

『ファンサービス・地域貢献』を構成する設問における各チームの
評価平均点とランキング

そのチームのファンサービスは充実している

(1:全く思わない~10:非常に思う)

順位	球団名	平均点
1位	日本ハム	7.69
2位	ロッテ	6.89
3位	ソフトバンク	6.55
4位	楽天	6.55
5位	阪神	6.52
6位	西武	6.17
7位		6.00
8位		5.91
9位		5.89
10位		5.88
11位		5.81
12位		5.52

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

(1:全く思わない~10:非常に思う)

順位	球団名	平均点
1位	日本ハム	7.63
2位	ロッテ	6.80
3位	ソフトバンク	6.59
4位	阪神	6.43
5位	楽天	6.41
6位	西武	6.17
7位		5.96
8位		5.92
9位		5.89
10位		5.79
11位		5.68
12位		5.33

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

(1:全く思わない~10:非常に思う)

順位	球団名	平均点
1位	日本ハム	7.77
2位	ロッテ	6.86
3位	ソフトバンク	6.80
4位	阪神	6.69
5位	楽天	6.53
6位	広島	6.42
7位		6.05
8位		6.05
9位		5.89
10位		5.88
11位		5.46
12位		5.14

*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

(1:全く思わない~10:非常に思う)

順位	球団名	平均点
1位	阪神	8.35
2位	日本ハム	8.29
3位	広島	7.63
4位	ソフトバンク	7.53
5位	中日	7.31
6位	ロッテ	7.19
7位		6.96
8位		6.48
9位		6.08
10位		5.42
11位		5.21
12位		5.06

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、ファン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
の指数化』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。

*そのチームのファンクラブのサービスはどうか。

(1:非常に悪い~10:非常に良い)

順位	球団名	平均点 (加入者のみ)	回答者の 加入割合
1位	日本ハム	7.59	52.1%
2位	ロッテ	6.88	69.9%
3位	ソフトバンク	6.73	57.9%
4位	楽天	6.55	46.2%
5位	阪神	6.47	42.9%
6位	横浜	6.28	58.7%
7位		6.25	55.6%
8位		6.21	75.2%
9位		6.19	68.1%
10位		6.17	49.6%
11位		6.11	67.9%
12位		5.72	50.4%

*公式Webサイト

(1:非常に悪い~10:非常に良い)

順位	球団名	平均点 (閲覧者のみ)	回答者の 閲覧割合
1位	阪神	7.66	95.5%
2位	日本ハム	7.65	93.2%
3位	ロッテ	7.32	98.4%
4位	ソフトバンク	7.23	96.0%
5位	西武	7.11	94.2%
6位	中日	7.05	94.0%
7位		7.04	93.3%
8位		6.89	85.1%
9位		6.77	91.1%
10位		6.75	92.9%
11位		6.74	92.9%
12位		6.74	94.1%

*公式携帯サイト

(1:非常に悪い~10:非常に良い)

順位	球団名	平均点 (閲覧者のみ)	回答者の 閲覧割合
1位	日本ハム	7.43	52.1%
2位	ソフトバンク	7.09	69.8%
3位	ロッテ	6.85	63.4%
4位	阪神	6.84	59.8%
5位	西武	6.66	70.2%
6位	中日	6.56	60.7%
7位		6.49	63.9%
8位		6.24	64.3%
9位		6.16	62.8%
10位		6.14	53.7%
11位		6.09	57.9%
12位		5.94	62.2%

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、ファン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、ロイヤルティの指数化』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。

* 球団情報誌

(1:非常に悪い~10:非常に良い)

順位	球団名	平均点 (閲覧者のみ)	回答者の 閲覧割合
1位	日本ハム	7.46	52.1%
2位	阪神	7.13	59.8%
3位	ソフトバンク	6.98	69.8%
4位	中日	6.72	60.7%
5位	ロッテ	6.69	63.4%
6位	西武	6.64	70.2%
7位		6.48	63.9%
8位		6.46	57.9%
9位		6.35	53.7%
10位		6.35	62.8%
11位		6.34	64.3%
12位		6.13	62.2%

* ファンサービス、球場設備、地域貢献、情報媒体など、全体的にそのチームが提供するサービスの品質はどうか。

(1:非常に悪い~10:非常に良い)

順位	球団名	平均点
1位	日本ハム	7.70
2位	ソフトバンク	7.19
3位	阪神	7.15
4位	ロッテ	7.08
5位	楽天	6.89
6位	中日	6.75
7位		6.48
8位		6.41
9位		6.34
10位		6.19
11位		6.18
12位		6.08

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、ファン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、ロイヤルティの指数化』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。