

研究ノート

公共スポーツ施設の指定管理者に新たな団体が加わったことによる 利用者のサービス評価と満足度の変化について

○福田 一儀*1 住田 健*2 岡崎 祐介*3

キーワード：公共スポーツ施設、指定管理者制度、利用者満足度

1. 緒言

2003年9月に地方自治法が改正され、公共施設における指定管理者制度がスタートした。その後3年間の移行期間を経て2006年度より民間企業やNPO法人などによる公共施設の指定管理が完全施行されるにいたっている。指定管理者制度は、「公共施設の管理運営に民間事業者のノウハウを導入し、利用者の増大、満足度の向上さらには自治体経費の削減を目指す」（間野、2011）¹⁾ことが目的である。

総務省（2012）が行った「公の指定管理者制度の導入状況に関する調査結果」²⁾によると、指定管理者制度を導入している公共施設数は73,476施設にのぼり、そのうち「レクリエーション・スポーツ施設」は14,602施設を占めている。指定管理を受けている団体の内訳は、一般社団法人等の「特例民法法人」が4,692施設（32.1%）と最も多く、次いで、「株式会社等」4,191施設（28.7%）、「地縁による団体」1,308施設（9.0%）、「NPO法人」1,135施設（7.8%）と続いている。2007年発表の同調査³⁾では、「株式会社等」が2,871施設（25.3%）、「NPO」法人が360施設（3.2%）であり、施設数的にも比率的にも上昇しており、民間の株式会社やNPO法人を有するスポーツNPO等も公共施設の運営に多くかかわってきており、民間事業者のノウハウの導入は年を追って活発になってきているといえる。

文部科学省が1969年から5～6年おきに全国全

数調査として実施している「平成20年（2008）度 体育・スポーツ施設現況調査」⁴⁾によると、日本のスポーツ施設は、222,533施設あり、「学校体育・スポーツ施設」が136,276施設（61.2%）で最も多く、次いで「公共スポーツ施設」で53,732施設（24.1%）である。このように生涯スポーツを支える上で、特に「するスポーツ」の拠点として公共スポーツ施設の役割は大きいといえる。今回の調査・研究対象の神戸市の中核スポーツ施設の一つである中央体育館は、「するスポーツ」の拠点として神戸市では欠かせない存在となっている。また、中央体育館のメインアリーナは2,200名を超える観客席を有し、バスケットボールNBLやフットサルFリーグの公式試合も行われ「見るスポーツ」の神戸市内の拠点にもなっている。

兵庫県神戸市は、円滑な制度導入及び適切な運用に資するため、2004年3月に「公の施設の指定管理者制度運用指針」⁵⁾を策定し、民間ノウハウの活用と競争原理の導入により市民サービスの向上等を図ることを目的として、原則公募により指定管理者制度の導入を進めてきた。今回の調査・研究対象の神戸市の中核スポーツ施設の一つである「神戸市立中央体育館（以下 中央体育館）」は、2006年4月より指定管理者制度が導入され、4年を一期間として、2014年度より三期目の指定管理者制度に基づく運営となる。二期目の指定管理者は公益財団法人「神戸市スポーツ教育協会」

*1 神戸市スポーツ教育協会

*2 オタゴ大学

*3 至誠館大学 ライフデザイン学部

（以下 スポーツ協会）であったが、三期目の指定管理者の選定にあたり、公益財団法人であるスポーツ協会に加え、民間の組織であり、日本の大手スポーツメーカーで神戸市に本社を置く、株式会社「アシックス」（以下 アシックス）を共同事業体として迎え、更なるサービスの向上を提案書に加え、三期目の指定管理者の指名を受けた。

これまで、公共スポーツ施設の指定管理者制度に関する研究は、間野（2010）⁶⁾ や松井ら（2006）⁷⁾ による「制度の導入の現状把握」や菊池（2006）⁸⁾ や八木（2006）⁹⁾ による「事例紹介」、富山ら（2007）¹⁰⁾、間野ら（2009）¹¹⁾ による「利用者の満足度の研究」など、制度の導入による変化や事象を研究したものは行われているものの、指定管理の更新により、指定管理者が変わったことによる利用者の満足度の変化に対する研究はあまり見られない。そこで本研究は、新しく共同事業体としてアシックスが加わった2014年度の利用者満足度とその前年度の利用者満足度を比較し、新たな事業者が指定管理者に加わったことが利用者満足度に影響を与えたのかを実証的に調査し研究することとした。

2. 研究方法

2-1. 調査項目の検討

スポーツ施設利用者のサービス評価と満足度を測定するために、調査項目が検討された。スポーツ消費者を対象に行われた先行研究では、消費者のサービスに対する評価と満足度は分けて測定することが推奨されている(Yoshida & Yoshida, 2010)¹²⁾。それは、サービス評価は消費者の認知 (cognitive) に関わることであり、満足度は認知よりも情動 (affective) と関わっていることが理論的に指摘され、多くの調査で実証されている(Oliver, 1993)¹³⁾。これらの先行研究の指摘に従い、本研究においても、スポーツ施設が評価されるべき個々のサービス要素と総合的な満足度を区別して測定する項目を検討することとした。測定されたサービス

項目は以下の通りである。全てのサービス評価項目は5段階のリッカートスケールで測定された。

- スポーツ施設の運営に関する項目：営業時間、使用料金
- スポーツ施設の設備に関する項目：休憩室、トイレ、更衣室、シャワールーム
- スポーツ施設の外観や内観に関する項目：清潔さ、設備の充実
- スポーツ施設の利用者に関する項目：利用者との交流、利用者のマナー
- その他に関する項目：施設のスタッフ、施設案内、抽選

以上の個々のサービス評価項目に加え、総合的な満足度を1項目の5段階尺度（1非常に不満足である～5非常に満足である）で測定した。付記しておく、本研究はサービス評価と満足度に関する研究への理論的貢献より、今後のスポーツ施設運営への実践的貢献を目的としたため、全てのサービス評価項目は潜在変数と測定するのではなく、個々の観測変数として扱うこととした。利用者のサービス評価と満足度に加えて、利用者の性別、年齢、利用年数、利用の形態（団体利用、教室利用、個人利用）を調査した。

平成26年度より、本研究の対象となった体育館では老朽化したトレーニングマシンを一新した。この新しいトレーニングマシンについての評価を調べるために、トレーニングルームの個人利用者には上記の13項目と満足度に加えて新しく導入したトレーニングマシンの評価も質問した。

2-2. 調査方法

データ収集は中央体育館で行われた。中央体育館利用者に直接質問用紙を配布する方法を採用した。中央体育館の利用者は主に団体利用者、教室利用者、個人利用者の3つに区別できる。団体利用の利用者には、調査員が各団体の責任者に人数分の質問用紙を直接配

布し、質問用紙を受け取った代表者が回収し終わった後、調査員に返却した。教室利用の利用者に関しては、調査員が教室開催時に調査用紙を手渡し、その場で回答してもらった。トレーニングルームの個人利用者には、トレーニングルームが開いている時間帯に調査用紙を直接配布し、回答を終えたその場で回収する訪問留置法が用いられた。

本研究のデータ収集は縦断的に平成25年と26年に行われた。平成25年度の調査においては757部を配布、その内514部を回収した(回収率67.9%)。平成26年度の調査においては928部を配布、その内454部を回収した(回収率48.9%)。分析に用いたデータ数は双方合わせ964部であった。

2-3. データ分析

分析のデザインとしては、平成25年度の利用者と26年度の利用者の個々のサービス評価と満足度を全

体、団体利用者別、教室利用者別、そして個人利用者別に比較することとした。個別に比較する前に、上位検定として多変量分散分析(以下、MANOVA)を行った。MANOVAを行った理由として、Hairら¹⁴⁾によれば近年心理学の分野においては、t検定を繰り返すことにより偽陽性(false positive)の発生確率が高くなるということが指摘されている。つまり、t検定や単純な分散分析(ANOVA)を繰り返すことによって、採択されるべき帰無仮説までも棄却されてしまう可能性が高くなるということである(第1種の過誤)。本研究の分析では最初に上位検定としてMANOVAを行うことで多面的な視点から評価をすることが可能になり、偽陽性の発生について何らかの手段を講じられることが期待された。よってMANOVAを行った後、個々のサービス評価項目と満足度に関してt検定を行う方法を採用した。

表1. 回答者の特性

	団体利用者		教室利用者		個人利用者		全体	
	平成25年度	平成26年度	平成25年度	平成26年度	平成25年度	平成26年度	平成25年度	平成26年度
性別								
男性	77 (43.0%)	72 (42.4%)	54 (27.6%)	38 (29.2%)	43 (43.4%)	31 (36.9%)	174 (36.5%)	153 (37.1%)
女性	102 (57.0%)	98 (57.6%)	142 (72.4%)	92 (70.8%)	56 (56.5%)	53 (63.1%)	303 (63.5%)	259 (62.9%)
年齢								
10代	18 (10.1%)	6 (3.4%)	5 (2.6%)	0 (0.0%)	6 (6.1%)	2 (2.4%)	29 (6.25)	9 (2.2%)
20代	14 (7.8%)	21 (11.9%)	8 (4.2%)	3 (2.4%)	9 (9.2%)	7 (8.5%)	31 (6.6%)	32 (7.8%)
30代	17 (9.5%)	9 (5.1%)	29 (15.3%)	23 (18.5%)	17 (17.3%)	8 (9.8%)	63 (13.4%)	41 (10.0%)
40代	14 (7.8%)	12 (6.8%)	31 (16.4%)	21 (16.9%)	11 (11.2%)	10 (12.2%)	56 (11.9%)	45 (10.9%)
50代	27 (15.1%)	23 (13.1%)	31 (16.4%)	15 (12.1%)	13 (13.3%)	12 (14.6%)	71 (15.1%)	53 (12.9%)
60代	61 (34.1%)	60 (34.1%)	49 (25.9%)	37 (29.8%)	25 (25.5%)	29 (35.4%)	138 (29.4%)	138 (33.6%)
70代	28 (15.6%)	41 (23.3%)	33 (17.5%)	24 (19.4%)	14 (14.3%)	11 (13.4%)	75 (16.0%)	84 (20.4%)
80代	0 (0.0%)	4 (2.3%)	3 (1.6%)	1 (0.8%)	3 (3.1%)	3 (3.7%)	6 (1.3%)	9 (2.2%)
利用頻度								
ほぼ毎日	1 (0.5%)	2 (1.1%)	2 (1.0%)	1 (0.7%)	7 (6.7%)	5 (5.4%)	11 (2.2%)	9 (2.0%)
週に4~5日	0 (0.0%)	2 (1.1%)	4 (2.0%)	2 (1.4%)	24 (23.1%)	25 (26.9%)	28 (5.5%)	31 (6.9%)
週に2~3日	55 (28.5%)	44 (23.4%)	18 (8.8%)	5 (3.6%)	49 (47.1%)	39 (41.9%)	123 (24.4%)	102 (22.7%)
週に1日	83 (43.0%)	83 (44.1%)	172 (83.9%)	127 (91.4%)	14 (13.5%)	18 (19.4%)	269 (53.3%)	238 (52.9%)
2週間に1日	15 (7.8%)	24 (12.8%)	4 (2.0%)	2 (1.4%)	4 (3.8%)	4 (4.3%)	23 (4.6%)	31 (6.9%)
月に1日程度	30 (15.5%)	14 (7.4%)	2 (1.0%)	2 (1.4%)	6 (5.8%)	1 (1.1%)	39 (7.7%)	17 (3.8%)
3ヶ月に1日程度	4 (2.1%)	5 (2.7%)	1 (0.5%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (1.1%)	5 (1.0%)	8 (1.8%)
年に数日程度	5 (2.6%)	14 (7.4%)	2 (1.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	7 (1.4%)	14 (3.1%)
利用期間								
1ヶ月未満	2 (1.1%)	2 (1.1%)	19 (9.4%)	3 (2.2%)	5 (4.8%)	2 (2.2%)	26 (5.3%)	9 (2.0%)
1ヶ月~半年未満	10 (5.5%)	6 (3.2%)	21 (10.3%)	22 (15.8%)	27 (25.7%)	16 (17.4%)	59 (12.0%)	46 (10.3%)
半年~1年未満	9 (4.9%)	6 (3.2%)	24 (11.8%)	23 (16.5%)	16 (15.2%)	14 (15.2%)	49 (9.6%)	45 (10.1%)
1年~2年未満	18 (9.9%)	8 (4.3%)	28 (13.8%)	15 (10.8%)	15 (14.3%)	10 (10.9%)	61 (12.4%)	36 (8.1%)
2年~5年未満	34 (18.7%)	25 (13.3%)	56 (27.6%)	26 (18.7%)	28 (26.7%)	26 (28.3%)	119 (24.1%)	84 (18.8%)
5年~10年未満	36 (18.5%)	47 (25.0%)	31 (15.3%)	22 (15.8%)	13 (12.4%)	17 (18.5%)	80 (16.2%)	94 (21.0%)
10年以上	73 (40.1%)	94 (50.0%)	24 (11.8%)	28 (20.1%)	1 (1.0%)	7 (7.6%)	99 (20.1%)	133 (29.8%)

3. 結果

3-1. 回答者の特性

表1は回答者の特性を、団体利用者別、教室利用者別、個人利用者別、そして全対象者分を示している。まず、中央体育館の利用者は女性の方が多い。年齢層では、どの年代層にも利用されているが、60代の利用者が一番目立つ。利用頻度では、団体利用者別と教室利用者別では週1回の頻度で利用している回答者が多く、個人利用者別では週に2～3日と他の利用者群より頻繁に利用していることがわかった

3-2. 年度比較

3-2-1. 全体の年度比較

全体として、25年度と比較して26年度のデータの平均点が低くなっている。統計的有意差が認められたサービス評価項目は、利用料金、トイレ、施設の清潔さの3項目であった。これらのサービス評価項目のすべてにおいて、26年度の値が下がってしまう結果となった。全体として、これまでやってきた運営が利用者には肯定的には評価されていない箇所があることが明らかになった。この問題への解決に求められる今後の研究課題に関しては考察において述べることとする。満足度に関しては、統計的有意差は認められなかった。（表2. 参照）

表2. 利用者全体の年度比較結果

	平成25年度		平成26年度		<i>t</i>	<i>p</i>
	Mean	SD	Mean	SD		
営業時間	4.29	0.757	4.26	0.782	0.594	0.553
利用料金	4.10	0.840	4.02	0.978	2.561	0.011
館内の休憩スペース	3.76	0.978	3.67	1.007	1.419	0.156
館内のトイレ	4.04	0.851	3.89	0.902	2.591	0.010
館内の更衣室	3.87	0.912	3.80	0.920	1.184	0.237
館内のシャワー	3.78	0.901	3.66	0.930	1.876	0.061
館内の清潔さ	4.12	0.777	4.01	0.777	2.071	0.039
スポーツ設備・備品	3.90	0.852	3.88	0.856	0.387	0.699
情報提供	3.84	0.823	3.85	0.748	0.123	0.902
利用者との交流	3.84	0.783	3.81	0.782	0.538	0.591
利用者のマナー	3.71	0.921	3.71	0.868	0.055	0.956
館内スタッフの対応	4.29	0.741	4.28	0.762	0.114	0.909
予約および抽選	3.71	0.967	3.62	0.981	1.335	0.182
満足度	4.13	0.718	4.04	0.700	1.756	0.079

表3. 団体利用者別年度比較結果

	平成25年度		平成26年度		<i>t</i>	<i>p</i>
	Mean	SD	Mean	SD		
営業時間	4.30	0.763	4.13	0.770	1.995	0.047
利用料金	3.90	0.842	3.63	1.030	2.668	0.008
館内の休憩スペース	3.69	0.968	3.48	0.978	2.068	0.039
館内のトイレ	4.10	0.765	3.79	0.855	3.542	0.000
館内の更衣室	3.97	0.775	3.83	0.817	1.584	0.114
館内のシャワー	3.82	0.810	3.67	0.866	1.655	0.099
館内の清潔さ	4.08	0.657	3.97	0.702	1.527	0.128
スポーツ設備・備品	3.85	0.758	3.74	0.851	1.366	0.173
情報提供	3.73	0.744	3.75	0.700	0.218	0.827
利用者との交流	3.79	0.751	3.71	0.717	1.003	0.316
利用者のマナー	3.63	0.876	3.62	0.802	0.062	0.950
館内スタッフの対応	4.17	0.750	4.16	0.747	0.156	0.876
予約および抽選	3.46	0.955	3.38	0.938	0.735	0.463
満足度	4.05	0.640	3.91	0.680	1.961	0.051

3-2-2. 団体利用別の年度比較

情報の項目を除き、全てのサービス評価項目において26年度の得点が下がる結果となった。その中でも営業時間、利用料金、休憩室、トイレのサービス項目において統計的有意差が認められた。これらの項目では統計的有意差が認められたものの、平成26年度の値が前年度の25年度よりも低くなっている。これは、団体利用の利用者は4つのサービス項目においては否定的に評価をしており、運営側には早急な対策が望まれる。早急な対策のための研究方法については、考察のセクションで述べることにする。満足度に関しては、となり統計的有意差は認められなかった。(表3. 参照)

3-2-3. 教室利用別の年度比較

どのサービス評価項目においても統計的な有意差はみられなかった。総合的満足度に関しても同様の結果であった。満足度においても、統計的有意差は認められなかった。(表4. 参照)

3-2-4. 個人利用別の年度比較

表5は、個人利用別の年度比較の結果を示したものである。営業時間の項目で統計的有意差が認められた。個人利用別に関しては、団体利用別とは異なり、営業時間は肯定的に評価されている。これは、トレーニングルームの営業時間が土曜日、日曜日は延長されたことが肯定的に評価されたと考えられる。しかし、週末

表4. 教室利用者別年度比較結果

	平成25年度		平成26年度		<i>t</i>	<i>p</i>
	Mean	SD	Mean	SD		
営業時間	4.39	0.709	4.61	0.624	2.195	0.029
利用料金	4.34	0.824	4.25	0.981	0.666	0.507
館内の休憩スペース	3.47	1.043	3.63	1.179	0.948	0.344
館内のトイレ	3.91	0.916	3.79	1.073	0.749	0.455
館内の更衣室	3.59	1.096	3.47	1.119	0.719	0.473
館内のシャワー	3.64	1.028	3.35	1.091	1.730	0.086
館内の清潔さ	4.08	0.865	4.03	0.886	0.425	0.672
スポーツ設備・備品	3.72	1.072	3.90	0.903	1.178	0.240
情報提供	3.91	0.944	4.03	0.772	0.899	0.370
利用者との交流	3.65	0.783	3.80	0.920	1.181	0.239
利用者のマナー	3.50	1.040	3.70	0.999	1.305	0.194
館内スタッフの対応	4.55	0.592	4.45	0.772	0.976	0.330
予約および抽選	3.67	0.932	3.56	1.167	0.647	0.518
トレーニングマシン	3.79	1.054	3.82	1.197	0.128	0.898
満足度	4.17	0.743	4.14	0.679	0.283	0.777

表5. 個人利用者別年度比較結果

	平成25年度		平成26年度		<i>t</i>	<i>p</i>
	Mean	SD	Mean	SD		
営業時間	4.23	0.770	4.18	0.824	0.477	0.633
利用料金	4.15	0.812	4.13	0.800	0.153	0.878
館内の休憩スペース	3.98	0.882	3.93	0.905	0.550	0.583
館内のトイレ	4.07	0.882	4.03	0.859	0.418	0.676
館内の更衣室	3.94	0.901	3.93	0.877	0.017	0.986
館内のシャワー	3.82	0.906	3.83	0.897	0.106	0.915
館内の清潔さ	4.17	0.833	4.05	0.843	1.290	0.198
スポーツ設備・備品	4.04	0.777	4.05	0.832	0.135	0.892
情報提供	3.91	0.816	3.90	0.817	0.140	0.889
利用者との交流	3.98	0.792	3.98	0.774	0.093	0.926
利用者のマナー	3.92	0.859	3.85	0.862	0.679	0.497
館内スタッフの対応	4.28	0.765	4.31	0.748	0.393	0.694
予約および抽選	3.95	0.938	3.91	0.846	0.343	0.732
満足度	4.18	0.763	4.10	0.730	0.964	0.336

の営業時間を延長したことを、利用者がどのように肯定的に評価し、その結果として得点が上がったかは分からないままである。利用者別に今回のサービス評価項目がどのように評価されているかという点を今後は調べていく必要があると思われる。満足度に関しては統計的有意差は認められなかった。平成26年度よりトレーニングマシンを一新したが、今回の調査ではトレーニングマシンの良い評価は、平均値は上昇したが統計的には認められなかった。

4. 考察

本研究の目的は、新しく共同事業体としてアシックスが加わった平成26年度における利用者のサービス評価と満足度を、その前年度と比較することで、新たな事業者が指定管理者に加わったことが利用者のサービス評価と満足度に影響を与えたのかを実証的に調査し研究することであった。指定管理者制度そのものは、導入がなされてから約12年が経つ制度であり特段に目新しい制度ではない。しかし、指定管理者は一定の期間で更新される制度であるがために、現在の指定管理者が継続して指定管理者となるには利用者のサービス評価と満足度を高めていくための運営は必須であろう。本研究では、公共スポーツ施設の運営において、最低限評価されるべき13項目を設定し、それに加えて総合的な満足度も測定した。個々のサービス評価が平成25年度と26年度の利用者にどれだけの評価がされているかという点を縦断的に数量化できたことは本研究の貢献である。

全体、団体利用者別、教室利用者別、個人利用者別において、平成26年度のサービス評価と満足度の得点は減少あるいは減少傾向にあった。得点が減少したことについては、運営側はその原因を突き止め、利用者が肯定的にサービスを評価し、満足してもらう対策を考えることは必須であろう。しかし、平成25年度と26年度の両年度のサービス評価と満足度得点を比較すると、全てのグループ（団体利用者別、教室利用

者別、個人利用者別）で平均点が4点（サービス評価、満足度ともに5段階で測定）であり、比較的高い得点を示していると思われる。つまり、中央体育館の利用者はすでに肯定的に個々のサービスを評価しており、十分に満足していたということも考えられる。本研究では、利用者のサービス評価と満足度の両方で比較的高い得点を示した。研究方法の観点から一つ指摘されるべき点は、サービス評価と満足度を5段階で測定したことであろう。スポーツマーケティングマネジメントの研究分野においては心理尺度を援用して消費者の特定製品・サービスに対する態度やスポンサー製品の認知度などを測定する試みが盛んに行われている。スポーツ消費者は特定のスポーツ製品・サービスに心理的に傾向することが報告されており（松岡、2008）¹⁵⁾、5段階評価はスポーツ消費者の心理を正確に測定するには粗すぎる可能性も否定できない。このことからこの将来の研究を行う際には、サービス評価や満足度は5段階ではなく、7段階や10段階評価で測定することが望ましいのかもしれない。

本研究では、サービス評価項目と満足度の縦断的比較分析を行っただけである。今後、本研究から発展させられる研究を3つほど提示したい。第1は、次年度（平成27年度）にも同様の調査を行い、サービス評価と満足度の変化を縦断的に検討することである。本研究の対象となった中央体育館は今年度にアシックスと業務提携を行ったばかりである。提携の効果が利用者のサービス評価および満足度の向上としてあらわれるにはそれなりの時間が必要であることは想像できる。縦断的調査を継続していくことが今後の中央体育館の運営に必要なことである。

第2に、満足度に影響を与えるサービス項目を検討する研究が考えられる。満足度を継続的に向上させることは、消費者の特定の製品、またはサービスに対するロイヤルティの醸成につながることは、これまで指摘されていることである（松岡、2008）¹⁵⁾。本研究では、13項目のサービス評価を測定したが、これ

らの項目の中でどの項目が満足度の向上に寄与するのかということは本研究では明らかになっていない。満足度の向上に大きく寄与するサービス項目が明らかになれば、指定管理者はより効率的なスポーツ施設運営ができることが期待できる。

第3として、本研究ではいくつかのサービス項目が前年度の25年度と比較して否定的に評価されていることが明らかとなった(例:団体利用者別の営業時間)。運営側には、否定的に捉えられたサービス項目に関して早急な対策が求められる。しかし、今回の研究では個々のサービス項目を数量化しただけであるので、どうして利用者が特定のサービス項目に対して否定的な評価を下したのかまでは理解できない。そのため、将来の研究課題として利用者のサービス評価を質的に理解することも必要になるであろう。

5. まとめ

中央体育館は、平成26年度より株式会社アシックスと業務提携を行った。本研究の目的は業務提携による運営が利用者のサービス評価と満足度を向上させるのかという点を調査することであった。本研究から得られた知見は以下に要約される。

1. 利用者のサービス評価の向上は認められなかった。
いくつかの項目は否定的に評価されていた。
2. トレーニングルームは週末の営業時間を延長した。
トレーニングルームの個人利用者においては、営業時間の評価は肯定的になされており、統計的有意差も認められた。
3. 利用者の満足度の向上は、どの利用形態の利用者にも認められなかった。
4. 統計的有意差をもってサービス評価と満足度の向上は示すことはできなかったが、5段階評価で比較的肯定的に評価されていた。

[引用・参考文献]

- 1) 間野義之；スポーツ施設と施策，菊幸一ほか；スポーツ政策論，成文堂，2011，230
- 2) 総務省自治行政局；公の施設の指定管理者制度の導入状況に関する調査結果，総務省，2012
- 3) 総務省自治行政局；公の施設の指定管理者制度の導入状況に関する調査結果，総務省，2007
- 4) 文部科学省；体育・スポーツ施設現況調査，文部科学省，2012
- 5) 神戸市；公の施設の指定管理者制度運用指針，神戸市，2014
- 6) 間野義之；公共スポーツ施設における指定管理者制度公募2巡目の現状と課題，スポーツ科学研究，7：63-67，2010
- 7) 松井宗太郎・土居陽治郎・吉見譲；公共スポーツ施設の指定管理者制度の現状に関する研究，国際武道大学紀要，22：23-25，2006
- 8) 菊池秀夫；指定管理制度と公共スポーツ施設，中京大学体育紀要，20：69-76，2006
- 9) 八木隆一郎；公の施設への指定管理者制度導入の事例，大阪府立大学経済研究，53(4)：111-138，2008
- 10) 富山浩三・福田芳則・古澤光一・藤本淳也・松永敬子；公共スポーツサービス利用者の満足度，大阪体育大学紀要，39：215-224，2008
- 11) 間野義之・庄子博人・本目えみ；公共スポーツ施設の指定管理者制度導入前後の利用者満足度の変化—A 体育館を対象とした事例研究，—スポーツ産業学研究，19(2)：223-22，2010
- 12) Yoshida, M. & James, J.D; Customer satisfaction with game and service experiences : Antecedents and consequences, Journal of Sport Management, 24(3) : 338-361, 2010
- 13) Oliver, R. L. ; Cognitive, affective, and attribute bases of the satisfaction response, Journal of Consumer Research, 20 (12) : 418-430, 1993

- 1 4) Hair, J.F. Black, W. Babin, B. Anderson, R.E. & Tatham, R.L. ; Multivariate data analysis (5th ed), Prentice Hall, 2005
- 1 5) 松岡宏高 ; スポーツ消費者のロイヤリティ, 原田宗彦ら ; スポーツマーケティング, 大修館書店, 2008, 81-89