

## ミュージアムパーク茨城県自然博物館の来館者の意識と動向 — アンケート調査からみる 20 年の軌跡 —

鈴木 肇\*・小幡和男\*

(2015 年 9 月 5 日受理)

### The Characteristics and Trends of Visitors in Ibaraki Nature Museum — Changes over Twenty Years from the Questionnaire Survey —

Hajime SUZUKI \* and Kazuo OBATA \*

(Accepted September 5, 2015)

#### Abstract

At the Ibaraki Nature Museum, we have been carrying out a questionnaire survey of visitors since December 1994, just after the opening of the museum. In this paper, we discuss the characteristics and trends of visitors by analyzing the questionnaire survey over 20 years. The results were that the residence of the visitors was almost equally divided between Ibaraki and elsewhere. The main information sources for the visitor are word-of-mouth communication, the internet and advertisements such as posters or leaflets. The ratio of repeat visitors is approximately 75%. Regarding the reason to visit again, viewing permanent exhibits and viewing special exhibits are approximately 30% each, and the use of the outdoor facilities is approximately 20%. The length of sojourn of the visitors is approximately three hours. These tendencies have not changed significantly over the last ten years.

**Key words:** visitor, questionnaire survey, repeat visitor, Ibaraki Nature Museum.

#### はじめに

ミュージアムパーク茨城県自然博物館（以下当館という。）では来館者の意識と動向を調査し、その結果を博物館運営に反映させるため、開館年の 1994 年（平成 6 年）12 月から現在まで、ほぼ同様の方法により来館者へのアンケート調査を実施している。これまで、大森（1998）は開館直後、稲村（2000）は開館から 5 カ年、そして、戸塚（2006）は開館から 10 カ年のアンケート調査結果について取りまとめている。当館は平成 26 年度に開館 20 周年の節目の年を経過した。そ

こで、本報告は、これまでの報告を踏まえ、開館から平成 26 年度までの 20 カ年のアンケート調査結果を取りまとめ、来館者の意識と動向について検討するものである。

#### 調査方法

調査は、記入式のアンケート用紙（図 1）を博物館 1 階と 2 階の案内および企画展示室出口で来館者に配布し、アンケート回収箱で回収する方法をとった。調査時期は企画展の会期に合わせて年 3～4 回、1 回あ

\*ミュージアムパーク茨城自然博物館 〒306-0622 茨城県坂東市大崎 700 (Ibaraki Nature Museum, 700 Osaki, Bando, Ibaraki 306-0622, Japan).

<p style="text-align: center;"><b>アンケートのお願い</b></p> <p style="text-align: center;">ミュージアムパーク茨城県自然博物館</p> <p>本日はご来館いただきまして誠にありがとうございます。 今後の博物館運営に生かしていきたいと存じますので、次の項目につきまして回答をお願いいたします。</p> <p><b>Q1 入館時間と退館（予定）時間を教えてください。</b> 【 】月【 】日 → 入館：【 】時【 】分→退館（予定）：【 】時【 】分</p> <p><b>Q2 あなた自身についておかがいします。</b> ①お住まいの都道府県は？ 1.茨城 2.栃木 3.群馬 4.埼玉 5.千葉 6.東京 7.神奈川 8.その他【 】 ②年齢は？ 1.小学生 2.中学生 3.高校生 4.18～30才 5.31～40才 6.41～50才 7.51～64才 8.65～69才 9.70才以上</p> <p><b>Q3 一緒に来られた方は、どのような関係ですか。</b> 1.家族・親せき 2.友人・仲間 3.カップル(夫婦を含む) 4.学校・団体 5.その他【 】</p> <p><b>Q4 当館への来館は何回目ですか。</b> 1.初めて 2.2回～4回 3.5回～9回 4.10回以上</p> <p><b>Q5 Q4で「1.初めて」と回答した方にお聞きします。</b> ①当館を何で知りましたか。 1.テレビ・ラジオ等 2.新聞・雑誌 3.ポスター・チラシ 4.官公庁広報誌 5.当館広報紙「博物館ニュース（ア・ミュージアム）」 6.人から聞いた 7.インターネット 8.横断幕 9.電車中吊りポスター 10.（ミニ）移動博物館【場所：】 11.その他【 】 ②本日、初めてご来館いただいた目的は何ですか。（いくつでも可） 1.常設展を見る 2.企画展を見る 3.野外施設の利用、菅生沼の自然観察など 4.イベントに参加する 5.その他（ ）</p> <p><b>Q6 Q4で2～4を回答した方（2回以上来館されている方）にお聞きします。</b> ①この1年間で何回くらい来館されましたか。 1.1回 2.2回 3.3回 4.4回以上 ②当館に2回以上来館される理由は何ですか。（いくつでも可） 1.常設展を見るため 2.企画展を見るため 3.野外施設を利用、菅生沼の自然観察など 4.イベントに参加するため 5.その他【 】</p>	<p style="text-align: center;">1ページ目から続く</p> <p><b>Q7 本日来館される前に、現在実施中の、第62回企画展「マンモスが渡った橋—水河期の動物大移動—」が開催されていることをご存じでしたか。</b> 1.知っていた 2.知らなかった</p> <p><b>Q8 Q7で「1.知っていた」と答えた方にお聞きします。企画展を何で知りましたか。（いくつでも）</b> 1.テレビ番組 2.ラジオ番組 3.ラジオCM 4.新聞記事 5.新聞広告 6.ポスター・チラシ 7.官公庁広報紙 8.当館広報紙「博物館ニュース」 9.人から聞いた 10.インターネット 11.横断幕 12.電車中吊りポスター 13.（ミニ）移動博物館【場所：】 14.その他【 】</p> <p><b>Q9 今後、企画展で取り上げてほしいテーマがありましたら、ご記入ください。</b></p> <p><b>Q10 常設展についてお聞きします。展示の内容に満足されましたか。</b> 1.満足 2.どちらかという満足 3.どちらかという不満 4.不満</p> <p><b>Q11 当館スタッフの対応はいかがでしたか。</b> 1.満足 2.どちらかという満足 3.どちらかという不満 4.不満</p> <p><b>Q12 本日はどのような交通機関を利用して来館されましたか？</b> 1.車 2.観光バス 3.自転車・バイク 4.歩き 5.つくばエクスプレス（TX）→守谷駅からバス利用 6.東武アーバンパークライン（野田線）→愛宕駅からバス利用 7.関東鉄道→守谷駅からバス利用 8.その他【 】</p> <p><b>Q13 Q12で「1.車」と答えた方にお聞きします。</b> 高速道路を利用されましたか。 1.利用した 2.利用しなかった</p> <p><b>Q14 最後に、ご意見・ご感想などありましたら、ご自由にお書きください。</b></p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin-top: 20px;"> <p>ご協力ありがとうございました。 ・2階エントランス または ・1階出口 に置いてある「アンケート回収箱」にそのまま入れてください。</p> </div>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

図1. アンケート用紙の例（平成26年）。

Fig. 1. A sample of questionnaire (2014).

たり300～500名程度を対象に実施した。なお、開館から平成26年度までの回答者数の合計は32,220名である。

アンケートにおける主な調査項目は、「来館者の居住地」、「来館の情報源」、「来館回数」、「再来館する理由」、「博物館での滞在時間」などである。調査項目については、継続的に考察できるように、できるだけ変更しないようにしてきたが、「来館の情報源」については何回かの選択肢の追加、「再来館する理由」については平成17年度に選択肢の変更を行っている。

## 結果および考察

### 1. 来館者の居住地

アンケート調査の回答数と回答者の都道府県別居住地は表1および図2に示すとおりである。開館して間もない平成6年度および7年度は茨城県の割合が6～

7割を占めたが、平成8年度以降はほぼ5割程度で推移している。そして、本県に隣接する千葉県と埼玉県からの来館者がそれぞれ約15%から20%を占めている。さらに、東京都、栃木県、神奈川県と続いている。県外来館者が約半数を占めているのは、当館が茨城県南西部の千葉県との県境付近に位置しており、千葉県、埼玉県、東京都など近隣の地域が、本県の県北や県央、鹿行地域より近いことが大きな要因であると考えられる。また、当館では、千葉県の東葛地域と埼玉県の東部地域の学校に協力を依頼して重点的に広報活動を行っていることも、この地域からの来館者が多い要因と考えられる。

### 2. 来館の情報源

来館が「初めて」の回答者を対象に、当館の存在をどのような情報から知ったのかを聞いた結果を図3に示す。結果は、20年間を通して「人から聞いた」が

表 1. アンケート調査の都道府県別回答数.

Table 1. The number of answers to the questionnaire survey and the residence of the visitors.

(単位:人)

地域	年度	6年度	7年度	8年度	9年度	10年度	11年度	12年度	13年度	14年度	15年度	16年度
茨城		368	1,229	834	772	706	760	989	1,361	964	900	1,186
千葉		69	429	483	392	319	305	455	556	384	511	415
埼玉		27	272	346	321	269	230	404	523	427	480	434
東京		17	85	90	77	61	57	84	101	136	129	112
栃木		6	43	44	46	52	35	46	68	63	48	68
神奈川		4	22	30	27	14	26	15	20	37	26	43
その他		5	49	39	45	36	34	95	30	61	50	42
計		496	2,129	1,866	1,680	1,457	1,447	2,088	2,659	2,072	2,144	2,300

地域	年度	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	合計
茨城		860	799	614	602	507	330	859	558	854	250	16,302
千葉		307	382	207	168	186	112	289	195	284	72	6,520
埼玉		334	310	248	151	163	117	215	174	227	72	5,744
東京		88	101	67	55	67	38	68	154	78	17	1,682
栃木		47	31	26	36	21	27	55	32	60	8	862
神奈川		15	14	14	10	13	6	31	30	18	8	423
その他		23	27	22	25	17	7	29	26	17	8	687
計		1,674	1,664	1,198	1,047	974	637	1,546	1,169	1,538	435	32,220

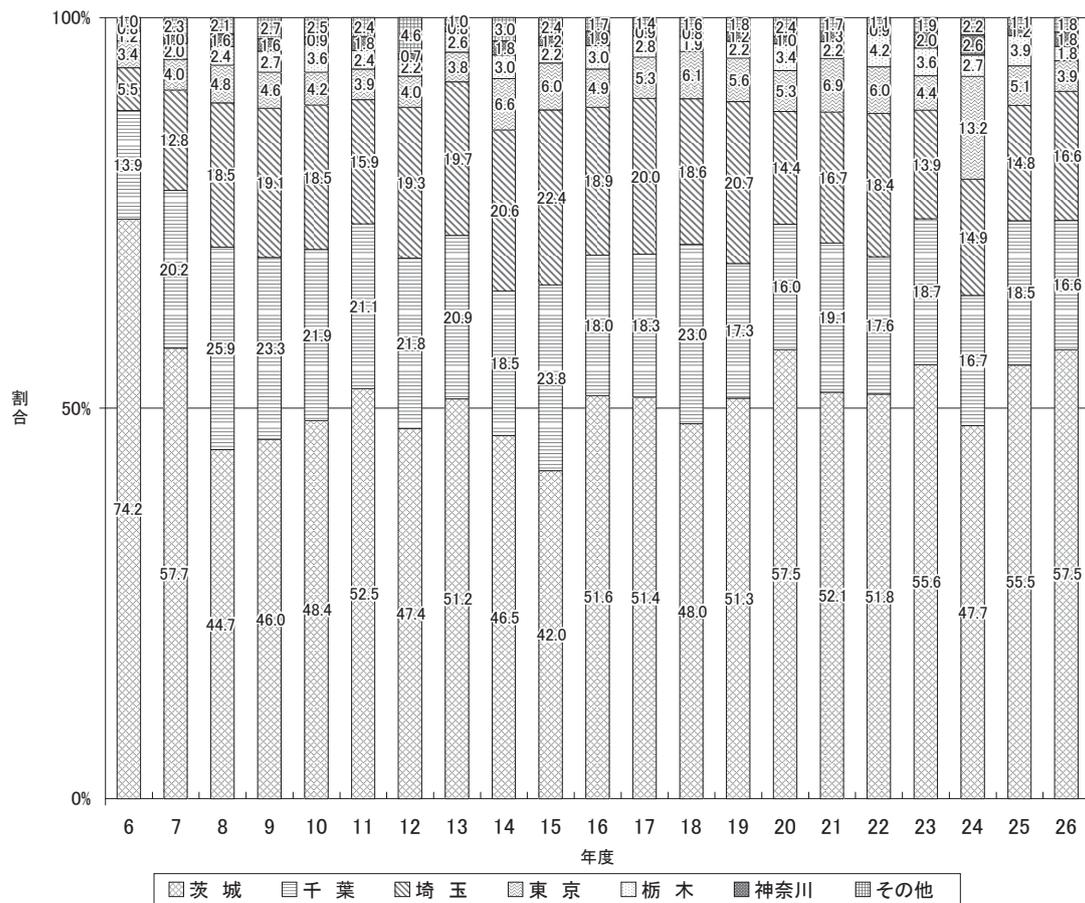


図 2. アンケート調査における回答者の都道府県別割合.

Fig. 2. Breakdown by metropolis and district of answers to the questionnaire survey.

一番多かった。そして、「人から聞いた」が平成20年度までは概ね40%以上であったが、その後は減少傾向にあり、平成26年度は26.3%となっている。しかし、口コミがどの時期においても最も多いことにはかわらず、重要な情報源になっていることが伺える。

平成15年度から選択肢に加えた「インターネット」は、概ね9~20%の範囲で推移している。年により変動は見られるが、情報源としての順位は「人から聞いた」に続いて第2位となっている年が多く、近年のICT化時代に「インターネット」の情報源としての重要性はますます高くなっていくと考えられる。

「ポスター・チラシ」については、概ね10%前後で推移しており、広報の効果は大きい。これは、企画展開催時に各施設などでのポスター掲示や各学校でのチラシ配布の依頼を継続している結果であると考えられる。「新聞・雑誌」は5~10%となっており、多くの人が見る新聞などに掲載されるのは効果的であると考えられる。

そのほかの情報源として、つくばエクスプレスと関東鉄道常総線の車内に掲示する中吊り広告、近隣の幹線道路に設置する横断幕など多様な広報手段を活用しているが、割合は小さくても一定の効果があり、今後とも継続してゆきたいと考えている。

### 3. 来館回数

回答者の来館回数を図4に示す。開館から最初の10年間は徐々に「初めて」が減少し、平成17年度に約30%となり、その後は概ね20~30%で推移している。最近の傾向として概ね75%がリピーターである。また、ここ数年は来館回数5回以上が40%以上を占めることも多い。当館の来館者の傾向として、いかにリピーターの占める割合が多くなっているかを示している。

### 4. 再来館する理由

再来館者を対象に、再来館する理由（複数回答可）

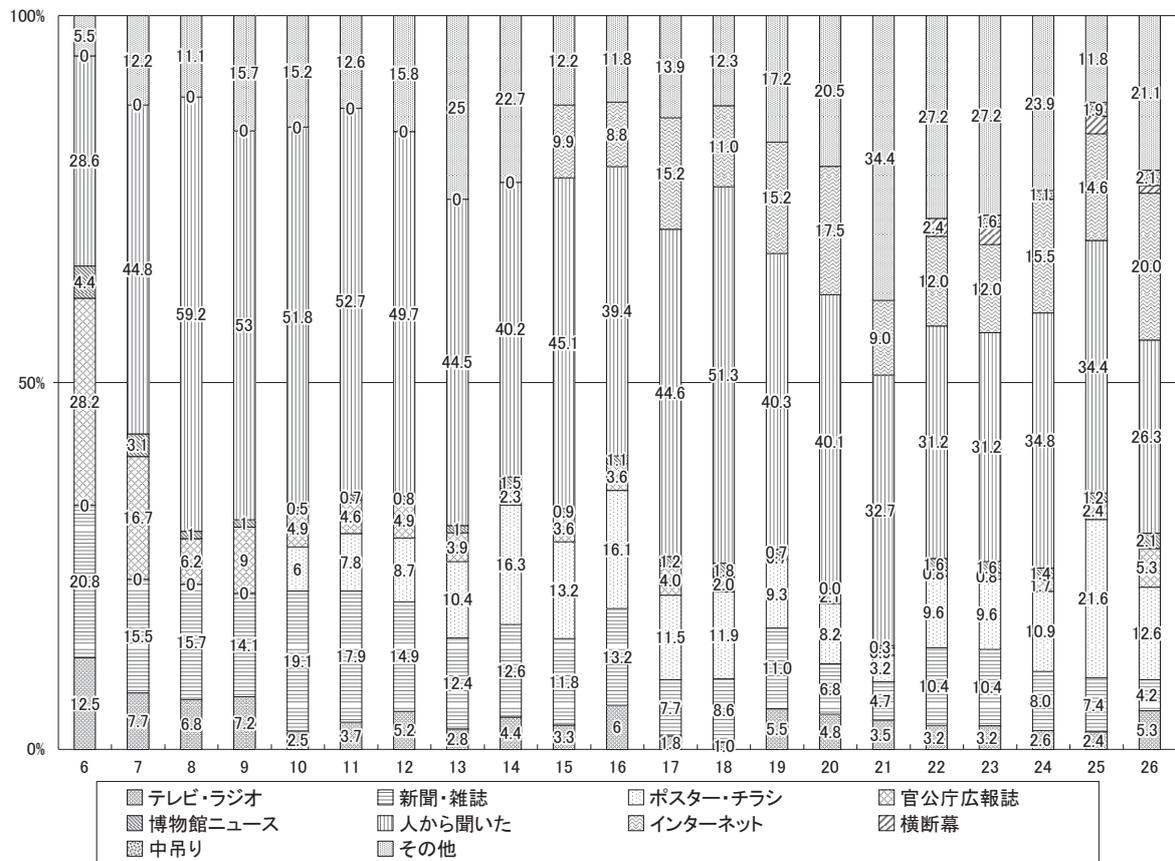


図3. 初めての来館者が博物館を知った情報源。

Fig. 3. The source of information by which the visitor first found out about our museum.

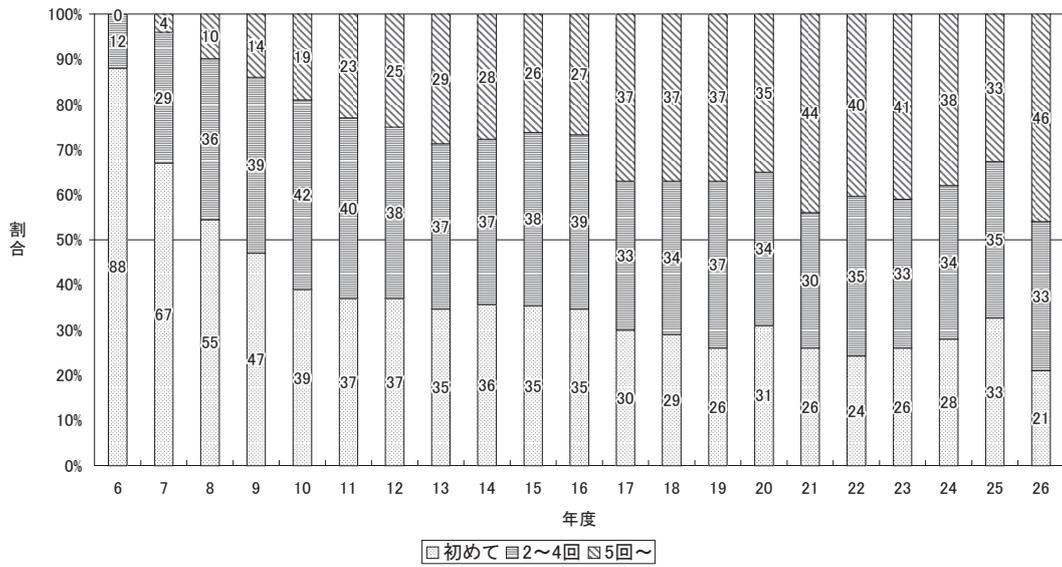


図 4. 来館者の博物館への来館回数.

Fig. 4. The number of visits of the visitor to our museum.

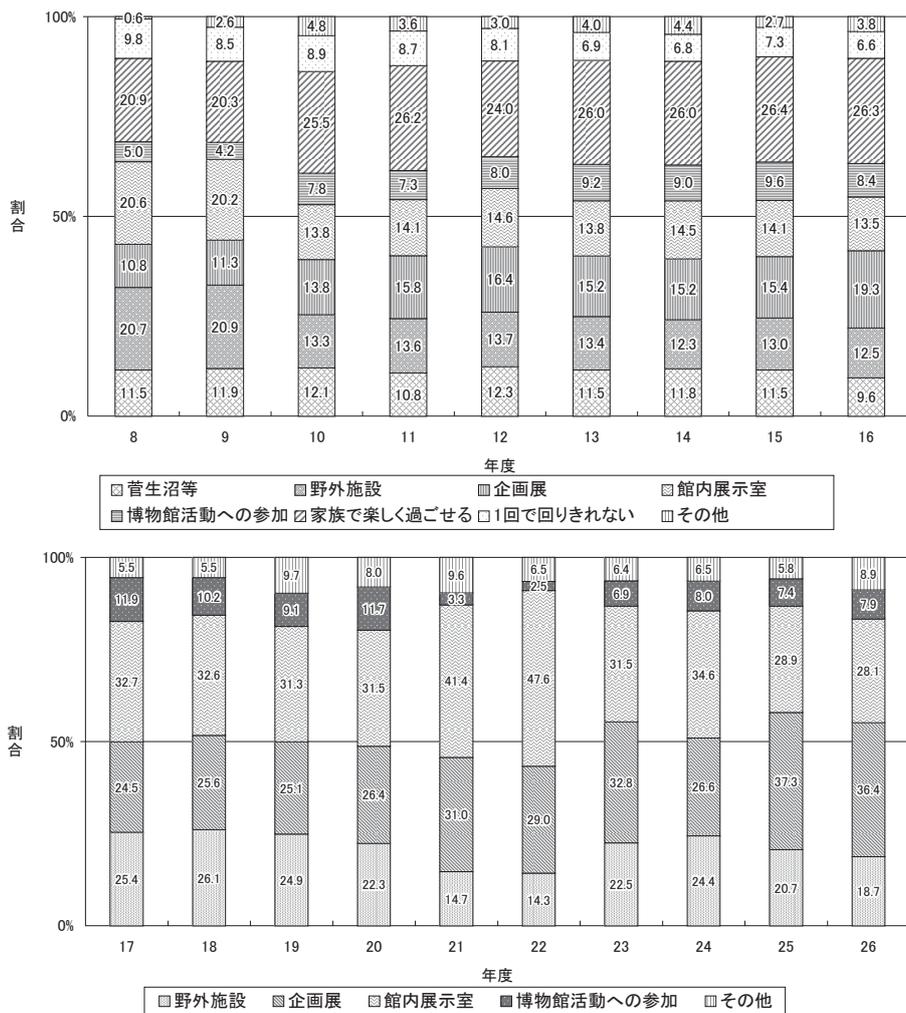


図 5. リピーターが博物館に再来館する理由.

Fig. 5. The reason to visit again of repeat visitors.

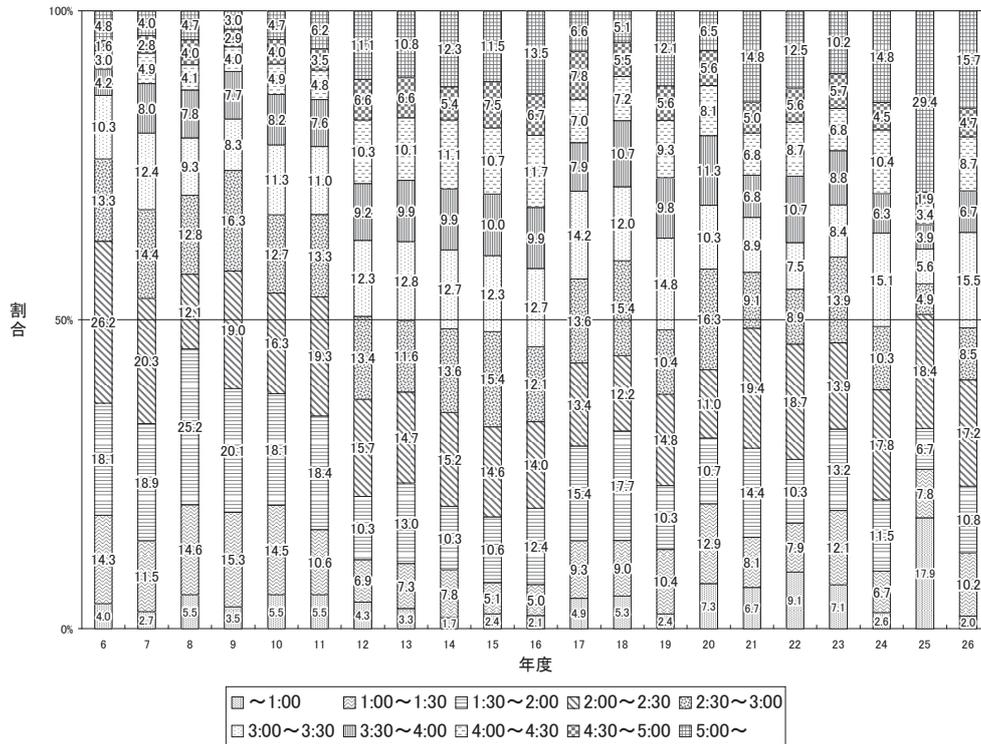


図 6. 来館者の博物館での滞在時間。  
 Fig. 6. The length of sojourn of the visitors.

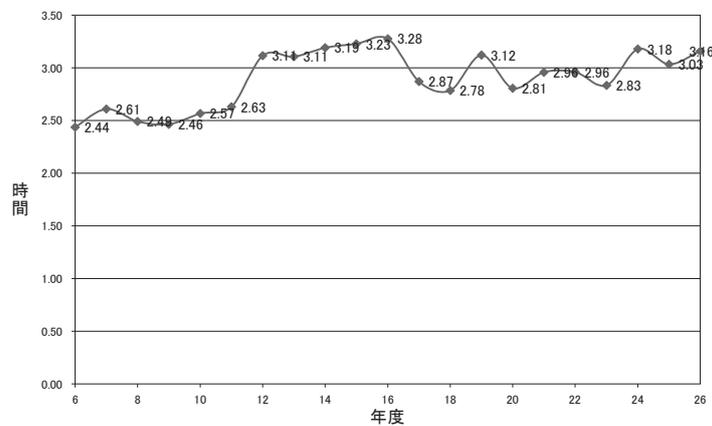


図 7. 来館者の平均滞在時間の推移。  
 Fig. 7. Change in the mean sojourn of the visitors.

について聞いた結果を図5に示す。再来館の理由を的確にとらえるため、平成17年度から選択肢の変更を行った。したがって、平成17年度以降の傾向を見てみると、10年間の平均で館内展示室(常設展)が33.2%、企画展が28.8%、野外施設が22.5%、博物館活動への参加が8.5%となっている。1回の来館では見切れない

常設展を見るための再来館が多いが、企画展を見るための再来館もほぼ同数を数えており、平成23、25、26年度は企画展が常設展を上回っている。開館以来当館において重点事業として取り組んでいる企画展の開催がリピーターの確保に大きな要因となっていることが伺える。さらに、当館の最も大きな特徴である充

実した野外施設の魅力もまた、来館者確保に大きな力となっていると考えられる。今後も、常設展、企画展、野外施設の3つをバランス良く整備運営してゆく必要があると考えられる。

## 5. 博物館での滞在時間

アンケートでは、入館時間と退館時間を答えてもらうことにより、来館者の滞在時間を得ている。滞在時間の分布を図6に示す。滞在時間1時間未満を0.5時間、5時間以上を5.5時間、それ以外は中央値を使って回答者の滞在時間を算出してみると、開館から平成11年度までは概ね2.5時間、平成12年度以降は概ね3.0時間となっている(図7)。また、20年間を通して滞在時間「2時間～2.5時間」が最も多くなっている。さらに、平成12年度以降では滞在時間「5時間以上」の割合が10%を超える年度が多くなっている。これは、リピーターが増加し、常設展や企画展を見学した後、館内だけでなく野外施設の利用も含めてゆっくと1日を過ごす来館者が多くなっていることを伺わせる。

## おわりに

開館以来実施しているアンケート調査は、継続的で客観的な来館者の意識と動向を把握するデータを蓄積してきた。今後も来館者のニーズに応えるべくアンケート調査を実施し、来館者へのサービス向上のために活用してゆきたい。

## 謝 辞

本報告を行うにあたって、アンケート調査に御協力いただいた多くの来館者に感謝を申し上げる。

## 引用文献

- 稲村憲慶. 2000. ミュージアムパーク茨城県自然博物館入館者動向の変化—アンケート結果から開館5周年を振り返り—. 茨城県自然博物館研究報告, (3): 67-71.
- 大森伸一. 1998. ミュージアムパーク茨城県自然博物館の利用者の意識と動向—来館者アンケートの結果から—. 茨城県自然博物館研究報告, (1): 145-148.
- 戸塚佳代子. 2006. ミュージアムパーク茨城県自然博物館の来館者の意識と動向—来館者アンケートからみる10年の軌跡—. 茨城県自然博物館研究報告, (9): 89-94.

## (要 旨)

鈴木 肇・小幡和男. ミュージアムパーク茨城県自然博物館の来館者の意識と動向—来館者アンケートからみる20年の軌跡—. 茨城県自然博物館研究報告 第18号(2015) pp. 119-125.

ミュージアムパーク茨城県自然博物館では、開館直後1994年(平成6年)12月から来館者へのアンケート調査を実施している。これまでの20カ年のアンケート調査結果を取りまとめ、来館者の意識と動向について検討した。その結果は、来館者の居住地は茨城県内と県外がほぼ同数、来館の主な情報源は口コミ、インターネット、ポスター・チラシなど、来館者のリピーターの割合は約75%、再来館する理由は常設展観覧、企画展観覧が約30%、野外施設利用が約20%、博物館での滞在時間は約3時間であった。これらの結果はこの10年間では大きな変化がなく推移している。

(キーワード): 来館者, アンケート調査, リピーター, ミュージアムパーク茨城県自然博物館.