

フィットネスクラブへの入会及び継続に関する研究

徳永 敏文 ・ 勝部 園* ・ 小堀 浩志*

岡山県にある商業スポーツ施設Oスポーツクラブは現在 一つの事業所を持っている。Oスポーツクラブのそれぞれの事業所の顧客に対して入会動機、継続要因等のアンケート調査を行うことにより、事業所別に顧客獲得のための要因を明らかにしようとした。

その結果、それぞれの事業所は周りの自然、社会環境の違い、また、事業所自体が持っているハードの違いなどにより、顧客の入会動機、継続要因は異なることが明らかとなり、それぞれの事業所別にその事業所にあったソフトウェア（顧客対応）が必要であることが示唆された。

Keywords：フィットネスクラブ 入会動機 継続要因、事業所別ニーズ、顧客獲得

1 はじめに

スポーツクラブ産業は、1980年代に飛躍的な市場拡大を見せている。岡山県にあるOスポーツクラブにおいても、それぞれの事業所においてクラブ会員獲得に向けて、様々な方法でアプローチを行っているが、周辺地域への同業者の出店やその他健康産業の発達により集客が難しいのが現状である。

Oスポーツクラブは6つの事業所を持っているが、それぞれの事業所はその施設内容、大きさはもちろん、存立している周りの自然、社会環境にも相違がある。また、それによる顧客の層（性、年齢、職業等）も一律ではない。それぞれの事業所がそれぞれに発展を目指すためには各事業所に合ったハード、ソフトが必要となる。

そこで、アンケート調査により、Oスポーツクラブに足を運ぶ要因を、各事業所の全会員を対象に調べることで、各事業所別に顧客のクラブに対する希望やニーズを引き出し、長年にわたりクラブに足を運んでくれる顧客とはどのような顧客なのかを明らかにする。顧客がスポーツクラブを必要とするきっかけや入会動機を明らかにすること、また、顧客が運動継続に至った要因を明らかにし、その要因については強化し、顧客のニーズ・ウォンツをさぐることを目的とする。

2 方法

本調査は、質問紙法によって行われた。調査期間は平成18年6月5日～6月25日である。調査対象は、Oスポーツクラブの各事業所の内6店舗の成人会員であり、各事業所で調査用紙を配布し、回収する方法を取った。有効回答者数は総合計1006名であった。

3 回収率

各事業所の在籍数を考慮し、表1の通り配布した。回収率は、成人会員対象アンケートについては、C事業所が93.0%と非常に高い回収率であった。

表1 成人会員対象アンケート回収率

事業所	配布数	回収数	回収率
O	350	166	47.4%
F	350	201	57.4%
S	300	172	57.3%
T	200	117	58.5%
K	150	101	67.3%
C	270	252	93.0%

岡山大学教育学部保健体育講座 700-8530 岡山市津島中3-1-1

A study of admission and continue to fitness club

Toshifumi TOKUNAGA, Sono KATSUBE* and Hiroshi KOBORI.*

Health and Physical Education Course, Department of School Education, Okayama University, 3-1-1 Tsushima-naka, Okayama City 700-8530

*OSK SPORTS CLUB, 1-50 Ezuchou Okayama 700-0028

調査結果と考察

1. 対象者の属性

①性別

回収されたアンケートの性別内訳は下表2-①の通りである。各事業所とも男性より女性の割合が多く、ほぼ男性：女性＝4：6である。

表2-① 性別

	男性 (%)	女性 (%)	合計 (人)
O	77 (47.2)	86 (52.8)	163
F	84 (41.8)	117 (58.2)	201
S	60 (34.9)	112 (63.1)	172
T	42 (35.9)	75 (64.1)	117
K	26 (25.7)	75 (74.3)	101
C	97 (38.5)	155 (61.5)	252

②年代

年代別内訳は下表2-②の通りである。C事業所以外の5事業所は、60代が最も多く、50代に続く。

C事業所は、50代が最も多く、40代に続いているため、C事業所の利用者が他事業所に比べて若いことが分かる。

表2-② 年齢

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	合計 (人)
O	1.9	11.0	14.1	18.4	20.2	23.3	9.2	1.9	163
F	0.5	4.5	6.5	10.0	27.4	35.8	12.9	2.5	201
S	2.3	11.0	12.2	8.1	22.7	31.4	12.2	0.0	172
T	0.9	2.6	2.6	2.6	25.6	36.8	23.9	5.1	117
K	1.0	5.9	13.9	5.0	21.8	31.7	19.8	1.0	101
C	6.7	11.5	12.7	25.4	29.8	12.3	1.6	6.7	252

(%)

③利用歴

利用歴内訳は、下表2-③の通りである。全事業所3年以上の利用者が最も多く、S事業所以外の5

事業所は、60%以上を占める。それに続くのが1年未満の利用であり、継続利用者と、新規入会者の二極化が考えられる。

表2-③ 利用歴

	1年未満	1年以上 2年未満	2年以上 3年未満	3年以上	合計 (人)
O	16.9	10.8	10.2	62.0	166
F	17.7	8.6	13.1	60.6	198
S	33.1	7.7	13.6	45.6	169
T	15.7	10.4	12.2	61.7	115
K	27.7	2.0	6.9	63.4	101
C	19.3	5.6	12.0	63.1	249

(%)

④利用施設

利用施設内訳は、下表2-④の通りである。プール、スタジオ、トレーニングの単独利用よりも、そ

のうち2種、3種全ての利用が多く、全ての事業所で複合利用が半数以上を占める。C事業所の「その他」利用は、テニスコートの利用があげられる。

表2-④ 利用施設

	プール	スタジオ	トレーニング	2種複合	3種複合	その他	合計(人)
O	19.4	2.4	13.9	42.4	21.8	0.0	165
F	7.5	4.5	16.9	46.2	24.9	0.0	201
S	16.1	3.0	14.2	35.7	31.0	0.0	168
T	10.3	6.9	13.8	38.8	30.2	0.0	116
K	20.0	1.0	11.0	38.0	30.0	0.0	100
C	19.4	5.2	17.1	37.2	17.1	4.0	251

(%)

⑤利用頻度

利用頻度について、下表2-⑤に示す。全ての事業所において、週3回以上利用している者が60%

以上を占め、会員のスポーツクラブ利用が習慣化していることが考えられる。

表2-⑤ 利用頻度

	週3回以上	週1~2回	月2~3回	月1回以下	合計(人)
O	75.0	20.7	4.3	0.0	164
F	66.2	28.9	5.0	0.0	201
S	60.0	31.2	8.2	0.6	170
T	76.5	18.3	5.2	0.0	115
K	74.3	21.8	2.0	2.0	101
C	65.6	26.3	7.3	0.8	247

(%)

⑥利用時間帯

利用時間帯について、午前中の利用か、夕方以降の利用に二極化している。これは、午前中には主婦

層の利用、夕方以降には会社員の利用が考えられる。また、時間帯が定まらない複数回答者も多く見られた。

表2-⑥ 利用時間帯

	午前中	正午~お昼過ぎ	お昼過ぎ~夕方	夕方以降	複数回答	合計(人)
O	43.6	4.2	6.7	26.1	19.4	165
F	37.7	9.5	11.1	18.6	23.1	199
S	29.1	7.6	14.0	27.3	22.0	172
T	33.3	13.7	15.4	18.8	18.8	117
K	48.5	9.9	9.9	31.7	0.0	101
C	21.0	13.5	22.2	25.0	18.3	252

(%)

⑦継続

今後の継続について、「出来るだけ続けたい」と

回答した者がどのクラブでも約90%を占める。継続への意思は強いことがうかがえる。

表2-⑦ 継続

	出来るだけ 続けたい	分からない	やめるかも しれない	合計 (人)
O	93.3	5.5	1.2	164
F	88.9	9.0	2.0	199
S	93.4	4.2	2.4	167
T	94.6	4.5	0.9	111
K	93.1	5.9	1.0	101
C	89.6	8.4	2.0	249

(%)

2. 入会動機

入会するにあたって、その動機を i. 「運動・スポーツ意識」、ii. 「運動・スポーツ行動」、iii. 「人的資源」iv. 「物的資源」v. 「会員」の観点から28項目を設定した。

それぞれの項目について、「非常に当てはまる」、

「当てはまる」、「少し当てはまる」、「あまり当てはまらない」、「当てはまらない」、「全く当てはまらない」までの6つのカテゴリーを設け、6点から1点に得点化した。従って、各項目とも平均点が3.5点以上であれば、入会に関して動機に当てはまる傾向が強く、それ以下であれば、あまり関係がないこと

表3-① 入会動機

入会動機	O	F	S	T	K	C	有意差
健康になりたかったから	4.98	5.05	5.05	4.98	4.79	5.00	—
体力を向上させたいと思ったから	5.10	4.94	5.04	4.92	4.85	4.99	—
運動不足を解消したかったから	5.06	5.22	5.15	5.17	4.99	5.14	—
医師から運動を勧められたから	2.75	2.69	2.75	3.08	3.24	2.82	—
ストレスを発散したかったから	4.09	3.72	3.62	3.95	3.52	4.01	*
自分の生活が充実しそうだったから	4.27	4.06	3.89	4.08	3.82	4.29	**
有意義な時間が過ごせそうだったから	4.33	4.16	3.96	4.13	3.76	4.27	**
自分のこどもが通っているから	1.69	1.53	1.47	1.57	1.78	1.34	*
指導者や仲間との出会いに期待していたから	2.88	3.04	3.04	3.22	2.69	3.06	—
今行っている運動をしてみたかったから	3.38	3.34	3.61	3.48	3.52	3.61	—
指導スタッフに高い専門性がありそうだったから	3.21	3.22	3.45	3.93	3.28	3.26	***
施設が充実していると思ったから	4.09	3.54	3.68	4.19	3.61	3.88	***
よく施設の看板を見かけたから	3.15	2.96	3.25	3.16	2.95	3.11	—
多彩なクラスやプログラムがあると思ったから	3.37	3.24	3.45	3.73	3.14	3.30	*
運動が簡単そうだったから	3.04	3.04	2.89	3.40	2.65	3.04	**
プログラムが適切に時間設定されていると思ったから	3.02	3.07	3.09	3.74	2.89	3.09	***
スポーツの情報が多く得られそうと思ったから	3.10	2.98	3.01	3.26	2.84	2.96	—
広い駐車場があって便利だと思ったから	3.09	3.76	3.49	3.47	3.27	3.87	***
この施設まで近くで便利だと思ったから	4.85	4.77	4.42	4.73	4.68	4.68	—
利用料金が適当であったから	3.86	3.65	3.39	3.78	3.74	3.81	*
家族や仲間の応援があったから	3.14	3.12	3.18	3.19	3.11	2.99	—
テレビや雑誌で運動が良いと言っていたから	3.18	3.54	3.69	3.71	3.27	3.65	**
家族や親戚が病気で倒れたのを見たから	1.92	1.85	2.01	2.04	1.81	1.95	—
家族や親戚が運動をしてやせたのを見たから	1.84	1.74	1.89	1.87	1.71	1.96	—
施設の前を通りかかったから	2.34	2.04	2.06	2.25	1.85	2.37	*
友人の紹介	2.52	2.62	2.79	2.84	2.44	2.56	—
チラシがよく入っていたから	1.84	2.01	2.21	2.44	2.22	2.33	**
自分の体の変化に危機感を感じたから	3.62	3.63	3.97	3.64	3.63	3.64	—

になる。

各事業所別にそれぞれの項目について1元配置の分散分析を行い、有意差を見た ($P < 0.05 \dots *$, $P < 0.01 \dots **$, $P < 0.001 \dots ***$, 以下同様)。入会に関する28項目のうち、事業所間で有意差が認められたのは14項目であり、入会時より各事業所で意識の違いが見られる(表3-①)。

全体では「運動不足を解消したかったから」、「健康になりたかったから」、「体力を向上させたいと思ったから」という個人の意識に関する項目が上位を占めた。事業所による違いでは、O事業所では「ストレスを発散したかったから」、「有意義な時間が…」、「料金が適当で…」が、T事業所では「施設が充実…」、「指導スタッフに高い専門性…」、「プログラムが適切に…」、「多彩なクラスや…」、「テレビや雑誌で…」などが、C事業所では「自分の生活が…」、「広い駐車場が…」という項目に他の事務所よりも強い入会動機を持つ者が多くみられた。

表3-②は入会動機について、各事業所の平均点

を男女別に示したものである。

入会に関して関係の深いもの(平均値3.5点以上)のものは、太枠で囲んだ。T事業所の女性において、入会動機に関わりのあるものが多く認められた。特にT事業所は他事業所に比べ、男女ともスタッフの専門性に強い期待を示しているのがわかる。

運動への興味は男性よりも女性の方が強く、S、T、K、C事業所では「今行っている運動をしてみたかったから」という項目に高い平均値を示した。また、メディアからの影響を強く受けているのも女性で、「テレビや雑誌で運動が良いと言っていたから」という項目に対して、F、S、T、C事業所の女性が高い平均値を示している。

以上から、自分自身の健康に対する意識の高さから、スポーツクラブを探し、近くにAスポーツクラブがあったからそのスポーツクラブに入会した、という流れが最も大きいと考えられる。

表3-② 入会動機

入会動機	O		F		S		T		K		C	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
健康になりたかったから	4.93	5.08	4.98	5.08	5.12	4.99	4.98	5.00	4.81	4.81	4.97	5.03
体力を向上させたいと思ったから	5.21	5.07	4.88	4.97	5.17	4.94	4.83	5.00	4.77	4.91	5.07	4.95
運動不足を解消したかったから	5.03	5.03	5.13	5.26	5.03	5.17	5.10	5.22	5.04	5.03	5.01	5.24
医師から運動を勧められたから	2.69	2.61	2.76	2.83	2.57	2.85	3.35	2.86	3.50	3.12	3.00	2.70
ストレスを発散したかったから	3.95	4.20	3.73	3.73	3.38	3.75	3.82	4.03	3.96	3.43	3.67	4.24
自分の生活が充実しそうだったから	4.16	4.37	4.07	4.06	3.73	3.96	3.78	4.29	3.65	3.83	4.16	4.38
有意義な時間が過ごせそうだったから	4.32	4.40	4.07	4.22	4.03	3.93	3.95	4.25	3.62	3.73	3.97	4.45
自分のこどもが通っているから	1.67	1.69	1.65	1.50	1.46	1.47	1.71	1.47	1.88	1.69	1.22	1.40
指導者や仲間との出会いに期待していたから	3.05	2.81	3.03	3.11	3.12	2.99	3.13	3.31	2.58	2.75	2.87	3.14
今行っている運動をしてみたかったから	3.25	3.47	3.38	3.33	3.37	3.75	3.21	3.69	3.46	3.52	3.09	3.96
指導スタッフに高い専門性がありそうだったから	3.20	3.23	3.08	3.29	3.48	3.43	3.66	4.12	3.42	3.23	2.95	3.44
施設が充実していると思ったから	4.11	4.01	3.63	3.46	3.72	3.64	3.95	4.35	4.04	4.14	3.77	3.94
よく施設の看板を見かけたから	3.08	3.15	2.94	2.94	3.13	3.30	3.03	3.29	3.19	2.91	2.92	3.21
多彩なクラスやプログラムがあると思ったから	3.18	3.53	2.95	3.41	3.42	3.46	3.39	3.97	3.04	3.21	2.87	3.53
運動が簡単そうだったから	2.84	3.20	3.24	2.87	2.69	3.01	3.28	3.48	2.92	2.59	3.10	2.99
プログラムが適切に時間設定されていると思ったから	2.81	3.29	2.94	3.11	3.07	3.12	3.49	3.89	2.92	2.89	2.83	3.23
スポーツの情報が多く得られそうと思ったから	3.17	3.14	2.84	3.02	2.95	3.05	3.11	3.40	2.85	2.87	3.02	2.90
広い駐車場があって便利だと思ったから	2.96	3.29	3.75	3.75	3.36	3.52	3.27	3.62	3.81	3.05	3.86	3.85
この施設まで近くで便利だと思ったから	4.85	4.83	4.63	4.81	4.52	4.42	4.63	4.81	4.85	4.71	4.70	4.67
利用料金が適当であったから	3.61	4.11	3.78	3.51	3.53	3.30	3.53	3.97	3.77	3.76	3.79	3.79
家族や仲間の応援があったから	2.78	3.38	2.87	3.26	2.93	3.31	2.81	3.36	2.85	3.16	2.93	3.01
テレビや雑誌で運動が良いと言っていたから	2.84	3.35	3.25	3.68	3.41	3.81	3.41	3.83	3.15	3.37	3.41	3.79
家族や親戚が病気で倒れたのを見たから	1.80	1.98	1.76	1.90	1.97	2.05	2.00	2.05	2.00	1.77	2.11	1.85
家族や親戚が運動をしてやせたのを見たから	1.79	1.84	1.72	1.74	1.84	1.91	1.89	1.85	1.88	1.68	2.02	1.91
施設の前を通りかかったから	2.26	2.43	2.03	2.04	1.98	2.11	2.64	2.07	2.15	1.77	2.69	2.18
友人の紹介	2.42	2.56	2.46	2.71	2.84	2.75	3.00	2.72	1.77	2.65	2.48	2.58
チラシがよく入っていたから	1.82	1.87	1.82	2.12	1.93	2.38	2.74	2.23	2.15	2.32	2.44	2.25
自分の体の変化に危機感を感じたから	3.27	3.76	3.46	3.75	4.02	3.90	3.73	3.62	3.50	3.59	3.76	3.59

3. 継続要因

利用者が当施設を利用し続けているその要因を

i. 「運動・スポーツ意識」、ii. 「運動・スポーツ行動」、iii. 「人的資源」iv. 「物的資源」v. 「会員」

表4-① 継続要因

継続要因	O	F	S	T	K	C	有意差
健康になること	5.34	5.15	5.22	5.13	4.94	5.10	*
技術・体力の向上	5.01	4.76	4.74	4.59	4.54	4.69	**
医師から運動を勧められている	3.01	2.99	3.02	3.30	3.34	3.11	—
ストレスの発散になる	4.42	4.16	3.98	4.10	4.00	4.10	—
生活が充実すること	4.41	4.30	3.90	4.12	3.93	4.22	**
仲間同士でおしゃべりすること	3.18	3.62	3.46	3.61	3.34	3.71	*
休憩場所がある	2.58	2.69	2.92	3.22	2.38	3.09	***
施設と一緒に来る仲間がいる	2.66	2.78	2.80	2.95	2.81	3.16	—
仲間の頑張りによる刺激	2.92	2.84	3.11	3.18	2.87	3.18	—
家族や仲間の応援や励まし	2.85	2.87	2.87	2.90	2.95	2.94	—
フロント（受付）とおしゃべり	2.94	2.73	2.73	2.76	2.62	2.72	—
今行っている運動・スポーツをすることが楽しい	4.66	4.59	4.42	4.38	2.42	4.28	*
指導スタッフに会うことが楽しみである	3.19	3.50	3.79	3.63	3.29	3.26	***
指導スタッフの高い専門性	3.24	3.55	3.72	4.01	3.44	3.42	***
更衣室が清潔であること	3.15	3.52	3.20	3.30	3.37	3.84	***
シャワーが使えること	3.72	4.01	3.99	3.88	3.47	4.18	***
運動施設（ジム、プールなど）の充実	4.18	3.95	4.18	4.17	3.94	4.23	—
トレーニング機器の種類が豊富	3.98	3.66	3.85	4.09	3.56	3.95	*
健康施設（サウナ、マッサージ器）が充実している	3.78	3.56	3.42	3.68	3.22	3.91	***
多彩なクラスやプログラムがある	3.54	3.43	3.76	3.82	3.47	3.39	*
プログラムの適切な時間帯設定	3.45	3.11	3.59	3.72	3.36	3.42	**
広い駐車場があること	3.18	3.85	3.81	3.53	3.35	4.16	***
施設まで近いこと	4.68	4.77	4.45	4.62	4.62	4.64	—
利用料金が適当なこと	3.89	3.87	3.55	3.79	4.00	4.11	***
時間に余裕があること	4.31	4.30	4.06	4.53	4.09	4.41	*
出席率や記録などによって表彰されること	1.88	1.99	1.98	2.42	1.92	1.93	*
運動後の食事やお酒がおいしく感じる	3.33	3.36	3.20	3.57	2.83	3.38	*
始めたことを投げ出すのは許せない性格	3.56	3.36	3.71	3.57	3.19	3.55	—
施設までの交通の便がよい	4.12	3.99	3.80	4.15	3.94	4.08	—
施設の雰囲気が良いこと	4.19	4.14	3.99	4.16	3.91	4.18	—
体力が必要だから	4.85	4.84	4.81	4.74	4.47	4.67	—
鍛えた身体を自慢したい	2.60	2.59	2.69	2.83	2.52	2.79	—
目標があるから	3.79	3.89	3.88	3.67	3.63	3.54	—
病院と提携していること	2.31	2.15	2.16	2.48	2.15	2.16	—
施設がきれいだから	3.34	3.53	3.26	3.37	3.29	3.65	*
健康食品が充実している	2.16	1.92	2.09	2.32	2.12	2.42	***
フィットネス用品が充実している	2.54	2.45	2.51	2.79	2.22	2.81	**
パーソナルトレーニングがある	2.63	2.50	2.80	2.99	2.40	2.80	**
スタッフが担当性である	2.59	2.81	2.90	3.30	2.57	2.82	**
館内に健康・トレーニング情報が掲示してある	3.05	2.83	2.89	3.23	2.59	2.98	*
シャンプーなどが自由に使える	3.01	2.86	2.76	3.28	2.48	3.45	***
近所にコンビニ・飲食施設がある	2.63	1.95	2.35	2.95	1.91	2.49	***
会社が安定している	2.72	2.84	2.58	3.00	2.74	2.89	—
レンタルがある	2.10	1.97	2.06	2.62	1.99	2.39	***
痛みが改善した	2.80	3.02	2.99	3.06	2.71	2.87	—
周りの人が自分の身体の変化に気づいてくれる	2.75	2.85	2.67	2.86	2.54	2.82	—
定期的な測定が楽しみ	2.96	2.96	3.05	3.22	2.63	3.04	—
スタッフの叱咤激励に刺激される	2.68	2.93	3.21	3.17	2.99	2.84	**
運動の効果を実感している	4.36	4.39	4.19	4.25	4.27	3.98	*

表4-② 継続要因

継続要因	O		F		S		T		K		C	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
健康になること	5.28	5.45	5.09	5.20	5.25	5.17	5.02	5.21	4.88	4.93	5.12	5.14
技術・体力の向上	5.08	5.04	4.59	4.86	4.97	4.59	4.51	4.66	4.77	5.11	4.91	4.58
医師から運動を勧められている	2.96	2.95	3.04	2.89	2.97	3.08	3.54	3.13	3.42	3.25	3.26	3.21
ストレスの発散になる	4.24	4.60	3.98	4.33	4.15	3.86	3.89	4.25	4.12	3.96	3.82	4.29
生活が充実すること	4.27	4.64	4.15	4.39	3.83	3.99	3.82	4.31	3.65	3.99	3.87	4.43
仲間同士でおしゃべりすること	3.11	3.36	3.18	3.90	3.42	3.46	3.16	3.86	3.04	3.45	3.30	3.92
休憩場所がある	2.70	2.54	2.60	2.74	2.95	2.89	3.03	3.34	2.73	2.25	3.29	3.00
施設と一緒に来る仲間がいる	2.61	2.81	2.37	3.06	3.03	2.65	2.89	3.02	2.42	2.91	3.02	3.20
仲間の頑張りによる刺激	2.75	3.26	2.39	3.18	3.12	3.09	2.97	3.32	2.46	2.93	3.08	3.22
家族や仲間の応援や励まし	2.55	3.13	2.44	3.17	2.60	3.03	2.86	2.95	2.58	3.05	2.90	2.94
フロント（受付）とおしゃべり	2.66	2.29	2.73	2.67	3.17	2.60	2.80	2.75	2.62	2.60	2.74	2.69
今行っている運動・スポーツをすることが楽しい	4.68	4.80	4.24	4.78	4.40	4.43	3.97	4.63	3.88	4.37	4.02	4.46
指導スタッフに会うことが楽しみである	3.14	3.30	3.18	3.64	4.24	3.53	3.38	3.79	3.08	3.35	3.11	3.33
指導スタッフの高い専門性	3.08	3.45	3.14	3.79	3.97	3.61	3.65	4.22	3.19	3.54	3.22	3.59
更衣室が清潔であること	3.05	3.18	3.30	3.65	4.10	3.13	3.21	3.38	3.31	3.39	3.82	3.84
シャワーが使えること	3.74	3.71	4.10	3.94	3.97	3.96	3.97	3.86	3.38	3.55	4.21	4.16
運動施設（ジム、プールなど）の充実	4.20	4.19	3.96	3.95	4.40	4.04	4.21	4.18	2.92	2.97	4.30	4.18
トレーニング機器の種類が豊富	4.13	3.93	3.72	3.64	4.07	3.70	4.08	4.12	4.04	3.39	4.16	3.80
健康施設（サウナ、マッサージ器）が充実している	3.90	3.88	3.82	3.32	3.68	3.25	3.89	3.59	3.42	3.12	3.98	3.84
多彩なクラスやプログラムがある	3.14	3.92	2.80	3.85	3.80	3.71	3.51	4.03	3.35	3.56	3.12	3.54
プログラムの適切な時間帯設定	3.04	3.82	2.61	3.42	3.64	3.75	3.34	3.95	3.08	3.44	3.00	3.67
広い駐車場があること	3.01	3.41	3.83	3.86	3.67	3.82	3.60	3.51	3.69	3.19	3.94	4.28
施設まで近いこと	4.55	4.82	4.52	4.89	4.37	4.45	4.72	4.58	4.65	4.59	4.61	4.67
利用料金が適当なこと	3.52	4.25	3.84	3.84	3.80	3.94	3.70	3.88	4.08	4.01	3.99	4.18
時間に余裕があること	4.26	4.40	4.35	4.21	4.05	4.06	4.21	4.73	4.35	4.05	4.37	4.43
出席率や記録などによって表彰されること	1.85	1.93	2.05	1.93	2.18	1.88	2.75	2.29	2.04	1.87	2.17	1.77
運動後の食事やお酒がおいしく感じる	3.71	3.10	3.66	3.13	3.53	3.01	4.19	3.27	3.50	2.95	3.78	3.09
始めたことを投げ出すのは許せない性格	3.77	3.46	3.46	3.30	3.67	3.71	3.95	3.38	3.88	2.96	3.75	3.40
施設までの交通の便がよい	3.91	4.36	3.86	4.02	3.78	3.79	4.18	4.16	3.92	3.96	4.35	3.93
施設の雰囲気が良いこと	4.08	4.27	4.15	4.08	4.28	4.35	4.00	4.28	3.96	3.96	4.03	4.26
体力が必要だから	4.70	5.06	4.69	4.92	4.82	4.78	4.58	4.85	4.27	4.51	4.61	4.71
鍛えた身体を自慢したい	2.75	2.59	2.71	2.46	2.88	2.54	2.94	2.77	3.23	2.28	3.24	2.51
目標があるから	3.91	3.85	3.80	3.97	4.10	3.73	3.97	3.49	3.81	3.55	3.88	3.35
病院と提携していること	2.29	2.31	1.92	2.26	2.10	2.20	2.67	2.37	2.77	1.93	2.19	2.13
施設がきれいだから	3.29	3.84	3.48	3.53	3.59	3.05	3.23	3.44	3.58	3.21	3.77	3.56
健康食品が充実している	2.20	2.10	1.73	2.03	2.05	2.11	2.20	2.38	2.31	2.03	2.50	2.35
フィットネス用品が充実している	2.62	2.54	2.25	2.57	2.39	2.59	2.58	2.97	2.42	2.16	2.86	2.76
パーソナルトレーニングがある	2.60	2.68	2.34	2.58	2.82	2.77	2.77	3.15	2.73	2.29	2.84	2.75
スタッフが担当性である	2.56	2.67	2.54	2.96	2.95	2.88	3.03	3.49	2.65	2.55	2.60	2.93
館内に健康・トレーニング情報が掲示してある	3.07	3.13	2.66	2.92	2.92	2.88	3.06	3.38	2.62	2.60	3.15	2.86
シャワーなどが自由に使える	3.28	2.77	3.11	2.64	3.22	2.92	3.50	3.20	2.77	2.32	3.82	3.19
近所にコンビニ・飲食施設がある	2.45	2.10	1.94	1.94	2.45	2.30	3.19	2.86	2.04	1.89	2.57	2.43
会社が安定している	2.81	2.75	2.78	2.86	2.85	2.41	3.00	3.05	2.65	2.80	3.02	2.80
レンタルがある	2.25	2.00	1.94	1.96	2.07	2.06	2.71	2.62	2.08	1.96	2.49	2.32
痛みが改善した	2.67	2.89	2.70	3.23	2.87	3.09	3.00	3.14	2.77	2.63	2.92	2.84
周りの人が自分の身体の変化に気づいてくれる	2.56	2.90	2.71	2.90	2.78	2.58	3.03	2.80	2.65	2.49	2.90	2.75
定期的な測定が楽しみ	2.97	2.99	2.90	2.96	3.03	3.02	3.37	3.17	2.65	2.61	3.20	2.96
スタッフの叱咤激励に刺激される	2.64	2.84	2.62	3.11	3.30	3.13	3.24	3.17	2.92	3.01	2.86	2.81
運動の効果を実感している	4.51	4.29	4.33	4.42	4.30	4.12	4.18	4.32	4.50	4.21	4.08	3.91

の観点から設定した。

それぞれの項目について、「非常に関係している」、「関係している」、「少し関係している」、「あまり関係していない」、「関係していない」、「全く関係していない」までの6つのカテゴリーを設け、6点から1点に得点化した。従って、各項目とも平均点が3.5点以上であれば、継続に関してその要因に関係している傾向が強く、それ以下であれば、あまり関係がないことになる。

各事業所別にそれぞれの項目について1元配置の分散分析を行い、有意差を見た。また、継続に関する49項目のうち、事業所間で有意差が認められたのは30項目であり、事業所によって利用する人々の意識の違いが明らかになった(表4-①)。

全体的に継続要因の高い項目は「健康になること」、「技術・体力の向上」、「体力が必要だから」という個人の健康・体力に対する意識の項目が上位を占めた。

各事業所別では、O事業所では「健康になること」、「技術・体力の向上」、「今行っている運動…」、「生活が充実すること」という個人の健康・体力への意識が、F事業所では「運動の効果を実感している」が、S事業所では「指導スタッフに会うことが…」に、T事業所では「時間に余裕があること」、「トレーニングの機器が」、「指導スタッフの高い専門性」、「多彩なクラスや…」、「プログラムの適切な…」、「運動後の食事や…」という事務所のソフトの良さに、C事業所では「シャワーが使えること」、「広い駐車場があること」、「料金が適当なこと」、「健康施設が充実」、「更衣室が清潔」、「仲間同士でのおしゃべり」、「施設がきれい」という事務所のハード面の良さが継続要因となっている。

表4-②は、継続要因について、各事業所の平均点を男女別に示したものである。

K事業所の女性を除く各事業所で、「健康になること」が最も平均点が高く、健康への意識が高いことがうかがえる。二番目、三番目に高かったものは、事業所によって異なっているが、「技術・体力の向上」、「施設まで近いから」、「体力が必要だから」の三項目に高い平均点が見られる。

男性が女性よりも高い平均値を示したものに、「運動後のお酒や食事がおいしく感じられる」、「始めたことを投げ出すのは許せない性格」の二項目であった。

それに対し、女性が男性よりも高い平均値を示したものに、「仲間同士でおしゃべりすること」が挙げられる。

このことから、男性は、ある程度運動することを

自分自身の性格から強制し、その運動後の食事やお酒を楽しみにしているのに対し、女性は、運動を通して仲間同士の交流を深め、おしゃべりする場を確立していることが考えられる。

事業所間で違いが見られたのは、指導スタッフに関する項目であった。F事業所(女性)、S事業所、T事業所では、「指導スタッフに会うことが楽しみである」、「指導スタッフの高い専門性」の二項目に高い平均値を示し、スタッフとの親密性、信頼性が伺える。

● まとめ

以上の結果からOスポーツクラブにおける各事業所に対して以下のようなことが明らかになった。

O事業所は、施設が近くにあり、料金も満足で、時間を有意義に使えてストレス発散もできればよいと感じている者が多い。専門性等には特に期待せず入会し、健康・体力が付きストレスの発散にもなり、生活が有意義になることを望んでいる。スポーツを行うことは自体は楽しいのだけれど、スタッフや仲間、施設にも特に期待はしていない、クールな者が多い傾向にある。

F事業所は、たまたま施設が近くで駐車場もあり、健康・運動不足で入会している。個人の目標があり、その効果も実感しているが、ソフト面やハード面は期待していない傾向にある。

S事業所は、健康のために入って、スタッフには相対的に満足している。

T事業所は、スタッフ、仲間、ソフト、ハードがよいと思入会し、多くの項目で高い継続性を示している。

K事業所は、ほとんどの項目で入会動機、継続要因ともに低い値を示し、医師の勧めや、仲間家族の励ましなど他人の影響で利用している傾向が強い。

C事業所は、主として自分の健康や生活のことで入会し、仲間や施設の充実に満足している者が多い。

上記のごとく、同一クラブ内であっても、各事業所により会員の意識に相違が見られた。この結果をもとに、各事業所への適切な対応が必要であると思われる。

参考文献

- 1) 山本達三 菊池秀夫 中村隆. 加齢・時勢・世代の要因からみたスポーツ参加の変動パターン. スポーツ産業学研究 Vol. 16, No1. 25~42. 2006

2) 中路恭平 梁瀬歩. フィットネスクラブにおける顧客満足の概念と測定法の検討: 認知パフォーマンスと期待不一致の比較. 体育学研究. 40. 14~28. 1995

3) 中比呂志 出村慎一 長澤吉則 山下秋二. 公共スポーツ施設に対する利用者の満足及び要望に関する研究. 体育・スポーツ経営学研究. 第10巻 第1号. 1993