

常設展示利用者調査概要報告

松戸市立博物館 西村広経

1

調査の目的

現在の常設展示を評価する。

- ◆利用者は常設展示をどのように受け止めているのかを客観的に把握し、展示のねらいが達成できているのかを評価する。
- ◆現在認識している常設展示の強み／課題を客観的なデータに基づき検証する。
- ◆これまで気が付かなかった強み／弱みを発見する。

データをリニューアルに活用する。

- ◆リニューアルをめぐるこれまでの議論の妥当性を検証する。
- ◆新しいアイデアの源泉となることが期待される。

2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

2

2

調査の概要

調査の対象

- ◆調査期間：2021年4月3日～同年5月16日
- ※4月29日以降は館蔵資料展の会期
- ◆調査対象：期間中に常設展示利用者全員
- ※観覧を終えた利用者全員に調査協力を依頼
- ◆ただしグループで利用した場合は、グループの代表1名を対象とした。代表の選任は利用者に一任。
- ◆常設展示利用者2171人のうち207人が回答。

調査の方法

- ◆調査員（学芸員・会計年度任用職員）による面接調査。
- ◆調査員が口頭で質問し、回答を聞き取る。
- ◆質問内容は別紙回答フォーム参照。
- ◆所要時間は5～10分程度。
- ◆回答者本人がGoogle フォームを利用して回答内容を入力。回答者が希望した場合は調査員が入力を代行。

2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

3

3

従来の常設展示アンケートとの違い

- ◆これまでも常設展示アンケートは実施してきた（新型コロナウイルス感染症のため現在は休止中）。
- ◆質問紙を常置し、回答したい人だけが回答する（非無作為抽出）。
- ◆サンプルの無作為性が担保されず、偏っているかもしれない。
- ◆リニューアルを前提とした設問になっておらず、調査目的に合うデザインではない。

2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

4

4

分析の視点

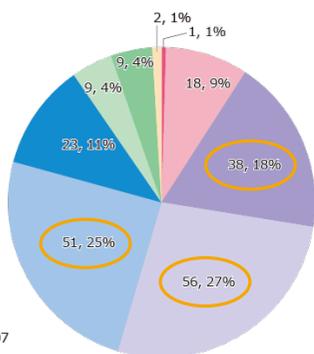
3つの視点からデータを操作・解釈し、常設展示の評価を試みる。

- ①利用者像の把握
- ②常設展示の強み
- ③常設展示の課題

データの概要：利用者の属性



回答者の年齢分布



- ◆ 設問1の回答を集計。
- ◆ 20代~40代が主体（7割）。
- ◆ 親子連れのグループでは親が回答になる場合が多かった。そのため、0-9歳と10-19歳が占める割合は実際にはより大きいと考えられる。

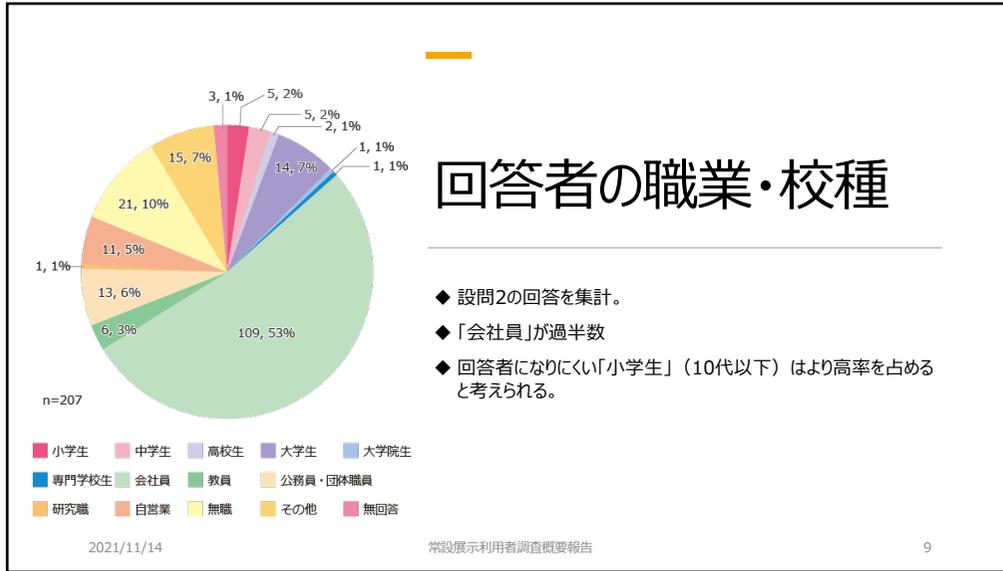
n=207
 ■ 0-9歳 ■ 10-19歳 ■ 20-29歳 ■ 30-39歳 ■ 40-49歳
 ■ 50-59歳 ■ 60-69歳 ■ 70-79歳 ■ 80歳以上

凡例：実数, 割合
 ※以下全てのパイチャートで同じ。

グループ構成

グループの構成	人数別グループ数(組)					
	1人	2人	3人	4人	5人	6人以上
同行者なし	44					
家族		19				
夫婦		20	7			
親と子			5	9		
両親と子				2	1	1
3世代			1	3		
祖父母と子						
兄弟姉妹		3	1			
その他	1	11	5	5	3	
家族と友人						2
友人	22	3	4	3	2	
友人と職場の仲間						1
職場の仲間			1			
その他		13				
合計	44	78	29	23	11	9
人数	44	156	87	92	55	54

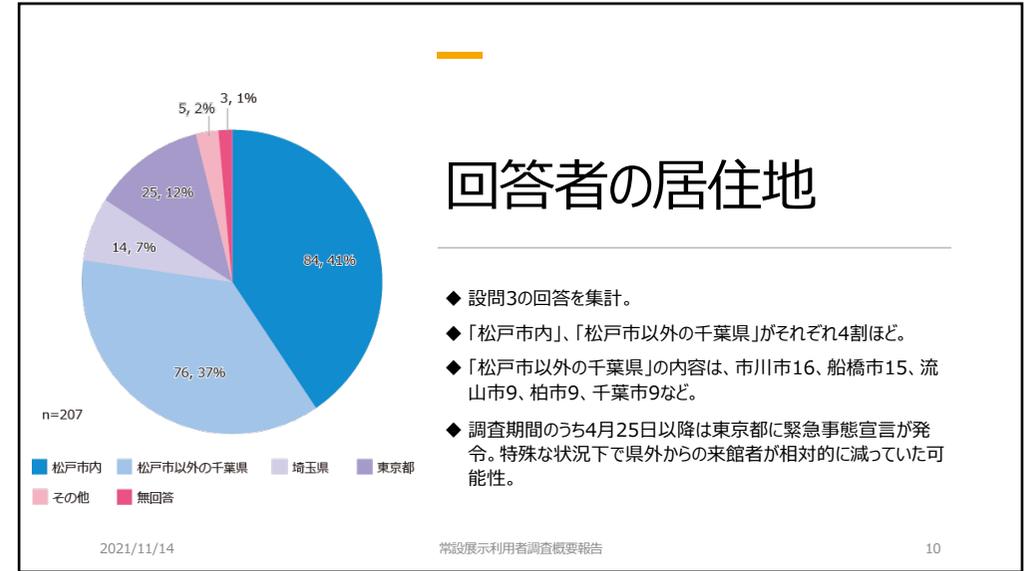
- ◆ 設問6, 10, 11, 12の回答からグループ構成を復元。
- ◆ 構成人数は2人が最多。
- ◆ 2人グループでは夫婦、親子、友人が同程度。
- ◆ 確実に子を含むグループは70組（34%）。
- ※家族-その他の一部を含む。
- ◆ 多人数や子が小さいグループでは、同行者を待たせるため回答を拒否するケースが見受けられた。



回答者の職業・校種

- ◆ 設問2の回答を集計。
- ◆ 「会社員」が過半数
- ◆ 回答者になりにくい「小学生」（10代以下）はより高率を占めると考えられる。

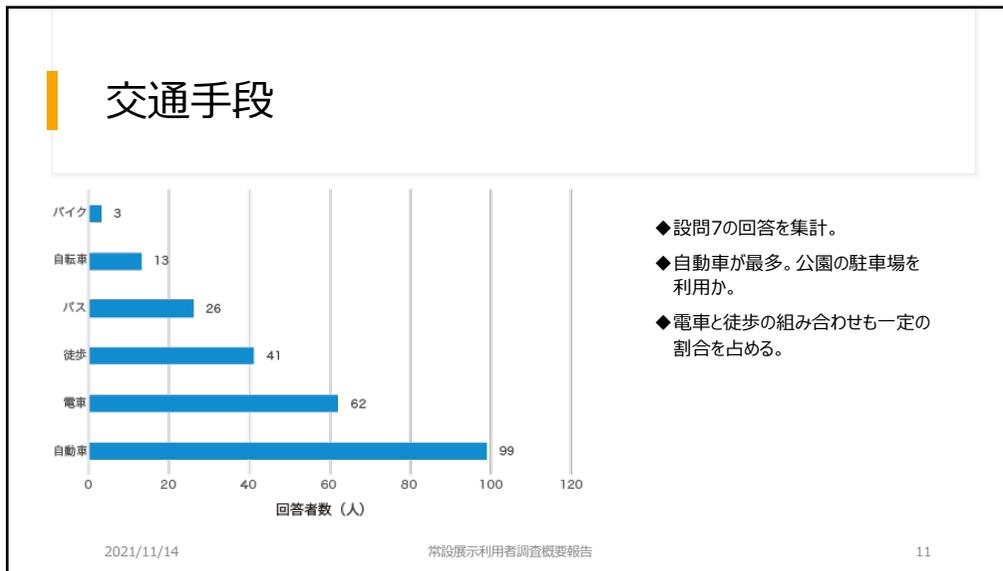
9



回答者の居住地

- ◆ 設問3の回答を集計。
- ◆ 「松戸市内」、「松戸市以外の千葉県」がそれぞれ4割ほど。
- ◆ 「松戸市以外の千葉県」の内容は、市川市16、船橋市15、流山市9、柏市9、千葉市9など。
- ◆ 調査期間のうち4月25日以降は東京都に緊急事態宣言が発令。特殊な状況下で県外からの来館者が相対的に減っていた可能性。

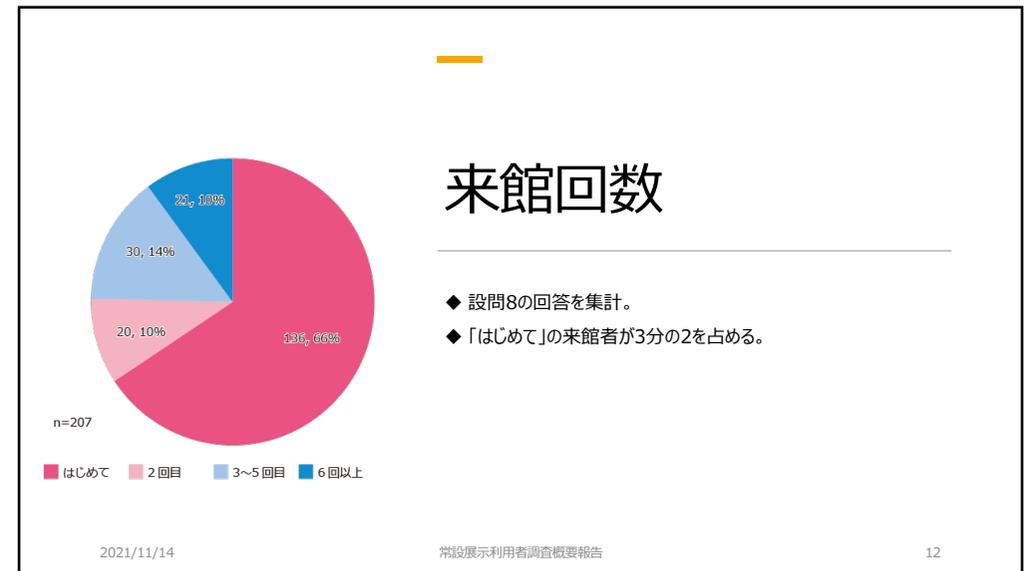
10



交通手段

- ◆ 設問7の回答を集計。
- ◆ 自動車が最多。公園の駐車場を利用か。
- ◆ 電車と徒歩の組み合わせも一定の割合を占める。

11



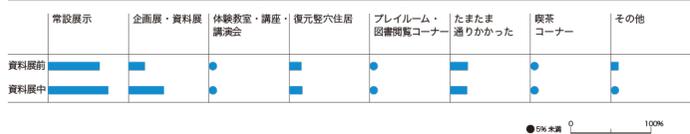
来館回数

- ◆ 設問8の回答を集計。
- ◆ 「はじめて」の来館者が3分の2を占める。

12

来館目的

目的 (複数回答可)	回答数	回答率 (%)	資料展前の回答数	資料展前の回答率 (%)	資料展中の回答数	資料展中の回答率 (%)
常設展示を見るため	147	71.0	41	64.1	107	74.8
企画展・資料展を見るため	76	36.7	13	20.3	63	44.1
体験教室・講座・講演会に参加するため	2	1.0	1	1.6	1	0.7
復元整穴住居を見るため	33	15.9	10	15.6	23	16.1
プレイルーム・図書閲覧コーナーを利用するため	8	3.9	3	4.7	5	3.5
たまたま通りかかった	44	21.3	14	21.9	30	21.0
喫茶コーナーを利用するため	1	0.5	0	0.0	1	0.7
その他	10	4.8	6	9.4	4	2.8



2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

13

13

- ◆設問5の回答を集計。
- ◆常設展示を来館目的にあげた利用者は7割。
- ◆資料展前後で顕著な差はない。
- ◆偶発的な来館者が一定の割合を占める。

データの概要：展示の評価



14

展示の利用度



- ◆設問13の回答を集計。
- ◆総合展示室内の展示はいずれも75%以上の利用率。
- ◆最も利用されているのは近現代 (常盤平岡地を含む)。
- ◆最も利用されていないのは三匹獅子舞。
- ◆主題展示室の展示は相対的に利用率が低い。
- ◆考古学と科学の眼は調査期間中公開していないので誤回答か。

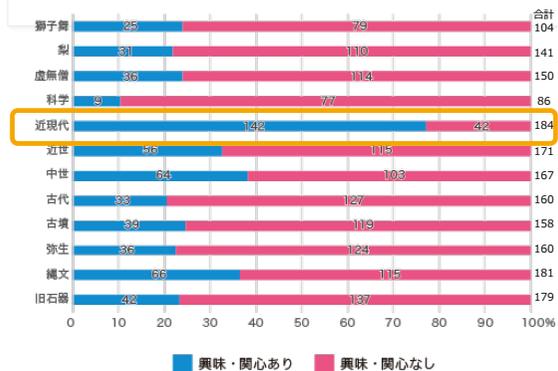
2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

15

15

各展示に対する興味・関心



- ◆設問14の回答を集計。
- ◆利用した展示についてのみ回答。
- ◆興味・関心をもった回答者の割合は近現代が突出して高い (展示を利用した回答者数に対する興味・関心をもった回答者の割合)。
- ◆他の展示では20~40%の範囲におさまる。

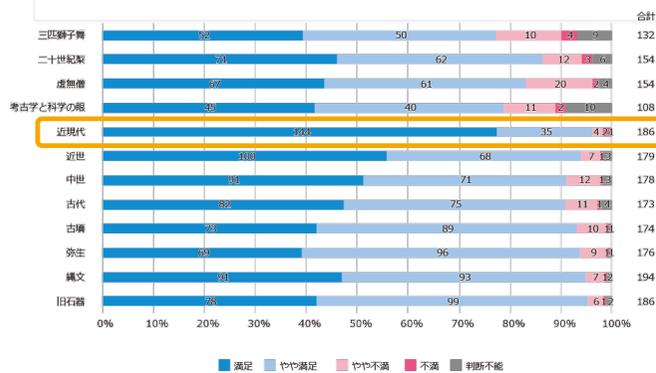
2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

16

16

各展示の満足度



- ◆ 設問15の回答を集計。
- ◆ 利用した展示についてのみ回答。
- ◆ 「満足」とした回答者の割合は近現代が突出して高い（展示を利用した回答者数に対する満足とした回答者の割合）。
- ◆ 他の展示では縄文、中世、近世がやや高率だが顕著な差はない。

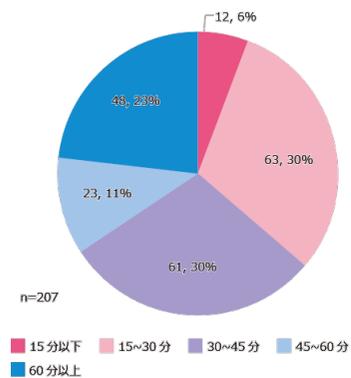
2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

17

17

利用時間



- ◆ 設問16の回答を集計。
- ◆ 特定の傾向は認められない。

n=207

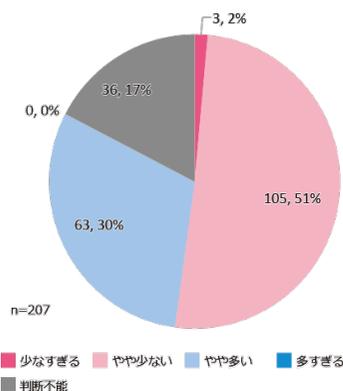
2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

18

18

展示資料の数



- ◆ 設問17の回答を集計。
- ◆ 「少なすぎる」または「やや少ない」とした回答者は2分の1以上。
- ◆ 「やや多い」とした回答者は3割。

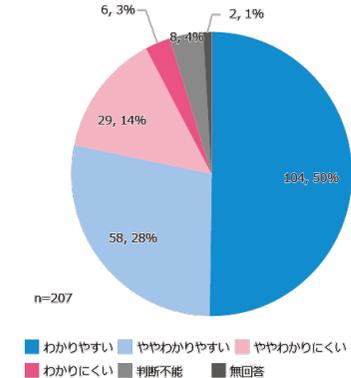
2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

19

19

解説のわかりやすさ



- ◆ 設問18の回答を集計。
- ◆ およそ半数が「わかりやすい」と回答。

n=207

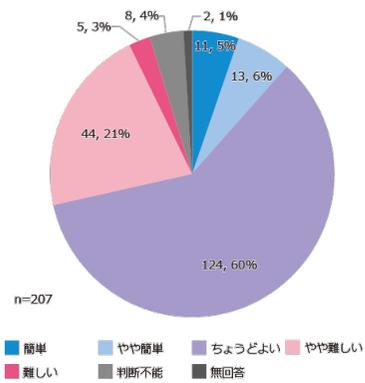
2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

20

20

解説の難易度



- ◆ 設問19の回答を集計。
- ◆ 「ちょうどよい」とした回答者が6割。
- ◆ 「やや難しい」とした回答者が2割。

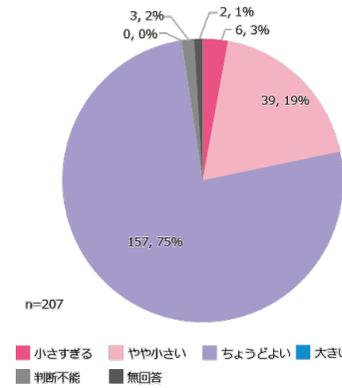
2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

21

21

文字の大きさ



- ◆ 設問20の回答を集計。
- ◆ 「ちょうどよい」とした回答者が4分の3。

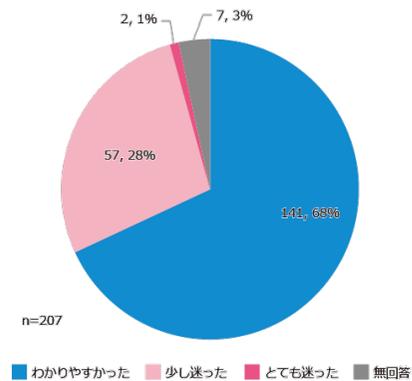
2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

22

22

展示の順路



- ◆ 設問21の回答を集計。
- ◆ ジグザグに進む順路がわかりにくく、一部の展示をとばしてしまう利用者がいるとの事前情報。
- ◆ 「少し迷った」「とても迷った」を合わせると3割弱。

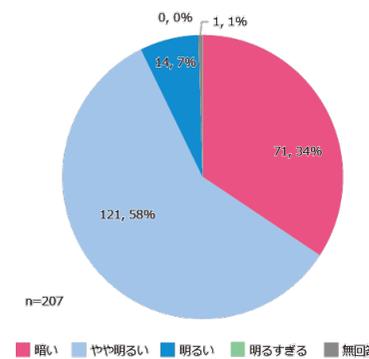
2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

23

23

展示室の明るさ



- ◆ 設問22の回答を集計。
- ◆ 「暗い」とした回答者は3分の1。
- ◆ 「やや暗い」の選択肢は意図的に用意しなかった。

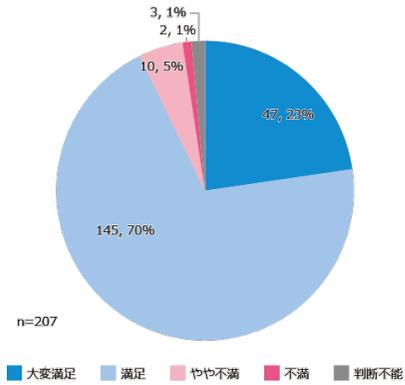
2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

24

24

総合的な満足度



- ◆ 設問23の回答を集計。
- ◆ 「大変満足」または「満足」とした回答者は9割強。

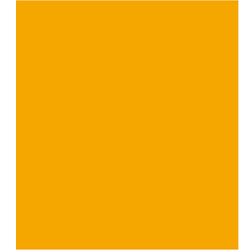
2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

25

25

分析1：利用者像



26

従来との認識との比較

従来との認識（基本構想・基本計画案より）

- ◆ 市内外の小学校とデイサービスの利用が定着。
- ◆ 市内：市外=6:4
- ◆ 子育て世代を一層確実に呼び込む施策が必要。
- ◆ 中高生・大学生の利用促進が課題。

調査結果

- ◆ 感染症の影響で団体見学のない時期の調査。団体利用を含めた実態は別途検討すべき。
- ◆ 市内：市外 = 4:6
- ◆ 30～40代（子育て世代）は主たる利用者。
- ◆ 親子連れは少なくとも33.3%。
- ◆ 中高生・大学生・院生・専門学生は合わせて14%。

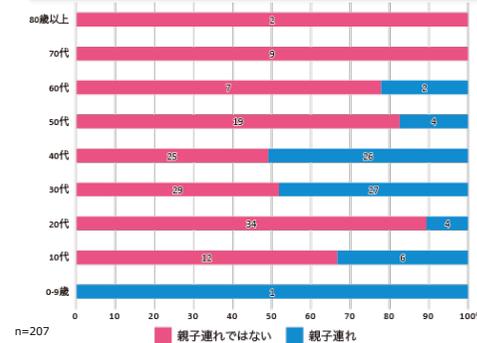
2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

27

27

30代～40代≠子育て世代



- ◆ 年齢と「親子連れである／ない」とのクロス集計。
- ◆ 親子連れには「成人した子と高齢の親」のグループも含まれる。
- ◆ 30～40代（子育て世代）であっても親子連れグループの割合はおよそ半数。※ただし最小。増える可能性あり。
- ◆ 30～40代のうち一定数は親子連れではない。

2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

28

28

利用者像

- ◆20～40代を主体とする。
- ◆30～40代では親子連れが多いが、親子連れ以外の利用者も相当数含まれる。
- ◆松戸市内および近隣市町村からの来館者が優占。

2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

29

29

分析2：常設展示の強み



30

強み1：常盤平団地復元展示の人気



- ◆常盤平団地の展示は人気である。
- ◆たびたびTwitterでバズる。
- ◆利用度、興味・関心、満足度が顕著に高い。
- ◆データは従来の理解を追認する。
- ◆逆に、利用しないのはどのような利用者か？

2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

31

31

近現代展示の利用と年齢との相関関係

	近現代展示をみた(人)	近現代展示をみていない(人)	総計	利用率(%)
60歳未満	172	15	187	92.0
60歳以上	8	12	20	60.4
総計	180	27	207	88.9

- ◆各属性との相関関係を検討したところ、年齢とは統計的に有意な相関が認められた。
- ◆60歳以上／未満で区切り、近現代展示利用の有無をクロス集計。
- ◆入り口の階段が障壁？
- ◆疲れてしまう？
- ◆入り口がわからず素通り？

2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

32

32

強み2：隣接する公園から親子連れが流入

	利用目的「たまたま」ではない(人)	利用目的「たまたま」(人)	総計	たまたま (%)
親子連れではない	117	20	137	14.6
親子連れ	46	24	70	34.3
総計	163	44	207	21.3

- ◆リニューアルをめぐる議論の中で当館の強みとされた。本当か？
- ◆公園から流入した利用者は利用目的として「たまたま通りかかった」を選択する。
- ◆「親子連れである／ない」とクロス集計。
- ◆親子連れでは「たまたま」が有意に多い。
- ◆公園から親子連れの流入は一定程度ある。

2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

33

33

親子連れグループの交通手段

	自家用車以外(人)	自家用車(人)	総計	たまたま (%)
親子連れではない	94	43	137	31.4
親子連れ	14	56	70	80.0
総計	108	99	207	47.8

- ◆親子連れグループでは自家用車の利用が有意に多い。
- ◆自家用車で公園を利用し、偶発的に来館という行動パターンが推定される

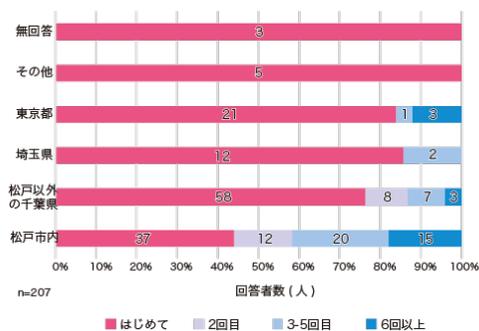
2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

34

34

強み？：3分の1はリピーター



- ◆利用回数が2回以上のリピーターは3分の1。
- ◆どのような利用者がリピーターになっているのかわかれば、それは強みなのでは？
- ◆最も顕著な相関関係が認められたのは居住地。
- ◆松戸市内からの来館者ではリピーターが有意に多い。

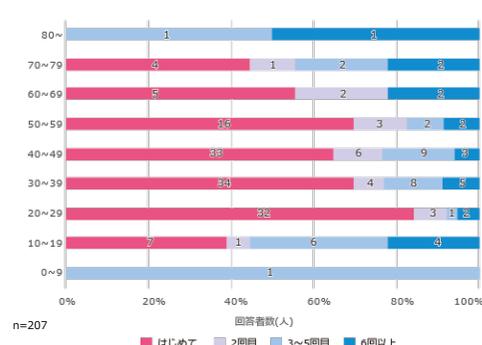
2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

35

35

来館回数と年齢との関係



- ◆20代～70代では高齢層ほどリピーターの割合が大きい傾向。
- ◆ある時点でリピーターになった利用者が周期的に来館しているのではない。
- ◆10代ではリピーターの割合が大きい。学校での団体利用を経験している可能性。

2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

36

36

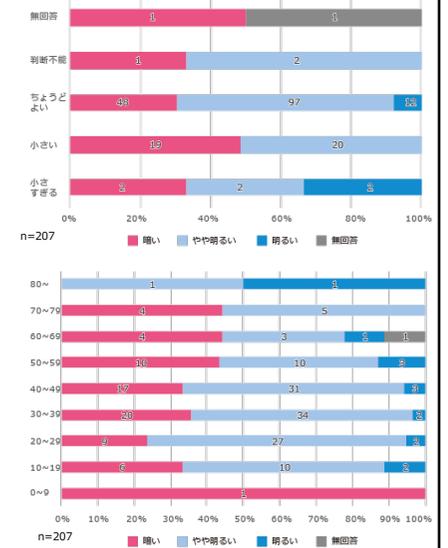
分析3：常設展示の課題



37

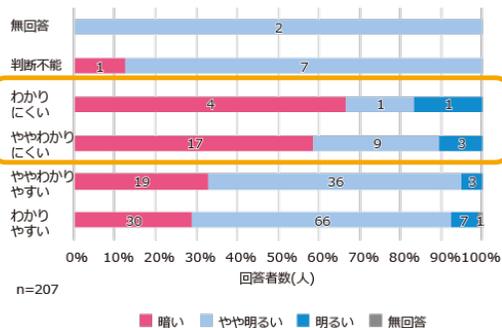
課題1：展示室が暗い

- ◆ 過去に寄せられた意見等から、展示室の暗さには問題があり、解決すべき課題と考えてきた。
- ◆ 「暗い」とした回答者は3割。想定ほど問題視されていない？
- ◆ 「暗い」と感じるのはどのような利用者が。
- ◆ 仮説：小さな文字が読みづらい人（≒高齢者）にとっては暗く感じるのでは？
- ◆ 文字の大きさ、年齢との相関は認められない。仮説は棄却。



38

明るさと解説のわかりやすさとの関係



- ◆ 明るさの認識と最も強く相関するのは解説のわかりやすさ。
- ◆ 解説が「わかりにくい」または「ややわかりにくい」とした回答者は、「暗い」とする傾向が強い。
- ◆ 因果関係は不明。

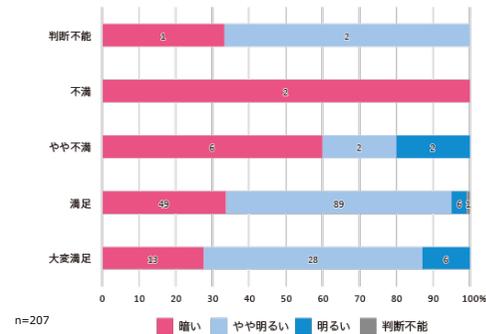
2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

39

39

明るさは総合的な満足度に影響



- ◆ 明るさと総合的な満足度をクロス集計。
- ◆ 満足度が「やや不満」または「不満」の回答者は「暗い」とする傾向。ただしデータは少ない。

2021/11/14

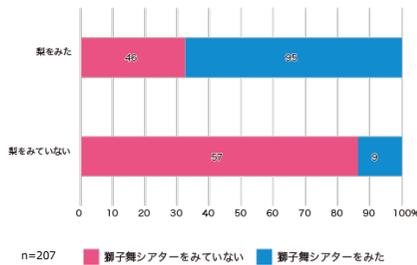
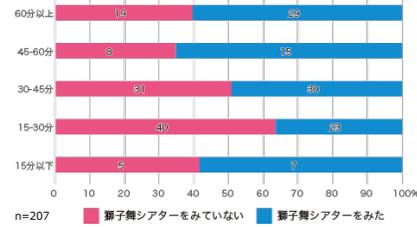
常設展示利用者調査概要報告

40

40

課題2：獅子舞シアターの利用率

- ◆ 獅子舞シアターは最も利用されていない展示である。
- ◆ 利用した回答者のうち、興味・関心をもった、満足とした人の割合は他の展示とそれほど差がない。
- ◆ なぜ利用されないのか？
- ◆ 13分間の映像展示なので、時間に余裕のない利用者が敬遠？
→獅子舞利用者は利用時間が長い傾向。
- ◆ 二十世紀梨の利用と強い相関が認められる。
→主題展示室がまるごと利用されていない？
※虚無僧利用とも相関関係あり



41

分析4：自由記述式回答

41

42

自由記述式回答の分析方法

- ◆ 全ての回答を形態素解析（意味のある最小単位に分解し、品詞・活用などを判別すること）。
- ◆ 単語の出現頻度を重要度により補正。
- ◆ 出現頻度補正值にもとづいてワードクラウドを生成。
- ◆ テキストを特徴づける単語について検討。

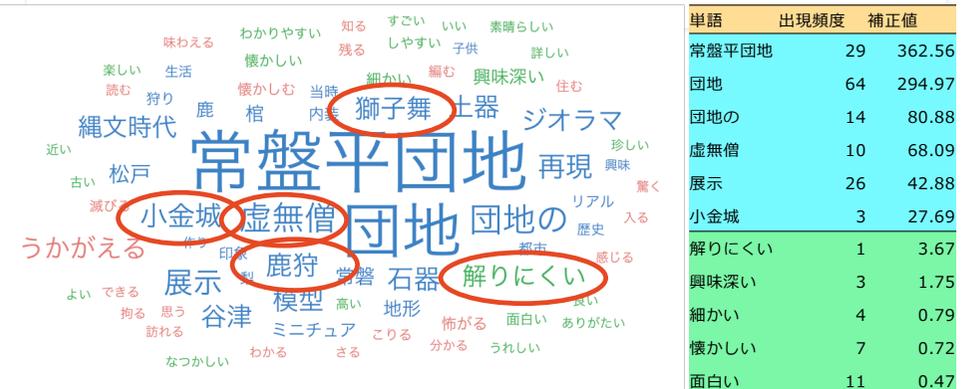
2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

43

43

印象に残った展示物や展示テーマ



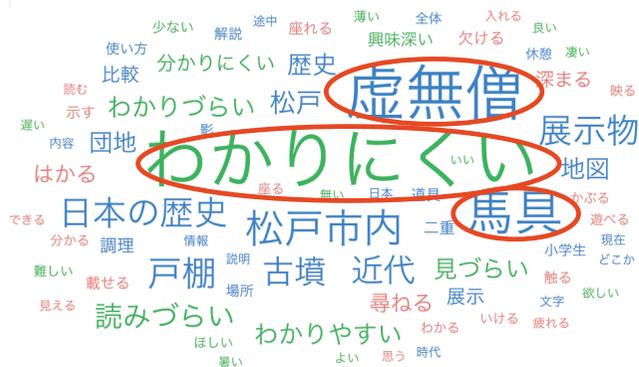
2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

44

44

困ったこと、わからなかったこと



単語	出現頻度	補正值
虚無僧	3	15.30
馬具	2	11.01
松戸市内	1	7.65
松戸宿	1	7.65
常盤平団地	1	7.65
戸棚	2	5.57
わかりにくい	5	6.15
読みづらい	1	1.02
わかりづらい	1	0.63
わかりやすい	3	0.62
見づらい	1	0.55

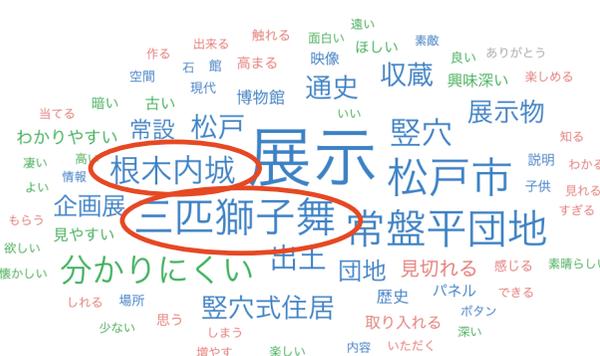
2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

45

45

意見・感想・要望



単語	出現頻度	補正值
展示	31	56.63
松戸市	6	29.52
常盤平団地	3	27.69
三匹獅子舞	3	27.69
竪穴	2	17.29
根木内城	2	17.29
わかりにくい	5	6.22
来づらい	1	3.40
持ちやすい	1	1.77

2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

46

46

分析結果まとめ

利用者像

- 20代～40代が主体。
- 30～40代では少なくとも半数が親子連れ。
- 松戸市内および近隣市町村からの来館が8割弱を占める。

強み

- 近現代展示（常盤平団地）は人気が高い。ただし高齢者層の利用は相対的に低調。
- 隣接する公園からの流入（特に親子連れグループ）が一定数見込める。
- 3分の1がピーター化し、周期的に利用している可能性。
- 定量的には評価しにくいに関心を集める展示（小金城、虚無僧など）。

課題

- 3分の1の利用者は展示室が暗いと感じ、解説がわかりにくいと感じる傾向が強い。また、満足度に影響。
- 一定数の利用者は主題展示室の一部ないし全部をみていない。配置の問題か。
- 特に獅子舞シアターは利用されていない。時間を要することも一因か。
- 一部展示は説明が不十分。

2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

47

47

基本構想・基本計画策定における調査結果の活用

エリア戦略

- ◆公園から流入する利用者が一定数存在することが実証された。
- ◆現在推進している施設間連携の意義を追認。
- ◆施設間でデータを共有し、相互にメリットのある連携体制構築の一助とする。

ターゲット戦略

- ◆現行案では親子連れを念頭に「家族で楽しめ集える博物館」という事業目標を掲げている。
- ◆確かに親子連れグループは一定の割合を占めており、現行戦略の妥当性が確認された。
- ◆一方で、多様な構成のグループが観察され、家族のあり方も多様であった。
- ◆利用者の多様性に留意したターゲット戦略の重要性を指摘できる。

2021/11/14

常設展示利用者調査概要報告

48

48

基本構想・基本計画策定における調査結果の活用

展示戦略：強みを活かす

- ◆ 人気のある展示、関心を集める展示を把握することで、リニューアル時に展示内容を選択する手がかりとする。
- ◆ 一定数のリピーターを獲得している。検討中の「可変的な展示」のように、リピーターにとってこそ価値のある展示を用意することは合理的。

展示戦略：課題を乗り越える

- ◆ 一部の展示が利用されにくい実態。展示の内容よりもむしろデザイン（配置、所要時間など）に起因する可能性。
- ◆ 「暗い」を解消するためには単純に明るくすればよいのではなく、「わかりやすい」をめざすべきである。

Thank you for Listening! & Special Thanks

調査にご回答いただいたみなさま

ご同行者のみなさま

博物館友の会のみなさま

調査員のみなさま

村井良子様