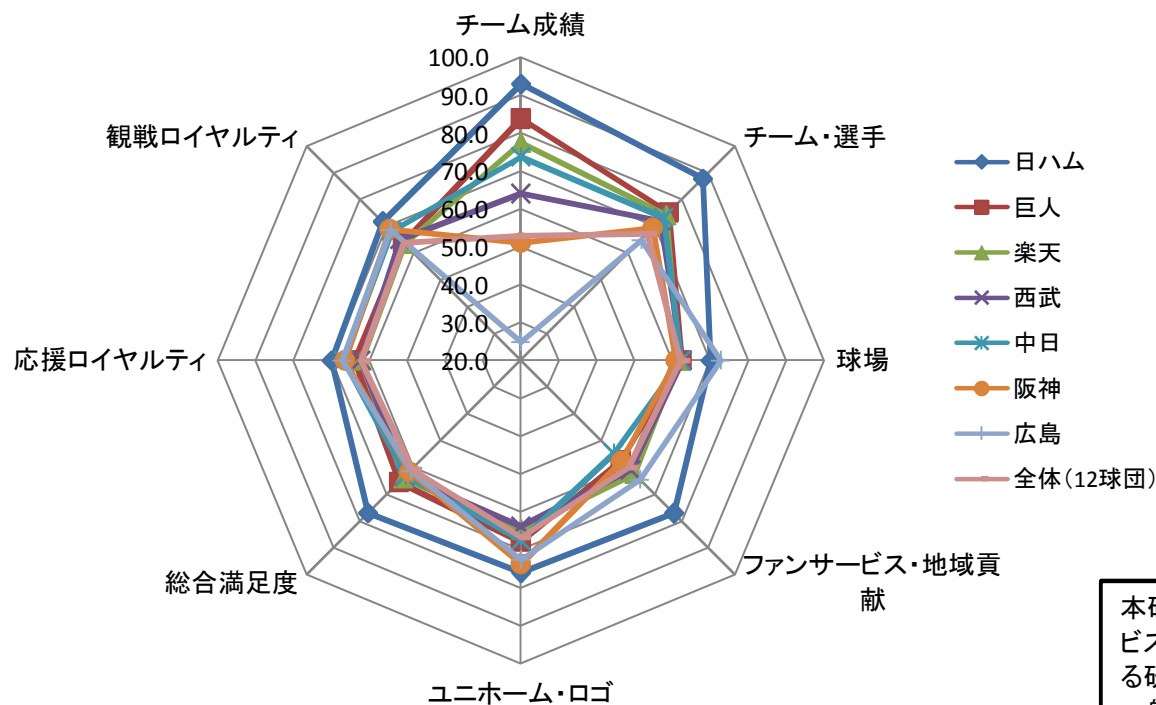


構成概念スコア

1.各球団の構成概念のスコア平均値（総合満足度スコアの上位7球団）

球団	総合満足度	チーム勝利	チーム・選手	球場	ファンサービス・地域貢献	ユニホーム・ロゴ	応援ロイヤルティ	観戦ロイヤルティ
日ハム	77.00	92.91	87.86	70.02	77.04	76.05	69.98	71.68
巨人	65.39	83.74	75.17	62.48	57.26	67.83	63.82	63.86
楽天	64.04	77.36	74.19	61.54	62.41	64.64	62.10	63.48
西武	63.18	63.99	72.12	62.56	61.01	63.86	62.27	65.06
中日	63.04	73.76	73.32	62.31	54.74	67.45	66.84	68.19
阪神	61.57	51.05	69.32	60.97	57.59	73.78	66.48	68.99
広島	61.15	24.83	64.95	72.67	64.42	72.65	67.14	68.75
全体(12球団)	52.88	67.16	62.09	60.08	66.64	60.60	62.19	63.78

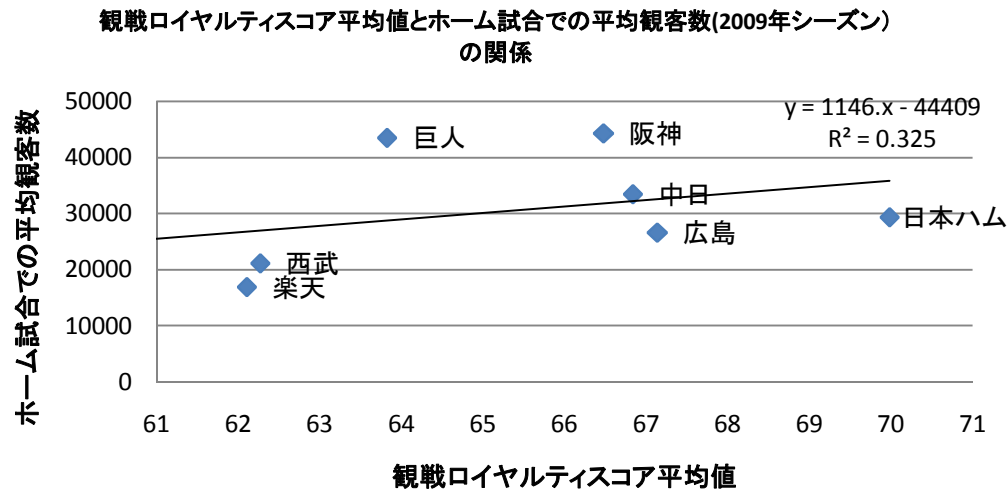
2.各球団の構成概念のスコア平均値（総合満足度スコアの上位7球団）のレーダーチャート



2つの球団のスコア平均値の差の検定:
5.0%最小有意差(l.s.d)の目安
 $l.s.d = 1.96 * \sqrt{2 * 15.0^2 / 120} = 3.80$
ただし、スコアが正規分布に従い、各球団からのサンプリングが独立で、それぞれのサンプル数はn=120、標準偏差はσ=15.0とした場合の値である。

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。

3. 各球団の応援ロイヤリティスコアと平均値とホーム球場での平均観客数



注：回帰式の推定は、12球団のデータを用いて行っている。上記の散布図は、応援ロイヤリティスコア平均値上位7球団のみを示している。

モデル集計

R	R2 乗	調整済み R2 乗	推定値の標準誤
0.5699	0.3248	0.2573	8519.0651

分散分析

	平方和	自由度	平均平方	F 値	有意確率
回帰	349167025.50	1	349167025.50	4.8112	0.0530
残差	725744701.42	10	72574470.14		
全体	1074911726.92	11			

係数

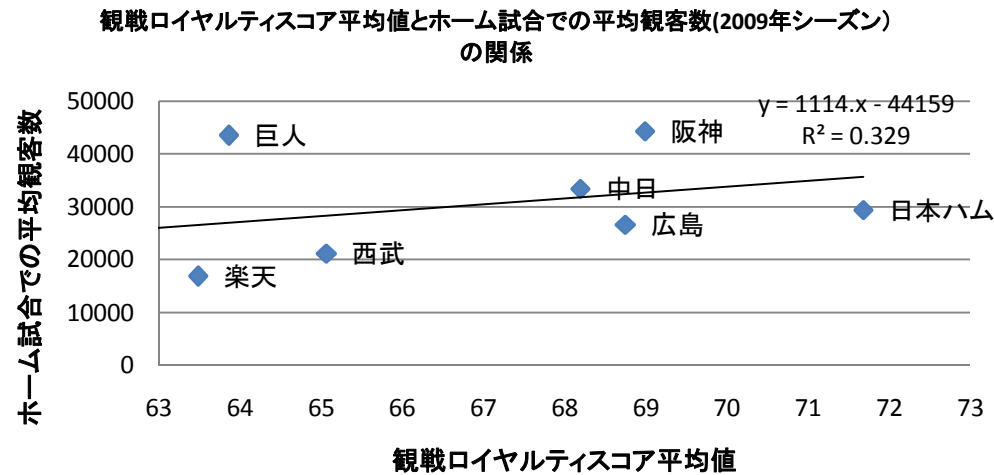
	非標準化係数 B	標準誤差	標準化係数 β	t	有意確率
(定数)	-44409.0217	32535.3962		-1.3649	0.2022
応援ロイヤリティスコア	1146.0953	522.5118	0.5699	2.1934	0.0530

●各球団の応援ロイヤリティスコア平均値と2009年シーズンのホーム球場での平均観客数との関連性については、上記の単回帰分析より、有意確率は0.053で僅かに5.0%有意ではないが、その正の関連性を示唆している。

●応援ロイヤリティスコアは、総合満足度スコアと比較して、平均観客数との関連度が高い。

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、ロイヤリティの指数化』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。

4. 各球団の観戦ロイヤルティスコア平均値とホーム球場での平均観客数



注：回帰式の推定は、12球団のデータを用いて行っている。上記の散布図は、観戦ロイヤルティスコア平均値上位7球団のみを示している。

モデル集計

R	R2 乗	調整済み R2 乗	推定値の標準誤
0.5739	0.3294	0.2623	8490.3710

分散分析

	平方和	自由度	平均平方	F 値	有意確率
回帰	354047733.64	1	354047733.64	4.9114	0.0510
残差	720863993.27	10	72086399.33		
全体	1074911726.92	11			

係数

	非標準化係数 B	標準誤差	標準化係数 β	t	有意確率
(定数)	-44158.5184	32090.1127		-1.3761	0.1988
観客ロイヤルティスコア	1113.6616	502.5150	0.5739	2.2162	0.0510

- 各球団の観戦ロイヤルティスコア平均値と2009年シーズンのホーム球場での平均観客数との関連性については、上記の単回帰分析より、有意確率は0.051で僅かに5.0%有意ではないが、その正の関連性を示唆している。
- 観戦ロイヤルティスコアは、総合満足度スコアと比較して、平均観客数との関連度が高い。

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。