

1. 『経験価値』の構成概念スコア

(1) 総合経験価値スコア

2010年1月下旬調査

順位	球団名	平均点	標準偏差
1位	日ハム	65.37	19.43
2位	阪神	63.71	21.09
3位	広島	62.52	21.24
4位	中日	59.36	17.85
5位	巨人	58.46	19.76
6位	西武	57.90	18.61
7位		57.55	21.04
8位		55.13	19.65
9位		54.49	19.11
10位		52.69	14.51
11位		50.43	18.22
12位		49.85	18.04
全体		57.41	19.70

(2) 経験1スコア (Sense·Feel·Think·Act)

2010年1月下旬調査

順位	球団名	平均点	標準偏差
1位	日ハム	74.13	16.45
2位	阪神	73.04	19.22
3位	広島	72.04	20.21
4位	中日	67.94	15.89
5位	巨人	66.03	16.80
6位	楽天	64.66	19.34
7位		63.98	18.06
8位		63.31	17.93
9位		62.74	17.66
10位		59.93	14.52
11位		58.85	17.33
12位		56.28	17.59
全体		65.37	18.44

(3) 経験2 (Act·Relate)

2010年1月下旬調査

順位	球団名	平均点	標準偏差
1位	日ハム	62.54	21.41
2位	阪神	60.70	22.93
3位	広島	59.44	22.72
4位	中日	56.59	19.90
5位	巨人	56.02	21.58
6位	西武	55.93	19.76
7位		55.25	22.85
8位		52.68	21.41
9位		51.64	20.68
10位		50.36	16.56
11位		48.54	19.66
12位		46.94	19.63
全体		54.84	21.31

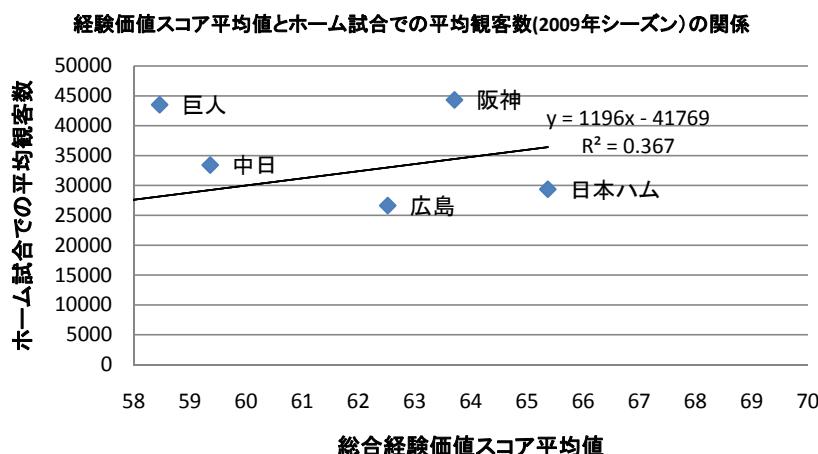
2つの球団のスコア平均値の差の検定：5.0%最小有意差(l.s.d)の目安

$$l.s.d = 1.96 * \sqrt{2 * 20.0^2 / 120} = 5.06$$

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=20.0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。

2. 総合経験価値スコア平均と平均観客数の関係



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、総合経験価値スコア平均値上位5球団のみを示している。

モデル集計

R	R ² 乗	調整済み R ² 乗	推定値の標準誤差
0.6061	0.3673	0.3041	8246.4855

分散分析

	平方和	自由度	平均平方	F 値	有意確率
回帰	394866499.13	1	394866499.13	5.80647408	0.0367
残差	680045227.78	10	68004522.78		
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)	-41768.5120	28534.8216		-1.4638	0.1740
総合経験価値 スコア平均値	1196.0480	496.3549	0.6061	2.4097	0.0367

- 各球団の総合経験価値スコア平均値と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0.0367で5.0%有意であり、その正の関連性を示唆している。
- 総合経験価値スコアは、総合満足度スコア、応援ロイヤルティ、観戦ロイヤルティと比較して、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。