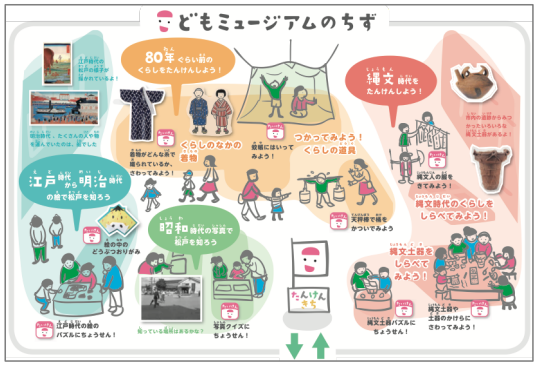
松戸市立博物館　企画展「こどもミュージアム -おとなも楽しい歴史体験-」展示利用者調査　調査結果概要版

2019年11月

企画展の概要

企画展の特徴・ねらい

- 松戸の歴史を楽しく遊びながら体験できる企画展
- 子育て世代の親子や子ども達が集える企画展
- 何度でも来館したくなる企画展
- 大人も子どもも無料
- 常設のリニューアルモデル（試作展示）となる企画展



展示構成

- 4つの展示ゾーンと探検基地で構成
- 実物展示（本物）も見られて、様々な体験も可能な展示構成
- 展示だけでなく人による解説や会話も重視した構成

＋

豊富な体験アイテムやプログラム

- 展示室以外でも土日に体験プログラムを実施
- 友の会による土曜ワークショップも実施
- 「こどもたんけんてちょう」→体験へのモチベーションを高めるワークシートを整備

調査概要

調査目的

- 企画展の設置後評価
- 展示表現や体験アイテムなどの有効性、妥当性を検証
- 計画中の常設展示「こども歴史博物館」の試作展示としての妥当性・有効性を検証
- 結果を「こども歴史博物館」の計画に反映

調査対象

- リニューアル後の利用ターゲットである子育て世代の家族（親子、三世代等）

調査方法

- 面接法（タブレット端末活用）
- 観察法

サンプル数

- 目標：90件
- 実測：94件

調査期間

- 2019.8.23～9.14
- 計5日間

▼サンプル数一覧

時期	月日	曜日	サンプル数
夏休み期間	8月23日	金	7
	8月24日	土	18
	8月25日	日	23
2学期休日	9月7日	土	27
	9月14日	土	19
	計		94

▼調査風景

「こどもミュージアム」の利用者像（設置後評価）

本企画展の利用者の特徴　→子育て世代の親子が来館　→子育て世代の親子にはニーズあり／有効性・妥当性大

- 松戸市や周辺に在住の家族連れ（特に親子）が自動車で来館。家族で利用は95.7%。親子で利用は77.7%。
- 子ども（13歳以下）の年齢層は平均すると7歳。親の世代は30代～40代が多い。想定ターゲットの子育て世代が利用。
- 企画展を知ったメディアは、ポスター・チラシが多く、次いで「来館して知った」。ポスター・チラシは学校や幼稚園で入手や「見た」が多い。「広報まつど」で知った方の年齢層は40代以上で、30代以下は該当者なし。
- 普段よく行くミュージアムは「動物園・水族館・植物館」が多い。普段ミュージアムに行かない層は2割強。普段家族でよく行く近隣の施設は、ショッピングモール・地域の図書館が多く、次いで21世紀の森と広場・地域の公園が多い。
- はじめての来館：リピーターが4：6。リピーターの7割弱が1年ほど前に来館、年に1回以上が6割を占める。（リピーター：「こどもミュージアム」のリピーターも含む）

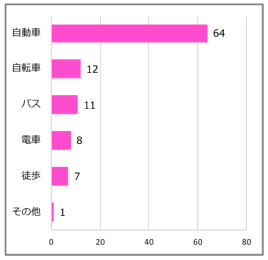
▼住所

住所	度数	割合
松戸市	69	73.4%
柏市	8	8.5%
流山市	4	4.3%
船橋市	4	4.3%
鎌ケ谷市	3	3.2%
白井市	1	1.1%
印西市	1	1.1%
千葉市	1	1.1%
三郷市	1	1.1%
葛飾区	1	1.1%
神奈川県藤沢市	1	1.1%
総計	94	100.0%

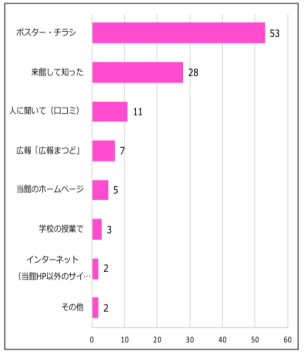
▼利用者構成

種別	種別2	構成×人数	2人	3人	4人	5人	6人	計	計	計
家族	親子	夫婦と子	0	13	14	1	0	28		
		母と子	13	13	1	0	0	27		
		父と子	10	6	2	0	0	18	73	
	孫と	祖父母と孫	0	0	1	0	0	1		
		祖母と孫	2	1	1	0	0	4	5	
	3世代	祖父母と母と子	0	0	1	0	0	1		
		祖父と母と子	0	0	1	0	0	1		
		祖母と夫婦と子	0	0	0	1	0	1		
		祖母と母と子	0	0	1	1	0	2	5	
	2家族で	母と子、子の友人	0	1	0	0	0	1		
		母と子のグループ	0	0	1	1	1	3	4	
	夫婦で	夫婦	1	0	0	0	0	1	1	
	親戚と	母と子、いとこ	0	0	1	0	0	1	1	
	兄弟	姉弟で	0	1	0	0	0	1	1	90
友人と	友人と	子どもだけ	1	1	0	0	0	2	2	
	学童	学童のグループ	1	1	0	0	0	1	1	3
職場	職場	職場の同僚と	0	0	0	1	0	1	1	1
計			28	36	24	5	1	94	94	94

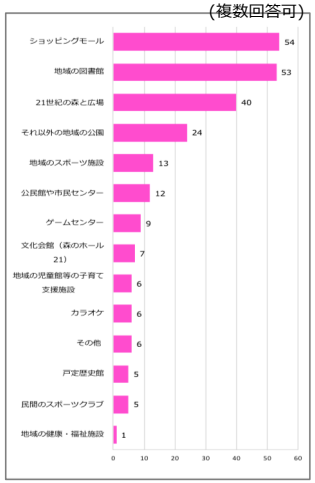
▼交通手段（複数回答可）



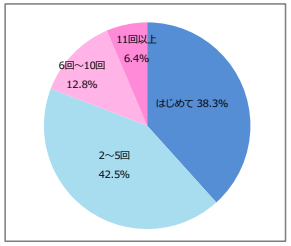
▼認知メディア（複数回答可）



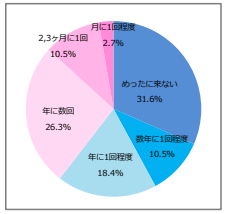
▼普段家族でよく行く近隣の施設（複数回答可）



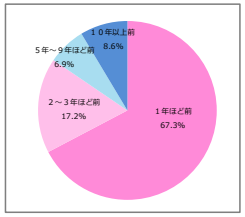
▼来館回数



▼リピーターの来館頻度



▼前回来館した時期



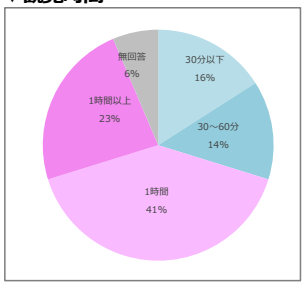
「こどもミュージアム」における展示体験パターン（設置後評価）

本企画展の利用者の特徴　→じっくり体験が多い　→時間をかけて体験できるワークショップも必要

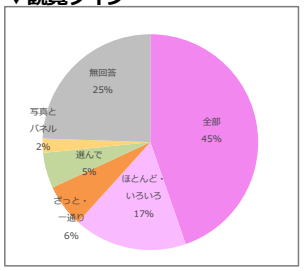
- 観覧時間は1時間以上が6割強。観覧タイプは全部とほとんどを合わせると6割強。動線は想定通り*が4割強。
- じっくり時間をかけてすべての体験メニューをこなそうと熱心に取り組んでいる様子がうかがえる。網羅したいと思わせる要因は「たんけんてちょう」（自由回答より）。
- じっくり体験タイプ（1時間以上、全部あるいはほとんど・想定取りの順番で体験）の満足度は高い。
- 本企画展リピーターは、体験したいアイテムを来館前に決めており、選んで体験していることも判明。
- 土曜ワークショップへの参加は全体の3割強。土曜ワークショップ参加者は、満足度と「こども歴史博物館」の重要度が高い傾向あり（クロス集計結果より）。
- 展示室で行った風呂敷体験に参加した利用者は多いが、外や通路での体験メニューも人気で、来館した日に実施していなかったことを残念がる親の世代が見受けられた。普段できないことを子どもに博物館で体験させてやりたいというニーズが高いことがわかる。

＊動線：強制動線ではなく、どこから体験しても構わないが基本。ただし、縄文から左回りの見学を想定して展示配置。

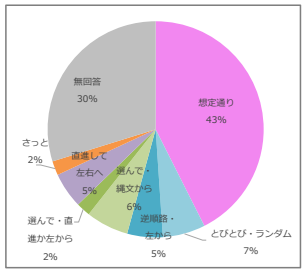
▼観覧時間



▼観覧タイプ



▼動線・観覧の順番



▼観覧時間×観覧タイプ

観覧時間×動線	さっと	とびとび・ランダム	逆順路・左から	想定通り	選んで・直進か左から	選んで・縄文から	直進して左右へ	無回答	総計
30分以下	2	1		6		3		4	16
30～60分		1		7	1		1	3	13
1時間		3	3	17		2	2	11	38
1時間以上		1	2	10	1	1	1	6	22
無回答							1	4	5
総計	2	6	5	40	2	6	5	28	94

▼観覧時間×動線

	ざっと・一通り	ほとんど・いろいろ	写真とパネル	選んで	全部	無回答	総計
30分以下	3	3	2		4	4	16
30～60分		2		2	3	6	13
1時間	2	5		2	25	4	38
1時間以上	1	5		1	8	7	22
無回答		1			2	2	5
総計	6	16	2	5	42	23	94

▼動線×観覧パターン

	ざっと・一通り	ほとんど・いろいろ	写真とパネル	選んで	全部	無回答	総計
さっと			2				2
とびとび・ランダム	1			3	1	1	6
逆順路・左から				1	3	1	5
想定通り		11			20	9	40
選んで・直進か左から						2	2
選んで・縄文から	1				3	2	6
直進して左右へ		1			3	1	5
無回答	4	4		1	12	7	28
総計	6	16	2	5	42	23	94

▼観覧パターン×満足度

観覧パターン×満足度	満足	やや満足	やや不満	不満	判断できない	総計
ざっと・一通り	4	2				6
ほとんど・いろいろ	15	1				16
写真とパネル	2					2
選んで	4	1				5
全部	40	2				42
無回答	22	1				23
総計	87	7	0	0	0	94

▼土曜WS参加者数

土曜ワークショップ	度数
風呂敷	8
ポンプ、土器	7
ポンプ	4
ポンプ、風呂敷、機織り	4
機織り	4
風呂敷、機織り	4
総計	31

▼プログラム別参加者数（延べ）

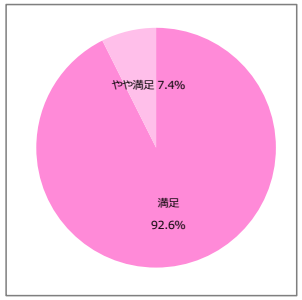
土曜ワークショップ	度数
風呂敷（展示室）	16
天秤棒・ポンプ（外）	15
機織り（通路）	12
土器（通路）	7
総計	50

「こどもミュージアム」の評価（設置後評価）

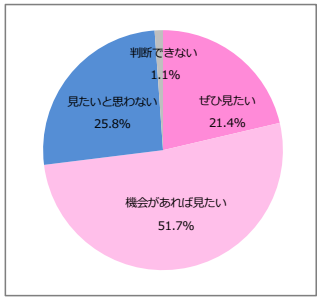
本企画展の利用者の特徴　→子育て世代の満足度が非常高い　→展示内容の有効性・妥当性は大

- 満足度は大変高く、不満の回答者は見られなかった。4段階評価で一番高い「満足」の割合が9割強。これまで開催された企画展の中でも満足度の非常に高い企画展と言えよう。「いろいろな体験できた」「子どもが楽しめた・興味を持った」「大人も楽しめた」「期待以上だった」「スタッフがよい」などがその理由。
- 再来ニーズ（また来たいと思うか）も推薦の是非（誰かに薦めるか）も高い傾向にある。両者とも「思わない」と答えている回答者でも満足度は高い。
- 展示ゾーン別に見ると「縄文」「80年前」が高い。「江戸から明治」「昭和」を体験しなかった利用者もいた（グレー部分）。昭和が「やや不満」が見られるのは「子どもには難しかったから」などの意見が出ているため。だたし、親の世代には好評で、もっと知りたいという興味喚起が高い傾向が見られた。
- 「わかりやすさ」の評価では、スタッフによる解説・案内が大変高い結果となった。「子ども達に寄り添い説明」「丁寧・親切・親身・気さくに」対応していた姿勢が高く評価された。
- 「たんけんてちょう」は見開きで、展示空間で何ができるかすぐに理解でき、体験へのモチベーションを高めるツールとして評価が高かった。少数ではあるが、自由にメモが書ける欄がほしいなどの意見もあった。
- 解説パネルは、小学校低学年では難しいのではないかと意見が親の世代から出ていたが、文字量や文字の大きさ・イラストの使用・地図の表現（小学校を記載）については有効かつ妥当の意見が多かった。
- チラシは利用しなかった人が2割ほど見られた。ワークショップの開始時間や企画展示場の場所などの必要情報が判読しづらかった、企画展の具体的なイメージがチラシでは想像できなかったなどの意見も見られた。

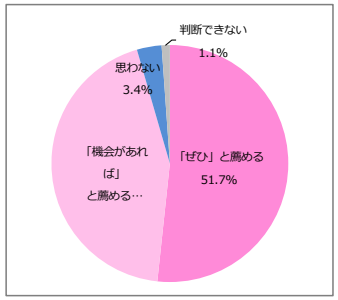
▼満足度



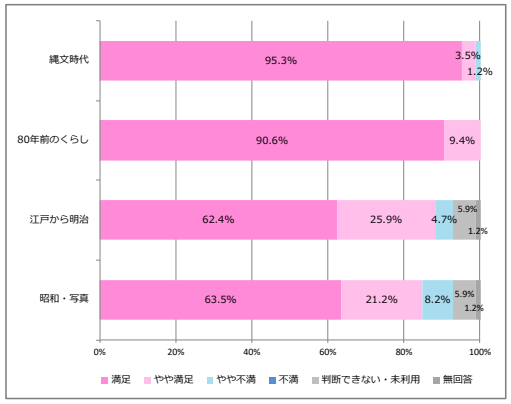
▼再来ニーズ



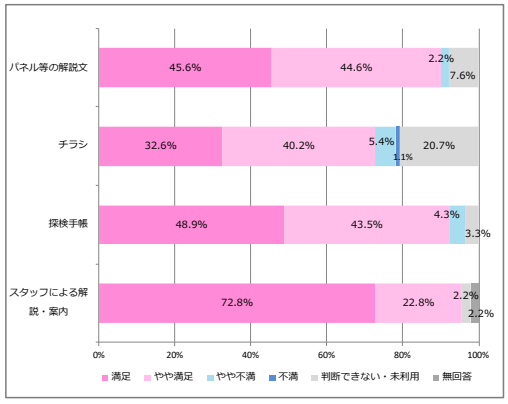
▼推薦の是非



▼展示ゾーン毎の満足度



▼わかりやすさの評価

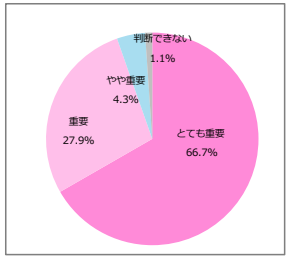


体験型で無料の常設展示「こども歴史博物館」重要度（初期段階評価）

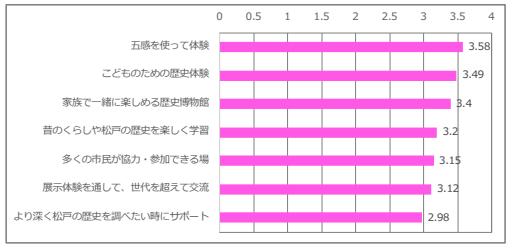
子育て世代の親にとって「こども歴史博物館」は重要　→ただし企画展の内容だけでは、気軽に利用したい層のみが来館する可能性あり・学習深度を深めるためには他の要素も必要

- 「こどもミュージアム」のように子どもも大人も歴史を楽しく学べる体験型で無料の展示が常設化されることの重要度：「とても重要」と「重要」を合わせると94.6%。「重要ではない」を選択した人はいなかった。子ども向け体験型展示が常設されれば、子育て世代が日常的に博物館を利用する可能性が高いことを示唆する結果となった。
- 「こども歴史博物館」のねらいのうち、「こどもの歴史体験」「家族で一緒に楽しめる歴史博物館」「五感を使って体験」のように気軽に楽しめる機能については「とても重要」が多い傾向が見られる。この３つに関しては、普段よく家族で利用する近隣の施設が公園やショッピングモールの場合に高い傾向が見られる。
- 「世代を超えて交流」「市民協力・参加の場」に関しては活動イメージが具体的に浮かばず、重要度がやや低くなっている。調査の際、意味を説明する場面もあった。
- 「学習」「調べる」などの用語が入っている場合もやや低い傾向が見られる。

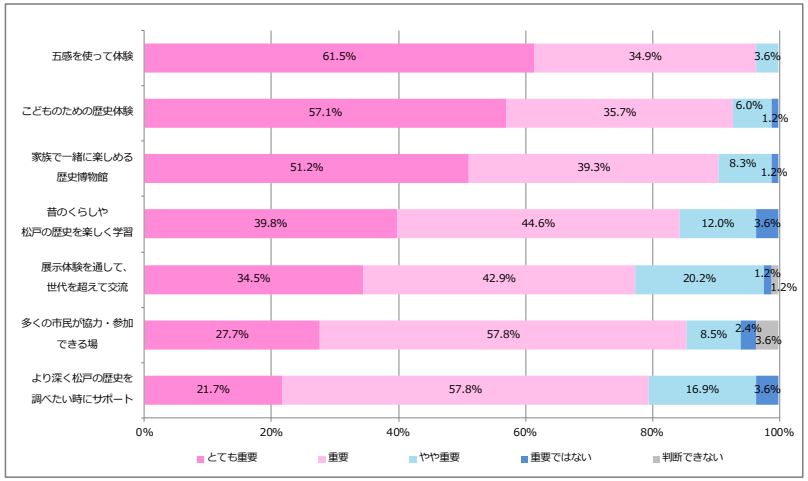
▼利用者にとっての重要度



▼「こども歴史博物館」のねらいの重要度（加重平均値）



▼利用者にとっての「こども歴史博物館」のねらいの重要度（「とても重要」が多い順）



ねらいの重要度：上図と下図では「世代を超えて」「市民協力・参加」 の順位が入れ替わっている。
加重平均値：重要度毎に重みを加えて計算した平均値。重要度の最高点は4点。

企画展「こどもミュージアム」→常設展示「こども歴史博物館」への反映-1（初期段階・制作途中評価）

展示物・展示アイテムの反映　→世代や性別によって異なる興味の対象　→子どもも大人も共に楽しめ学べる場にするためには、ターゲットに合わせたフック（興味をひくもの）を効果的に展示することが重要

- 本企画展で「印象に残ったもの」「調べたいこと」が年代や性別によって異なることがわかった。
- 印象に残ったもの：子どもは縄文土器パズルやあずきに強く興味を示し、飽きずに体験を繰り返す傾向が見られた。女子の場合は着物への興味関心が男子よりも高い。親の世代は、子どもが着物を着たこと、着物の材料、松戸の新旧の写真、縄文土器や浮世絵の実物に興味を示す傾向が見られた。
- 調べたいこと：子どもは縄文が多い傾向があったが、それは元々興味があったためが要因の可能性がある。女子は昔のくらしについて調べてみたいという傾向が見られる。7歳以下の子どもでは調べたいことを見出すことは難しく、「わからない」や無回答が多かった。大人は、昔のくらし・生地の材料、松戸の歴史や写真についてもっと知りたいという意見が多く見られた。

▼印象に残った展示物や体験アイテム

展示項目	印象に残った展示物や体験アイテム	大人		子ども			無回答	度数	計
		男性	女性	男子	女子	子ども			
縄文	縄文土器パズル	4	5	13	14	6		42	
	縄文の服	2	2		3	1		8	
	縄文土器	2	2	1				5	
	縄文	3	1	1				5	
	縄文土器（実物）	2	1	1				4	
	縄文土器の模様づけ			1	3			4	
	土器パネル					2		2	
	縄文の粘土				1			1	
	縄文の調理	1						1	72
80年前のくらし	着物	7	9	2	11			29	
	あずき升	2	8	8	4	1		23	
	蚊帳		6	3	7	1		17	
	風呂敷	5	7	2	3			17	
	衣類の素材	8	2	1		1		12	
	はかり	1	4	1	2			8	
	機織り		3	2	3			8	
	天秤棒		1		2			3	
	升	1		1				2	
	くらしの道具		2					2	
	台ばかり			1	1			2	
	井戸の水（WS）				1			1	124
江戸・明治	折り紙			1	6	2		9	
	浮世絵パズル	1	2	4	1	1		9	
	浮世絵	3	3	1				7	25
昭和	写真	6	8	2	1			17	
	写真クイズ	6	7		2	1		16	
	写真パズル		1	2	2	1		6	39
全体	パズル	2	2	2	5			11	
	全部	1	1		1			3	
	体験	1						1	15
その他	木のやつ				1			1	1
無回答							2	2	2
計（回答数）		58	77	50	74	17	2	278	278
回答者数		43	60	34	48	12	2	199	

▼もっと調べてみたい、詳しく知りたいこと

展示項目	もっと調べてみたい、詳しくしりたいこと	大人		子ども		度数	総計
		男性	女性	男子	女子		
縄文・考古	縄文について		1	1		2	
	縄文時代の生活		2			2	
	縄文土器		2			2	
	土器		1	1		2	
	土器が発掘された場所				1	1	
	土器の具体的な使用の仕方			1		1	
	土器の焼き方				1	1	
	土器の模様の付け方の種類				1	1	
	縄文の服は通年で着用するか				1	1	
	縄文時代の衣服の作り方			1		1	
	縄文時代の土器のかたち	1				1	
	弥生式土器の発掘状況	1				1	16
江戸時代	浮世絵	1			1	2	
	江戸時代の絵	1				1	3
松戸	松戸のこと	1	1			2	
	江戸時代の松戸		1			1	
	昭和の頃の松戸	1				1	
	昭和の地図		1			1	
	昭和の風景		1			1	
	昭和の松戸の写真		1			1	
	松戸に遺跡が多い理由	1				1	
	松戸の写真	1				1	
	松戸の新旧		1			1	
	昭和の写真		2			2	
	最近の写真	1				1	
	写真	1				1	14
むかしの暮らし	生地の材料	2	1		2	5	
	風呂敷		3		1	4	
	80年前のくらし		1		2	3	
	むかしの写真		1			1	
	むかしの人々の暮らし	1				1	
	むかしの生活	1				1	
	むかしの道具		1			1	
	むかしの暮らし		1			1	
	蚊帳が使われなくなった時期				1	1	
	着物				1	1	
	男性用の着物	1			1	2	
	着物の歴史				1	1	
	はかりの単位の歴史				1	1	
	はかりの単位				1	1	24
体験したい	体験したい―機織り		1			1	
	体験したい・水桶かつぎ		1			1	
	体験したい・着物		1			1	
	体験したい・機織り	1				1	4
その他	はないちもんめの歌について		1			1	
	柏市の写真もみたい。				1	1	
	模様		1			1	
	絵のパズル				1	1	4
総計		16	27	4	18	65	65
回答者数		15	23	3	13	54	

企画展「こどもミュージアム」→「こども歴史博物館」への反映-2（制作途中評価）

常設化の要望アイテム・利用ターゲットの年齢　→本企画展は7歳以下　→「こども歴史博物館」のターゲットは学びを深めることができる7歳以上を想定、学びの多様性・可変性・柔軟性担保は必須

- 常設化を望むもの：子どもは縄文土器パズルが多く、複数設置の要望も出ている。親の世代は着物体験や昔のくらしが多く、次いで写真類。
- 近年、比較的低い年齢層（乳幼児・未就学児）からミュージアムでの体験をさせたいという風潮が子育て世代に拡がっている。ミュージアム側も新規利用者の開拓のため、幼児から楽しめる企画展を開催する館も増えている。本企画展は、ポスターなどの効果もあり、子育て世代が敏感に反応し、新規利用者の獲得に成功したと言える。（ポスターのデザインは井の頭自然文化園の専属デザイナーに依頼）
- 「何歳から子どもに利用させたいか」の問いの回答数は、7歳からが多かった。実際、本展を利用した子どもの平均年齢も7歳であり、利用ニーズと実態が合致していた展示内容であったと思われる。

▼常設化してほしい展示物や体験アイテム

展示テーマ	常設化希望の展示物や体験アイテム	度数	計
縄文	縄文土器パズル	9	
	縄文土器	5	
	縄文の服	5	
	縄文のコーナー	3	
	縄文土器コーナー一式	3	
	土器パズル（複数）	2	
	縄文土器の体験セット	1	
	縄文土器の粘土	1	
	縄文時代のジオラマ	1	
	粘土で模様付け	1	31
むかしの暮らし	着物体験	14	
	80年前のくらし	5	
	風呂敷	5	
	はかり	4	
	あずき升	3	
	機織り	3	
	井戸	2	
	はかりコーナー	2	
	天秤	2	
	むかしの暮らしを体験	1	
	着物にまつわる学習	1	
	昭和を体験	1	
	蚊帳	1	
	むかしの遊具（おてだまおはじきなど）	1	
	ガス今昔	1	
	水の入った水桶体験	1	47
江戸・明治	浮世絵パズル	2	
	江戸以降のハンズオン展示	1	
	浮世絵	1	
	折り紙	1	5
写真	写真	5	
	写真パズル	2	
	写真クイズ	1	8
全体	パズル	3	
	ハンズオン展示	2	
	小さな子どもも楽しめるもの	1	
	体験展示	1	
	体験すべて	1	8
その他	定期的な展示替え	2	
	リピートしたくなる内容	1	
	難易度のある内容	1	
	隣接施設との連携ー公園	1	5
総計		104	104

▼何歳から子どもに利用させたいか →利用ターゲット

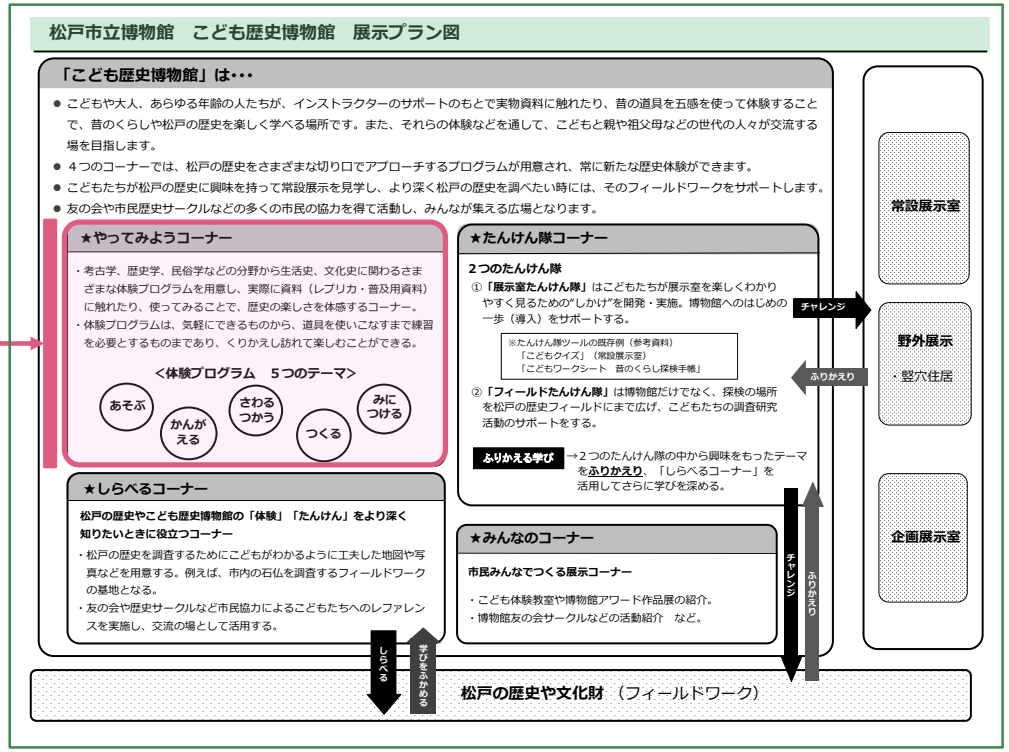
年齢	学齢	度数
１歳	1歳	1
２歳	2歳	3
３歳	3歳	16
４歳	幼稚園　年小	15
５歳	幼稚園　年中	14
６歳	幼稚園　年長	5
７歳	小学1年生	25
８歳	小学2年生	0
９歳	小学3年生	1
１０歳	小学4年生	0
１１歳	小学5年生	1
１２歳	小学6年生	0
何歳からでも		1
無回答		12
合計		94

本企画展の利用者は「やってみようコーナー」の利用ターゲットと想定できる可能性あり。

企画展「こどもミュージアム」→「こども歴史博物館」実現に向けての課題（制作途中評価）

3つの課題

① **様々な学び創出の実現**：今回の企画展は、下記「こども歴史博物館」の体験重視の「やってみようコーナー」と「たんけん隊コーナー」の一部の機能を具現化したもので、全体を試行することはできなかった。さらに学習深度を深めていくアクティブ・ラーニング（「主体的・対話的な深い学び」）を可能にするためには、「しらべるコーナー」「みんなのコーナー」「たんけん隊コーナー」、他の展示やフィールドとの連携を深めていくことが求められている。**「学びの流れ」を生み出す仕掛けや環境整備**が課題のひとつ。特に夏休み期間中は、自由研究のきっかけづくりや学習支援ができるよう整備を進めることを推奨したい。



② **人的対応が鍵**：手厚いスタッフによる解説・案内が企画展の評価を高めている。またスタッフが常駐することによって、改善活動が日々の運用レベルで実施できたことも高く評価できる。また、野外展示などへの誘導も数例ではあるが実施できた。今後、常設化した場合、**本企画展と同様の人員を配置できるかは今後の課題**と言える。有償スタッフで、あるいはボランティア対応にするのか、ツールによって無人でも稼働するようにするのか議論が必要。

③ **整備後が肝心**：何度でも来館したくなる「こども歴史博物館」であるためには、体験アイテムや展示物を定期的に入れ替え、**常に新鮮な「学び環境」を維持**する必要がある。そのためには、更新できる予算と労力、常にコンテンツを開発できる体制整備（外部も巻き込んで）、ニーズを的確に把握するための調査やマーケティングのノウハウも必要となる。また、今回の企画展のように、今後開催する企画展のコンテンツやノウハウを常設化に生かせる仕組みを整備することも重要。常設化したとしても、固定化してまうことがないよう、**仕組みづくりや進め方**についても議論し、方針を打ち立てる必要がある。