

10 アンケート結果

2016年度に標準化し、調査項目を確定させたアンケート用紙を用いて、来館目的別の満足度とお客様の体験された事業に対する満足度及び接客や施設等の環境に関する満足度、さらには総合的な満足度を測定した。

結果、2,773名分の有効回答を得た。以下にアンケートの集計及び分析結果を記載する。

(1)回答一覧（フェイスシート）

回答をいただいたお客様の状況は以下の表とグラフの通りであった。

①性別

	度数	有効パーセント
女性	1497	54.0
男性	966	34.8
未記入	310	11.2
合計	2773	100.0

②年齢層

	度数	有効パーセント
一般	1594	64.7
小学生以下	595	24.1
大学生等	143	5.8
中学生	89	3.6
高校生	44	1.8
未記入	308	—
合計	2773	100.0

③住まい

	度数	有効パーセント
市内	1304	53.2
県外	669	27.3
県内	477	19.5
未記入	323	—
合計	2773	100.0

④交通手段

	度数	有効パーセント
自動車	1918	78.7
徒歩	110	4.5
自転車	89	3.7
タケヤ交通	86	3.5
愛子観光バス	79	3.2
JRと愛子観光バス	67	2.8
JRと徒歩	49	2.0
JRとタクシー	23	0.9
バイク	15	0.6
未記入	337	—
合計	2773	100.0

⑤来館回数

	度数	有効パーセント
初めて	964	39.8
年数回	709	29.2
年1回	473	19.5
月数回	127	5.2
月1回	103	4.2
毎週	48	2.0
未記入	349	—
合計	2773	100.0

⑥年間パスポート加入

	度数	有効パーセント
なし	2203	92.4
あり	181	7.6
未記入	389	—
合計	2773	100.0

(2)各質問項目の平均値（5段階評価）

以下の3つの項目に対する満足度の平均値及び標準偏差と分散は以下の表の通りであった。

なお、来館目的と体験した事業に関しては、その比率も記した。

①来館目的に対する満足度

	度数	平均値	標準偏差	目的とした方の比率
勉強	1764	4.72	.63	63.61
遊び	1809	4.69	.69	65.24
癒し	1447	4.64	.75	52.18
レジャー	1102	4.50	.83	39.74
子ども・孫のため	1036	4.53	.86	37.36
買い物	603	4.06	1.20	21.75
暖取り・涼みに	533	4.29	1.01	19.22

②体験した事業に対する満足度

	度数	平均値	標準偏差	体験比率
観望会	456	4.51	.97	16.44
望遠鏡解説	720	4.49	.92	25.96
展示室	1869	4.60	.73	67.40
プラネタリウム	2221	4.75	.66	80.09
企画展	463	4.43	.96	16.70
イベント	328	4.38	1.09	11.83

③施設環境に対する満足度

	度数	平均値	標準偏差
接客	2536	4.81	.56
スタッフの専門性	2404	4.67	.62
広報物	2309	4.57	.72
清潔感	2455	4.83	.50
トイレ	2427	4.77	.58
雰囲気	2437	4.77	.57
空調	2402	4.71	.63
ミュージアムショップ	2376	4.34	.94
交通の便	2354	3.98	1.13
各種事業の時間設定	2263	4.34	.95
観覧料の妥当さ	2344	4.36	.95

④総合満足度

	度数	平均値	標準偏差
他者に勧める	2538	4.49	.75
再来館する	2483	4.59	.71
SNSで発信する	2289	4.01	1.06
知人と一緒に来館する	2465	4.44	.84
合計得点	2225	17.50	2.87

⑤ミッションの認知度及び中期目標達成度

	度数	平均値	標準偏差
ミッション認知度	2444	4.59	.70
中期目標達成度	2433	4.56	.73

(3)総合満足度に影響を与えている個別満足度の検討

総合満足度を規定する質問項目を従属変数とし、それぞれの質問項目を独立変数とする重回帰分析（ステップワイズ法）を行った結果は表の通りであった。この結果を受け、総合満足度に影響を与えている要因を明らかにした。

①他者に薦める

○来館目的 ($r^2=.38$, $F=55.20$ $p<.001$)

他者に薦めるという行動に影響を与えていたのは、来館目的が勉強、癒し、レジャー、遊びのどれかに対する満足度が高い来館者であることが明らかとなった。

	β	
勉強	.19	**
癒し	.21	***
レジャー	.16	**
遊び	.18	**
*** $p<.001$, ** $p<.01$		

○体験した事業 ($r^2=.43$, $F=61.94$ $p<.001$)

体験した事業で他者推薦に影響を与えていたのは、企画展または展示室の満足度が高い来館者であることが明らかとなった。

	β	
企画展	.35	***
展示室	.35	***
*** $p<.001$, ** $p<.01$		

○施設環境 ($r^2=.38$, $F=55.20$ $p<.001$)

施設環境で他者推薦に影響を与えていたのは、スタッフの専門性、観覧料の妥当さ、雰囲気、広報物、接客に満足した来館者であることが明らかとなった。

	β	
スタッフの専門性	.15	***
観覧料の妥当さ	.18	***
施設の雰囲気	.11	***
広報物	.13	***
接客	.09	***
*** $p<.001$, ** $p<.01$		

②再来館する

○来館目的 ($r^2=.47$, $F=51.76$ $p<.001$)

再来館するという行動に影響を与えていたのは、来館目的が勉強、癒し、遊び、レジャー、暖取りや涼みを目的とした来館者の満足度が高い場合であることが明らかとなった。ただし、買い物をも目的とした来館者の満足度は負に影響を与えていることも明らかとなった。

	β	
勉強	.23	***
癒し	.19	**
遊び	.20	**
レジャー	.18	**
暖取り・涼みに	.15	**
買い物	-.14	**
*** $p<.001$, ** $p<.01$		

○体験した事業 ($r^2=.50$, $F=51.43$ $p<.001$)

体験した事業で再来館に影響を与えていたのは、展示室、プラネタリウム、企画展の満足度が高い来館者であることが明らかとなった。

	β	
展示室	.34	***
プラネタリウム	.22	**
企画展	.23	**
*** $p<.001$, ** $p<.01$		

○施設環境 ($r^2=.24$, $F=127.68$ $p<.001$)

施設環境で再来館に影響を与えていたのは、施設の雰囲気、観覧料の妥当さ、スタッフの専門性と接客及び各事業の時間設定に満足した来館者であることが明らかとなった。

	β	
施設の雰囲気	.14	***
観覧料の妥当さ	.17	***
スタッフの専門性	.12	***
接客	.11	***
各事業の時間設定	.08	**
*** $p<.001$, ** $p<.01$		

③ SNS で発信する

○来館目的 ($r^2=.33$, $F=44.13$ $p<.001$)

SNS 等のインターネットで発信をするという行動に影響を与えていたのは、来館目的がレジャー、癒し、子どもや孫のため、暖取りや涼むことを目的とした来館者の満足度が高い場合であることが明らかとなった。

	β	
レジャー	.23	***
癒し	.22	***
子ども・孫のため	.15	*
暖取り・涼みに	.12	*
*** $p<.001$, ** $p<.01$, * $p<.05$		

○体験した事業 ($r^2=.47$, $F=72.11$ $p<.001$)

体験した事業で SNS の発信に影響を与えていたのは、企画展と観望会の満足度が高い来館者であることが明らかとなった。

	β	
企画展	.40	***
観望会	.33	**
*** $p<.001$, ** $p<.01$		

○施設環境 ($r^2=.20$, $F=119.61$ $p<.001$)

施設環境で SNS の発信に影響を与えていたのは、観覧料の妥当さ、広報物、スタッフの専門性、施設の雰囲気 に満足した来館者であることが明らかとなった。

	β	
観覧料の妥当さ	.21	***
広報物	.16	***
スタッフの専門性	.12	***
施設の雰囲気	.08	**
*** $p<.001$, ** $p<.01$, * $p<.05$		

④ 知人と来館する

○来館目的 ($r^2=.37$, $F=69.63$ $p<.001$)

知人と来館するという行動に影響を与えていたのは、遊び、レジャーまたは癒しを目的とした来館者の満足度が高い場合であることが明らかとなった。

	β	
遊び	.33	***
レジャー	.23	***
癒し	.14	*
*** $p<.001$, * $p<.05$		

○体験した事業 ($r^2=.50$, $F=66.04$ $p<.001$)

知人との来館に影響を与えていたのは、プラネタリウムと展示室の満足度が高い来館者であることが明らかとなった。

	β	
プラネタリウム	.38	***
展示室	.35	***
*** $p<.001$, ** $p<.01$, * $p<.05$		

○施設環境 ($r^2=.24$, $F=88.63$ $p<.001$)

知人との来館に影響を与えていたのは、施設の雰囲気、観覧料の妥当さ、スタッフの専門性、広報物、スタッフの接客、ミュージアムショップに満足した来館者であることが明らかとなった。また、トイレへの満足度が負に影響していることも明らかとなった。

	β	
施設の雰囲気	.19	***
観覧料の妥当さ	.14	***
スタッフの専門性	.11	***
広報物	.09	**
接客	.11	***
トイレ	-.08	**
ミュージアムショップ	.07	**
*** $p<.001$, ** $p<.01$, * $p<.05$		

⑤総合満足度合計得点

○来館目的 ($r^2=.47$, $F=65.81$ $p<.001$)

知人と来館するという行動に影響を与えていたのは、遊び、癒し、レジャー、勉強、暖取りや涼みを目的とした来館者の満足度が高い場合であることが明らかとなった。

	β	
遊び	.20	**
癒し	.19	**
レジャー	.22	***
勉強	.15	*
暖取り・涼み	.10	*
*** $p<.001$, ** $p<.01$, * $p<.05$		

○体験した事業 ($r^2=.55$, $F=64.59$ $p<.001$)

知人との来館に影響を与えていたのは、企画展と展示室及びプラネタリウムの満足度が高い来館者であることが明らかとなった。

	β	
企画展	.38	***
展示室	.38	***
プラネタリウム	.35	***
*** $p<.001$, ** $p<.01$, * $p<.05$		

○施設環境 ($r^2=.32$, $F=153.27$ $p<.001$)

知人との来館に影響を与えていたのは、観覧料の妥当さ、スタッフの専門性、施設の雰囲気、広報物、接客、ミュージアムショップに満足した来館者であることが明らかとなった。

	β	
観覧料の妥当さ	.20	***
スタッフの専門性	.14	***
施設の雰囲気	.13	***
広報物	.13	**
接客	.10	***
ミュージアムショップ	.06	*
*** $p<.001$, ** $p<.01$, * $p<.05$		

(4) ミッションの認知及び中期計画の重点目標達成に影響を与えている要因の検討

当施設のミッションである「宇宙を身近に」に関わり、施設で体験した事業で、「宇宙を身近に」をどの程度感じられたのかを測定した。また、2017年度からの3年間の中期計画の重点目標である「宇宙・天文に興味を持った市民の割合が増える」の達成度に影響を与えている要因についても重回帰分析（ステップワイズ法）により検討した。

その結果、ミッションの認知度に影響を与えていた業務はプラネタリウムと展示室に満足しているお客さまであることが明らかとなった。また、中期計画の重点目標の達成度に影響を与えていた業務は、展示室に満足しているお客様であることが明らかとなった。

○ミッション ($r^2=.23$, $F=19.77$ $p<.001$)

	β	
プラネタリウム	.32	**
展示室	.23	**

** $p<.01$

○中期計画の重点目標 ($r^2=.15$, $F=23.13$ $p<.001$)

	β	
展示室	.39	***

*** $p<.001$

(5) 性別、住所別、来館頻度別、年パスの有無の満足度等の違い

①性別

性差による満足度の違いについてt検定を行った。その結果、性差が認められた項目について右の一覧表にまとめた。なお、事前に等分散に関する検定を行ったところ、有意差が認められた項目の等分散が認められなかったことから、等分散を仮定しない検定を行った。その結果、右の表に挙げる項目については、女性の評価が高いことが明らかとなった。

項目	性差	t値
他者推薦	女>男	2.03*
再来館	女>男	2.55*
総合満足度合計点	女>男	2.00*
ミッション認知度	女>男	2.10*
* $p<.05$		

②年齢別

年齢別による満足度を比較するために一要因の分散分析及び等分散の検定を行った。有意な F 値が得られた項目の等分散を確認したところ、全ての項目で等分散が認められなかった。そこで、有意な F 値が得られた項目について Tamhane 法による多重比較を行った。Tamhane 法の多重比較においても有意な違いが認められた項目について、下の表にまとめた。

項目	多重比較結果 (Tamhane法)	F 値
遊び	小学生以下 > 一般	4.11**
癒し	一般 > 小学生以下	5.06***
展示室	小学生以下 > 一般	3.51**
広報物	小学生以下, 高校生 > 一般	4.01**
施設の雰囲気	大学・専門学校生 > 小学生以下, 一般	3.68**
ショップ	一般 > 小学生以下	14.51***
交通の便	小学生以下, 中学生 > 大学・専門学校生	19.20***
	小学生以下 > 一般	
各事業の時間設定	小学生以下 > 一般	4.85**
他者推薦	高校生 > 中学生	3.82**
再来館する	小学生以下 > 一般	4.92**
	高校生 > 中学生	
SNS 発信	大学・専門学校生 > 小学生以下, 中学生, 一般	5.83***
知人と来館	小学生以下, 高校生, 大学・専門学校生 > 一般	9.60***
総合満足度合計	高校生・大学・専門学校生 > 中学生	4.86**
	大学・専門学校生 > 一般	
ミッション認知度	小学生以下 > 一般	3.65**

*** $p < .001$, ** $p < .01$

③住所別

住所の違いによる満足度を比較するために一要因の分散分析及び等分散の検定を行った。有意な F 値が得られた項目の等分散を確認したところ、全ての項目で等分散が認められなかった。そこで、有意な F 値が得られた項目について Tamhane 法による多重比較を行った。その結果、有意な差が認められる項目はなかった。よって、住所による満足度等の差は認められないことが明らかとなった。

④来館頻度別

来館頻度の違いによる満足度を比較するために一要因の分散分析及び等分散の検定を行った。有意な F 値が得られた項目の等分散を確認したところ、「他者推薦」以外の項目では等分散が認められなかった。そこで、有意な F 値が得られた項目のうち「他者推薦」に関しては Scheffe 法による多重比較を、その他の項目については Tamhane 法による多重比較を行った。その結果、有意差が認められた項目については、下の表にまとめた。

項目	多重比較結果 (Tamhane法)	F 値
子ども・孫のため	初めて, 年 1 回, 年数回 > 毎週	2.87**
買い物	初めて, 月数回 > 毎週	3.81**
再来館する	年 1 回, 年数回, 月 1 回, 月数回 > 初めて	9.00***
知人と来館	年数回, 月 1 回, 月数回 > 初めて	22.28***
ミッション認知度	年 1 回, 年数回 > 初めて	5.33***
中期目標達成	月 1 回, 月数回 > 初めて	5.34***

*** $p < .001$, ** $p < .01$

⑤年間パスポートの有無

年間パスポートを持っているか、いないかの違いによる満足度を比較するために、*t*検定を行った。なお、事前に等分散に関する検定を行ったところ有意差が認められた項目の等分散は認められなかったことから、等分散を仮定しない検定を行った。その結果、年間パスポートを持っている来館者の評価が高いことが明らかとなった。

項目	パスポートの有無	<i>t</i> 値
再来館	有 > 無	4.01***
知人と来館	有 > 無	2.48**
総合満足度合計	有 > 無	2.56*
ミッション認知度	有 > 無	2.80**
中 中期目標達成	有 > 無	2.70**

****p*<.001, ***p*<.01, **p*<.05

(6)他年度との比較

2015年度にこれまでのアンケートを基に標準化を行い、2016年度から活用できるアンケートを作成した。そこで、2016年度から3年間の同じデータが揃ったことから、これらの比較を行った。比較にあたっては、年度を独立変数とする一要因の分散分析を行った。また、等分散が認められる場合には Scheffe 法による多重比較を、等分散が認められない場合には Tamhane 法による多重比較を行った。その結果、有効な *F* 値が得られたのは、「交通の便」、「ミッションの認知度」の2つだけであった。また、双方とも等分散が認められなかったことから Tamhane 法による多重比較を行った。その結果、「交通の便」に関しては、2018年度が2016年度と2017年度より有意に満足度が高いことが明らかとなった。また、「ミッションの認知度」に関しては、2018年度が2016年度より有意に高いことが明らかとなった。

なお、2016年度から3年間の全ての質問項目の得点も一覧とした。交通の便を除く全ての項目で5段階評価の4以上の評価をいただいていることが明らかとなった。

質問項目	年度	度数	平均値	標準偏差	<i>F</i> 値	多重比較
交通の便	2015	962	3.88	1.15	8.96***	2018 > 2017, 2016 *
	2016	1497	3.83	1.18		
	2017	2354	3.98	1.13		
ミッション認知度	2015	968	4.50	.81	5.71**	2018 > 2016 *
	2016	1589	4.56	.75		
	2017	2444	4.59	.70		

****p*<.001, ***p*<.01, **p*<.05

来館目的	年度	度数	平均値	標準偏差
	勉強	2016	702	4.68
2017		1118	4.72	.6
2018		1764	4.72	.63
合計		3584	4.71	.63
遊び	2016	678	4.66	.66
	2017	1067	4.72	.64
	2018	1809	4.69	.69
	合計	3554	4.69	.67
癒し	2016	587	4.71	.66
	2017	872	4.69	.72
	2018	1447	4.64	.74
	合計	2906	4.67	.72
レジャー	2016	421	4.61	2.6
	2017	618	4.53	.84
	2018	1102	4.50	.83
	合計	2141	4.53	1.37
子ども・孫のため	2016	409	4.55	.81
	2017	593	4.55	.85
	2018	1036	4.53	.86
	合計	2038	4.54	.85

	年度	度数	平均値	標準偏差	
来館目的	買い物	2016	255	4.24	1.08
		2017	313	4.14	1.15
		2018	603	4.06	1.2
		合計	1171	4.12	1.16
	暖取り・涼みに	2016	200	4.40	.94
		2017	270	4.25	1.03
		2018	533	4.29	1.01
		合計	1003	4.30	1.

	年度	度数	平均値	標準偏差	
体験した事業	観望会	2016	158	4.44	1.01
		2017	206	4.45	1.02
		2018	456	4.51	.97
		合計	820	4.48	.99
	望遠鏡解説	2016	306	4.47	.89
		2017	377	4.56	.87
		2018	720	4.49	.92
		合計	1403	4.50	.9
	展示室	2016	712	4.59	.7
		2017	1086	4.56	.77
		2018	1869	4.60	.73
		合計	3667	4.59	.73
	プラネタリウム	2016	886	4.77	.61
		2017	1324	4.75	.66
		2018	2221	4.75	.66
		合計	4431	4.75	.65
	企画展	2016	162	4.47	.91
		2017	249	4.43	1.01
2018		463	4.43	.96	
合計		874	4.44	.96	
イベント	2016	97	4.34	1.11	
	2017	284	4.54	.92	
	2018	328	4.38	1.09	
	合計	709	4.44	1.03	

	年度	度数	平均値	標準偏差	
施設環境	接客	2016	1004	4.76	.56
		2017	1599	4.81	.57
		2018	2536	4.81	.56
		合計	5139	4.80	.56
	スタッフの専門性	2016	958	4.64	.69
		2017	1513	4.69	.66
		2018	2404	4.67	.67
		合計	4875	4.67	.67
	広報物	2016	944	4.53	.72
		2017	1486	4.55	.75
		2018	2309	4.57	.72
		合計	4739	4.56	.73

	年度	度数	平均値	標準偏差	
施設環境	清潔感	2016	986	4.80	.52
		2017	1567	4.82	.53
		2018	2455	4.83	.5
		合計	5008	4.82	.52
	トイレ	2016	974	4.76	.58
		2017	1546	4.77	.59
		2018	2427	4.77	.58
		合計	4947	4.77	.58
	雰囲気	2016	974	4.77	.53
		2017	1542	4.79	.54
		2018	2437	4.77	.57
		合計	4953	4.77	.55
空調	2016	966	4.69	.65	
	2017	1525	4.69	.68	
	2018	2402	4.71	.63	
	合計	4893	4.70	.65	
ミュージアムショップ	2016	955	4.32	.92	
	2017	1506	4.33	.9	
	2018	2376	4.34	.94	
	合計	4837	4.33	.92	
交通	2016	962	3.88	1.15	
	2017	1497	3.83	1.18	
	2018	2354	3.98	1.13	
	合計	4813	3.92	1.15	
各種事業の時間設定	2016	939	4.32	.9	
	2017	1479	4.28	.96	
	2018	2263	4.34	.95	
	合計	4681	4.32	.94	
観覧料の妥当さ	2016	962	4.27	.96	
	2017	1502	4.32	.97	
	2018	2344	4.36	.95	
	合計	4808	4.33	.96	
総合満足度	勧める	2016	1011	4.51	1.72
		2017	1519	4.44	.73
		2018	2538	4.49	.75
		合計	5068	4.48	1.02
	再来館	2016	1019	4.56	.69
		2017	1617	4.58	.67
		2018	2483	4.59	.71
		合計	5119	4.58	.7
	SNS	2016	928	4.01	1.05
		2017	1452	3.99	1.02
		2018	2289	4.01	1.06
		合計	4669	4.00	1.04
	知人	2016	987	4.45	.78
		2017	1569	4.42	.81
		2018	2465	4.44	.84
		合計	5021	4.43	.82

	年度	度数	平均値	標準偏差
来館目的	2016	920	17.50	3.23
	2017	1367	17.35	2.82
	2018	2225	17.50	2.87
	合計	4512	17.46	2.93
ミッション認知度	2016	968	4.50	.81
	2017	1589	4.56	.75
	2018	2444	4.59	.7
	合計	5001	4.56	.74
中期目標達成度	2016		未測定	
	2017	1593	4.56	.72
	2018	2434	4.56	.73
	合計	4027	4.56	.72

(7)考察

①フェイスシートに関して

今年度は、展示室の休館や全館休館がなかったことから、昨年度より1,000人を超すアンケートを得ることができた。しかし、性別や年齢層等の全フェイスシート項目において、ここ3年間の属性割合には大きな変化が認められなかった。

よって、今回の結果のような来館者状況が本施設の特徴であることが伺われる。そのような中、交通手段に関しては、愛子観光バスの利用率よりタケヤ交通の利用率が増えたことは、今年度の大きな特徴ではないかと考える。

②各質問項目の満足度に関して

こちらの評価項目に関しても、この3年間大きな変化もなく安定した評価を頂いていることが特徴である。5段階評価で4を下回るのは「交通の便」だけであり、本施設の大きな課題が解決されないことによるものと考えられる。ただし、「交通の便」の満足度に関しては、今年度の評価が2016年度及び2017年度より有意に高い状況にあり、タケヤ交通の利用度が高くなったことと関連し、タケヤ交通が天文台に乗り入れていることの認知度が高くなってきたからではないかと考えられる。この考察については、次年度以降のアンケート結果をふまえて深めていきたい。

③総合満足度に影響を与えている個別満足度に関して

総合満足度を測定する「他者に薦める」「再来館する」「SNSで発信する」「知人と来館する」の4項目の全てに影響を与えていた項目は、来館目的別では「レジャー」と「癒し」の項目で満足度が高い来館者であった。また、「遊び」の項目も次に影響を与えていたことから、学習というよりは娯楽的な活用に満足した来館者の評価が高いことが伺われる。この点については、天文台学習のような利用者からは別途アンケートをとっていることから、学習目的の来館者満足度が反映されていないことも考えられる。

次に体験別の項目では、全ての総合満足度指標にあてはまった項目はないが、「展示室」、「プラネタリウム」、「企画展」の3項目が総合満足度に影響を与えていることが明らかとなった。この部分については、昨年度は「望遠鏡案内」が有意に影響を与えている項目として挙げられたが、今年度は変化した部分である。今年度は1月から3月までひとみ望遠鏡が改修工事で使えないという影響も考えられ、体験別の項目に関しては、次年度以降も検討をしていく必要があるといえる。ただし、今年度は展示室がリニューアルしたことによる影響があるのではないかと考えられる。

最後に施設環境に関しては、「施設の雰囲気」、「観覧料の妥当性」、「スタッフの専門性」の3つの項目が影響を与えていることが明らかとなった。「観覧料の妥当性」と「スタッフの専門性」に満足頂いた来館者の総合満足度が高いことは、専門性のある社会教育施設としては嬉しい評価であり、今後も質を維持していく必要があると考える。「施設の雰囲気」に関しては、これまでも挙げられていた項目であることから、当施設の強みと考えられる。また、展示室のリニューアルの効果があるのではないかと考える。

④ミッションの認知及び中期計画の重点目標達成に影響を与えている要因に関して

ミッションの認知に影響を与えている項目としては「プラネタリウム」と「展示室」という結果となり、常時提供しているサービスがミッション認知につながっていることは、大きな成果と考える。昨年度挙げられた「望遠鏡案内」に関しては、上記の通りの理由によりあげられなかったのかは、次年度以降に検討する必要がある。

一方、中期計画の重点項目である「宇宙・天文に興味を持つ市民の増加」に関しては、「展示室」が有意に影響

与えていることが明らかとなった。今年度は展示室をリニューアルし、より広い宇宙の理解を深める構成とした。その効果が得られたのではないかと考えられる。ただし、この点についても次年度以降も継続的に測定し検討していく必要はあると考える。

⑤性別、住所別、来館頻度別、年パスの有無の満足度等の違いについて

それぞれの属性の差による満足度の違いについては、推測の域を超えないが、来館頻度別におけるリピーターや年間パスポートを持っている来館者のミッション認知度や中期計画の重点目標達成が有意に高い状況にあることは、展開している事業の有効性を伺うことができる。毎週来館するというコアなリピーター来館者に関しては、平均値は有意差があった層と変わらないことから、サンプル数が少ないことにより有意な差が認められないものと考えられる。

仙台市天文台施設利用アンケート

本アンケートは、今後の運営の参考にさせていただくため実施しております。大変お手数ですが、ご協力くださいようお願い申し上げます。ご回答いただいた方の中から抽選で毎月5名の方に招待券を差し上げます。

Q1. 来館の目的とその満足度をお聞かせください

ご来館の目的	目的 (複数OK)	満足度 (1つにだけ✓をお願いします)				
		満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満
勉強・学び・興味を満たす	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
遊びや楽しみ・娯楽	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
癒し・リラクセス	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
レジャー・観光	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
子ども・孫のため	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
買い物	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
暖を取り・涼み・雨避け	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q2. 下記の体験の満足度をお聞かせください

ご体験内容	体験の有無 (複数OK)	満足度 (1つにだけ✓をお願いします)				
		満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満
天体観望会(夜間実施)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
星の心と望遠鏡解説	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
展示室	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
プラネタリウム	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
企画展等	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
イベント()	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q3. 施設や職員に対する満足度をお聞かせください

ご評価いただきたい項目	満足度 (1つにだけ✓をお願いします)				
	満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満
スタッフの接客態度・身だしなみ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
スタッフの専門性や解説	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
広報物や広報内容	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
施設の清潔感・きれいさ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
トイレ等の施設設備	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
施設の雰囲気	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
施設内の照明や空調	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ショップ・自動販売機	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
交通の便・アクセス	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
開館・閉館、イベント等の開催時間	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
観覧料、イベント料金	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q4. あなたの今後についてお聞かせください

	満足度 (1つにだけ✓をお願いします)				
	とても思う	そう思う	どちらでもない	あまり思わない	全く思わない
天文台を人にお勧めしますか?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
天文台をまた訪れたいですか?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SNS等で発信したい施設でしたか?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
お知り合いと一緒に来たい施設ですか?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<裏面に続きます>

Q5. 天文台で「宇宙を身近に」感じましたか? (1つにだけ✓をお願いします)

感じた やや感じた どちらともいえない
 あまり感じなかった 感じなかった

Q6. ご来館により「宇宙」や「天文」への興味が深まりましたか? (1つにだけ✓をお願いします)

深まった やや深まった どちらともいえない
 あまり深まらなかった 深まらなかった

Q7. その他、ご意見・ご要望・ご感想などがございましたら、ご自由にご記入ください。

F1. 性別 (どちらかに✓をお願いします)

男性 女性

F2. 年齢層 (1つにだけ✓をお願いします)

小学生以下 中学生 高校生
 大学生・専門学校生 一般

F3. お住まい (1つにだけ✓をお願いします)

市内 県内 県外

F4. 来館回数 (1つにだけ✓をお願いします)

初めて 年1回程度 年数回
 月1回 月数回 毎週

F5. 交通手段 (1つにだけ✓をお願いします)

徒歩 自転車 バイク
 自動車 親子観光バス タクヤ交通バス
 JR+徒歩 JR+親子観光バス JR+タクシー
 タクシー

F6. 年間パスポートの有無 (どちらかに✓をお願いします)

あり なし

F7. 招待券をご希望の方は、ご住所とお名前をご記入ください。

※下記の個人情報、抽選のみに使用し、抽選後は天文台にて責任を持って廃棄します。

ご住所：〒 _____ 都・道・府・県 _____

お名前： _____

※ご協力ありがとうございました。本アンケートは2017年度末に集計します。結果は、2018年6月以降に年報としてまとめ、当施設のWEBサイトにてご覧いただくことができます。