

地域スポーツイベントにおけるプログラムの満足度に関する研究 —小学生を対象にしたレクリエーション・スポーツプログラムの事例—

○鈴木 祐志（大阪体育大学大学院） 松永 敬子（大阪体育大学）
井澤 悠樹（大阪体育大学大学院）

地域スポーツイベント レクリエーション・スポーツプログラム 満足度

1. 緒言

スポーツイベントとは、「スポーツの競技力の発揮や普及・交流、および興行を目的に開催される大会や行事」（スポーツ白書 2006）とされている。スポーツイベントには、国際的なイベントからローカルなイベントまで様々な形で行われている。国際的なスポーツイベントは、オリンピックやワールドカップなどがメガスportsイベントとして注目を集めており、さらにスポーツビジネスとしても成立している。一方で、地域におけるスポーツイベントは、スポーツだけでなく、レクリエーションやニュースポーツなども取り入れ、地域住民の健康増進やクオリティ・オブ・ライフの向上や、スポーツ及びレクリエーションの普及・振興の役割を担っている。また、イベント開催の地盤整備による地域経済への波及効果やスポーツイベントの参加者集客による経済効果が注目され、地域活性化と強い関わりを持つようになってきている。さらに、地域スポーツイベントの開催による人材育成や地域コミュニティの形成、子どもの基礎体力づくりなど青少年の健全育成への効果も期待される。最近では、大学においても地域貢献などを目的とした活動が行われている。そのような中、大阪体育大学生涯スポーツ学科スポーツマネジメントコースの松永研究室でも、ゼミ活動として地域貢献プログラムを地元の町とタイアップして行っている。

継続的にイベントを開催するにあたり、参加者の満足度に目を向けることは非常に重要である。ヘスケットら（1994, 1998）は企業に様々な利益をもたらす価値連鎖を起こす根幹となるものが、顧客満足であるという主張を繰り返していた。特に著名な研究結果として知られているのが、顧客満足とロイヤルティの関連性に注目したゼロックス社の事例である。ゼロックス社の製品とサービスに対する満足度調査を実施し、最高5点から最低1点までの5段階尺度で月に4万人もの顧客から回答を求め、分析を進めたところ、「5. 非常に満足」と評価した顧客と、「4. 満足」と評価した顧客とでは、最購買率が6倍も異なることが明らかになったのである。つまり、同じ「満足」という結果であっても、「4. 満足」と「5. 非常に満足」の両者では、企業にもたらす利益は大きく異なり、顧客の満足度を、いかに「5. 非常に満足」に引き上げる戦略が重要化を示唆したものといえる。この研究は、スポーツイベントにも置き換えることができ、本研究においても地域スポーツイベントでの実践を試みた。今回の調査は、「子どもゆめ基金」の助成事業として2003年からA町と大阪体育大学の共催事業として行っていたイベントが「子どもゆめ基金」がなくなり、2005年からリニューアルされたイベントで、今後のイベント継続のためにもリニューアル後の第1回目が重要であることをふまえて研究を進めた。

2. 目的

本研究では、ヘスケットらの研究によって得られた知見に基づき、事例研究として地域

スポーツイベントにおいて、特に「5. 非常に満足」と回答している参加者の保護者の満足度を中心にイベントの事前・事後調査の比較分析を進めることにより、今後の地域スポーツイベントの継続のために、より充実したプログラムを提供するための基礎的資料を得ることを目的とする。

3. 研究方法

本研究では、A町で行われた、小学1年生から6年生を対象とした地域スポーツイベントに参加した子どもの保護者を対象に、2005年8月8日のイベント初日に留置法(手渡し)による事前調査、また最終日の8月12日に事後調査の質問紙を配布し、後日研究室に郵送するという郵送法による質問紙調査を実施した。回収率は、事前調査が保護者回収数(率)53部(83%)、事後調査が保護者回収数(率)41部(64%)であった。

4. 結果及び考察

本研究は、子どもの地域スポーツイベントなどの参加について最終的に決断を下す保護者に調査を行った。

表1はイベントに参加した子どもの保護者の事前調査(以下、事前)と事後調査(以下、事後)の特性を示したものである。性別は、全体的に母親である女性の割合が多くを占めた。また、イベントでは、1・2年生をAコース、3・4・5・6年生をBコースとして実施したが、地域のスポーツ活動が多くなる5、6年生の参加が少ないイベントであるため低学年の保護者の割合が高いことが推察される。

		事前		事後	
		(n=53)		(n=41)	
性別	男性	1.9	7.3		
	女性	96.2	92.7		
年齢	20代	3.8	4.9		
	30~34歳	15.1	14.6		
	35~39歳	30.2	34.1		
	40~44歳	30.2	24.4		
	45歳以上	5.6	9.7		

表2は、プログラム効果に対する事前の期待度・事後の満足度に対して、「5. 非常に期待・満足」、「4. やや期待・満足」と回答した保護者の割合を示したものである。その結果、事前調査におけるプログラムへの期待度は、すべての項目において非常に高いことがわかる。事後調査でも、全体的にみると満足度は非常に高い。しかし、先行研究でも指摘されているように、同じ満足でも「4. やや満足」という回答者は最購買率の割合が低いという点に注目し、「5. 非常に満足」と回答している対象者に焦点を当て、さらに分析を深めることにより、より満足できるプログラム内容を展開する必要がある。

尚、発表当日は結果及び考察のより詳しい報告を行う。

表2 プログラム効果に対する期待度・満足度 (%)

	事前調査		事後調査	
	(n=48)		(n=38)	
	5. 非常に期待する	4. やや期待する	5. 非常に満足	4. やや満足
新しいできる・できた	35.3	47.1	26.3	34.2
協調性を身に付ける・できた	35.6	41.1	20.5	33.3
積極性を身に付ける・できた	44.0	41.8	25.6	43.6
礼儀作法を身に付ける・できた	47.1	37.1	7.7	20.5
忍耐力を身に付ける・できた	49.0	37.1	15.4	25.6
運動不足の解消・できた	62.3	32.1	58.5	31.7
運動能力を高める・できた	50.3	32.0	30.8	30.8
同世代とのふれあい・できた	60.7	31.5	56.4	35.9
他世代(リーダー)とのふれあい・できた	77.0	20.7	94.2	5.1

※事前調査「1. 全く期待しない」から「5. 非常に期待する」、事後調査「1. 非常に不満」から「非常に満足」までの5段階尺度を用いて、今回は「4. やや期待する」「非常に期待する」「4. やや満足」「非常に満足」を表記。