

11. アンケート結果

当館では、来館者アンケートを 2016 年度に標準化し、2019 年度まで同じアンケートを実施してきた。その結果、来館者満足度の結果が天井効果を示す状況にあった。そこで、昨年度のアンケートのまとめとして、内容の見直しが必要であるとの結論とした。

この結論を受け、今年度は、世界的に多くの企業で実施されているネット・プロモーター・スコア（Net Promoter Score：NPS，以下 NPS と記載）を採用することとした。採用するにあたっては、以下の 3 点が大きな理由となった。1 つ目は、NPS が顧客満足度に留まらず、顧客ロイヤリティーを測る尺度にもなると言われているからであった。2 つ目は、0 点から 10 点までの 11 段階で満足度を測定することから、昨年度までのアンケートの課題である天井効果を解消できるのではないかと考えられたからであった。そして 3 つ目は、アンケート結果を量的検討だけでなく、質的検討をする視点も示してくれるアンケート構成だからであった。

NPS のアンケート内容は単純で、「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：絶対にすすめない』『10：強くすすめる』としてお答えください。」という 1 問のみである。また、その理由を自由記述で求めるものである。アンケート結果の理解の方法としては、以下のような方法をとる。まず、10 点または 9 点と回答いただいた来館者を「推奨者」と定義し、顧客ロイヤリティーの高い来館者と判断する。また、8 点または 7 点と回答いただいた来館者を「中立者」と定義する。「中立者」は、満足はしていただいているが、あくまで受け身の来館者で、自身から友人や同僚等に施設を紹介することはない来館者と判断する。さらに、6 点以下と回答いただいた来館者を「批判者」と定義する。「批判者」は、どこかに不平や不満を持った来館者であることから、不平や不満の解決すべき問題を示してくれる来館者と判断する。ただし、合理的な解決策がない場合には、リピーターにできない来館者と判断する。そして、推奨者の全体の割合から批判者の全体の割合を引いた値を NPS とし、その推移を判断することとなっている。

以上の理解を踏まえ、今年度のアンケート結果及び考察を以下に記載する。なお、回答は全てインターネットを通して回答を求めた。有効回答数は 423 名であった。

(1) 回答一覧（フェイスシート）

回答をいただいた来館者の状況は以下の表とグラフの通りであった。

①性別			③年齢層		
	度数	有効率 ^① -セント		度数	有効率 ^① -セント
男性	216	51.1	20代	87	20.6
女性	183	43.3	大学生等	75	17.7
未回答	24	5.7	30代	72	17.0
合計	423		40代	72	17.0
			50代	44	10.4
②住まい			60代	26	6.1
	度数	有効率 ^① -セント	高校生	23	5.4
市内	213	52.7	小学生	14	3.3
県内	112	27.7	10代	4	0.9
県外	79	19.6	70代以上	3	0.7
未記入	19	-	中学生	3	0.7
合計	423		合計	423	

④来館頻度

	初めて	数年に1回	年数回	年1回	月1回	月数回	毎週	未記入	合計
度数	141	122	88	36	15	12	7	2	423
有効パーセント	33.5	29.0	20.9	8.6	3.6	2.9	1.7	-	

(2)NPSの結果

個々の来館者が回答した NPS の分布は以下の表の通りであった。よって、NPS の計算式は以下の通りとなり、52.6 という値であった。なお、博物館等の施設において NPS を実施している例を見つけることができないため、開示されている他社の NPS を参考に提示する。

①個々の来館者の回答結果

分類	得点	度数 (人)	比率 (%)
推奨者	10	206	48.7
	9	53	12.5
中立者	8	84	19.9
	7	43	10.2
批判者	6	17	4.0
	5	17	4.0
	4	0	0.0
	3	0	0.0
	2	1	0.2
	1	1	0.2
	0	1	0.2
合計		423	

②NPS = 52.6

$$\frac{61.2}{\text{推奨者の割合}} - \frac{8.6}{\text{批判者の割合}} = \underline{52.6}$$

<参考> 他社の NPS スコア (2020 年)

※ <https://www.nttcoms.com/service/nps/report/> (2021/04/02)

- ライフネットスーパー : 3.1(-19.7)
 - Netflix : -4.4 (-24.6)
 - タイムズカーシェア : -5.9 (-19.7)
 - ZOZOTOWN : -13.3(-21.7)
 - 楽天カード : -17.0(-38.6)
 - ソニー損保保険 : -20.2(-28.6)
 - NTT ドコモ : -47.0(-52.7)
- () 内は、その業界平均値

③中立者の自由記述概要

NPS は、上記得点の回答を求めた後、「あなたの採点を 10 点に近づけるためには、まず、私たちはどのような点を改善すべきでしょうか」と、具体的な改善内容を問うものである。中立者は、改善要求に関して対応をしていることがわかり、それが満足できる時に推奨者に変化する可能性が高い来館者である。よって、この自由記述への対応は、業務改善の大きな視点になると考える。

今年度の中立者は、回答者の 3 割程であり、この 3 割の方々の要望の中で可能なことから、来年度は改善すべきと考える。以下に中立者の自由記述とそれぞれの記述に対する現況の対応状況についても付記した。

分類	内容	具体的指摘	件数	現況の対応
展示室	展示内容	仙台、東北ならではの展示をお願いします。	1	東北大や角田宇宙センター、国立天文台水沢観測所等の展示をしている。コロナウイルス対応で、体験型の展示を制限している。
		体験できるものをもっと増やす。	4	
		子どもが楽しめる内容にして欲しい。	4	
	環境	展示の充実。新しい企画等。	7	
		順路や内容のわかりやすさ。	5	
	展示室に解説員の配置を。	2	解説員と椅子は、コロナウイルス対応で制限をしている。順路については、検討の余地あり。	
プラネタリウム	内容	展示室にもっと椅子を置いて欲しい。	1	
		面白くなかった。物足りなかった等。	2	内容のブラッシュアップに今後とも邁進していく。
	環境	内容や音楽の検討や星空を多く等。	3	
		プログラム数や投映時間の検討。	7	コロナウイルス対応が終了後、より良い環境整備をして行く。
		椅子やブランケット等の環境改善。	2	
交通の便		交通の便が悪い。	5	タケヤ交通に乗入れ回数の増加を申請中。
		天文台専用バスを運行して欲しい。	5	
飲食スペース等		カフェ等の飲食施設を整えて欲しい。	4	飲食販売を次年度より開始。スペースに関しては、コロナウイルス対策による縮減。
		飲食・休憩スペースの拡充。	4	
チケット販売		チケット販売窓口を1つではなく2つに。	2	窓口に関しては、臨機応変に対応する。下の2つについては、現況難しい。
		チケット販売を自動式に。	2	
		プラネタリウムチケットをネット予約に。	2	
全般的企画		もっと面白くする。楽しい企画を増やす。	3	全てのご指摘に関して、可能なところから具現化していく。
		天候が悪い日にも楽しめるものを。	1	
		海外でやっていることを紹介したり、JAXA との連携をして現在の技術的な宇宙とのつながりを紹介して欲しい。他の天文台との情報交換をしてこれからも楽しい天文台であって欲しい。	1	
広報宣伝		もっとPRすべき。	1	インスタグラムの活用は、少しずつ活用をしてきている。お金をかけた宣伝はできないが、プラネタリウム番組の全国発信等も行っている。
		全国的にアピールしてはどうか。	1	
		インスタを使って話題性を向上してはどうか。	2	
料金特典		料金の見直し等	3	料金体系の見直しは難しいが、ファンサポーター特典等は検討の余地あり。
		魅力的なアイテムや来館特典など	1	
望遠鏡		ひとみ望遠鏡で見る機会を増やして下さい	1	コメントのあった日付の確認を行い、来館者の困り事の理解をし、カイゼンできることはカイゼンしていく。
		観望会の内容をお知らせして欲しい。	1	
		望遠鏡解説開始アナウンスに時間的余裕を持ってほしい。	1	
開館時間等		平日も開館時間を伸ばして欲しい。	2	条例との兼ね合いを考えながら検討をして行く。
		展示室を17:30頃まで伸ばして欲しい。	1	
来館者対応等	接遇	大人数の捌きをよくする。	2	ご意見を全体で共有し、個々の接遇の見直しを行う。対応可能な事項については、担当が対応をする。
		外観を清掃した方が良い。	2	
		笑顔が足りない	2	
		館内案内等を配布して欲しい。	1	
		コロナウイルス感染対応が足りない。	1	

④批判者の自由記述概要

批判者は、何かしらの明確な不満があることが考えられ、それは組織の業務改善の視点になることが多い。そこで、1 割弱の批判者の意見を類似する内容毎にまとめた。その結果、中立者の意見と多くは類似していたことから、批判者のみに出されていた意見を以下に示した。おおよそが、現況では対応が難しいことが多かったが、対応が可能な意見については、その対応の方向性も示した。

- プラネタリウムの画質の向上 → 15年目の更新時に検討。
- おむつの持ち帰りをやめて欲しい → 施設管理担当にて検討
- Wi-Fi環境欲しい → FREE Wi-Fi表示を目立つようにする。
- アクセスのよい場所に移転する
- 西公園にあった時の方が薦めやすかった

(3)考察

①アンケートに関して

昨年度までのアンケートでは天井効果をおこすことから、11段階での来館者満足度を問うNPSとした。結果平均値が8.2となった。この値はNPSにおける中立者であることから、天井効果はなくなったものと考えられる。ただし、批判者となる来館者が少ない状況であることは変わらないことから、この分布に関しては、今後も同様の調査を行い、当施設の実態を把握する必要がある。そのためにも、例年に比べ半数にも満たないサンプル数であることの改善も必要と考える。

なお、NPSと併せて回答を求めたカスタマー・エクスペリエンス（顧客経験価値）については、今年度の研究・実践紀要にNPSとの関係を検討する形でまとめることとする。

②NPSの値に関して

今年度の仙台市天文台のNPSは52.6であった。この値は、参考で挙げた他の企業の数値と比べて非常に高い値である。博物館関係のデータがないことから、52.6という数字の持つ意味を、現況では判断することが難しい。よって、上記にも記載したように、本調査を今後も続けることで、この値の判断をする必要がある。

③中立者の自由記述への対応に関して

中立者の自由記述を見ると、既に対応をしていることが多くあった。よって、対応していることを認知してもらっていないという裏返しとも言える。来館者が求めていることが明確になったことから、ご指摘いただいた点については、職員の意識した取り組みが求められる。

なお今年度は、コロナウイルス対応で、交流業務を制限した中で事業を展開したことも評価や自由記述に関係すると思われる。こちらについても継続的な確認が必要と言える。