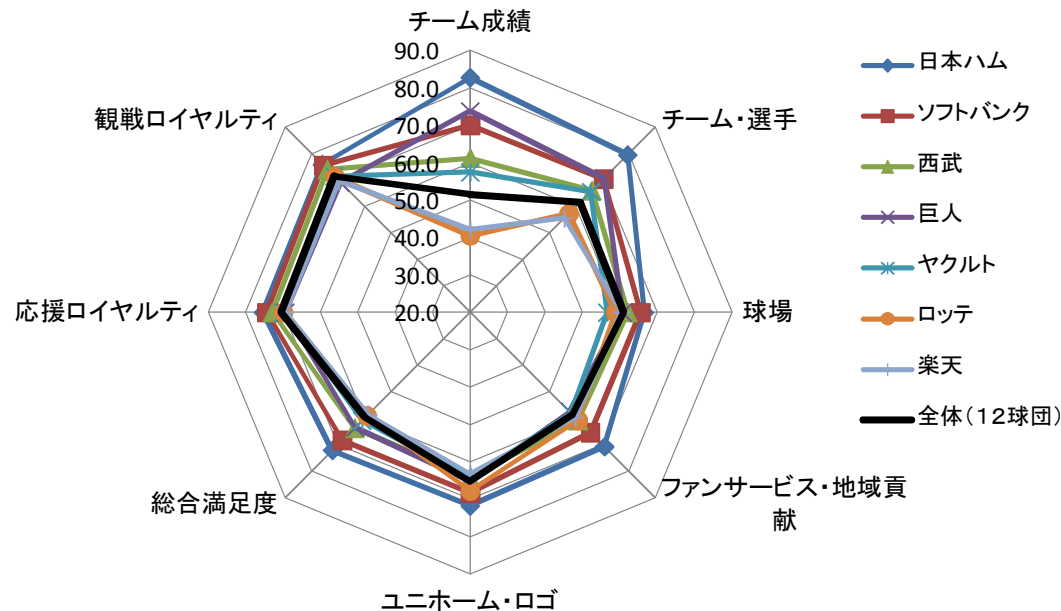


構成概念スコア

1.各球団の構成概念のスコア平均値

球団	総合満足度	チーム成績	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
日本ハム	72.12	82.77	79.57	66.56	70.76	71.71	75.35	75.96
ソフトバンク	68.33	70.07	70.49	65.53	65.47	68.29	74.43	75.51
西武	63.66	61.22	66.01	62.13	60.75	64.17	72.84	74.04
巨人	63.50	73.81	70.68	60.79	57.62	65.16	69.41	69.08
ヤクルト	60.89	57.47	65.62	56.64	58.11	64.46	70.03	71.48
ロッテ	59.09	40.51	57.31	58.82	60.79	67.74	69.97	71.14
楽天	58.59	42.14	55.64	60.42	59.74	63.26	69.44	69.62
広島	58.00	33.61	57.05	68.60	60.19	67.87	73.21	74.71
中日	57.91	72.64	66.85	57.65	51.18	58.22	68.69	69.42
阪神	52.67	28.70	50.41	58.42	52.50	68.12	70.85	71.55
オリックス	50.42	25.15	47.04	59.24	55.35	61.57	64.92	66.04
横浜DeNA	48.81	21.24	47.16	53.62	51.73	57.61	65.05	66.29
全体(12球団)	59.81	51.50	61.50	61.00	58.74	65.15	70.60	71.44

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

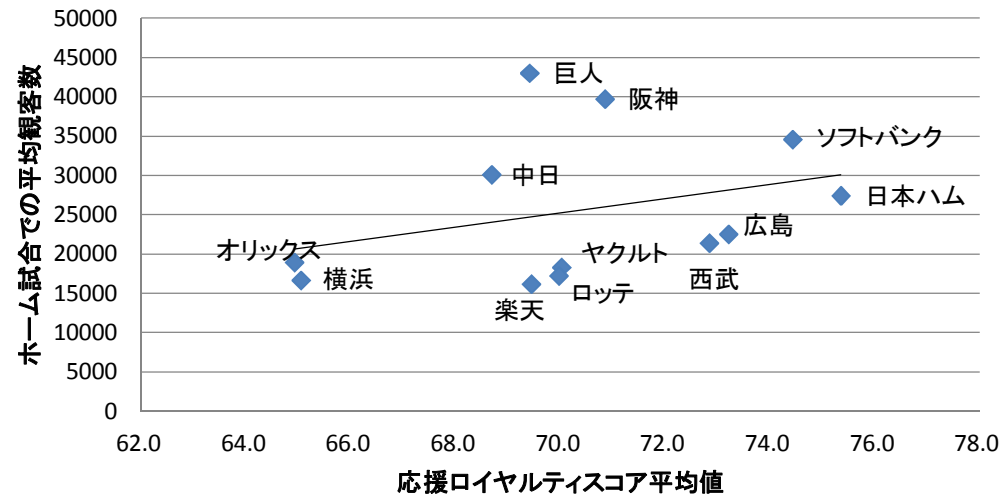
$$l.s.d = 1.96 * \sqrt{(2 * 15.0^2 / 120)} = 3.80$$

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、『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。

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

応援ロイヤリティスコア平均値とホーム試合での平均観客数(2012年シーズン)の関係



モデル集計

R	R2 乗	調整済み R2 乗	推定値の標準誤
0.3200	0.1020	0.0120	9337.5785

分散分析

	平方和	自由度	平均平方	F 値	有意確率
回帰	99131422.39	1	99131422.39	1.1370	0.3110
残差	871903719.86	10	87190371.99		
全体	971035142.25	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)	-38865.4500	60437.9760		-0.6430	0.5350
応援ロイヤリティスコア	915.1340	858.2490	0.3200	1.0660	0.3110

●各球団の応援ロイヤリティスコア平均値と2012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0.311で僅かに5.0%有意ではない。

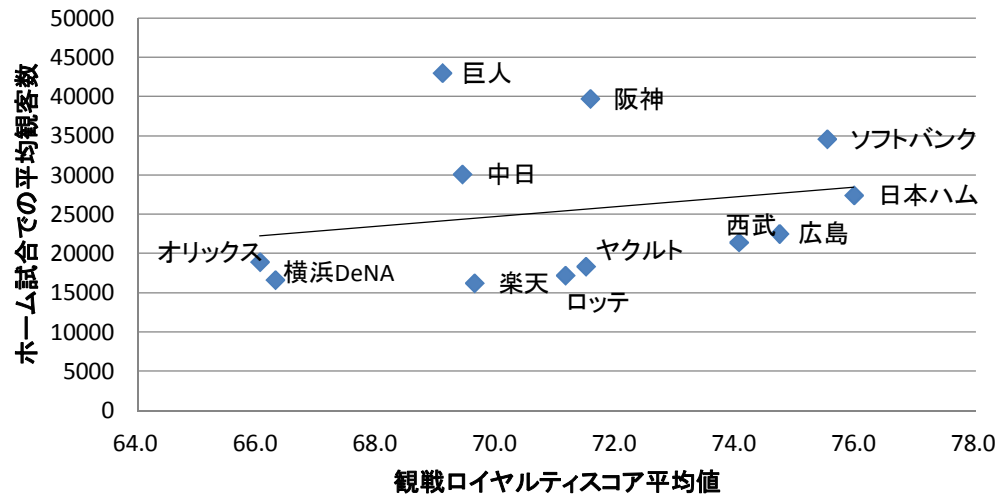
しかしながら、巨人と阪神について、他のチームの傾向からかなりの乖離がある。それらの外れ値の度合いを考慮すると、全体的にはその正の関連性があることを示唆している。

●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、『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。

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

観戦ロイヤルティスコア平均値とホーム試合での平均観客数(2012年シーズン)の関係



●各球団の観戦ロイヤルティスコア平均値と2012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0.479で5.0%有意ではない。

しかしながら、巨人と阪神について、他のチームの傾向からかなりの乖離がある。それらの外れ値の度合いを考慮すると、全体的にはその正の関連性があることを示唆している。

モデル集計

R	R2 乗	調整済み R2 乗	推定値の標準誤
0.2260	0.0510	0.0000	9598.0433

分散分析

	平方和	自由度	平均平方	F 値	有意確率
回帰	49810782.46	1	49810782.46	0.5410	0.4790
残差	921224359.80	10	92122435.98		
全体	971035142.25	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)	-19793.1240	61677.7560		-0.3210	0.7550
観客ロイヤルティスコア	636.0420	864.9810	0.2260	0.7350	0.4790

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。