

12 来館者アンケート結果

(1) 調査概要

① 調査期間

2023年4月29日～2024年3月31日 ※施設の休館日は除く

② 調査場所

仙台市天文台内

③ 調査方法

施設内にアンケート用二次元コードを掲出。来館者はスマートフォン等にて二次元コードを読み込み、インターネット上で回答を入力

④ 回答数

890件

⑤ 評価方法

NPS®（ネット・プロモーター・スコア）による評価を実施。集計分析は株式会社エモーションテックのCXマネジメントサービス「EmotionTech CX」を利用

(2) 調査結果

① 基本集計

ONPSの数値

「あなたは仙台市天文台の利用を親しい友人や知人にどの程度おすすめしたいと思いますか（推奨度を0～10の11段階で回答）」という質問で施設体験全体を通しての推奨度を回答していただいた。そして、推奨者の割合（推奨度9～10）から批判者の割合（推奨度6以下）を引いた値がNPSである。NPSは来館者ロイヤルティ（愛着、信頼の度合い）を数値化する指標であり、NPSの高さは施設のファンの割合が高いことを示す。

Q. あなたは、「仙台市天文台」の利用を親しい友人や知人にどの程度おすすめしたいと思いますか？ (0：全くすすめない～10：強くすすめる)		
回答数【890】		
	回答数（件）	割合（％）
推奨者（9～10）	500	56.2
中立者（7～8）	281	31.6
批判者（0～6）	109	12.2
NPS=56.2-12.2=43.9 平均 8.5		

今年度のNPSは43.9となり、昨年度のスコア29.0を大幅に上回った。

○スコアへの影響

推奨度0～10をつける上で、「以下の表の12種類の体験はどのように影響しましたか」の質問で、その影響の度合いを「非常にマイナスに影響した」から「非常にプラスに影響した」までの7段階で回答していただいた。

Q.
「おすすめ度：0-10」の点数をつける上で、以下の項目はどのように影響しましたか？

回答数【890】

	非常にマイナスに影響した	マイナスに影響した	ややマイナスに影響した	影響しなかった	ややプラスに影響した	プラスに影響した	非常にプラスに影響した
施設の情報を収集する時	4	0	9	323	134	252	168
施設までの交通アクセス	7	28	120	428	104	124	79
施設の設備や快適性	2	2	12	177	133	293	271
チケットを購入する時	4	2	18	332	132	215	187
プラネタリウム	9	6	17	92	62	174	530
展示室	3	2	17	204	115	234	315
ひとみ望遠鏡	2	0	7	423	85	142	231
待合スペースの印象	2	2	17	341	147	194	187
講座やワークショップ	3	0	1	538	101	117	130
コンサート等のイベント	2	0	3	655	50	78	102
ミュージアムショップの印象	2	6	17	459	132	130	144
ミュージアム71の印象	4	3	15	519	116	109	124

どの体験も概ねプラスに影響しているが、特に「プラネタリウム」の体験がプラスに影響した来館者が非常に多かった。一方でマイナスの影響については、「施設までの交通アクセス」が他の体験と比べて明らかに多くなった。

その他の基本集計は以下のとおりである。

Q. 性別

回答数【890】

	回答数(件)	割合(%)
男性	409	46.0
女性	451	50.7
その他	30	3.3

Q. 居住する都道府県

回答数【266】

	回答数(件)	割合(%)
山形県	57	21.4
東京都	32	12.0
福島県	24	9.0
岩手県	19	7.1
神奈川県	17	6.4
埼玉県	14	5.3
北海道	11	4.1
その他	92	34.7

Q. 居住地

回答数【890】

	回答数(件)	割合(%)
青葉区錦ヶ丘	23	2.6
仙台市内	432	48.5
宮城県内	169	19.0
宮城県外	266	29.9

Q. 年代		
回答数【890】		
	回答数(件)	割合(%)
小学生	65	7.3
中学生	49	5.5
高校生	49	5.5
大学・専門学校生	64	7.2
上記以外の 18歳-29歳	157	17.6
30歳-39歳	123	13.8
40歳-49歳	181	20.3
50歳-59歳	131	14.7
60歳-69歳	55	6.2
70歳以上	16	1.8

Q. 同行者		
回答数【890】		
	回答数(件)	割合(%)
一人	101	11.3
友人・知人	122	13.7
恋人	132	14.8
夫婦	97	10.9
家族や親せき (小学生以下の子どもを含む)	267	30.0
家族や親せき (小学生以下の子どもを含まない)	148	16.6
グループ(団体)	12	1.3
その他	11	1.2

Q. 来館頻度		
回答数【890】		
	回答数(件)	割合(%)
今回がはじめて	323	36.3
数年に1回	194	21.8
年に1回	110	12.4
年に数回	188	21.1
月に1回	42	4.7
月に数回	25	2.8
週に1回以上	8	0.9

Q. 来館動機		
回答数【890】		
	回答数(件)	割合(%)
天文台 SNS	83	10.2
天文台ウェブサイト	189	23.2
天文台以外の SNS やウェブサイト	54	6.6
テレビ・ラジオ	39	4.8
新聞・情報誌	21	2.6
ソラリスト	19	2.3
天文台リーフレット	22	2.7
市政だより	22	2.7
口コミ・紹介	36	4.4
家族や友人に誘われて	235	28.8
特になし	177	21.7
その他	81	9.9

Q. 望遠鏡のプログラム		
回答数【890】		
	回答数(件)	割合(%)
望遠鏡案内	220	24.7
天体観望会	50	5.6
参加していない	634	71.2

Q. 展示室のプログラム		
回答数【890】		
	回答数(件)	割合(%)
展示物の観覧	619	69.6
スタッフとの会話	160	18.0
ツアーへの参加	118	13.3
ワークショップへの参加	45	5.1
観覧していない	217	24.4

Q. プラネタリウムのプログラム		
回答数【890】		
	回答数(件)	割合(%)
リニューアルオープン番組 「サステナブル・スペース」	205	23.0
星空の時間	453	50.9
こどもの時間	83	9.3
星と音楽の時間	29	3.3
ボイジャー	90	10.1
仙台のプラネタリウム史	51	5.7
ナイトプラネタリウム	38	4.3
震災特別番組	11	1.2
観覧していない	28	3.1

②満足度集計

以下の3つの体験については満足度調査も実施した。

○プラネタリウムプログラムの満足度		回答数	割合(%)
「満足」と「やや満足」を合わせた2top割合は92.0%となった。満足度はかなり高いことが明らかになった。	満足	620	71.9
	やや満足	173	20.1
	どちらでもない	32	3.7
	やや不満	19	2.2
	不満	18	2.1

○展示室の満足度		回答数	割合(%)
2top割合は87.6%であり、満足度は高いことがわかった。一方で「不満」の割合も24.4%と高いことが明らかになった。	満足	619	69.6
	やや満足	160	18.0
	どちらでもない	118	13.3
	やや不満	45	5.1
	不満	217	24.4

○望遠鏡プログラムの満足度		回答数	割合(%)
2top割合は92.9%であり、3つの体験中最も満足度の高い体験であることが明らかになった。	満足	189	73.8
	やや満足	48	19.1
	どちらでもない	14	5.5
	やや不満	4	1.6
	不満	0	0

③属性別集計

アンケートの選択肢毎に NPS を算出した。この数値を施設全体の NPS (43.9%) と比較し傾向を読み取る。なお、△は回答数が少ないため参考値とする。

○居住地		NPS	全体との差
「宮城県外」の NPS が最も高い。一方で「宮城県内」の NPS が最も低く、施設全体の NPS を下回った。	青葉区錦ヶ丘	△52.2	+8.3
	仙台市内	45.4	+1.5
	宮城県内	34.9	-9.0
	宮城県外	46.6	+2.7

○性別		NPS	全体との差
「男性」の NPS は「女性」よりもやや高い。	男性	46.7	+2.8
	女性	42.6	-1.3
	その他	26.7	-17.2

○年代		NPS	全体との差
「大学生・専門学校生」および「30-39 歳」の NPS が高い。一方で「小学生」「中学生」「高校生」および「60 歳-69 歳」の NPS は施設全体の NPS を下回っており、年代によって評価に大きな差があることがわかった。	小学生	36.9	-7.0
	中学生	28.6	-15.3
	高校生	34.7	-9.2
	大学・専門学校生	53.1	+9.2
	上記以外の 18 歳-29 歳	49.0	+5.1
	30 歳-39 歳	52.0	+8.1
	40 歳-49 歳	44.2	+0.3
	50 歳-59 歳	47.3	+3.4
	60 歳-69 歳	27.3	-16.6
70 歳以上	△25.0	-18.9	

○来館頻度		NPS	全体との差
「月に 1 回」の NPS が最も高い。一方で「数年に 1 回」の NPS が最も低い。来館頻度が高いほど NPS も高くなる傾向がある。	今回がはじめて	39.0	-4.9
	数年に 1 回	33.5	-10.4
	年に 1 回	43.6	-0.3
	年に数回	52.7	+8.8
	月に 1 回	64.3	+20.4
	月に数回	△92.0	+48.1
	週に 1 回以上	△37.5	-6.4

○同行者		NPS	全体との差
「恋人」のNPSが顕著に高い。一方で「友人・知人」のNPSは顕著に低いことが明らかになった。	一人	47.5	+3.6
	友人・知人	32.0	-11.9
	恋人	57.6	+13.7
	夫婦	37.1	-6.8
	家族や親せき (小学生以下の子どもを含む)	43.8	-0.1
	家族や親せき (小学生以下の子どもを含まない)	42.6	-1.3
	グループ(団体)	△50.0	+6.1
	その他	△54.5	+10.6

○展示室のプログラム		NPS	全体との差
「ワークショップへの参加」のNPSが顕著に高い。他のプログラム参加者のNPSも施設全体のNPSを上回っていることがわかった。	展示物の観覧	51.1	+7.2
	スタッフとの会話	53.1	+9.2
	ツアーへの参加	45.8	+1.9
	ワークショップへの参加	55.6	+11.7
	観覧していない	27.6	-16.3

○望遠鏡のプログラム		NPS	全体との差
「望遠鏡案内」体験者のNPSが顕著に高い。	望遠鏡案内	54.5	+10.6
	天体観望会	44.0	+0.1
	参加していない	40.5	-3.4

○プラネタリウムのプログラム		NPS	全体との差
「星空の時間」と「サステナブル・スペース」観覧者のNPSが最も高い。一方で「ナイトプラネタリウム」観覧者のNPSが最も低い。その他のプログラムについては全体のNPSを下回る結果となった。	リニューアルオープン番組 「サステナブル・スペース」	47.3	+3.4
	星空の時間	47.5	+3.6
	こどもの時間	37.3	-6.6
	星と音楽の時間	△44.8	+0.9
	ボイジャー	38.9	-5.0
	仙台のプラネタリウム史	37.3	-6.6
	ナイトプラネタリウム	34.2	-9.7
	震災特別番組	△54.5	+10.6
	観覧していない	△14.3	-29.6

④ジャーニーマップ

○マップの見方

推奨度に与える影響の大きさと現在の状態を可視化したマップである。

上の波形が推奨度への影響の大きさを表しており、この値が大きい程、推奨度に与える影響が大きい体験と言える。値が0の体験は推奨度に対して特に影響はない。この波形は来館者の「重視している度合い・期待の大きさ」を表していると考えて良い。下の波形は、この値が0より高ければ推奨度を押し上げている体験である。対して、0より低いと推奨度を引き下げている。この波形は来館者からの「実際の評価」を表していると考えてよい。そして、これら2つの波形のギャップの大きさが不満を改善した際の改善効果の大きさを表す。

○2023年度全集計

全回答者のデータを基に作成したのが以下のマップである。

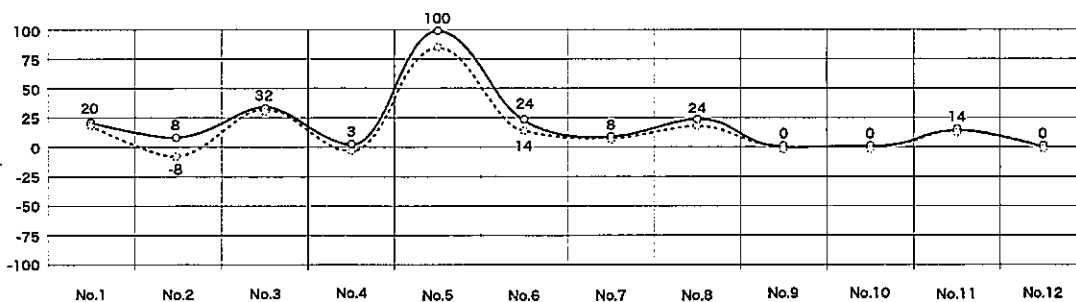
全体評価として、「重視している度合い・期待の大きさ」と来館者からの「実際の評価」の波形がほぼ一致していることから、至急改善を要する体験はなく、概ね健全な施設運営がなされていると言える。

個別評価として、推奨度にもっとも影響を与えている体験は「プラネタリウム」だった。プラネタリウムの波形（山）が突出していることから、来館者の施設体験がプラネタリウムに偏っていることも明らかになった。これは毎年の傾向ではあるが、特に今年度はプラネタリウムをリニューアルしたこともあり、一時的に期待が高まったことも影響したと考えられる。

推奨度をもっとも引き下げている体験は「施設までの交通アクセス」だった。特に今年度はコロナ5類移行により来館者が増えた一方、バスの減便やタクシーの減少、来館者用駐車場の不足等が発生し、施設への交通アクセスに何らかの不満を持つ市民が増えたと予想される。

そして、改善効果がしやすい体験も「施設までの交通アクセス」であり、交通アクセスの改善がNPS向上につながりやすいことが本調査で明らかになった。

【回答数 890 件】



施設の情報収集する時	施設までの交通アクセス	施設の設備や快適性	チケットを購入する時	プラネタリウム	展示室	ひとみ遊園地	待合スペースの印象	講座やワークショップ	コンサート等のイベント	ミュージアムショップの印象	ミュージアムカフェの印象
------------	-------------	-----------	------------	---------	-----	--------	-----------	------------	-------------	---------------	--------------

※上記分析の算出および表現方法は、株式会社エモーションテックが保有する特許技術（第 6176813 号）に基づく

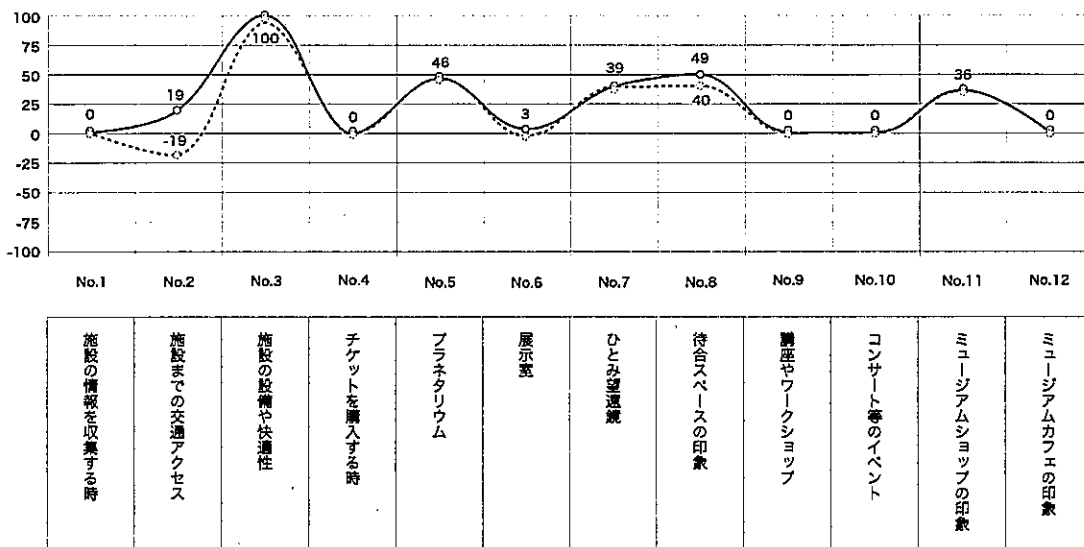
○推奨度 7 以上の集計

推奨度 7 以上の回答者のデータを基に作成したのが次ページのマップである。このマップによって中立者以上の課題が可視化され、中立者を推奨者へと引き上げる施策の検討が可能である。

個別評価として、推奨度にもっとも影響を与えている体験は「施設の設備や快適性」、続いて「待合いスペースの印象」となった。推奨度7以上の来館者は施設内環境や居心地のよさを重視する傾向がありそうだ。

一方で、推奨度をもっとも引き下げている体験および改善効果が出やすい体験は「施設までの交通アクセス」となった。特に改善効果が出やすい体験については、前ページの全集計グラフよりも2つの波形に顕著な差があるため、交通アクセスの改善は、中立者を対象とした施策としても特に有効であることが明らかとなった。

【回答数 781 件】



注：ネット・プロモーター、ネット・プロモーター・システム、ネット・プロモーター・スコア及び、NPS は、ペイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、NICE Systems, Inc.の登録商標又はサービスマークです。eNPS はペイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、NICE Systems, Inc.の役務商標です。