

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、1279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	703	55.0
男性	394	30.8
未記入	182	14.2
合計	1279	100

②年齢層

	度数	有効パーセント
一般	633	58.8
小学生以下	345	32.1
大学生等	44	4.1
中学生	39	3.6
高校生	15	1.4
未記入	203	—
合計	1279	100

③住まい

	度数	有効パーセント
市内	531	49.3
県外	347	32.2
県内	198	18.4
未記入	203	—
合計	1279	100

④交通手段

	度数	有効パーセント
自動車	824	75.3
自転車	69	6.3
タケヤ交通	43	3.9
愛子観光バス	38	3.5
徒歩	38	3.5
JR + 徒歩	36	3.3
JR+ 愛子観光バス	29	2.6
タクシー	8	0.7
JR+ タクシー	7	0.6
バイク	3	0.3
未記入	184	—
合計	1279	100

⑤来館回数

	度数	有効パーセント
初めて	460	42.4
年数回	317	29.2
年1回	200	18.5
月1回	47	4.3
月数回	42	3.9
毎週	18	1.7
未記入	195	—
合計	1279	100

⑥年パス加入

	度数	有効パーセント
なし	976	91.8
あり	87	8.2
未記入	216	—
合計	1279	100

(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	目的としたお客様の比率
勉強	822	4.68	.70	64.27
遊び	857	4.69	.70	67.01
癒し	681	4.62	.78	53.24
レジャー	572	4.49	.87	44.72
子ども・孫のため	498	4.45	.98	38.94
買い物	325	4.06	1.17	25.41
暖取り・涼みに	292	4.33	.97	22.83

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	225	4.48	.98	17.59
望遠鏡解説	370	4.58	.85	28.93
展示室	819	4.61	.73	64.03
プラネタリウム	976	4.74	.70	76.31
企画展	301	4.38	1.14	23.53
イベント	171	4.27	1.25	13.37

③施設環境に対する満足度

	度数	平均値	標準偏差
スタッフの接客	1117	4.76	.64
スタッフの専門性	1057	4.67	.72
広報物	1041	4.54	.80
清潔感	1087	4.79	.59
トイレ	1081	4.70	.72
施設の雰囲気	1081	4.76	.62
空調	1067	4.72	.63
ミュージアムショップ	1060	4.33	.94
交通の便	1040	4.04	1.12
各種事業の時間設定	1026	4.37	.95
観覧料の妥当さ	1057	4.29	1.08

④総合満足度

	度数	平均値	標準偏差
他者に勧める	1136	4.43	.90
再来館する	1124	4.57	.81
SNSで発信する	1021	3.99	1.13
知人と一緒に来館する	1092	4.42	.93
総合満足度合計	1013	17.37	3.25

⑤ミッションの認知度及び中期目標の達成度

	度数	平均値	標準偏差
ミッション認知度	1096	4.54	.83
中期目標達成度	1092	4.54	.79

(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 ($r^2=.50$, $F= 68.57$ $p<.001$)

他者に薦めるという行動に影響を与えていたのは、来館目的が遊び、勉強、癒し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	
遊び	.30	***
勉強	.26	**
癒し	.24	**
*** $p<.001$, ** $p<.01$		

○体験した事業 ($r^2=.40$, $F= 30.97$ $p<.001$)

体験した事業で他者推薦に影響を与えていたのは、観望会または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	
観望会	.41	**
プラネタリウム	.29	*
** $p<.01$, * $p<.05$		

○施設環境 ($r^2=.29$, $F= 73.88$ $p<.001$)

施設環境で他者推薦に影響を与えていたのは、スタッフの接客、観覧料の妥当さ、広報物、施設の雰囲気、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	
スタッフの接客	.21	***
観覧料の妥当さ	.15	***
広報物	.15	***
施設の雰囲気	.10	*
各事業の時間設定	.08	*
*** $p<.001$, * $p<.05$		

②再来館する

○来館目的 ($r^2=.56$, $F= 64.92$ $p<.001$)

再来館するという行動に影響を与えていたのは、来館目的が遊び、勉強、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。ただし、子どもや孫のためを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	
遊び	.34	***
癒し	.28	**
勉強	.30	**
子ども・孫のため	-.12	*
*** $p<.001$, * $p<.05$		

○体験した事業 ($r^2=.43$, $F= 35.42$ $p<.001$)

体験した事業で再来館に影響を与えていたのは、展示室と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	
展示室	.47	***
プラネタリウム	.24	*
*** $p<.001$, * $p<.05$		

○施設環境 ($r^2=.29$, $F= 73.76$ $p<.001$)

施設環境で再来館に影響を与えていたのは、スタッフの接客、観覧料の妥当さ、広報物、各事業の時間設定及び施設の清潔感に満足した来館者であることが明らかとなった。

	β	
スタッフの接客	.19	***
観覧料の妥当さ	.17	***
広報物	.15	**
各事業の時間設定	.10	**
施設の清潔感	.09	*
*** $p<.001$, ** $p<.01$, * $p<.05$		

③ SNS で発信する

○来館目的 ($r^2=.29$, $F= 81.12$ $p<.001$)
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	
癒し	.54	***

*** $p<.001$

○体験した事業 ($r^2=.27$, $F= 34.55$ $p<.001$)
体験した事業で SNS の発信に影響を与えていたのは、望遠鏡解説の満足度が高い来館者であることが明らかとなった。

	β	
望遠鏡解説	.53	***

*** $p<.001$

○施設環境 ($r^2=.19$, $F= 68.41$ $p<.001$)
施設環境で SNS の発信に影響を与えていたのは、広報物、観覧料の妥当さ、スタッフの接客に満足した来館者であることが明らかとなった。

	β	
広報物	.24	***
観覧料の妥当さ	.16	***
スタッフの接客	.13	**

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

④ 知人と来館する

○来館目的 ($r^2=.50$, $F= 69.83$ $p<.001$)
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、癒しまたは勉強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	.34	***
癒し	.29	***
勉強	.16	*

*** $p<.001$, * $p<.05$

○体験した事業 ($r^2=.43$, $F= 35.15$ $p<.001$)
知人との来館に影響を与えていたのは、プラネタリウムと望遠鏡解説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	.39	**
望遠鏡解説	.34	**

** $p<.01$

○施設環境 ($r^2=.30$, $F= 63.94$ $p<.001$)
知人との来館に影響を与えていたのは、スタッフの接客、観覧料の妥当さ、広報物、ミュージアムショップ、施設の雰囲気にも満足した来館者であることが明らかとなった。また、空調の満足度が負に影響していることも明らかとなった。

	β	
スタッフの接客	.30	***
観覧料の妥当さ	.15	***
広報物	.11	**
ミュージアムショップ	.09	**
施設の雰囲気	.14	**
空調	-.11	*

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

⑤総合満足度合計得点

○来館目的 ($r^2=.55$, $F= 81.44$ $p<.001$)

総合満足度の合計得点に影響を与えていたのは、癒し、遊び及び勉強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	
癒し	.37	***
遊び	.28	***
勉強	.18	*

*** $p<.001$, * $p<.05$

○体験した事業 ($r^2=.44$, $F= 36.40$ $p<.001$)

総合満足度の合計得点に影響を与えていたのは、プラネタリウムと望遠鏡解説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	.37	**
望遠鏡解説	.37	**

** $p<.01$

○施設環境 ($r^2=.36$, $F= 80.33$ $p<.001$)

総合満足度の合計得点に影響を与えていたのは、スタッフの接客、広報物、観覧料の妥当さ、各事業の時間設定、施設の雰囲気満足した来館者であることが明らかとなった。また、トイレの満足度が負に影響していることも明らかとなった。

	β	
スタッフの接客	.25	***
広報物	.20	***
観覧料の妥当さ	.17	***
各事業の時間設定	.10	**
施設の雰囲気	.12	**
トイレ	-.08	*

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

(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、望遠鏡解説に満足しているお客様であることが明らかとなった。

○ミッション認知度 ($r^2=.33$, $F= 35.94$ $p<.001$)

	β	
プラネタリウム	.58	***

** $p<.001$

○中期目標達成度 ($r^2=.28$, $F= 28.43$ $p<.001$)

	β	
望遠鏡解説	.54	***

*** $p<.001$

(5) 性別、年齢別、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Levene検定を行い、等分散を仮定できる項目と仮定できない項目を明確にした上で、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。なお、等分散を仮定した項目は、総合満足度を測る「SNSで発信をする」の項目であった。

項目	性差	t値
空調	女>男	2.02*
ミュージアムショップ	女>男	2.63**
各事業の時間設定	女>男	2.52*
SNSで発信する	女>男	3.01**

** $p<.01$, * $p<.05$

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、すべての項目で等分散が認められなかった。そこで、Tamhane 法による多重比較を行った。多重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
癒し	一般 > 小学生以下	2.93*
展示室	小学生以下 > 一般	3.52**
ミュージアムショップ	小学生以下 > 一般	5.49***
交通の便	小学生以下, 中学生 > 大学・専門学校生 小学生以下 > 一般	10.29***
他者推薦	中学生 > 小学生以下	3.90**
再来館する	中学生 > 一般	3.69**
SNS 発信	一般 > 小学生以下	6.10***

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

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。等分散が認められた項目は「買い物」のみであった。そこで「買い物」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。その結果を右の表にまとめた。

項目	多重比較結果	F 値
買い物	県外 > 県内	3.09*
スタッフの専門性	県外 > 県内	4.33*
広報物	県外 > 県内	3.71*
トイレ	県外 > 市内	4.74**
観覧料の妥当さ	県外 > 市内	6.03**

** $p < .01$, * $p < .05$

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、すべての項目では等分散が認められなかった。そこで、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
勉強	月 1 回 > はじめて	2.29*
他者推薦	月数回, 年数回 > 初めて 月数回 > 年 1 回	5.09***
再来館	月数回, 月 1 回, 年数回 > 初めて 月数回 > 年 1 回	10.35***
知人と来館	月 1 回, 年数回 > 初めて	4.26**
総合満足度計	月数回, 年数回 > 初めて	4.10**
ミッション認知度	月数回, 年数回 > 初めて 月数回 > 年 1 回	4.42**
中期目標達成	年数回 > 初めて	3.02**

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

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。その結果、有意な差が認められた項目は「展示室」のみであった。また、この項目は等分散が認められたことから、等分散を仮定した検定を採用した。結果、年間パスポートを持っていないお客様の満足度の方が 5% 水準で有意に展示室の満足度が高いことが明らかとなった。

(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、昨年度に引き続き、2016年度からの累積データの比較を行った。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、「トイレ」、「交通の便」、「ミッションの認知度」の3つだけであった。また、3つの項目すべてに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、「トイレ」に関しては、2019年度が2017年度及び2018年度と比べて有意に満足度が下がっていることが明らかとなった。また、「交通の便」に関しては、2019年度が2016年度及び2017年度より有意に満足度が高いこと、及び2018年度が2017年度より優位に満足度が高いことが明らかとなった。さらに「ミッションの認知度」に関しては、2018年度が2017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4年間の全ての質問項目の得点も一覧とした。

	年度	度数	平均値	標準偏差	F 値	多重比較	
トイレ	2016	974	4.76	.58	3.93**	2018,2017 > 2019	*
	2017	1546	4.77	.59			
	2018	2427	4.77	.58			
	2019	1081	4.70	.72			
交通の便	2016	962	3.88	1.15	8.96***	2019 > 2017,2016 2018 > 2017	*
	2017	1497	3.83	1.18			
	2018	2354	3.98	1.13			
	2019	1040	4.04	1.12			
ミッション認知度	2016	968	4.50	.81	5.71**	2018 > 2017	**
	2017	1589	4.56	.75			
	2018	2444	4.59	.70			
	2019	1096	4.54	.83			

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

	年度	度数	平均値	標準偏差
勉強	2016	702	4.68	.67
	2017	1118	4.72	.60
	2018	1764	4.72	.63
	2019	822	4.68	.70
	合計	4406	4.71	.64
遊び	2016	678	4.66	.66
	2017	1067	4.72	.64
	2018	1809	4.69	.69
	2019	857	4.69	.70
	合計	4411	4.69	.68
癒し	2016	587	4.71	.66
	2017	872	4.69	.72
	2018	1447	4.64	.74
	2019	681	4.62	.78
	合計	3587	4.66	.73
レジャー	2016	421	4.61	2.6
	2017	618	4.53	.84
	2018	1102	4.50	.83
	2019	572	4.49	.87
	合計	2713	4.52	1.28

	年度	度数	平均値	標準偏差
来館目的	2016	409	4.55	.81
	2017	593	4.55	.85
	2018	1036	4.53	.86
	2019	498	4.45	.98
	合計	2536	4.52	.88
来館目的	2016	255	4.24	1.08
	2017	313	4.14	1.15
	2018	603	4.06	1.2
	2019	325	4.06	1.17
	合計	1496	4.11	1.16
来館目的	2016	200	4.40	.94
	2017	270	4.25	1.03
	2018	533	4.29	1.01
	2019	292	4.33	.97
	合計	1295	4.31	.99

	年度	度数	平均値	標準偏差
体験事業	2016	158	4.44	1.01
	2017	206	4.45	1.02
	2018	456	4.51	.97
	2019	225	4.48	.98
	合計	1045	4.48	.99
体験事業	2016	306	4.47	.89
	2017	377	4.56	.87
	2018	720	4.49	.92
	2019	370	4.58	.85
	合計	1773	4.52	.89
体験事業	2016	712	4.59	.70
	2017	1086	4.56	.77
	2018	1869	4.60	.73
	2019	819	4.61	.73
	合計	4486	4.59	.73
体験事業	2016	886	4.77	.61
	2017	1324	4.75	.66
	2018	2221	4.75	.66
	2019	976	4.74	.7
	合計	5407	4.75	.66
体験事業	2016	162	4.47	.91
	2017	249	4.43	1.01
	2018	463	4.43	.96
	2019	301	4.38	1.14
	合計	1175	4.42	1.01
体験事業	2016	97	4.34	1.11
	2017	284	4.54	.92
	2018	328	4.38	1.09
	2019	171	4.27	1.25
	合計	880	4.41	1.08

	年度	度数	平均値	標準偏差	
施設環境	2016	1004	4.76	.56	
	2017	1599	4.81	.57	
	スタッフの接客	2018	2536	4.81	.56
	2019	1117	4.76	.64	
	合計	6256	4.79	.58	
	2016	958	4.64	.69	
	2017	1513	4.69	.66	
	スタッフの専門性	2018	2404	4.67	.67
	2019	1057	4.67	.72	
	合計	5932	4.67	.68	
	2016	944	4.53	.72	
	2017	1486	4.55	.75	
	広報物	2018	2309	4.57	.72
	2019	1041	4.54	.80	
合計	5780	4.56	.74		
2016	986	4.80	.52		
2017	1567	4.82	.53		
施設の清潔感	2018	2455	4.83	.50	
2019	1087	4.79	.59		
合計	6095	4.81	.53		
2016	974	4.76	.58		
2017	1546	4.77	.59		
トイレ	2018	2427	4.77	.58	
2019	1081	4.70	.72		
合計	6028	4.75	.61		
2016	974	4.77	.53		
2017	1542	4.79	.54		
施設の雰囲気	2018	2437	4.77	.57	
2019	1081	4.76	.62		
合計	6034	4.77	.57		
2016	966	4.69	.65		
2017	1525	4.69	.68		
空調	2018	2402	4.71	.63	
2019	1067	4.72	.63		
合計	5960	4.70	.64		
2016	955	4.32	.92		
2017	1506	4.33	.90		
ミュージアムショップ	2018	2376	4.34	.94	
2019	1060	4.33	.94		
合計	5897	4.33	.93		
2016	962	3.88	1.15		
2017	1497	3.83	1.18		
交通の便	2018	2354	3.98	1.13	
2019	1040	4.04	1.12		
合計	5853	3.94	1.14		
2016	939	4.32	.90		
2017	1479	4.28	.96		
各事業の時間設定	2018	2263	4.34	.95	
2019	1026	4.37	.95		
合計	5707	4.33	.94		

	年度	度数	平均値	標準偏差
施設環境	2016	962	4.27	.96
	2017	1502	4.32	.97
	2018	2344	4.36	.95
	2019	1057	4.29	1.08
	合計	5865	4.32	.98

	年度	度数	平均値	標準偏差
他者推薦	2016	1011	4.51	1.72
	2017	1519	4.44	.73
	2018	2538	4.49	.75
	2019	1136	4.43	.90
	合計	6204	4.47	1.00
再来館する	2016	1019	4.56	.69
	2017	1617	4.58	.67
	2018	2483	4.59	.71
	2019	1124	4.57	.81
	合計	6243	4.58	.72
総合満足度 SNS で発信する	2016	928	4.01	1.05
	2017	1452	3.99	1.02
	2018	2289	4.01	1.06
	2019	1021	3.99	1.13
	合計	5690	4.00	1.06
知人と一緒に来館する	2016	987	4.45	.78
	2017	1569	4.42	.81
	2018	2465	4.44	.84
	2019	1092	4.42	.93
	合計	6113	4.43	.84
総合満足度計	2016	920	17.50	3.23
	2017	1367	17.35	2.82
	2018	2225	17.50	2.87
	2019	1013	17.37	3.25
	合計	5525	17.44	2.99

	年度	度数	平均値	標準偏差
ミッション等	2016	968	4.50	.81
	2017	1589	4.56	.75
	2018	2444	4.59	.70
	2019	1096	4.54	.83
	合計	6097	4.56	.76
中期目標達成度	2016	2016年度は違う中期目標		
	2017	1593	4.56	.72
	2018	2434	4.56	.73
	2019	1092	4.54	.79
	合計	5119	4.56	.74

(7)考察

①フェイスシートに関して

今年度は、昨年に比べ、アンケート数が減ってしまった。1000 を超すサンプルを得られたことから、おおよその傾向は適切に導かれると思われるが、お客様に回答いただける工夫が今後は求められる。なお、今年度も属性には大きな変容がなく、県外者及び初めて来館するお客様が若干増えた状況が認められる。また、自転車による来館者数も増えていることから、近隣のお客様の来館が増えているのではないかと類推される。

②各質問項目の満足度に関して

4年間を通じて、ほとんどの項目が5段階評価で4以上の評価を得ている。今年度は唯一、総合満足度を測る指標の「SNSで発信をする」だけが、3.99の値であった。アンケートを標準化した後の計測を4年間続けたが、天井効果がみられることから、アンケート方法の検討が必要と考える。

そのような中、企画展の体験率が高い値であったのは、今年度は経費を多くかけ、夏の企画展「宇宙たんけんプラネット」を実施した成果といえよう。また、昨年度の分析からの持ち越しとなっていた「交通の便」の満足度については、今年度さらに高くなり、年度比較の項でも記載したが、満足度が高くなってきていることは確実に考えられる。昨年度も類推したが、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。

③総合満足度に影響を与えている個別満足度に関して

今年度、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「癒し」の項目の満足度が高い来館者であった。来館目的の「癒し」については、昨年度も4項目すべてに影響を与えている項目であり、当施設の大きな特徴と考えられる。また、「遊び」と「学習」の来館目的も3項目において影響を与えている項目であった。「遊び」については、昨年度も影響を与える項目となっていたことから、当施設の来館者は、「癒し」と「遊び」を目的に来館しているお客様が多く、そのお客様を満足させることが総合的な満足度を高めることにつながっているのではないかと考えられた。

次に体験別の項目では、昨年度に引き続き「プラネタリウム」の満足度が総合満足度を高めていることが明らかとなった。一方、昨年度は「展示室」の満足度が総合満足度を高めていたが、今年度は4項目中1項目にしか影響を与えていない状況であった。昨年度は展示室がリニューアルしたばかりということもあり、総合満足度に影響を与えていたのかもしれない。今後は、展示室の活用が課題になっているともいえる。ただし、一昨年、総合満足度に影響を与えていた「ひとみ望遠鏡解説（案内）」が、影響を与える項目として復活している。さらに、観望会が「他者推薦」に影響を与える項目として認められるようになってきていることから、望遠鏡に関わる事項が総合満足度に影響を与えるようになってきたことは、当施設らしさであると考えられる。

最後に施設環境に関しての大きな特徴は、「スタッフの専門性」がすべての項目に影響を与える要因から外れたことと考える。平均値としては下がってはいないものの、他の項目との比較として影響を与える項目から外れたことについては、全スタッフにて次年度より意識していく必要があると考える。また、「空調」や「トイレ」等施設設備に関するマイナス要因も抽出されるようになってきている。建築より10年以上経過していることから、施設の維持管理に関しても留意が必要になってきているものと考えられる。一方、「スタッフの接客」や「広報物」、「施設の雰囲気」、「観覧料の妥当さ」等の項目は、総合満足度に影響を与える項目として抽出されている。特に「施設の雰囲気」、「観覧料の妥当さ」は、継続して抽出される項目であることから、今後も強みとして維持していきたい事項である。

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」が昨年同様抽出されたが、「展示室」は抽出されなかった。「展示室」は「中期目標達成度」においても抽出されず、前述の通り、今後どのような活用をしていくかが課題と言える。一方、「ひとみ望遠鏡解説（案内）」については、望遠鏡工事が終わり再開したことから、一昨年度同様に「中期目標達成度」に影響を与える項目として抽出された。この項目の検討が昨年度の課題であったことから、「ひとみ望遠鏡解説（案内）」は、当施設の重要な事業なのだと考えられ、さらなる工夫が求められる。

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

これらの平均値比較の分析は、昨年度とかなり違う結果となった。性差については、これまでも女性の満足度が有意に高い項目がいくつかあったが、今年度抽出された項目は昨年度とは別の項目であった。また、年間パスポートの有無による違いは、まったく違う結果となり、今年度は、年間パスポートを持っていないお客様の方が「展示

室」の満足度が有意に高いという結果となった。年間パスポートを持参していることが、総合満足度に影響を与えていないという結果と展示室の満足度が低いという結果については、対応策が必要と考える。

また今年度は、県外のお客様が県内のお客様と比べ、有意に満足度が高い項目がいくつか抽出された。「観覧料妥当さ」等は、遠路から訪れていただける来館者だからこそ抽出される項目なのかもしれない。この結果に甘んじず、すべてのお客様に「観覧料の妥当さ」を感じられるようにしていく必要があると考える。

④ 4年間の年度比較

2016年度から4年間の満足度比較にて、「交通の便」について、今年度有意に高くなっていることは、前述した通り、タケヤ交通の認知度によるものではないかと考える。現在、乗り入れの増加を要望していることから、ぜひ具現化するように関係者に働きかけていく必要がある。また、「トイレ」については、過去2年より、有意に満足度が下がっていることから、こちらも前述した通り、施設の老朽化を踏まえながらも、改善していくべき点と考える。

最後に、「ミッションの認知度」については、昨年度がかなり高い値であったことが伺われることから、展示室の更改といったハードだけではなく、スタッフの専門性の発揮等によるソフトウェアによる活動が望まれる。

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目的で実施しております。
大変お手数ですが、ご協力くださいます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 (複数OK)	満足度 (1つにだけ✓をお願いします)					
	目的 (複数OK)	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・リラクゼーション	<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"/>
観を取り・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	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"/>
星のひだまり望遠鏡解説	<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"/>
プラネタリウム	<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"/>
ほか()	<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"/>
天文台をまだ訪れたいですか?	<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 回答しない

F2. 年齢層 (1つだけに✓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つだけに✓をお願いします)

市内 県内 県外

F4. 来館回数 (1つだけに✓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つだけに✓をお願いします)

徒歩 自転車 バイク
 自動車 量子観光バス タケヤ交通バス
 JR+徒歩 JR+量子観光バス 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：〒 _____ 市 _____ 区 _____ 丁目 _____ 番 _____ 号 _____

お名前： _____

※ご協力ありがとうございました。本アンケートは2019年度末に集計します。結果は、2020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。