

# SCUBA Divingにおける顧客満足が継続意思に及ぼす影響

多河 侑香 (生涯スポーツ学科 野外スポーツコース)

指導教員 黒澤 毅

キーワード: SCUBA Diving 顧客満足 継続意思

## 1. 緒言

ダイバーの人口動態は1995年から2005年までの10年間で約84万人、累計人口140万人と報告されている<sup>1)</sup>。しかし、ダイバー人口が増加していく中で、年間を通して活動しているダイバーはわずか約30万人といわれており、Cカードを取得したダイバーのうち2/3程度が年に数回、もしくはライセンスを取得したままダイビングは行っていないというのが現状である<sup>1)</sup>。

そこで、本研究ではSCUBA Divingにおける顧客満足度と満足への影響を明らかにするとともに、顧客満足度が継続意思に及ぼす影響を明らかにすることを目的とする。

## 2. 研究方法

### 研究Ⅰ: アンケート用紙の作成・実施

平成23年7月にW県の某ダイビングショップにSCUBA Divingにきたダイバー51名を対象とし、Yoshida<sup>3)</sup>が先行研究を基に作成した顧客満足度に関する要因を参考に、筆者が独自にSCUBA Diving用に作成した自由記述によるアンケートを実施した。

### 研究Ⅱ: 本アンケート用紙の作成・実施

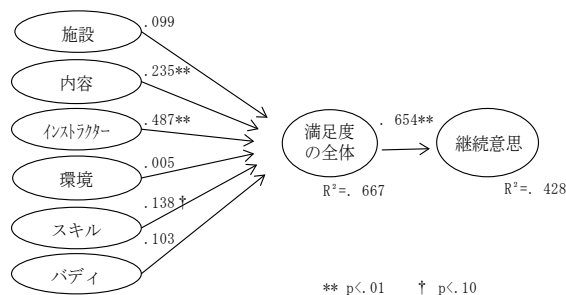
予備アンケートにより収集した言葉をKJ法を用いて分類・整理し、筆者が独自に27項目からなるSCUBA Divingにおける顧客満足度に関するアンケートを作成した。平成23年8月にF県およびO県某ダイビングショップにSCUBA Divingにきたダイバー89名(F県:45名、O県:44名)を対象としてアンケートを実施した(表1)。

表1 調査対象者の属性

項目	O県	F県	合計
男性	27	29	56
女性	17	16	33
合計	44	45	89

## 3. 結果と考察

SCUBA Divingにおける顧客満足度6要因が満足度の全体評価に及ぼす影響から満足度の全体評価が継続意思に及ぼす影響の一連の結果を図1に示した。



出来ないこと、費用に関することや自分に合ったスケジュールで行えることなどが大きく影響したと考える。また、顧客の満足度が高ければ、今後の継続意思に高い影響を与えることが示唆された。

ダイビングポイント別では「インストラクター」への影響力が高かった。今回調査したダイビングポイントは、インストラクターとの関わりが以前からあり、関係が深かったことが影響したと考える。また、O県ではログブック記入の時間を重視しており、ダイビングに関することや普段の話までダイバー同士やインストラクターとコミュニケーションをとっていたことも影響したと考える。

また、年代別にみた結果、30代、40代以上では、「インストラクター」において高く影響し、今後の継続意思にも関連していることが明らかとなった。しかし、10代・20代では、すべての要因に影響はなく、継続意思にも影響を与えていないことがわかった。継続ダイバーを増やしていくためには、若い世代が感じる満足度の特徴を更に詳しく調査する必要がある。

総ダイビング本数別にみた結果、すべてにおいて今後の継続意思に高く影響していることが明らかとなった。初、中級者では「インストラクター」や「スキル」において高く影響していたが、上級者ではすべての要因において影響はなかった。これは上級者になると、技術向上や費用、施設など1つ1つの要因からの影響ではなく、SCUBA Diving特有の楽しさ、日常から離れた空間、雰囲気などに満足していると考えられる。

参加目的別にみたところ、ファンダイビング目的、ライセンス取得目的共に「インストラクター」、「プログラム内容」において影響力が高かったが、ライセンス取得目的ではその要因が継続意思に影響を与えなかった。

## 4. まとめ

- 1) 全体においてSCUBA Divingの顧客満足度の影響は「プログラム内容」、「インストラクター」、「スキル」が満足度の全体評価にポジティブな影響を与えることが明らかとなった。また、今後の継続意思にも高く影響していることが明らかとなった。
- 2) 基本属性(性別、年代、ダイビング歴、総ダイビング本数、参加目的)によってSCUBA Divingの顧客満足度の影響の受け方に違いがあった。
- 3) 今回若い世代またはライセンス取得者については、満足度が低く今後の継続意思に影響を与えていないことが明らかとなった。

## 引用・参考文献

- 1) 蓬郷尚代(2007) オープンウォーターダイバー講習における不安に関する発生論的一考 上智体育 40 pp.15-24.
- 2) 小野譲司(2010) 顧客満足[CS]の知識 日経文庫
- 3) Yoshida, M. & James, J. D. (2010) Customer Satisfaction With Game and Service Experiences: Antecedents and Consequences, Sport Management pp. 338-361.