

<原著論文>

運動会のサービス品質評価：学校運動会，地域運動会，企業運動会の比較

藤谷 かおる

Evaluating sports festivals' service quality: Comparison among community, company, and school sports festivals

Kaoru FUJITANI

Abstract

This study examined service quality from results of community, company, and school sports festival questionnaire surveys and then considered a service quality evaluation scale for such festivals. Conducted in March 2017, the survey included factor analysis via an Internet investigation with 772 respondents (school students = 437; local residents = 168; office workers = 167), using 30 items developed for the Sports Festival Service Quality Questionnaire (SERVQUAL), which has three factors (16 items): Responsiveness (6 items), Program・Person in Staff (6 items), and Sports Area and Tools (4 items).

Results indicated that the company sports festival had high overall service quality, community festivals had generally high results, but the school festival's results scored all factors the lowest. Refinements (dissatisfied space) commonly seen as needed include: "It's possible to give advice and make requests without hesitation (SQ16);" "It's possible to accept advice and requests and to improve (SQ17)." For school sports festivals, points for improvement include: "sports area and tools (SQ4)" and "check of visitors (SQ29)." The difference between services at community and company sports festivals was "freedom (SQ15)," regarded as highly important.

Results of factor analysis for evaluating sports festivals' service quality showed good overall fit: $\chi^2=232.795$, $df=769$, $p<0.001$; GFI=0.942, AGFI=0.922, CFI=0.942, AIC=434.569, RMSEA=0.580.

Keywords: school sports festival^{注1)}, community sports festival, company sports festival, SERVQUAL

I. 問題

日常ではホームパーティーからオリンピック競技大会まで数々のイベントが開催されている。人と人とが交流する場としてのイベントは、情報伝達の主要メディアのひとつとして、関係者や地域の参加意識を醸成するコミュニケーションの手段として、その効果や機能の重要性が増している。社会生活の中で、様々な組織（学校・地域・企業）がその特性や資源を生かし、アイデンティティの確立を前提とした「組織経営戦略」としてのイベントに期待を寄せている。

スポーツイベントはイベントの中でも重要なコンテンツの1つとされ、運動会は「市区町村内の人が主に来場する」学校区で行われる小規模なスポーツイベントに分類される【平野（監）、2008】。学校区が一体となって、多様な関わり（行う、みる、支える）を生む運動会は一過性で単発的な催しと言える。故に、実現可能な計画に基づき、あらゆる無駄をカットしながら大きな失敗もなく、効率よく運営するために「自立的・内部発生的」な組織づくりへの挑戦が可能になる。

運動会は西欧諸国の影響を受けながら、競争的（competitive）、娯乐的（recreational）、実演的（demonstrative）など三要素を基に、日本独自の学校運動会として発展してきた。一般的に運動会はイギリス由来のAthletic meetingの訳語とされ、陸上競技を中心に一部娯乐的な競争種目も含む西欧的慣習として日本に紹介された（岸野、1964）。明治30年代以降の制度化過程は県や郡単位で催される連合運動大会から学校単位へ、この時の開催場所も校外の離れた河原や浜辺、原野、社寺境内から校庭へと変わり、移動時間の減少から種目数の増加や個人の運動能力を比較する全員参加種目の導入を生むこととなった。その後、運動会の参加単位は地域内に限定され、地域社会的なイベント（祭礼）へと向かう。このことで、運動会は個人や団体の運動技能を細かく比較・呈示しながら、自身が帰属するより大きな集団のために競争・応援するという「競争の仕組み」を組み込みながら

も、実際は年中行事として楽しむ「祭礼」として発展してきた（吉見、1993）。このような運動会の学習指導要領上の位置づけは昭和40年代の改訂で大きく変わる。運動会は行事の取り扱い、競争による記録主義や英雄主義を是正するため、全員参加や採点方法を工夫するなど、「する」から「楽しむ」、「見せる」への対応を検討するようになる。現在でも、内容の簡素化、徒競走などの個人種目の扱い、組体操・組み立て体操の安全性、熱中症への対策など、問題が山積している。しかし、今日、運動会は企業や民間団体、地域社会の様々な場で幅広く実践され、多様な形態や内容を含みつつも、組織活性化施策として実施されている。

運動会を巡る状況として、学校ではマンネリ化と児童・生徒の実情と合わない種目や内容（高島、1964）、学校主導での運営、明るさや自由さの欠如（深谷、2013）が指摘されている。また、住民の地域に対する意識が希薄化し、参加は一部に留まり、盛り上がり欠けること（小林ほか、2001）が指摘され、他方、企業では、コミュニケーション不全、組織活性力の低下から運動会を復活させる気運が高まるなど（村上・乗友、2012）、相対する様相を呈している。運動会は、組織のメンバーが一堂に会して行うスポーツイベントであり、日本独自の文化である。運動会をめぐる環境の変化を踏まえ、学校、地域、企業それぞれの運動会の意義及びその効果についてイベント評価の観点からの再検討が必要【平野（監）、2008】と考える。

II. 目的

人は、家庭や地域、学校、職場等、社会のいたるところで年中行事、催事や通過儀礼を通してイベントで様々な立場（主役、招待客、来場者、制作者、主催者等）を経験する。個人は社会の中で豊富なイベント経験を積んで社会性を育んでいるとも言え、学校運動会への参加は社会への入り口とも言える。近年、運動会は「参加するスポーツイベント」に分類され、「何らかの目的を達成するための手段として行われる行・

催事」と定義されている【平野（監），2008，p.25】。これらの定義に加え，本研究では運動会を「徒競走，リレーといった各種の競技プログラム，ダンスや組み体操などの発表プログラム，そして様々な楽しいレクリエーションプログラムがミックスされた総合的なプログラム」とする。したがって，同種目を1日あるいは短期間で行う球技大会や競技会は含めない。これらイベントへの参加経験は，やがて市民や消費者を対象とした公共イベントや産業イベントの隆盛につながっていくと考える。

そこで，本研究はSERVQUALのギャップモデルを参考に，（1）現行の運動会サービス品質評価を測定し，（2）運動会の実態に応じた新たなサービス品質尺度を検討する。

Ⅲ．研究方法

1. イベント評価方法の推移

参加者のイベント評価を把握する方法として，（1）マラソンを対象とした研究（松本・野川，1990；山口，1991；野川ほか，1991a；野川ほか，1991b）でのイベント運営（開催日，スケジュール・スタート時間，参加費，受付，コース，大会関係者・ボランティアの対応，参加賞，トイレの数と場所，給水・ドリンク，催し物，配付資料，運営全体）や生涯スポーツのイベントの運営（開催場所，時間帯，利便性，種目数，プログラムの内容，流れ具合，施設・用具，係員の対応，参加賞・賞品，広報，運営全体）では満足度を測定し，満足度の低い項目を改善点とする研究（萩ほか，1993；萩ほか，1994；野川ほか，1993）を皮切りに，満足度評価に一部イベント参加に対する期待度を加える研究が見られるようになる（河田ほか，1991）。1990年代後半になると，（2）スポーツイベント評価の評価項目数（交通機関，開催時期，エイドステーション，参加者との交流，コースの下見，競技説明会）もさらに増え，参加者のタイプや参加経験などが評価に影響を及ぼす要因（萩ほか，1997）やアダプテッドスポーツイベントのスポーツベネフィット評価（因子分析によっ

て4要因20項目：「娯楽・雰囲気」「魅力」「スタッフの態度」「アクセス」）に対する影響要因（障害有無別，参加回数別）の分析が行われるようになる（行實，2010）。合わせて，研究は（3）イベント参加者の各サービス項目（情報，アクセス，スタッフ，施設，運営，セキュリティ）の重要度及び達成度の要素得点（サービス要素の合成変数／項目数）からサービスクオリティ得点【（達成度）－（重要度）】を算出し，その情報を「Importance-Performance分析（以下，IP分析とする）」によって戦略的満足度マトリクスにプロットし，検証する方向へと発展する（原ほか，2010）。

以上のことから，スポーツイベントサービス品質の測定は，（1）各項目の満足度による改善項目の提案，その後（2）スポーツベネフィット評価の因子分析から改善要因を検討する研究へと向かっている。一方で（3）サービス項目毎にIP分析を行い，戦略的満足度マトリクスを用いて改善戦略に必要な情報を提供する研究も見られる。今後は，それぞれのスポーツイベントの実態に即したサービス評価方法を検討する必要がある。

2. 運動会におけるサービス品質評価方法の開発

サービス品質研究の1つの潮流として知覚品質（顧客が知覚するサービス品質）が利用され，3つのモデル（「IPA（＝IP分析）」，「SERVQUAL」，「SERVPERF」）が代表例として示されている（周・菊池，2009）。なかでも，Parasuramanほか（1988）の「SERVQUAL」は，あらゆるサービスに適用できる「サービスにおける包括的品质尺度モデル（5次元22項目）」とされている。「SERVQUAL」は開発されて以降，様々な批判（SERVQUALの一般化による問題，構成要因の次元の不安定性，測定方法の問題）が繰り返されてはいるが，サービスの質として納得できる特性を定量的に測定できる点が評価されている（中村，2007）。「SERVQUAL」は国内外を問わず，多くの研究で使用されており，レジャー・スポーツ分野

でも適用されている。

表1は「SERVQUAL」研究のサービス品質を決定づける次元について示している。スポーツ・レクリエーション分野では、「スポーツ施設」でのサービスを対象とする研究が多い。中西(1995)は公共スポーツ施設の「適格性」と「利便性」、金山・中西(2014)は使い勝手の「利便性」とスタッフの「共感性」がサービス品質を決定づけるとしている。また、藤田・山口(2008)は「総合型スポーツクラブ」でのクラブサービスの5要素(「可視性」「信頼性」「応答性」「保証性」「顧客本位制」)を設定し、会員とスタッフ間のギャップは「保証性(会員の交流機会、クラブの理念、目標の明確さ、施設の維持管理、意見や要望の機会)」で大きく、「応答性(スタッフのサポート・迅速な対応など)」はわずかとしている。近年では、「フィットネスクラブ」事情に対応したサービス品質評価モデルSQAM(「スタッフ」「施設・設備」「プログラム」「安心・安全」「価格設定」の5次元20項目)が提案され、サービス品質を高めることが顧客の満足を生み、体育・スポーツプログラムへの参加を継続させる機動力となることが指摘されている(周・菊池, 2008)。本研究では、SERVQUALのギャップモデルを参考に、現行の運動会のサービス品質評価を行い、運動会の実態に応じた新たな品質評価尺度を開発する。

3. データの収集

(1) 対象：学校：小学校5・6年生(156名),

中学生125名, 高校生156名の計437名
地域住民：168名, 会社員167名の総計772名

(2) 日時：2017年3月16～30日

(3) 方法：分析データの取得はインターネット調査(ウェブ画面上で回答を求める方式)にて実施した。具体的には、株式会社マクロミルのモニター会員(学校運動会の調査では、小学校5年生と6年生の児童本人と保護者に同席での回答を求め、中学生、高校生、地域運動会と企業運動会の調査では本人に回答を求めた)に、2016年度に参加した運動会区分(学校：小学校・中学校・高校各約150名、地域150名、企業150名)と地域区分(北海道、東北、関東、中部、近畿、中国、四国、九州)が可能な限り均等になるように抽出を依頼した。

(4) 調査内容：

- 1) 属性：性別、年齢、開催地、開催時期・曜日・期間、役割、愛着
- 2) 運動会に関する意識：運動会の意味、参加への積極性、実施種目(独自・好嫌)、特徴のある種目の有無、楽しさ(楽しくない場合はその理由)、次年度参加意向
- 3) 運動会の成果(10項目)：倉本(2005)の先行研究(協力性・連帯感・自発性・責任感・地域参加・集団改善)と独自(目標の達成・技能や体力の高まり・社会的態度・伝統の継承)の計10項目は、「はい」「どちらかと言えばはい」「どちらかと言

表1 サービス品質構造の比較

サービス品質を決定する10要素	サービス品質の5次元	スポーツ・レクリエーション	サービス品質評価(スポーツイベント)
1. 有形性(Tangibles)	1. 有形性	1. 有形性	「施設」「用具」
2. 信頼性(Reliability)	2. 信頼性	2. 信頼性	「信頼性」
3. 応答性(Responsiveness)	3. 応答性	3. 応答性	「スタッフ」
4. 適格性(Competence)	4. 確実性 (Assurance)	4. 確実性	
5. 接客態度(Courtesy)			「安心・安全」
6. 信用性(Credibility)	5. 共感性 (Empathy)		「アクセス」
7. 安全性(Security)			「コミュニケーション」
8. 接近性(Access)			(独自)「運営」 (独自)プログラム
9. コミュニケーション(Communication)			
10. 接客理解度(Understanding the Customer)			

注：中西(1995, p.65), 金山(2010, p.8), 原ほか(2010, pp.138-139)を基に作成。

えばいいえ」「いいえ」のリッカード型尺度の4段階評定を用いた。

- 4) 運動会のパフォーマンス評価 (30項目)、運動会の期待度 (30項目):原ほか (2010) のスポーツイベントの7次元 (「情報」「アクセス」「スタッフ」「施設」「運営 (スタート前)」「運営 (ゴール時)」「セキュリティ」) 21項目、中西 (2010) の民間スポーツフィットネスクラブの7因子の中でも「共感性 (意見要望の反映)」「信近性 (適切な開催日・時間)」「適格性 (プログラムの内容・数)」を参考に、10次元 (「施設」「用品」「信頼性」「係 (応答性)」「確実性 (情報・信用)」「共感性 (意見要望)」「アクセス」「セキュリティ」「運営」「プログラム」) 各3質問項目の計30項目を設定した。尚、調査項目は調査前に現職教員3名に意見を求めた。それぞれの質問項目は、パフォーマンス評価とサービス期待度を測定した。サービス評価項目の測定スケールは、「とてもそう思う」「そう思う」「どちらとも言えない」「そう思わない」「全くそう思わない」のリッカード型尺度の5段階評定を用いた。また、参加者のパフォーマンス評価と期待度を測定するために、質問の末尾を「…である (パフォーマンス評価)」, 「…するべきである (期待度)」とした。
- 5) 全体満足度: イベント参加に関する全体満足度の測定スケールは、「とてもそう思う」「そう思う」「どちらとも言えない」「そう思わない」「全くそう思わない」のリッカード型尺度の5段階評定を用いた。
- (5) 分析方法: 1) は単純集計, 2) の「運動会の楽しさ」と「次年度参加意向」及び3) の成果には、1～4の得点を与えて数量化を行い、一要因分散分析と多重比較検定 (TukeyのHSD法), 4) 5) には1～5の得点を与えて数量化を行い、平均値の差の検定【t検定, 一要因分散分析と多重比較検定 (TukeyのHSD法)】を行った。尚、サービス品質評価=パフォーマンス評価-期待

度となる。

IV. 結果と考察

1. 運動会の概要

表2は運動会参加者の属性・開催時期・特徴のある種目・役割を示している。多くの組織の運動会で「秋 (414名: 53.6%)」と「春 (248名: 32.2%)」 (χ^2 値=77.98, $p<0.05$) に、「休日1日 (494名: 64.0%)」で開催されている場合が多い (χ^2 値=259.25, $p<0.05$)。また、プログラムに特徴ある種目がなく (551名: 71.4%, χ^2 値=17.52, $p<0.05$)、運営面では役割を持たない参加者が約半数以上 (395名: 51.2%, χ^2 値=8.47, $p<0.05$) となっている。

2. 運動会の意味と成果

図1は、組織別の運動会の意味 (目標) を示している。児童生徒 (学校) にとっての運動会の意味 (目標) は「1. 目標に向かっての団結」の290名 (34.6%) であり、地域 (76名: 23.8%) と企業 (93名: 27.0%) の参加者は「3. 人間関係に関する自信」を持つことに意味づけを行っていた。このことから参加者は、学校の「体育的行事としての運動会」と地域や企業での「レクリエーションとしての運動会」は、それぞれの意味 (目標) が異なることを理解していることが明らかとなった。

表3は、運動会参加者にとっての成果を示している。質問項目は学校の「健康安全・体育的行事のねらい」に基づいて10項目を設定し、参加者がそれぞれの成果を得られたかどうかを「はい (4点)」から「いいえ (1点)」の4段階尺度で回答している。学校、地域、企業別運動会の成果を比較するため一要因分散分析を行った結果、「3. 仲間のよいところの発見」, 「2. 地域や家族などの協力」を除いて主効果が認められた。TukeyのHSD法による多重比較検定の結果より、「5. 技能や体力の向上 (F値=23.51, $p<0.05$)」「2. 皆との協力 (F値=20.43, $p<0.05$)」「6. 役割や責任を果たす (F値=20.13, $p<0.05$)」「10. 以前よりまとまった (F

表2 運動会参加者の属性・開催時期・特徴のある種目・役割

学年・職業	学校	地域	企業	合計	開催時期	学校	地域	企業	合計	χ^2 値
小学校(5-6年生)	156(20.2)			156(20.2)	春(5月・6月)	178(23.1)	29(3.8)	41(5.3)	248(32.2)	77.98*
中学校(1-3年生)	125(16.2)			125(16.2)	秋(9月・10月)	232(30.1)	104(13.5)	78(10.1)	414(53.6)	
高校(1-3年生)	156(20.2)			156(20.1)	その他	27(3.5)	35(4.5)	48(6.2)	110(14.2)	
合計	437(56.6)	168(21.8)	167(21.6)	772(100)	合計	437(56.6)	168(21.8)	167(21.6)	772(100)	
性別	学校	地域	企業	合計	開催曜日と期間	学校	地域	企業	合計	χ^2 値
男子(男性)	164(21.2)	10(13.2)	120(15.5)	386(50.0)	土曜あるいは日曜1日のみ	238(30.8)	147(19.1)	109(14.2)	494(64.0)	259.25*
女子(女性)	273(35.4)	66(8.5)	47(6.1)	386(50.0)	その他	199(25.8)	21(2.7)	58(7.4)	278(36.0)	
合計	437(56.6)	168(21.8)	167(21.6)	772(100)	合計	437(56.6)	168(21.8)	167(21.6)	772(100)	
特徴ある種目の有無	学校	地域	企業	合計	役割の有無	学校	地域	企業	合計	χ^2 値
あり	151(34.6)	37(22.0)	33(9.8)	221(28.6)	あり	204(26.4)	75(9.7)	98(12.7)	377(48.8)	8.47*
なし	286(65.4)	131(78.0)	134(80.2)	551(71.4)	なし	233(30.2)	93(12.0)	69(8.9)	395(51.2)	
合計	437(100%)	168(100)	167(21.6)	772(100)	合計	437(56.6)	168(21.8)	167(21.6)	772(100)	
地区	学校	地域	企業	合計						
北海道	15(2.0)	21(2.7)	21(2.7)	57(7.4)						
東北	21(2.7)	21(2.7)	21(2.7)	63(8.2)						
関東	151(19.6)	21(2.7)	21(2.7)	193(25.0)						
中部	86(11.1)	21(2.7)	21(2.7)	128(16.6)						
近畿	92(11.9)	21(2.7)	23(3.0)	136(17.6)						
中国・四国	34(4.4)	42(5.4)	37(4.8)	113(14.6)						
九州	38(4.9)	21(2.7)	23(3.0)	82(10.6)						
合計	437(56.6)	168(21.8)	167(21.6)	772(100)						

*p<0.05

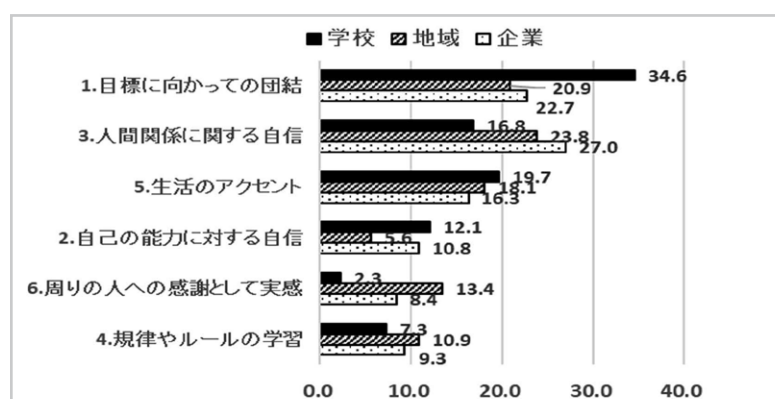


図1 運動会の意味（目標）

値＝17.23, $p<0.05$ ）」「4.自ら考える組織の向上（F値＝11.26, $p<0.05$ ）」などの成果は、「Ⅱ. 地域」や「Ⅲ. 企業」に比べ、「Ⅰ. 学校」の平均値が高い結果を示した。「1.自分の目標達成（F値＝5.20, $p<0.05$ ）」「7.決まりやルールの学習（F値＝4.62, $p<0.05$ ）」は「Ⅲ. 企業」に比べ「Ⅰ. 学校」の平均値が高く、「8.伝統（F値＝3.98, $p<0.05$ ）」は、「Ⅲ. 企業」よりも「Ⅰ. 学校」や「Ⅱ. 地域」の方が高い平均値を示すことが明らかとなった。各学校は教育課程（カリキュラム）を編成する際の基準となる「学習

指導要領（特別活動）」で学校行事の目標・内容・評価の一体化を進めながら日々学習しているため、参加者の意識づけになっていると考えられる。

表4は、運動会の「楽しさ」と「次年度の参加意向」の結果である。両項目とも「はい(4点)」から「いいえ(1点)」の4段階尺度で回答を求めた。運動会の「楽しさ」は、「Ⅲ. 企業」に比べ、「Ⅰ. 学校」や「Ⅱ. 地域」の方が高い結果を示した（F値＝11.12, $p<0.05$ ）。運動会が楽しくない理由（複数回答）は「プログラム

表3 運動会参加者にとっての成果（学校・地域・企業の比較）

	組織	分散分析		F値	多重比較		
		平均値	SD		I・II	I・III	II・III
5.技能や体力の向上	I. 学校	2.97	0.90	23.51 *	II < I	III < I	
	II. 地域	2.49	0.83				
	III. 企業	2.59	0.85				
2.皆との協力	I. 学校	3.33	0.80	20.43 *	II < I	III < I	
	II. 地域	3.05	0.72				
	III. 企業	2.92	0.79				
6.役割や責任を果たす	I. 学校	3.15	0.86	20.13 *	II < I	III < I	
	II. 地域	2.74	0.87				
	III. 企業	2.79	0.78				
10.以前よりも まとまった	I. 学校	3.20	0.85	17.23 *	II < I	III < I	
	II. 地域	2.86	0.73				
	III. 企業	2.84	0.80				
4.自分ら考える 組織の向上	I. 学校	3.16	0.87	11.26 *	II < I	III < I	
	II. 地域	2.86	0.78				
	III. 企業	2.89	0.78				
1.自分の目標達成	I. 学校	3.03	0.86	5.20 *		III < I	
	II. 地域	2.89	0.75				
	III. 企業	2.80	0.85				
7.決まりやルールの学習	I. 学校	2.87	0.85	4.62 *		III < I	
	II. 地域	2.80	0.74				
	III. 企業	2.65	0.82				
8.伝統	I. 学校	2.82	0.92	3.98 *		III < I	III < II
	II. 地域	2.81	0.77				
	III. 企業	2.60	0.79				

*: p<0.05

表4 運動会の楽しさと次年度の参加意向

	組織	分散分析		F値	多重比較		
		平均値	SD		I・II	I・III	II・III
楽しさ (Q14)	I. 学校	3.28	0.77	11.12 *		III < I	III < II
	II. 地域	3.14	0.75				
	III. 企業	2.95	0.87				
次年度 参加 (Q16)	I. 学校	3.26	0.85	9.51 *		III < I	III < II
	II. 地域	3.15	0.77				
	III. 企業	2.92	0.92				

*: p<0.05

の内容（32名：16.0%）」や「全体としてのまとまり（32名：16.0%）」が挙げられた。そのため、「特徴のある種目（盛り上がるプログラム）」があるか否かを問うたところ、全体の7割の参加者が「なし（551名：71.4%）」と回答する結果を示した（ χ^2 値＝17.52, $p<0.05$ ）。「プログラムの内容」はイベントの中核となるサービスである。誰もが参加でき、見たいと思えるプログラムの導入は重要であり、この積み重ねが「伝統」意識を育むと考える。さらに、次年度の運動会への参加は、「III. 企業」よりも「I. 学校」や「II. 地域」の平均値が高い結果を示した（F値＝9.51, $p<0.05$ ）。運動会の実態としては、「学校」や「地域」の運動会は概ね参加者の賛同が得られていると考える。そこで、組

織別に参加者が求める運動会サービスとは何かを明らかにする。

3. 運動会参加者全体でみた各サービス項目の品質得点

表5は、各サービス項目の期待度とパフォーマンス評価の平均値とサービス品質得点を示している。期待度では、「SQ28：救急場所の分かりやすさ（M＝3.92）」「SQ21：開催日時の都合よさ（M＝3.91）」などが高い値を示し、「SQ14：地域内外への情報提供（M＝3.22）」「SQ5：運動会の入り口や会場の飾り付け（M＝3.32）」が低い値を示した。また、パフォーマンス評価に関しては、「SQ10：係の任務遂行（M＝3.90）」「SQ8：記録や得点の正確な管理（M

＝3.80)」が高い値を示し、「SQ26:伝統（独自）種目の導入（M＝2.21）」「SQ20：駐車場の利用しやすさ（M＝2.79）」が低い値を示した。サービス品質得点を見ると、「SQ10：係の任務遂行」を除く項目がマイナスとなり、参加者にとって運動会サービス品質は低いと言える。特に、「SQ26：伝統（独自）種目の導入（SQ＝-1.45）」、「SQ20：駐車場の利用しやすさ（SQ＝-0.90）」、「SQ29：不審者や関係者以外の入場チェック（SQ＝-0.86）」は、パフォーマンス評価より期待度の方が高く、改善すべき項目と考える。

4. 運動会サービス品質評価

運動会などのイベントは無体財を含むサービス品質であり、通常、所属期間の年度が高まるにつれて提供される製品も変化する。また、運動会の内容も段階的に高度になり、参加者のニーズに応じて製品を変化させているのが現状である。したがって、参加者は、何年かのサー

ビスをパッケージとして認識し、途中で何度か製品の重要な仕様に関して評価することになる（山本，1999）。

(1) 運動会サービス品質因子の構造（全体）

現状のサービス品質評価アンケートでは質問項目数が多いため、運動会のサービス品質評価では可能な限り簡略化を目指し、差異得点であるSQ値を用いて因子分析（主因子法、プロマックス回転）を行った。表6は、運動会サービス品質3因子の分析結果を示している（固有値1.0以上）。結果は、全分散の57.7%の説明率で、質問項目の信頼性も良好であった（クロンバックα係数：0.745～0.826）。

第1因子は『ニーズ対応（応答性）』因子と命名した。「参加者の要望や意見の受け入れ（Q16,Q17,Q18）」、「参加の自由さ（Q15）」、「登録・キャンセルへの対応（Q24）」、「立ち入りチェック（Q29）」の「共感性」3項目と追加3項目の計6項目からなる。第2因子は『プログラム（信頼性）・係』因子と命名した。「参加者に対する

表5 各サービス項目の期待度とパフォーマンス評価の平均値とサービス品質得点

全体N=772	パフォーマンス評価		期待度		SQ得点	t値	
	M	SD	M	SD			
SQ1 会場（運動場・体育館）の広さ	3.65	1.01	3.73	0.91	-0.08	-1.79	
SQ2 トイレ使用のスムーズさ	3.44	1.02	3.87	0.88	-0.43	-8.88	***
SQ3 更衣室・休憩室の広さ	3.09	1.09	3.75	0.91	-0.66	-13.79	***
SQ4 用品・用具の新しさ・安全性	3.30	0.99	3.81	0.90	-0.51	-11.95	***
SQ5 運動会の入り口や会場の飾り付け	2.94	1.09	3.32	1.06	-0.38	-8.72	***
SQ6 会場の適切な配置（テント・イス）	3.57	0.96	3.78	0.87	-0.21	-5.28	***
SQ7 タイムスケジュール通りの進行	3.74	0.92	3.83	0.85	-0.09	-2.30	
SQ8 記録や得点の正確な管理	3.80	0.91	3.87	0.90	-0.08	-2.08	
SQ9 練習時間・内容の適切性	3.52	0.97	3.79	0.87	-0.27	-6.68	***
SQ10 係の任務遂行	3.90	0.83	3.90	0.86	0.00	-0.08	***
SQ11 係の対応状況（親切さ・丁寧さ）	3.73	0.87	3.89	0.83	-0.16	-4.41	***
SQ12 係の質問に対する対応（適切性）	3.59	0.85	3.84	0.87	-0.25	-0.69	***
SQ13 情報入手の簡単さ	3.51	0.93	3.65	0.94	-0.14	-3.46	***
SQ14 地域内外への情報提供	2.96	1.10	3.22	1.09	-0.26	-6.12	***
SQ15 種目参加の自由さ	3.28	1.15	3.77	1.01	-0.49	-9.46	***
SQ16 意見要望の言いやすさ	3.17	1.06	3.88	0.89	-0.70	-15.28	***
SQ17 意見要望の受け入れと改善	3.27	1.02	3.90	0.89	-0.63	-13.94	***
SQ18 アンケートの実施	2.99	1.25	3.67	0.97	-0.68	-13.90	***
SQ19 会場への行きやすさ	3.69	1.03	3.81	0.90	-0.12	-2.82	
SQ20 駐車場の利用しやすさ	2.79	1.26	3.69	1.02	-0.90	-17.42	***
SQ21 開催日時の都合良さ	3.44	1.03	3.91	0.90	-0.46	-10.41	***
SQ22 企画の話し合い	3.52	1.07	3.82	0.90	-0.30	-6.89	***
SQ23 係や役割分担の公平性	3.55	1.04	3.78	0.92	-0.24	-5.98	***
SQ24 参加種目の登録やキャンセルの容易さ	2.98	1.14	3.57	1.05	-0.59	-12.47	***
SQ25 プログラムの分かりやすさ	3.38	0.97	3.74	0.90	-0.36	-9.41	***
SQ26 伝統（独自）種目の導入	2.21	1.36	3.66	0.97	-1.45	-28.26	***
SQ27 毎年同じプログラムの実施※	2.36	0.95	2.88	1.06	-0.52	-11.07	***
SQ28 救急場所の分かりやすさ	3.58	1.11	3.92	0.89	-0.34	-7.98	***
SQ29 不審者や関係者以外の入場チェック	3.02	1.16	3.87	0.90	-0.86	-18.51	***
SQ30 種目の安全性	3.46	0.89	3.83	0.95	-0.37	-9.08	***

注）SQ27(※)は逆転項目である。Noto: (サービス品質得点) = (パフォーマンス評価) - (期待度)

*** P<0.01

表6 運動会におけるサービス品質項目の確認的因子分析(標準化推定値)

	【ニーズ対応 (応答性)】	【プログラム (信頼性)・係】	【会場・用具 (有形性)】	Cronbach's α 値
(Q16)運動会に対する要望や意見は言いやすい	0.850	0.026	-0.011	0.820
(Q17)運動会は、参加者の要望や意見を聞き、改善している	0.778	0.088	-0.046	
(Q18)運動会では、要望や意見を聞くために、アンケートが実施されている	0.675	-0.079	-0.006	
(Q15)運動会では、無理やり参加させられることはない	0.597	0.143	-0.093	
(Q24)運動会の種目参加の登録やキャンセルは、簡単である	0.588	-0.093	0.042	
(Q29)運動会では、不審者や関係者以外の立ち入りをチェックしている	0.413	0.008	0.144	0.826
(Q10)運動会の係は、決められた役割を果たしている	-0.054	0.768	0.011	
(Q11)運動会の係の対応は、親切で丁寧である	0.117	0.682	-0.046	
(Q8)運動会では、記録や得点が正確に管理されている	-0.083	0.662	0.073	
(Q7)運動会のプログラムは、タイムスケジュール通りに進んでいる	-0.083	0.632	0.051	
(Q12)運動会の係は、会場での質問に対して適切に回答している	0.175	0.574	-0.002	0.745
(Q9)運動会の練習時間や内容は、適切である	0.105	0.528	0.019	
(Q3)更衣室・休憩室は、気兼ねなく使用できる広さである	0.163	-0.098	0.713	
(Q2)トイレは、待ち時間なくスムーズに使える	0.028	0.005	0.701	
(Q1)会場(運動場・体育館)は、参加・応援しやすい広さである	-0.227	0.187	0.579	
(Q4)運動会では、安全性の高い、新しい用品や用具を使用している	0.237	0.050	0.428	
固有値	6.036	1.533	1.345	
累積寄与率(%)	37.724	9.580	8.406	
因子間相関	-	0.623	0.532	
		-	0.542	

注2) 因子負荷量、0.40以上の値を持つサービス属性をその大きな順に配列した。

$\chi^2=232.795$, $df=769$, $p<0.001$, $GFI=0.942$, $AGFI=0.922$, $CFI=0.942$, $AIC=434.569$, $RMSEA=0.580$

係の対応」3項目(Q10,Q11,Q12),「タイムスケジュール(Q7)」,「記録や得点の管理(Q8)」,「練習時間や内容(Q9)」への「信頼性」3項目の計6項目からなる。第3因子は『会場・用具(有形性)』因子と命名した。「会場(Q1)」,「トイレ(Q2)」,「更衣室・休憩室(Q3)」のハード面,「用品用具への安全に関する項目(Q4)」の4項目からなる。

次に, Amosを用いた確認的因子分析を行った。3因子からそれぞれ該当する項目の影響を受け, 全ての因子間に共分散を仮定したモデルで分析を行ったところ, 適合度指標は $\chi^2=232.795$, $df=769$, $p<0.001$; $GFI=0.942$, $AGFI=0.922$, $CFI=0.942$, $AIC=434.569$, $RMSEA=0.580$ となり, データに適した結果^{注2)}が得られた。尚, 運動会サービス品質因子の「組織」別の構造は, 基本的に「ニーズ対応(応答性)」因子,「プログラム(信頼性)・係」因子,「会場・用具(有形性)」因子の3因子をベースとする構造を示し,「全体」とほぼ同様の因子構造を示した^{注3)}。以上のことから, 本研究で得られた3因子は, 運動会サービス品質因子として妥当性を有すると考えられる。

(2) 組織別サービス品質得点

図2は, 組織別のサービス品質評価の特徴を

明らかにするために, 得られた因子得点を用いて, 学校・地域・企業を比較した。分析は一元配置分散分析を行い, 分散の同質性を確認した後, TukeyのHSD法を用いて多重比較検定を行った。

「学校」は全ての項目で最も低い結果を示し, 特に「地域」や「企業」に比べて,「ニーズ対応(応答性)」因子が低い結果を示した($F=3.655$, $p<0.05$)。これは学校運動会が教師主導で形骸化しつつあることを象徴する結果とも言える。タイトなスケジュールであっても「児童生徒のニーズ」を反映させ, 最後は「児童・生徒が創る運動会」へ向かうように努めることが重要となる。「企業」と「地域」の「ニーズ対応(応答性)」因子は, 同様の傾向を示した。両者の異なる点は「会場・用具(有形性)」因子である。「企業」は,「学校」「地域」に比べ,「会場・用具(有形性)」因子などのハード面が充実しており, 基本的な安全性は確保できていると考えられる(F 値 $=7.519$, $p<0.01$)。

5. I/P分析の適用とサービス品質からの改善戦略の提示

(1) 全体

図3は, 表6の運動会におけるサービス品質

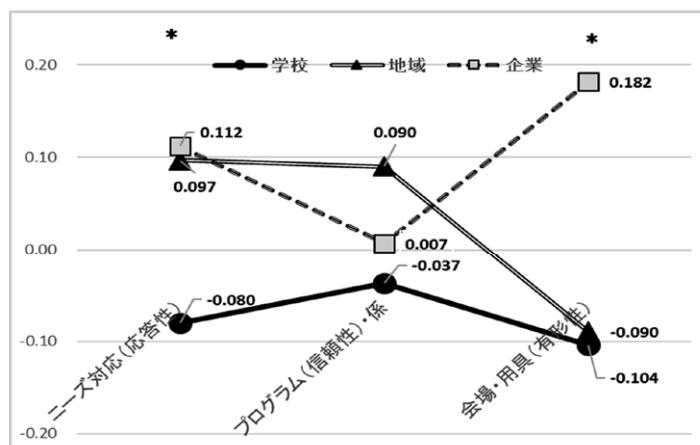


図2 組織別サービス品質得点の比較

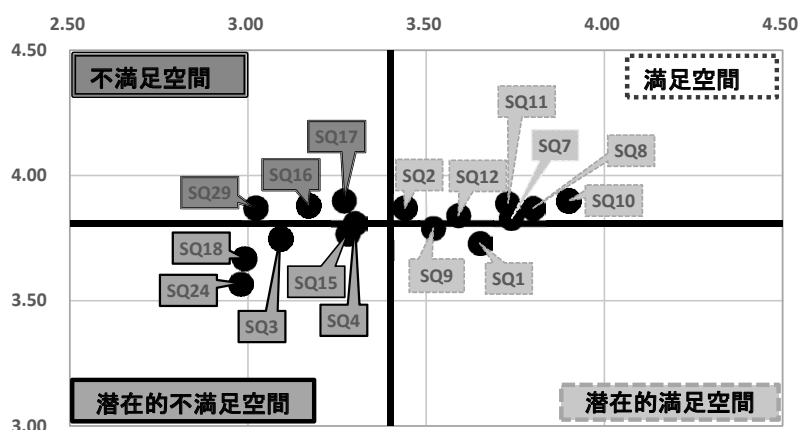


図3 運動会のサービス品質空間図（全体）

項目の確認的因子分析結果を基に、表5の該当するサービス項目のパフォーマンス評価及び期待度の平均値をプロットした「運動会のサービス品質空間図（満足・不満足空間図）」である。サービスの維持・向上に関する対策を立てる上で、消費者満足の概念的空間モデルの有効性が指摘されている（嶋口,1984）。満足・不満足空間図は、縦軸に期待水準を、横軸にパフォーマンス評価を取る。「不満足空間（左上）」にプロットされているのは、期待度が高く、パフォーマンス評価が低い項目であり、パフォーマンス評価を引き上げる戦略が求められる。「満足度空間（右上）」は、期待度とパフォーマンス評価が共に高く、できるだけ維持する戦略となる。「潜在的不満空間（左下）」は、期待度とパフォーマンス評価が共に低く、パフォーマンス評価を高めながら続けて期待度を高める戦略を取っていく。「潜在的満足空間（右下）」は、期待度が

低いものの、パフォーマンス評価が高いレベルにあり、パフォーマンス評価まで期待度レベルを引き上げる戦略を取っていく。

図3の運動会サービス品質空間図（全体）で「不満足空間」にプロットされたのは、「不審者や関係者以外の入場チェック（SQ29）」「意見要望の言いやすさ（SQ16）」「意見や要望の受け入れと改善（SQ17）」であり、パフォーマンス評価を高める改善が求められる。「潜在的不満空間」には「更衣室・休憩室の広さ（SQ3）」「用品・用具の新しさ・安全性（SQ4）」「参加種目の登録やキャンセルの容易さ（SQ24）」「アンケートの実施（SQ18）」「種目参加の自由さ（SQ15）」が示された。現行の運動会では、全体的に「意見や要望を取り入れた改善（SQ15,SQ16,SQ17,SQ18）」「参加の気軽さ（SQ3,SQ24）」「安全性（SQ4,SQ29）」が改善項目と言える。一方、「満足空間」には、第

2因子の「プログラム（信頼性）・係」の項目（SQ7,SQ8,SQ10,SQ11,SQ12）及び「トイレのスムーズな利用（Q2）」であった。また、「潜在的満足空間」には、「会場の広さ（SQ1）」「練習時間や内容の適切さ（SQ9）」がプロットされており、参加者は運動会の会場サービスに満足していると言える。

(2) 組織別運動会サービス品質空間図

図4は運動会サービス品質空間図を組織別（学校・地域・企業）に分け、整理している。学校・地域・企業運動会別サービス品質空間図で共通する項目は、「不満足空間（左上）」の「意見要望の言いやすさ（SQ16）」「意見要望の受け入れと改善（SQ17）」、「潜在的不足空間（左下）」の「アンケートの実施（SQ18）」「参加種目の登録やキャンセルの容易さ（SQ24）」である。一方、「満足空間（右上）」は、「タイムスケジュール通りの進行（SQ7）」「係の任務遂行（SQ10）」「係の対応状況（親切さ・丁寧さ）（SQ11）」「係の質問に対する対応（適切性）（SQ12）」である。その他の多くは「学校」と「地域」「企業」とに二分される。学校運動会で児童・生徒は「会場（運動場・体育館）の広さ（SQ1）」、「記録や得点の正確な管理（SQ8）」「練習時間・内容

の適切性（SQ9）」は満足しているが、「種目参加の自由さ（SQ15）」に潜在的に不満を持っており、「トイレ使用のスムーズさ（SQ2）」「更衣室・休憩室の広さ（SQ3）」「用品・用具の新しさ・安全性（SQ4）」などの会場・用具などのハード面や「不審者や関係者以外の入場チェック（SQ29）」の安全性に不満を抱いていることが明らかとなった。

地域運動会と企業運動会では、共通点として「トイレ使用のスムーズさ（SQ2）」に満足し、「会場（運動場・体育館）の広さ（SQ1）」「記録や得点の正確な管理（SQ8）」にも潜在的に満足しているものの、「更衣室・休憩室の広さ（SQ3）」「用品・用具の新しさ・安全性（SQ4）」「練習時間・内容の適切性（SQ9）」に潜在的な不満を抱いていることが明らかになった。両者の違いは「種目参加の自由さ（SQ15）」であり、地域運動会では満足し、企業運動会では不満足とする参加者が多い結果を示した。

(3) 運動会の新たなサービス品質評価尺度の開発

学校運動会は「楽しさ」「次年度の運動会への参加」「運動会の成果」に対する評価は高いものの、サービス品質（「ニーズ対応（応答性）」

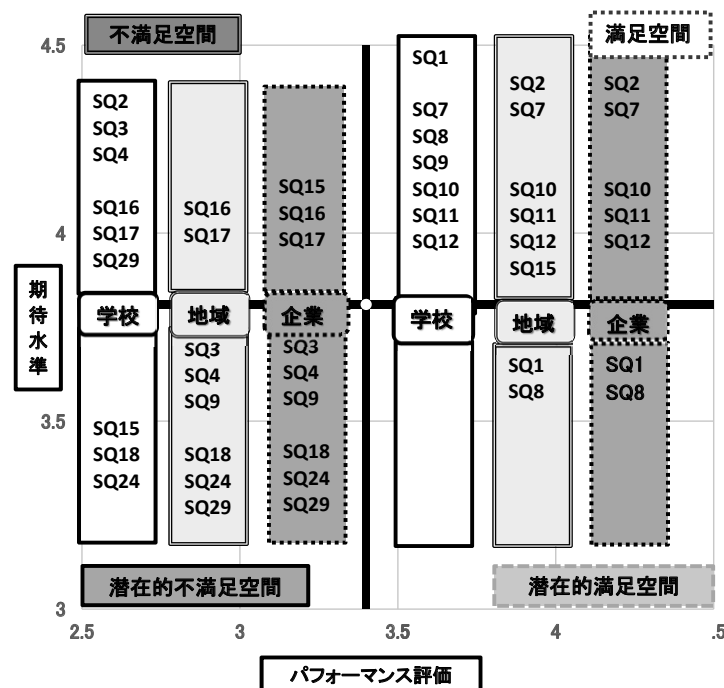


図4 組織別運動会サービス品質の空間図

因子」「プログラム（信頼性）・係因子」「会場・用具（有形性）因子」得点は低い結果を示した。これは運動会経験によって左右される面も大きいと考えるが、現在の意識調査にサービス品質（サービス品質得点＝パフォーマンス評価－期待度）の観点から改善を図ることによって各学校の運動会の質を高める取り組みが可能になると考える。

運動会の新たな品質評価尺度として、本研究では『ニーズ対応（応答性）因子（Q16, Q17, Q18, Q15, Q24, Q29）』、『プログラム（信頼性）・係因子（Q10, Q11, Q8, Q12, Q7, Q9）』、『会場・用具（有形性）因子（Q3, Q2, Q1, Q4）』を提案した。また、全ての組織で「アンケートの実施（SQ18）」は潜在的な不満足として挙がっていることから、『全体評価（満足度）』を加え、表7の「運動会」サービス品質に関するアンケート（Web）を提案する。

V. 結論

1. 運動会のサービス品質評価

現状では、学校運動会は「楽しさ」「次年度の運動会への参加」「運動会の成果」に対する評価は高いものの、サービス品質得点は最も低く、企業運動会のサービス品質が全体的に高い結果を示した。学校・地域・企業で共通する改善点（不満足空間）は、「意見要望の言いやすさ（SQ16）」と「意見要望の受け入れと改善（SQ17）」であった。組織別では、学校の「トイレ（Q2）」、地域及び企業での「練習時間や内容（Q9）」、学校及び企業での「参加種目の自由さ（SQ15）」がこれらの運動会を考える上で重要な項目になると考える。

2. 運動会の新たな品質評価尺度の開発

Amosを用いた確認的因子分析を行った結

表7 運動会サービス品質に関するアンケート（Web）

調査番号	あなたは以下1～17項目の質問で、今年度の運動会の「評価（パフォーマンス）」と「期待」について、それぞれあてはまる数字1つずつお選び下さい。	評価（パフォーマンス）	期待度
		とても そう思う [5] … [4] … [3] … [2] … [1]	とても そう思う [5] … [4] … [3] … [2] … [1]
1	1.会場（運動場・体育館）は、参加・応援しやすい広さである	5…4…3…2…1	5…4…3…2…1
2	2.トイレは、待ち時間なくスムーズに使える	5…4…3…2…1	5…4…3…2…1
3	3.更衣室・休憩室は、気兼ねなく使用できる広さである	5…4…3…2…1	5…4…3…2…1
4	4.運動会では、安全性の高い、新しい用品や用具を使用している	5…4…3…2…1	5…4…3…2…1
7	5.運動会のプログラムは、タイムスケジュール通りに進んでいる	5…4…3…2…1	5…4…3…2…1
8	6.運動会では、記録や得点が正確に管理されている	5…4…3…2…1	5…4…3…2…1
9	7.運動会の練習時間や内容は、適切である	5…4…3…2…1	5…4…3…2…1
10	8.運動会の係は、決められた役割を果たしている	5…4…3…2…1	5…4…3…2…1
11	9.運動会の係の対応は、親切で丁寧である	5…4…3…2…1	5…4…3…2…1
12	10.運動会の係は、会場での質問に対して適格に回答している	5…4…3…2…1	5…4…3…2…1
15	11.運動会では、無理やり参加させられることはない	5…4…3…2…1	5…4…3…2…1
16	12.運動会に対する要望や意見は言いやすい	5…4…3…2…1	5…4…3…2…1
17	13.運動会は、参加者の要望や意見を聞き、改善している	5…4…3…2…1	5…4…3…2…1
18	14.運動会では、要望や意見を聞くために、アンケートが実施されている	5…4…3…2…1	5…4…3…2…1
24	15.運動会の種目参加の登録やキャンセルは、簡単である	5…4…3…2…1	5…4…3…2…1
29	16.運動会では、不審者や関係者以外の立ち入りをチェックしている	5…4…3…2…1	5…4…3…2…1
全体	17.あなたは、本年度の運動会に満足していますか	5…4…3…2…1	5…4…3…2…1

注）参加者のパフォーマンス評価と期待度の質問は、末尾を「…である（パフォーマンス評価）」、「…するべきである（期待度）」とした。

果、運動会の新たなサービス品質尺度（3因子16項目）として、『ニーズ対応（応答性）因子』、『プログラム（信頼性）・係因子』、『会場・用具（有形性）因子』が開発された。運動会は時代とともに変化しながら継続されてきた。今後は参加者のニーズに着目し、プログラムの魅力によって参加者（分担係などのボランティアを含む）・見学者を引きつけ、安心して楽しめるイベントになるよう、改善が求められる。

VI. 今後の課題

1. データの蓄積

地域別、観戦者数別でサービス品質得点が異なるかどうかについて検討し、運動会サービス品質測定尺度の精度を上げる必要がある。

2. 運動会サービス品質アンケートの活用

本調査結果では、現状では「アンケートの実施（SQ18）」に対して潜在的な不満を抱く参加者が多いことから、「運動会サービス品質に関するアンケート（web版）」を参考に、参加者を対象に事後のアンケートを実施しながら、品質を高めることが重要となる。

本調査では「運動会に独自（伝統）種目がある参加者の方が運動会を楽しみ」とする割合が高い傾向を示した（ $\chi^2 = 13.908$, $p < 0.05$ ）。各組織の「運動会実行委員会」を中心に、「参加者が考える盛り上げ種目」を検討することも有効と考える。

付記

本研究はJSPS科研費JP25350756の助成を受けたものである。

注

1) 運動会は“athletic meeting”の訳語とされ、日本に紹介された（岸野，1964，p.2）。現在、運動会は，“athletic sports”，“sports tournament”，中学校や高校で行われる体

育祭は“school sports festival”，地域の運動会は“sports festival”，“undoukai”とされている【日本体育学会（監），2006，p.190，p.570，p.664】。運動会での全国調査（深谷，1986）を受けて、深谷（2013）は学校と地域を繋ぐ側面から欧米のスポーツ・デイを提案している。本研究は組織内のメンバーが連携する独創的で楽しいオリエンタルな運動会を目指すことから，“sports festival”を用いた。

2) 共分散構造分析のフィット指標（小塩，2007）に基づき、適合度を検討した。

① χ^2 値（CMIN）：カイ二乗と自由度を用いて算出した有意確率が， $p < 0.05$ であれば，データと適合しているとみなす。

② 適合度指標：連続量的判断指標でデータとモデルの距離を表す。

GFI/AGFI（Goodness of Fit Index/Adjusted Goodness of Fit Index）：修正適合度指標 GFIは0～1の値をとり，0.9以上が望ましい。AGFI $\leq$ GFIだが，モデルが複雑でない場合は，GFIとAGFIは近い値となる。

CFI（comparative fit index）：値が1に近いほどモデル適合度が高いと判断する。0.90が一応の目安となる。

AIC（Akaike's Information Criterion），CAIC（Consistent Akaike's Information Criterion）：複数のモデルのうちどれがよいかを選択する際，AICが最も低いモデルを選択する。

RMSEA（Root Mean Square Error of Approximation）：モデルの分布と真の分布との乖離をモデルの複雑性を考慮に入れて示した指標。0.05以下であれば当てはまりがよく，0.1以上であれば当てはまりが悪いと判断する。

3) 「全体」と「組織」別の因子分析結果の違いを示すと，学校運動会では第1因子「ニーズ対応（応答性）」にQ22（企画の話合い）とQ25（プログラムの分かりやすさ），第3因子「会場・用具（有形性）」にQ6（適切な会場設定）が加わり，固有値1.0以上の3因子

を抽出し、全分散の56%程度の説明率、質問項目の信頼性も良好であった（クロンバックの α ：0.863～0.800）。地域運動会では第1因子「プログラム（信頼性）・係」のQ9（練習時間・内容の適切さ）、第2因子「ニーズ対応（応答性）」のQ24（参加種目の登録・キャンセルの簡単さ）、第3因子「会場・用具（有形性）」のQ1（会場の広さ）とQ4（用品や用具の新しさ）は抽出されず、固有値1.0以上の3因子を抽出し、全分散の59%程度の説明率、質問項目の信頼性も良好であった（クロンバックの α ：0.800～0.692）。企業運動会では第1因子「ニーズ対応（応答性）」のQ15（無理やりに参加させない）、Q24（登録・キャンセルの簡単さ）とQ29（立ち入りチェック）、第2因子「プログラム（信頼性）・係」のQ7（タイムスケジュールのスムーズさ）とQ12（係の会場での対応）、第3因子「会場・用具（有形性）」のQ1（会場の広さ）とQ4（用品や用具の新しさ）は抽出されず、固有値1.0以上の3因子を抽出し、全分散の66%程度の説明率、質問項目の信頼性も良好であった（クロンバックの α ：0.830～0.644）。以上のことから、本研究で得られた3因子は、運動会サービス品質因子として妥当性を有すると考えられる。

文献

- 藤田修一・山口泰雄（2008）総合型地域スポーツクラブのマネジメントに関する研究—クラブサービスへの期待と評価の関係から—。体育・スポーツ科学，17：17-25。
- 深谷昌志（1986）運動会。モノグラフ・小学生ナウ，6（6）：1-87。
- 深谷昌志（2013）日本の運動会再考：運動会の軌跡を辿る。児童心理，67（16）：1387-1392。
- 萩裕美子・野川春夫・柳敏晴・國本明德（1993）生涯スポーツイベントのマネジメントに関する研究(1)—県レベルイベントの運営評価—。鹿屋体育大学学術研究紀要，10：1-10。
- 萩裕美子・國本明德・松本耕二（1994）全国レベルスポーツイベントのマネジメントに関する研究—トライアスロン参加者の大会参加経験から見たイベント評価—。鹿屋体育大学学術研究紀要，12：27-39。
- 萩裕美子・國本明德・野川春夫・山口泰雄（1997）トライアスロン参加者のイベント評価に関する研究—タイプ別にみたイベント評価および参加継続意欲に影響をおよぼす要因について—。鹿屋体育大学学術研究紀要，17：73-84。
- 原久子・藤本淳也・住田健（2010）スポーツイベントのサービスクオリティ評価に関する研究—湘南オープンウォータースイミング2008に着目して—。大阪体育大学紀要，41：135-143。
- 平野繁臣（監）（2008）JACEイベント講座2 基礎編 イベントの基礎知識—その形態・役割・仕組みと作り方。社団法人日本イベント産業振興協会。
- 金山千広（2010）障害者優先スポーツ施設におけるサービス品質に関する研究—アダプテッド・スポーツサービスの利用者による評価—。障害者スポーツ科学，8（1）：3-16。
- 金山千広・中西純司（2014）公共スポーツ施設と障がい者のサービス品質評価—インクルージョンの段階にみた施設の特徴—。立命館産業社会論集，50（1）：155-172。
- 河田隆・色摩正雄・太田繁・大橋理恵・酒巻知子（1991）イベント運営に対するウォークラリー参加者の評価に関する研究。聖徳大学研究紀要 第二分冊 短期大学部（I），24：149-157。
- 岸野雄三（1964）日本の運動会の由来と特色。体育科教育，12（9）：2-5。
- 小林佳澄・上岡洋晴・岡田真平・中山和彦（2001）地域スポーツ行事の変遷と社会背景との関連について—長野県北御牧村運動会を事例として—。身体教育医学研究，2：21-28。
- 倉本哲男（2005）特別活動におけるカリキュラムマネジメントの研究—「運動会」を通じた「学校改善」・「学校づくり」の実践事例

- 研究～. 教育経営学研究紀要, 8 : 11-17.
- 松本耕二・野川春夫 (1990) ホノルルマラソン完走者の満足要因の分析. レクリエーション研究, 23 : 38-39.
- 村上輝彦・乗友真由美 (2012) 社員の距離を縮め活性化リーダーを育む「運動会」. 人材教育 24 (5) : 56-59.
- 中村陽人 (2007) サービス品質の測定尺度に関する実証研究—SERVQUALの再検討—. 横浜国際社会科学研究所, 11 (6) : 39-43.
- 中西純司 (1995) 公共スポーツ施設におけるサービス・クオリティの構造に関する研究. 福岡教育大学紀要 (第五分冊), 44 : 63-76.
- 中西純司 (2010) 民間スポーツフィットネスクラブ経営における顧客苦情マネジメント分析. 体育・スポーツ経営学研究, 24 : 1-23.
- 日本体育学会 (監) (2006) 最新スポーツ科学事典. 平凡社.
- 野川春夫・菊池秀夫・山口泰雄・松本耕二 (1991a) スポーツイベントへの評価に関する研究—ホノルルマラソンVS 指宿菜の花マラソン—. レクリエーション研究, 25 : 36-37.
- 野川春夫・菊池秀夫・山口泰雄・長ヶ原誠 (1991b) スポーツイベントのマネジメントに関する研究 (1) —イベント参加者の視点から—. 鹿屋体育大学研究紀要, 6 : 57-67.
- 野川春夫・萩裕美子・國本明德・松本耕二 (1993) 生涯スポーツイベントのマネジメントに関する研究 (2) —イベント運営評価と継続意欲の関連について—. 鹿屋体育大学学術研究紀要, 10 : 11-23.
- 小塩真司 (2007) 研究事例で学ぶSPSS AMOSによる心理・調査データ解析. 東京図書, p.267.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. (1988) SERVQUAL : A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64 (1) : 12-40.
- 嶋口充輝 (1984) 戦略的マーケティングの論理—需要調整・社会対応・競争対応の科学—. 誠文堂新光社, pp.65-67.
- 周強・菊池秀夫 (2008) サービス品質評価モデル (SQAM) : 中国のフィットネスクラブにおけるサービス品質評価の実証研究. スポーツ産業研究, 18 (1) : 43-57.
- 周強・菊池秀夫 (2009) 知覚されたサービス品質が利用満足と行動意図に及ぼす影響 : 中国のフィットネスクラブにおける実証研究. スポーツ産業研究, 19 (1) : 25-29.
- 高島稔 (1964) 運動会の問題点を探る. 体育科教育, 12 (9) : 11.
- 山口泰雄 (1991) 地域活性化におけるスポーツイベントの社会経済的研究. 平成3年度文部省科学研究費 (一般研究C) 研究成果報告書.
- 山本昭二 (1999) サービス・クオリティ—サービス品質の評価過程—. 千倉書房, pp.61-64.
- 吉見俊哉 (1993) 運動会という近代 祝祭の政治学. 現代思想, 21 (7) : 59-67.
- 行實鉄平 (2010) 地域におけるアダプテッドスポーツイベントの参加者評価. 久留米大学健康・スポーツ科学センター研究紀要, 18 (1) : 59-72.