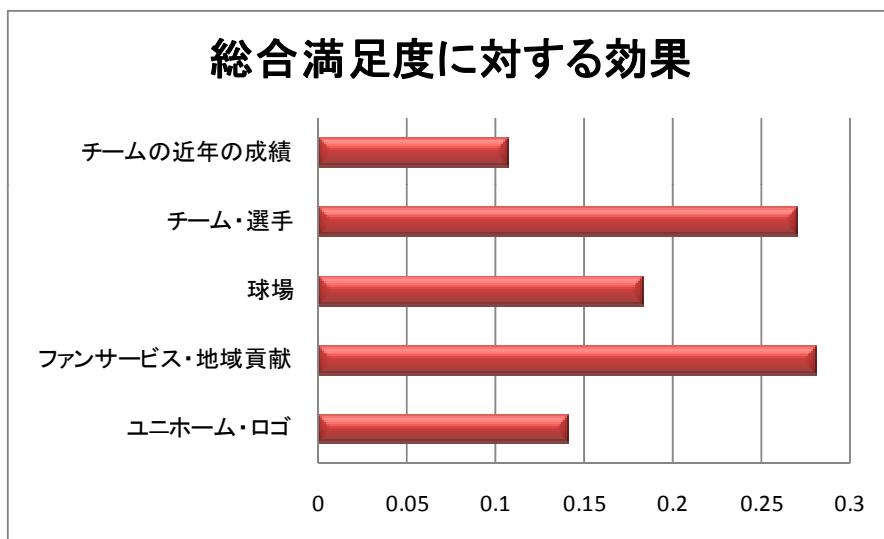


GFI=0.853, AGFI=0.812, CFI=0.909, RMSEA=0.085

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

2

サービス品質の影響度

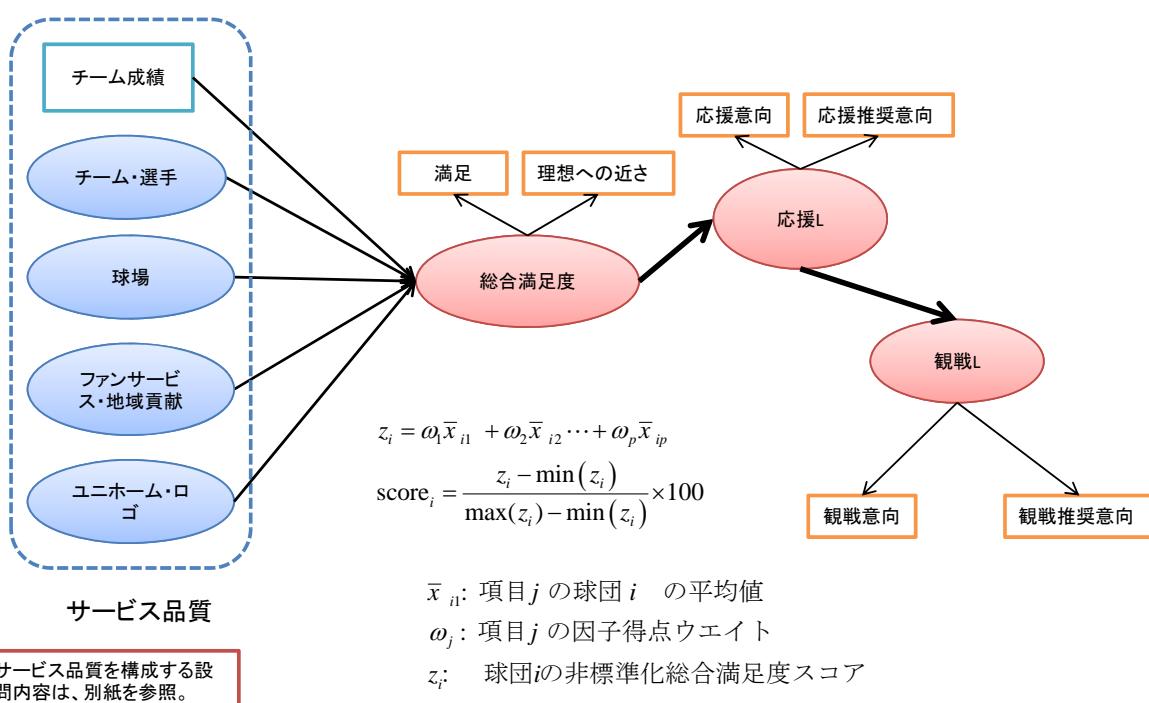


- 取り上げたサービス品質項目の全てが総合満足度に影響を与えている。
- 特に、「ファンサービス・地域貢献」、「チーム・選手」の影響度が高い。

Copyright 2009, Keio University Suzuki Lab.

3

サービス品質、満足度、ロイヤルティ因果関係モデルに基づく 総合満足度指数：構造方程式(SEM)による方法



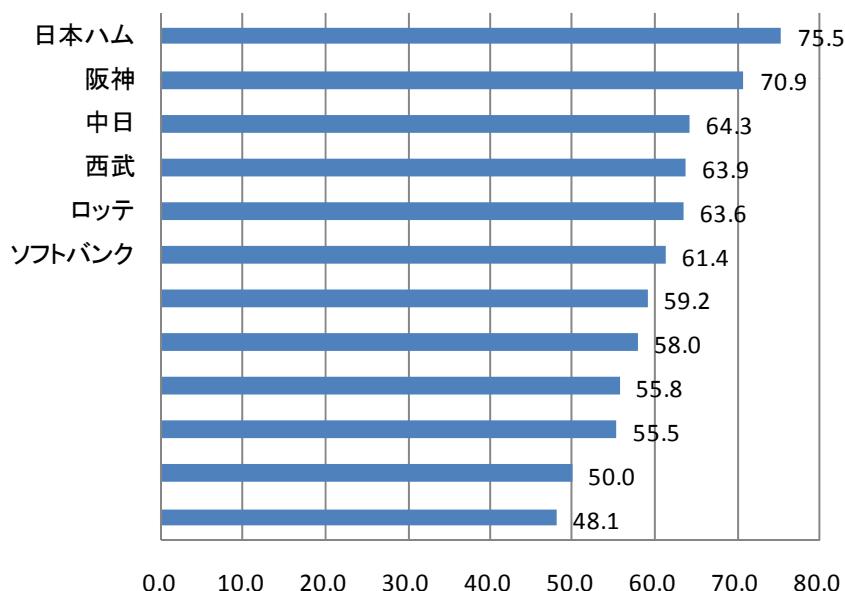
Copyright 2009, Keio University Suzuki Lab.

4

プロ野球球団の総合満足度指数

—サービス品質、満足度、ロイヤルティ因果モデルに基づき算出—

各球団の総合満足度指数平均値のグラフ



サービス品質、総合満足度、ロイヤルティ因果モデルを構成する設問項目(観測変数)

『チームの成績』の設問項目

(1:全く思わない～10:非常に思う)

近年、そのチームは優秀な成績をおさめている。

潜在因子『チーム・選手』を構成する設問項目

(1:全く思わない～10:非常に思う)

そのチームに魅力があると感じる。

そのチームの選手に魅力があると感じる。

常に、そのチームの選手は全力で戦い迫力あるおもしろい野球をみせている。

そのチームには独自のスタイル(戦術、チーム方針など)を感じる。

潜在因子『球場』を構成する設問項目

(1:非常に悪い～10:非常に良い)

席のすわり心地

席からの試合の見やすさ

球場スタッフの対応

球場のフード商品

球場のビジョン・音響設備

球場のトイレ

場内の温度

球場の雰囲気

*球場での応援

*球場の立地(アクセス)

潜在変数『ファンサービス・地域貢献』を構成する設問項目

(1:全く思わない～10:非常に思う)

そのチームのファンサービスは充実している。

そのチームの選手とファンとの交流は十分に行われている。

そのチームの地域住民へのサービス・貢献活動が十分に行われている。

*そのチームが地域住民やファンの誇りとなりシンボルとなっている。

潜在変数『ユニホーム・ロゴ』を構成する設問項目

(1:非常に悪い～10:非常に良い)

ユニホーム

ロゴ

*マスコット

*グッズ

潜在変数『総合満足度』を構成する設問項目

ファンサービス・成績・選手・球場設備など、総合的にそのチームを見て、満足していますか。(1:非常に不満～10:非常に満足)

ファンサービス・成績・選手・球場設備など、総合的にそのチームを見て、あなたの理想像に近いですか。(1:理想から非常に遠い～10:理想から非常に近

潜在変数『応援』を構成する設問項目

(1:全く思わない～10:非常に思う)

今後も、そのチームを一生懸命応援したい。

そのチームの良さを家族・友人・知人に勧めたい。

潜在変数『観戦』を構成する設問項目

(1:全く思わない～10:非常に思う)

今後も、そのチームのホーム球場で、そのチームの試合観戦をしたい。

そのホーム球場で、そのチームの試合観戦を家族・友人・知人に勧めたい。

注: * の項目について、総合満足度指数を算出するための因果モデルの構成要素ではないが、サービスの評価として有効と判断し、個別の平均値を示している。

本研究・調査は、『日本のサービス業におけるサービス品質、顧客満足、ロイヤルティの指標化』に関する研究の取り組みとして行っており、科研費(基盤C一般20510125)の助成を受けている。