

スポーツ・ツーリズムにおけるサービス・クオリティに関する実証研究
—プロ野球ファンの行動に焦点をあてて—

An Empirical Research on Service Quality in Sports Tourism
—Focusing on The Behavior of Professional Baseball Team Fans—

博士後期課程 商学専攻 2021 年度入学

王 曉 芸

WANG Xiaoyi

近年、プロ・スポーツの試合またはワールドカップといったスポーツ・イベントの観戦をし、応援するために、競技場が全世界さまざまな地域に散らばっていても、長距離移動を伴うスポーツ観光を行う観光客が多くなっている。つまり、既存のスポーツ資源、他にも地域資源がスポーツの力で観光資源となるようなスポーツ資源とツーリズムを融合する取り組みは、スポーツ・ツーリズムと呼ばれている。そして、それは社会で注目されて、重要な課題になっている。現在、地方自治体において、スポーツ・ツーリズムは地域観光の振興及び活性化の手段として活用されている。

本研究は、観光地において提供される質の高いサービスが、リピーターの増加や知人・知人に好意的な口コミをすることといった先行研究を踏まえ、スポーツ・ツーリズムにおけるサービス・クオリティの重要性を確認する。具体的には、スポーツ・ツーリズムにおけるサービス・クオリティが観戦する観光客の応援するチームへの愛情に、どのような影響を及ぼすのかを究明する。そのために、日本プロ野球ファンを調査対象としてアンケート調査を行い、データを収集し、共分散構造分析をして、サービス・クオリティ、開催地イメージとチームへのアイデンティティ及びチームに対する忠誠心の間の関係性を明らかにする。

本調査の結果によれば、プロ野球ファンがスポーツ・ツーリズムにおけるサービス・クオリティへの評価が高いほど、主催チームに対する好感度を高め、スポーツ・イベント開催地に対するイメージの評価が高くなることは判明した。主催チームに対する高い好感度を持つ、開催地のイメージへの評価が高いファンは、チームに対する共同意識が高くなって、チームとの結び付きが深くなる。そして、チームに対する忠誠度を高め、再び本拠地を訪れ、試合を観戦し、チームの周辺製品を再購入し、応援する可能性が高いことが明らかとなった。

本研究の実務的意義としては、スポーツ・ツーリズムにおいて、サービス・クオリティに重点を置いて工夫することが重要である。良い本拠地球場施設と場内サービスを提供し、試合中においても観客のニーズに迅速に対応し、良いコミュニティと観戦環境を創造することができれば、ファンの顧客生涯価値を最大化し、球団にとっては、大きな利益をもたらすことができる。