

民間スポーツクラブにおけるプログラムサービスの進化

— とくに、off-siteプログラムとしてのイベントに注目して—

- 松永敬子 (大阪体育大学スポーツ産業特別講座)
原田宗彦 (大阪体育大学)

民間スポーツクラブ off-siteプログラム

1. 序論

わが国の民間スポーツクラブは、1980年代後半から急激に増え続け、1993年現在で全国に1,600近くの施設が営業を行っている。その背景としては、急速な高齢化社会の到来を控え、健康に危機感を持ち、危険因子 (risk factor) の減少を図ろうと努力する人が増えたことや、余暇時間の増大に伴うスポーツ活動への参加の増大や生活意識の変化、そして、国民所得の向上などが原因であると考えられる。しかしながら、日本経済のバブル崩壊と時期を同じくして、民間スポーツクラブは1993年に、初めて対前年比4.8%のマイナス成長となり、倒産・閉鎖が相次いだ。現在、成長期から成熟期を迎えたスポーツクラブにおいて、今後の発展に向けての新しい経営ビジョンや方向性を打ち出す転換期を迎えている。

本研究は、会員のニーズにあったプログラムサービスの提供という視点から、進化を見せているoff-siteプログラムに注目した。本研究では、そのoff-siteプログラムの中でも、これまでにあまり研究として取り上げられなかった民間スポーツクラブの「イベント」に焦点をあてた。湯澤(1992)によれば、イベントとは、参加者と共存・共感の場をもつことにより、送り手である主催者のメッセージを受け手となる参加者に伝達するための有効なコミュニケーション手段である。したがって、民間スポーツクラブの会員定着に直接結びつくon-siteプログラムの改善や開発はもちろんであるが、プログラムサービスの進化として、off-siteプログラムである民間スポーツクラブ内の「イベント」の持つ利点を今後の民間スポーツクラブに活かすことは、民間スポーツクラブの発展、会員定着に大きな役割を果たすものと考えられる。そこで、本研究は、現在、民間スポーツクラブで開催されているイベントの目的や内容の現状を把握することにより、今後のスポーツクラブにおけるイベント戦略のあり方を検討することを目的とした。

2. 研究方法

本研究における調査は、近畿2府4県にある民間スポーツクラブ(238施設)の支配人クラスまたはイベント運営・計画に詳しいスタッフを対象に、1993年12月6日～12月21日にかけて郵送法による質問紙調査を実施した。そして、回収率を上げるためにフォローアップの手紙を後日送付した。その結果、有効回収標本数は88部、回収率は39.1%であった。さらに、二次的データとして、回答のあった民間スポーツクラブに対してインタビュー調査を行った。

3. 結果と考察

(1) イベント開催の有無

民間スポーツクラブ88施設中、イベントを開催しているクラブは74施設、開催していないクラブは14施設であった。この結果から、多くのスポーツクラブがイベントによる効果を期待していることが明らかになった。それとは対象的に、イベントの必要性に疑問を持ったり、会員制のスポーツクラブではなく、スナックやラウンジのメンバーの特典として無料で利用できるスポーツクラブ、またホテルの宿泊客を主なターゲットとしたスポーツクラブなどは、イベントを開催しない傾向にあった。

(2) クラブ経営について

表1は、クラブ経営にあたり、主に重視している項目をイベント開催の有無別に示したものである。イベント開催の有無にかかわらず、高い数値を示しているのが、サービスの向上である。ここで、数値に大きな違いがみられるのは、イベント開催クラブでは、会員獲得・定着を最も重視しており、23.0%と高い数値を示しているにもかかわらず、イベント不開催クラブでは、8.3%と低い数値を示している点である。つまり、イベント開催クラブでは、イベントを明らかに会員獲得・定着の材料として活用していることが分かる。

(3) イベントの種類

民間スポーツクラブのイベントの種類は、①パーティー②スポーツ大会③ツアー④短期体験教室⑤その他（上記に該当しないイベント）と、大きく5つに分類することができる。5つに分類したイベントの種類及び、その他のイベントの中で、代表的なものなどの詳細は、発表当日に資料を配布するが、全体的に、四季に応じたものが企画・立案され、各年齢層のニーズに応えることのできるものが開催されている。また、その目的として子供向けのイベントには団体行動の育成が中心であったが、会員相互の親睦を深めるためやスタッフとの交流を図るために行われているものが全体的に多くみられた。そして、イベントの総費用は、かなりの額になる場合もあるが、それに対してクラブ自体の収入を求めないというものが多かった。よって、スポーツクラブのイベントは全体的に、あくまでも会員へのサービスの一環として行われているケースが多いということが明らかになった。

表1 クラブ経営にあたり主に重視していること

	イベント開催 (n=74)	イベント不開催 (n=12)
会員獲得・定着	23.0 %	8.3
サービス向上	20.3	33.4
インストラクターの質の向上	9.5	0.0
会員との親睦・交流	9.5	8.3
ゆとりある施設	8.1	8.3
プログラムの提供	8.1	0.0
会員の満足度	6.8	16.7
会員のニーズに答える	5.3	16.7
清潔感	5.3	8.3
安全管理	4.1	0.0
計	100.0	100.0