

2018년 서울역사박물관 인지도 및 만족도 조사 결과 보고

2018. 12.



Contents

Part I	조사 개요	02
Part II	박물관 인지도 조사	08
Part III	내국인 고객 만족도	28
Part IV	외국인 고객 만족도	48
Part V	결론 및 제언	62



Part I.

조사개요

1. 조사목적
2. 조사설계
3. 응답자 특성

본 조사의 목적은 서울역사박물관 인지도 및 고객 만족도 조사를 수행함으로써 고객 니즈를 파악하고, 향후 마케팅 활동의 객관적인 근거를 확보하고자 함

인지도 측정

- ▶ 서울역사박물관 인지도 및 인지 경로 파악
- ▶ 박물관 관련 정보획득 경로 및 영향력 분석

만족도 측정

- ▶ 서울역사박물관 내·외국인 고객 만족도 수준 평가
- ▶ 고객만족도 개선을 위한 개선요소 발굴

전략적 제언

- ▶ 서울역사박물관 인지도 향상을 위한 홍보 방안 제언
- ▶ 서울역사박물관 서비스 개선 방안 제언

2. 조사설계



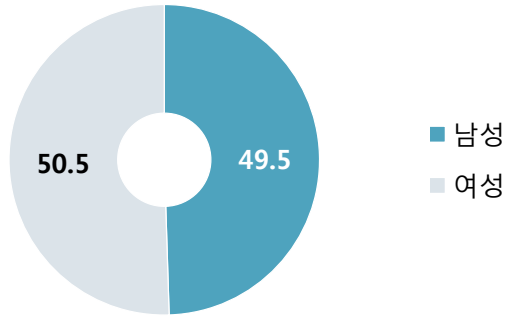
	인지도 조사	고객 만족도 조사
조사 대상	<ul style="list-style-type: none">● 현재 서울시 거주 일반 시민(만20세~59세)	<ul style="list-style-type: none">● 서울역사박물관 이용 고객(만15세 이상)
조사 방법	<ul style="list-style-type: none">● 구조화된 설문지를 활용한 온라인조사	<ul style="list-style-type: none">● 구조화된 설문지를 활용한 개별면접 조사
표본수	<ul style="list-style-type: none">● 총 800명	<ul style="list-style-type: none">● 총 614명(내국인 512명, 외국인 102명)
표본추출	<ul style="list-style-type: none">● 지역별, 성별, 연령별 비례 추출	<ul style="list-style-type: none">● 평일/주말, 오전/오후 시간대별 무작위 추출
조사 기간	<ul style="list-style-type: none">● 2018년 12월 05일 ~ 19일 (총 14일 간)	<ul style="list-style-type: none">● 2018년 12월 05일 ~ 11일 (총 6일 간)
조사 기관	<ul style="list-style-type: none">● (주)글로벌리서치	<ul style="list-style-type: none">● (주)글로벌리서치

3. 응답자 특성

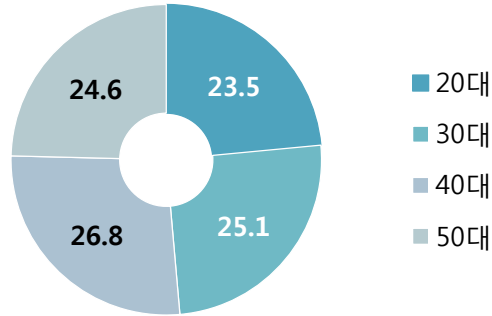


1) 인지도 조사

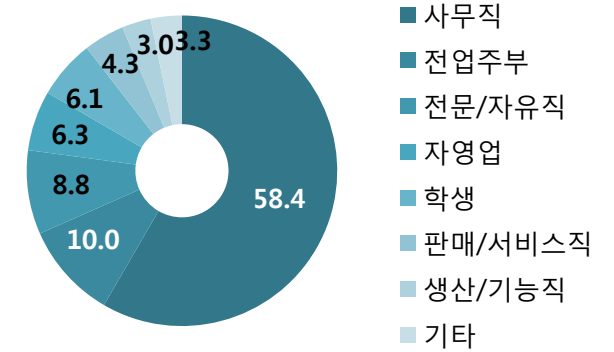
성별 (Base:800명, 단위:%)



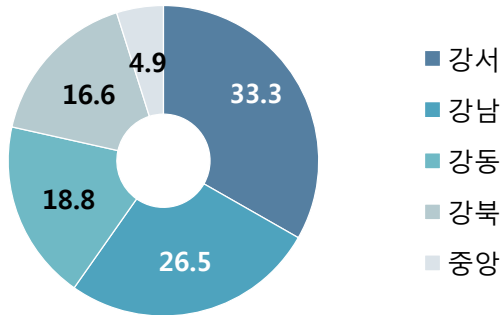
연령 (Base:800명, 단위:%)



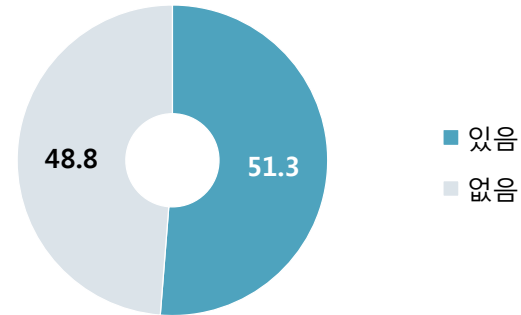
직업 (Base:800명, 단위:%)



거주지역 (Base:800명, 단위:%)



방문 경험 (Base:800명, 단위:%)

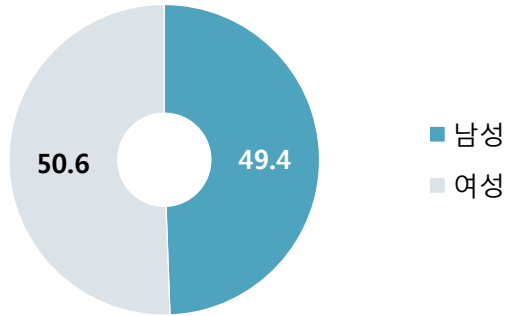


3. 응답자 특성

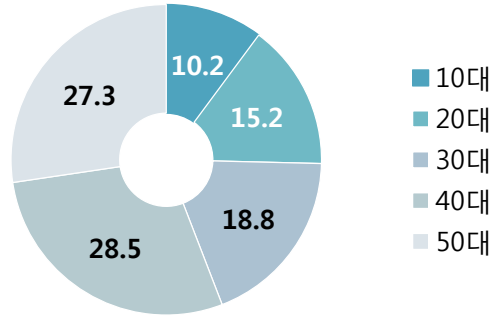


2) 고객 만족도 조사 - 내국인

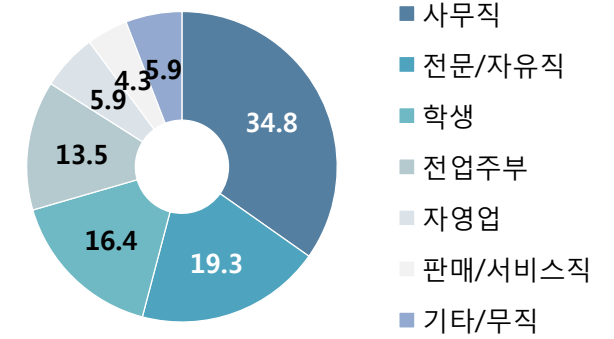
성별 (Base:512명, 단위:%)



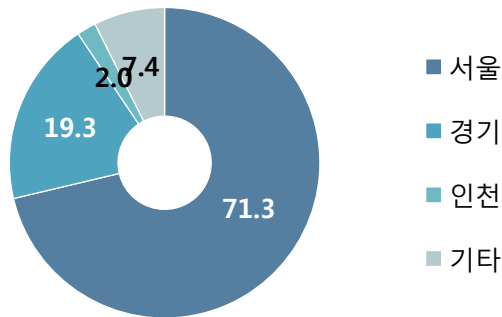
연령 (Base:512명, 단위:%)



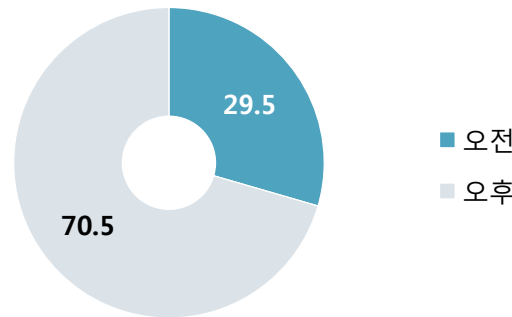
직업 (Base:512명, 단위:%)



거주지역 (Base:512명, 단위:%)



방문 시간대 (Base:512명, 단위:%)



방문 일자 (Base:512명, 단위:%)

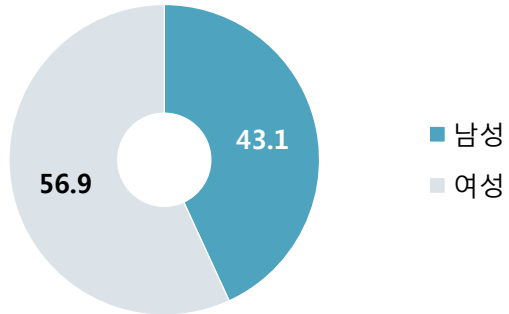


3. 응답자 특성

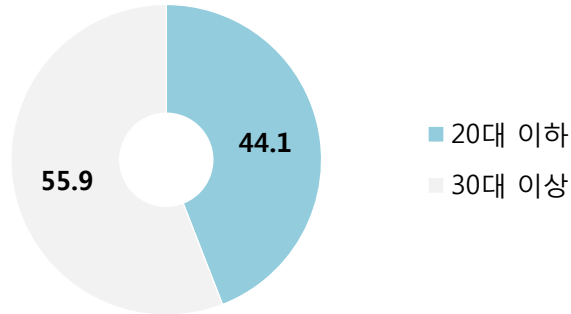


2) 고객 만족도 조사 - 외국인

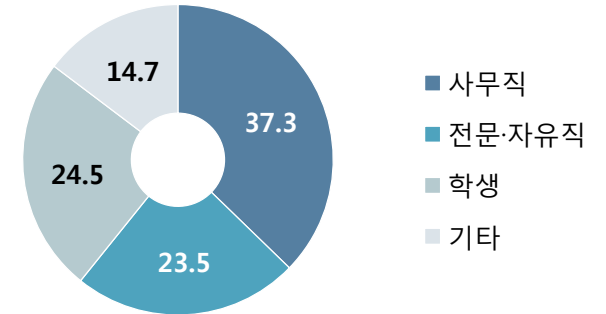
성별 (Base:102명, 단위:%)



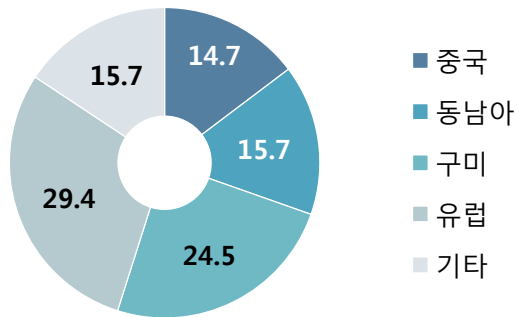
연령 (Base:102명, 단위:%)



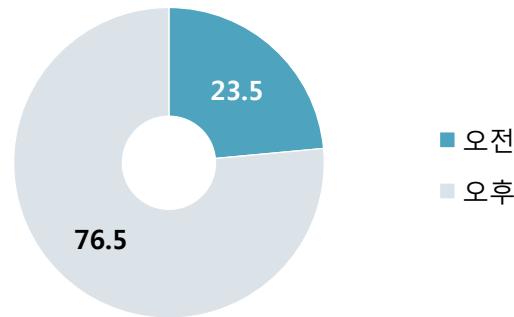
직업 (Base:102명, 단위:%)



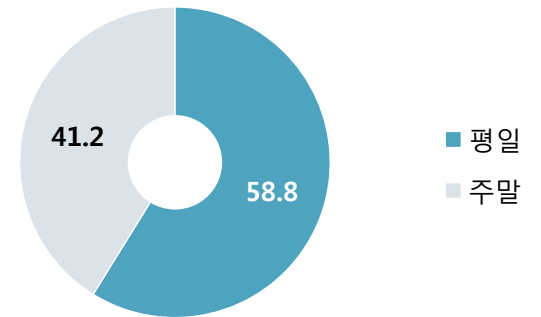
출신국가 (Base:102명, 단위:%)



방문 시간대 (Base:102명, 단위:%)



방문 일자 (Base:102명, 단위:%)





Part II.

박물관 인지도 조사

1. 박물관 인지도
2. 박물관 이용 행태
3. 서울역사박물관 이용 행태

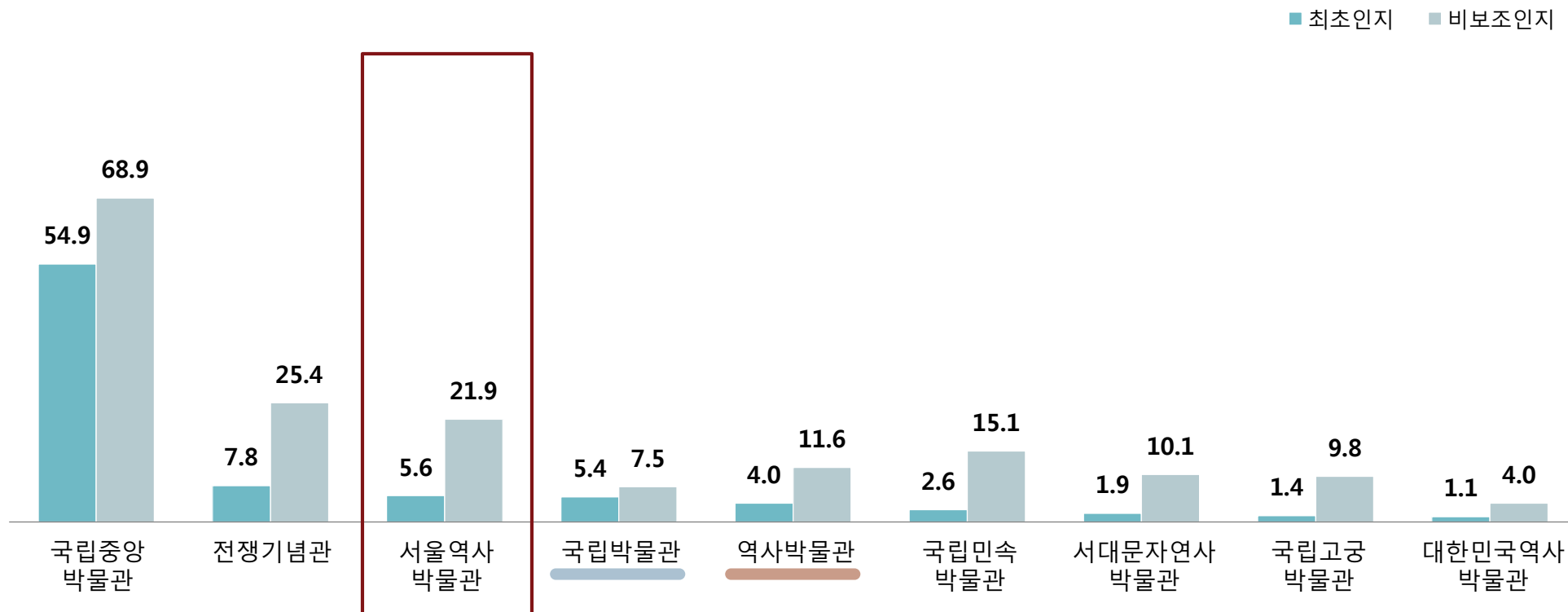
1. 박물관 인지도

1) 비보조 인지도

- '수도권에 있는 박물관'하면 떠오르는 박물관으로 국립중앙박물관 1위, 서울역사박물관은 3위로 조사됨
- '국립중앙박물관' 이외의 박물관은 최초인지 10%미만으로 높지 않은 수준을 보임
 - 특정 박물관을 정확하게 인지하지 못하고, 국립박물관, 역사박물관 등으로 기억하는 경우가 다수 있었음

박물관 비보조 인지도: 보기를 제시하지 않고, 응답을 받은 인지도

(Base:800명, 단위:%)



1. 박물관 인지도

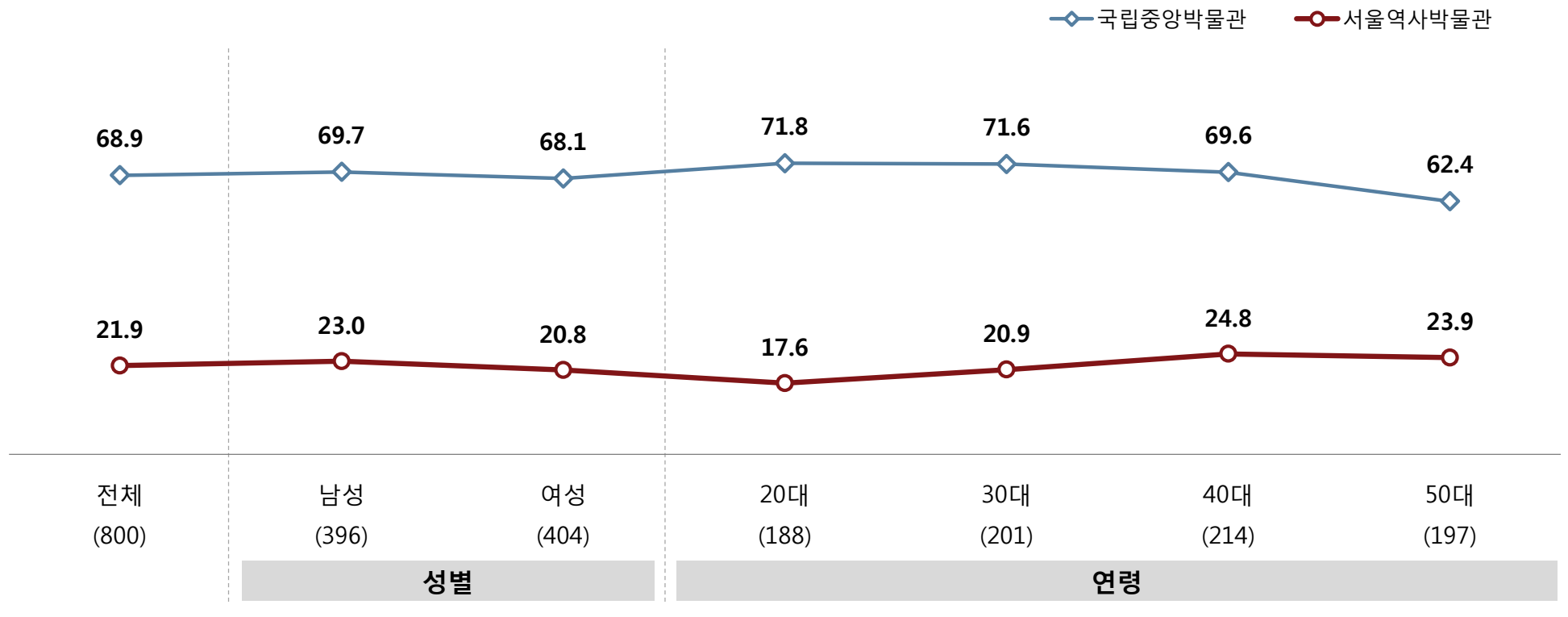


1) 비보조 인지도 by 성별, 연령별

- 국립중앙박물관과 서울역사박물관 모두 남성이 여성보다 인지도가 높았으나 차이는 크지 않음
- 서울역사박물관의 경우 연령대가 높을 수록 인지도가 높게 나타나고 있음

박물관 비보조 인지도 by 성별, 연령별

(Base:800명, 단위:%)



1. 박물관 인지도

2) 자유연상 이미지

- 서울역사박물관은 '서울역사', '역사', '대한민국 역사'등 주로 역사 관련 키워드로 연상
- 전년도와 마찬가지로 이름에서 연상되는 내용 이외에 서울역사박물관만의 특색이 여전히 부족하다고 판단됨

서울역사박물관

(Base:서울역사박물관 인지자 671명, 단위:%)

• 서울역사	25.9
• 역사	11.2
• 대한민국 역사	9.5
• 다양한 자료, 볼거리	6.1
• 궁	4.0
• 교육/문화학습/유익성	3.9
• 유물	3.6
• 서울 영상	3.3
• 쾌적한 시설, 환경	3.3
• 근현대사	3.1
• 접근성	3.1
• 전통	3.0
• 시대별	2.1
• 서울역	1.3
• 큰 규모	1.0
• 없음	3.6

대한민국역사박물관

(Base:대한민국역사박물관 인지자 621명, 단위:%)

• 대한민국 역사	37.7
• 다양한 자료, 볼거리	12.7
• 근현대사	10.1
• 시대별	4.7
• 전통성	2.6
• 웅장함	2.6
• 광화문	2.3
• 쾌적한 시설, 환경	1.9
• 교육적	1.8
• 재미있는	1.3
• 경건, 진중함	1.3
• 새로움	1.1
• 일제시대	1.1
• 접근성, 교통	1.0
• 고풍, 고전적인	1.0
• 없음	3.8

1. 박물관 인지도

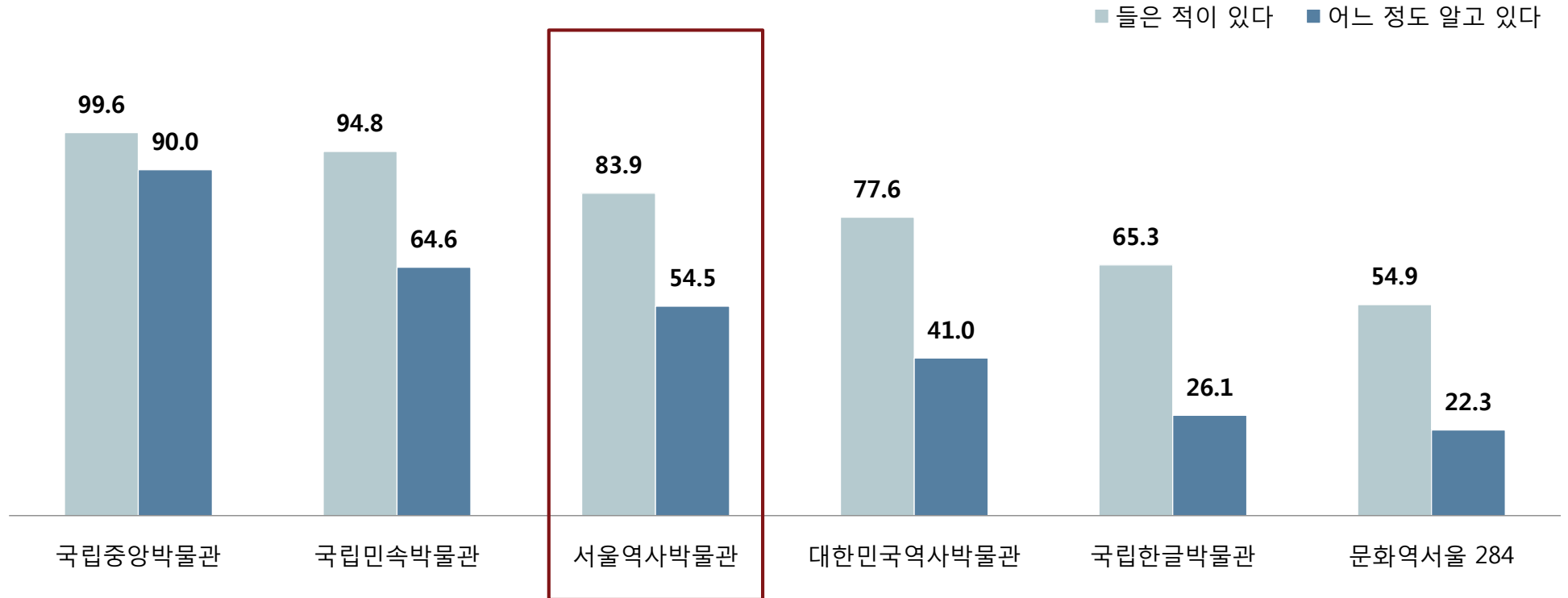


3) 보조 인지도

- 보조 인지도는 국립중앙박물관이 99.6%로 대부분의 국민이 들어본 적 있다고 응답하였고,
- 서울역사박물관은 83.9%가 들어본 적 있다고 응답하여 3위 수준으로 나타남

박물관 보조 인지도: 보기항목으로 제시 후 알고 있는지 응답 받은 인지도

(Base:800명, 단위:%)



1. 박물관 인지도



3-1) 연도별 보조 인지도

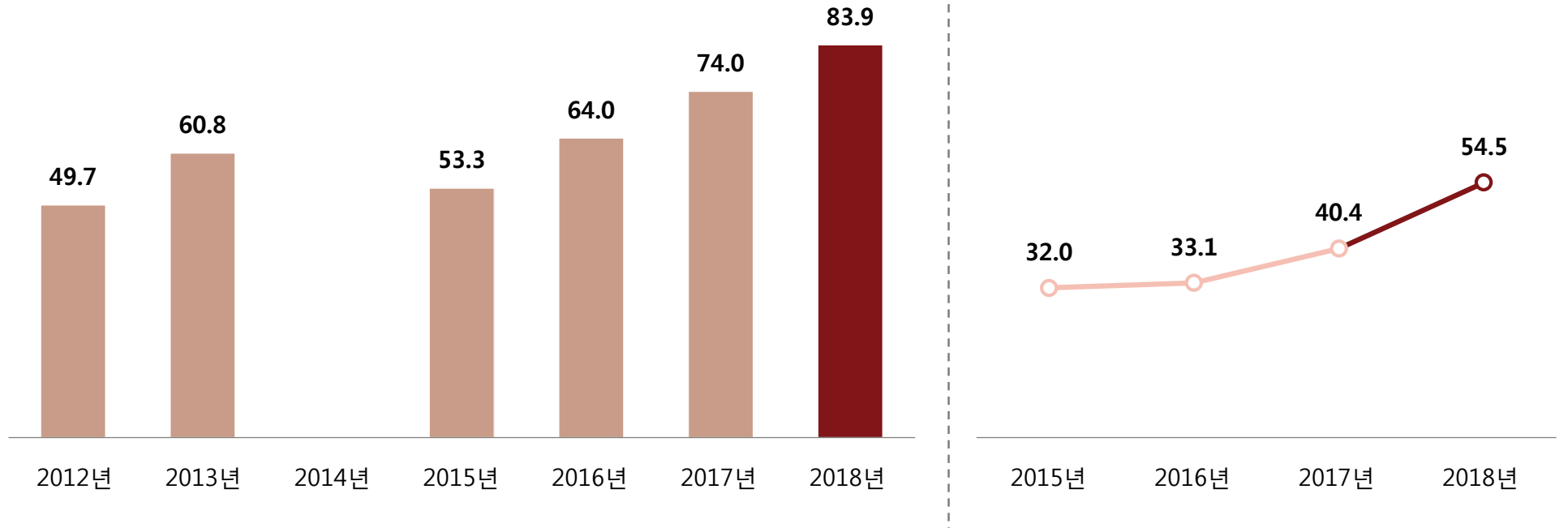
- 서울역사박물관 보조 인지도는 매년 증가 추세에 있음
- 단순인지(들어본 적 있다)뿐 아니라 '어느 정도 알고 있다'고 응답한 비중 역시 전년 대비 14.1%p 상승한 54.5%로 나타남

서울역사박물관 보조 인지도 by 연도별

(Base:800명, 단위:%)

■ 매우 잘 안다+어느 정도 알고 있다+들어본 적이 있다

○ 매우 잘 안다+어느 정도 알고 있다



*2017년까지의 자료는 이전 년도 보고서 내용 참조

1. 박물관 인지도

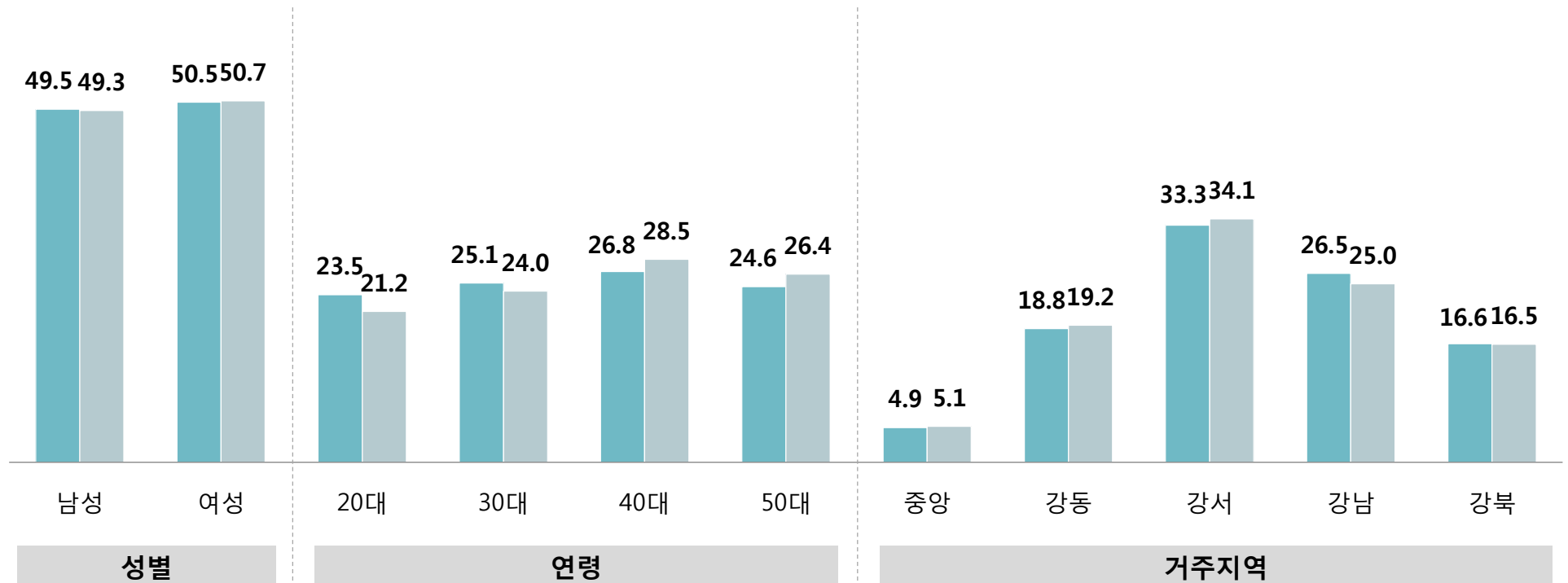


3-2) 인지자 특성

- 서울역사박물관 인지자들은 전체 응답자와 큰 차이를 보이지 않음
- 상대적으로 2, 30대에 비하여 4, 50대의 분포가 조금 더 높은 것을 볼 수 있는데 이는 자녀를 둔 가정의 박물관에 대한 관심과 방문경험이 높기 때문인 것으로 판단됨

인지자 특성

(Base:800명, 단위:%)



1. 박물관 인지도

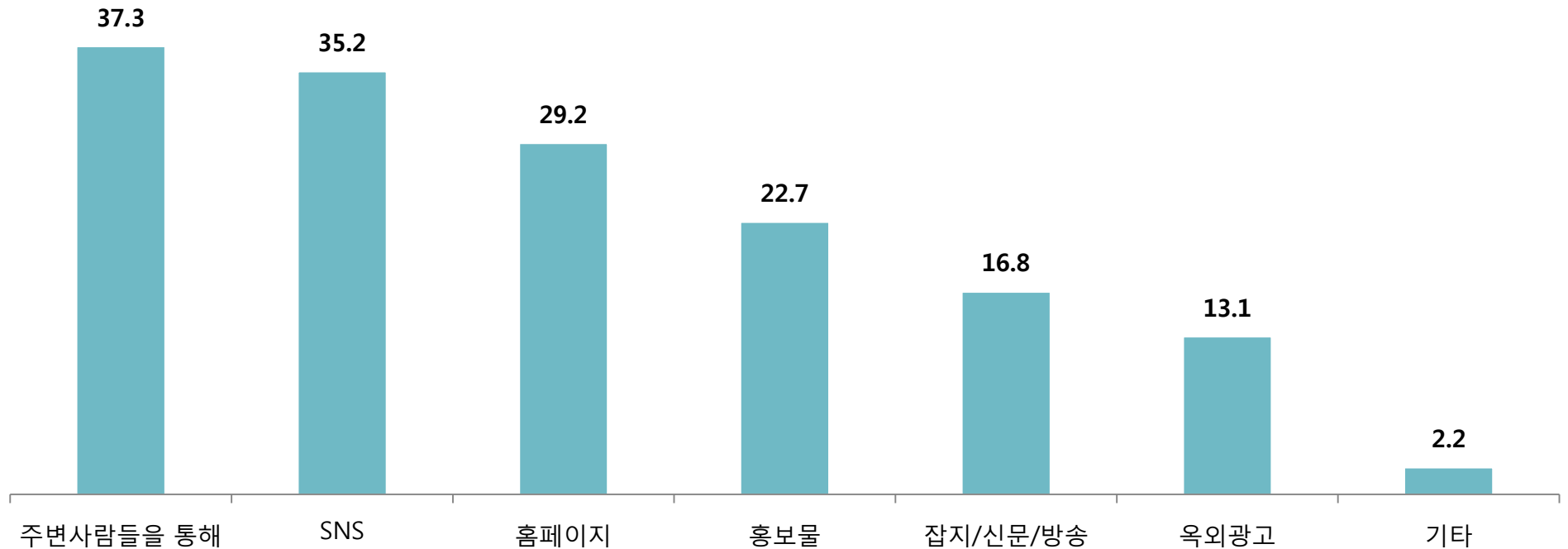


4) 서울역사박물관 인지경로

- 서울역사박물관을 알게 된 경로는 '주변사람을 통해'가 37.3%로 가장 많았고,
- 그 다음으로 SNS 35.2%, 홈페이지 29.2%, 홍보물 22.7%, 잡지/신문/방송 16.8% 순으로 나타남

서울역사박물관 인지경로

(Base:서울역사박물관 인지자 671명, 단위:%, 복수응답)



2. 박물관 이용 행태

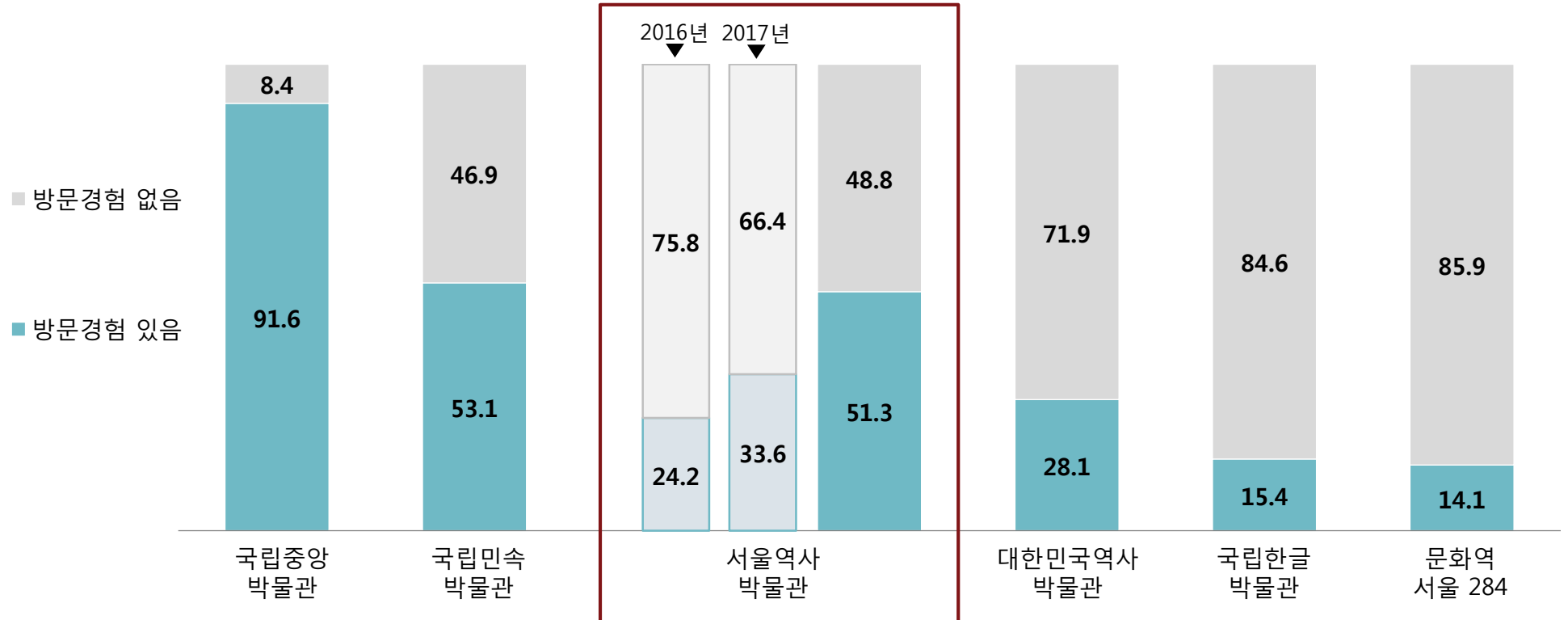


1) 박물관 방문경험

- 박물관별 방문경험은 국립중앙박물관 91.6%, 국립민속박물관 53.1%, 서울역사박물관 51.3% 순임
- 전년도 조사와 비교해 서울역사박물관 방문경험은 17.7%p 증가

박물관 방문경험

(Base:800명, 단위:%)



*서울시내 박물관 방문 경험자만을 조사 대상으로 선정하였기에 방문 경험 해석 시 유의할 것

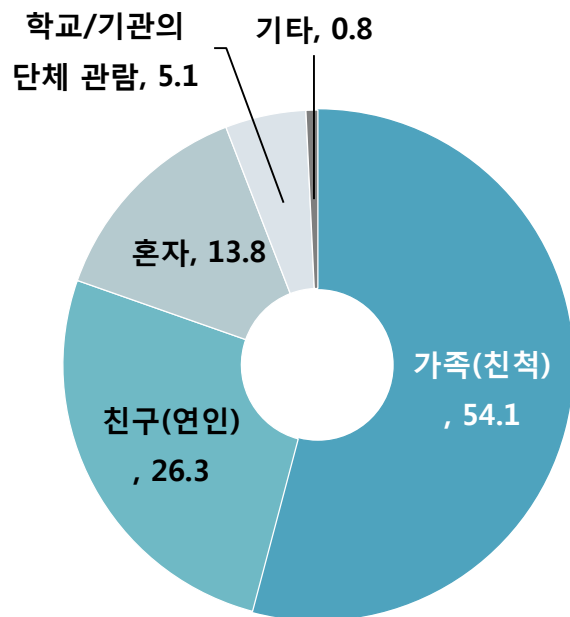
2. 박물관 이용 행태

2) 박물관 관람 시 주 동행인

- 박물관 관람 시 주 동행인은 가족(친척)이 54.1%로 가장 많았고, 그 다음으로 친구와 방문하는 경우가 많았음
- 연령별로 보면 20대는 친구, 30대 이상은 가족과 오는 비중이 높은 차이를 보이고 있음

관람 시 주 동행인

(Base:800명, 단위:%)



	전체	성별		연령			
		남자	여자	20대	30대	40대	50대
Base	(800)	(396)	(404)	(188)	(201)	(214)	(197)
가족(친척)	54.1	55.3	53.0	22.9	46.8	69.6	74.6
친구(연인)	26.3	23.5	29.0	44.1	29.9	17.3	15.2
혼자	13.8	15.4	12.1	21.3	17.4	9.3	7.6
학교/기관 단체 관람	5.1	5.3	5.0	11.2	6.0	2.3	1.5
기타	0.8	0.5	1.0	0.5	0.0	1.4	1.0

2. 박물관 이용 행태

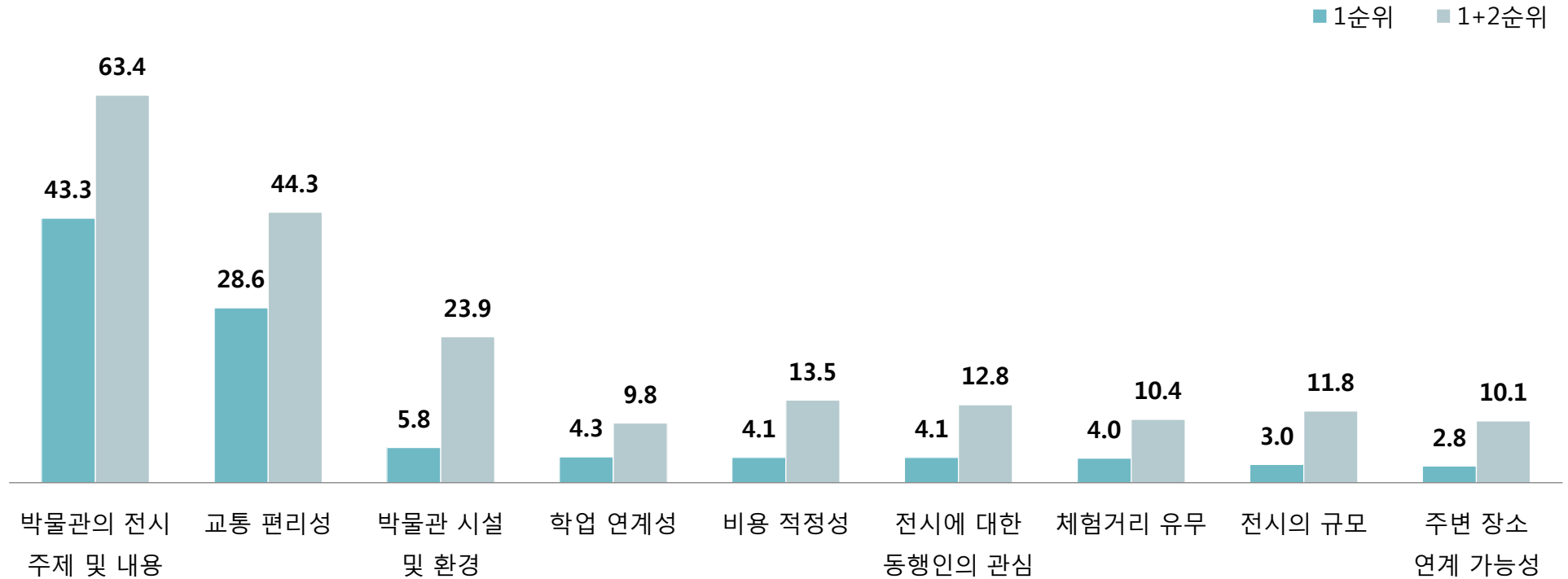


3) 박물관 방문 시 고려요인

- 박물관을 방문할 때 중요하게 생각하는 점은 '전시 주제 및 내용'으로 나타났고,
- 그 다음으로 교통 편리성, 박물관 시설 및 환경, 학습 연계성, 비용 적정성 등의 순으로 나타났음

방문 시 고려요인

(Base:800명, 단위:%)



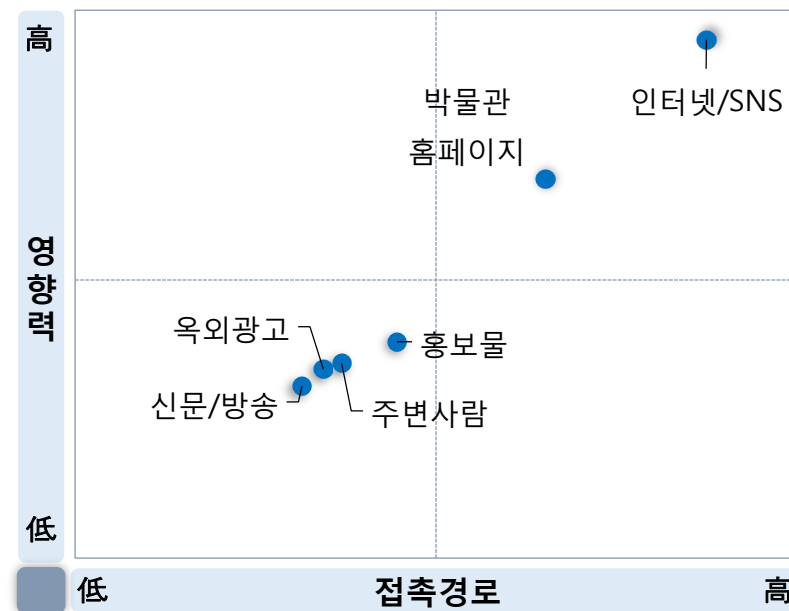
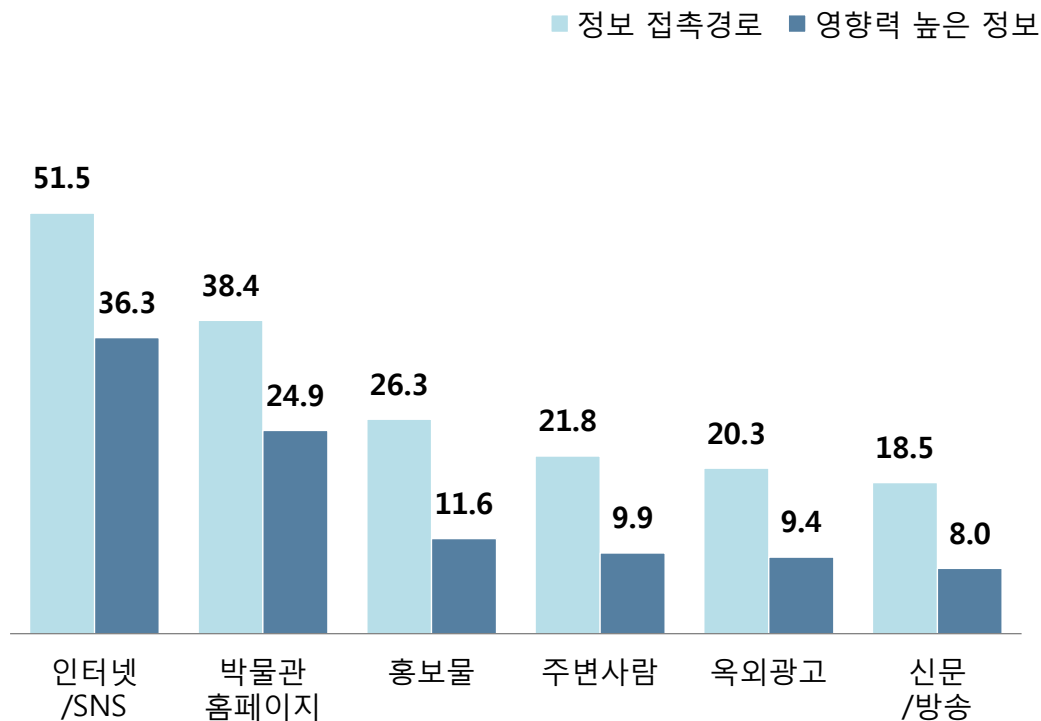
2. 박물관 이용 행태

4) 박물관 정보 접촉

- 박물관 관련 정보를 가장 많이 접하는 것은 '인터넷/SNS'인 것으로 나타났음
- 정보의 영향력에서도 '인터넷/SNS' 정보가 가장 영향력이 큰 것으로 나타났고, 그 다음으로 '박물관 홈페이지', '홍보물'순으로 나타남

정보 접촉경로 및 영향력

(Base:800명, 단위:%)



3. 서울역사박물관 이용 행태

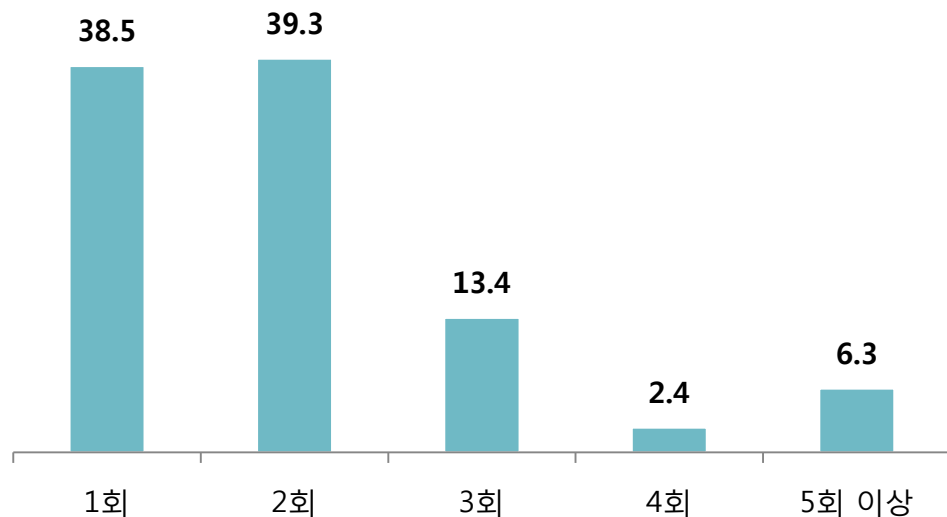


1) 방문 횟수 및 최근 방문시기

- 서울역사박물관 방문 횟수는 1회가 38.5%, 2회가 39.3로 약 80%가 2회 이하 방문객임
이는 재방문 빈도가 낮다는 것으로, 재방문을 상생을 위한 전략이 필요한 것으로 판단됨
- 가장 최근 방문시기를 묻는 질문에 응답자의 38.3%가 1년 이전에 방문한 것으로 나타남

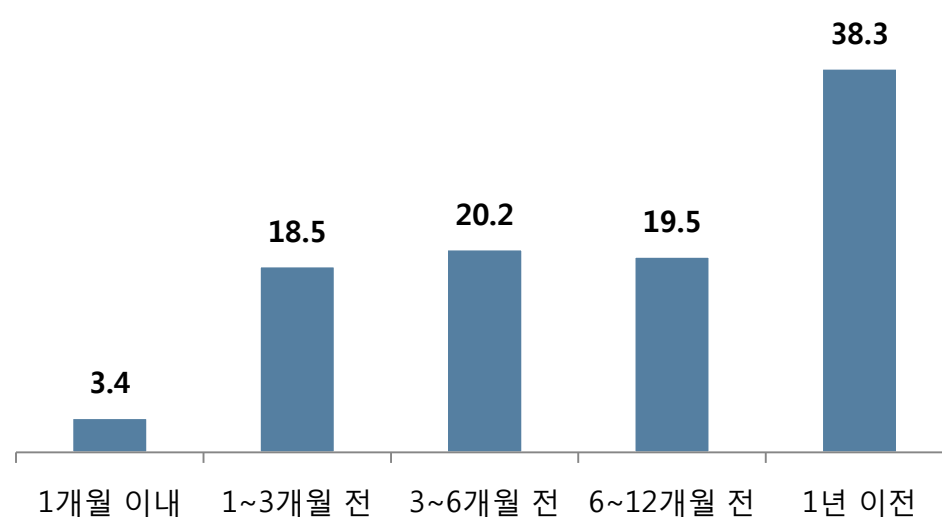
방문 횟수

(Base:서울역사박물관 방문경험자 410명, 단위:%)



최근 방문시기

(Base:서울역사박물관 방문경험자 410명, 단위:%)



3. 서울역사박물관 이용 행태



2) 방문 동기

- 서울역사박물관을 방문하게 된 동기는 '가족, 친구 등 여가시간을 보내기 위해'가 59.3%로 가장 많았고,
- 그 다음으로 '주변을 지나다가 우연히' 17.1%, '과제나 연구 목적'과 '단체관람' 10.2%순으로 응답

방문 동기

(Base:서울역사박물관 방문경험자 410명, 단위:%)

	전체	방문횟수			방문시기	
		1회	2회	3회 이상	1년 이내	1년 이전
Base	(410)	(158)	(161)	(91)	(253)	(157)
가족, 친구 등과 여가시간을 보내기 위해	59.3	57.0	60.2	61.5	62.1	54.8
주변을 지나다가 우연히 방문	17.1	18.4	16.8	15.4	18.2	15.3
과제나 연구 목적	10.2	11.4	9.9	8.8	9.1	12.1
(본인이나 자녀)학교 등 소속기관의 단체 관람	10.2	10.8	10.6	8.8	8.7	12.7
주변 사람의 권유	2.2	1.9	1.2	4.4	1.2	3.8
기타	1.0	0.6	1.2	1.1	0.8	1.3

3. 서울역사박물관 이용 행태

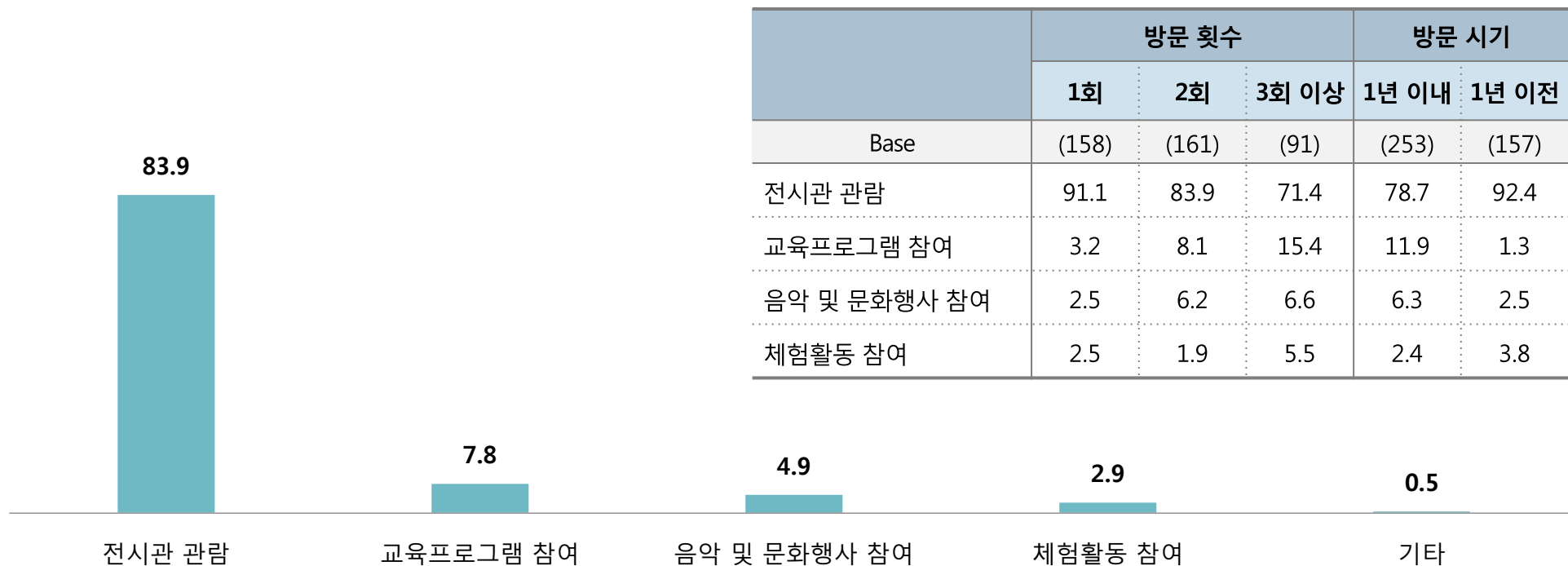


3) 방문 목적

- 서울역사박물관을 이용하는 주된 목적은 대부분 '전시관 관람'으로 그 외 교육, 행사, 체험활동 참여 순으로 나타남
- 방문횟수가 많을 수록 '전시관 관람'은 줄고, '교육프로그램'이나 '문화행사', '체험활동' 등은 증가함

방문 목적

(Base:서울역사박물관 방문경험자 410명, 단위:%)



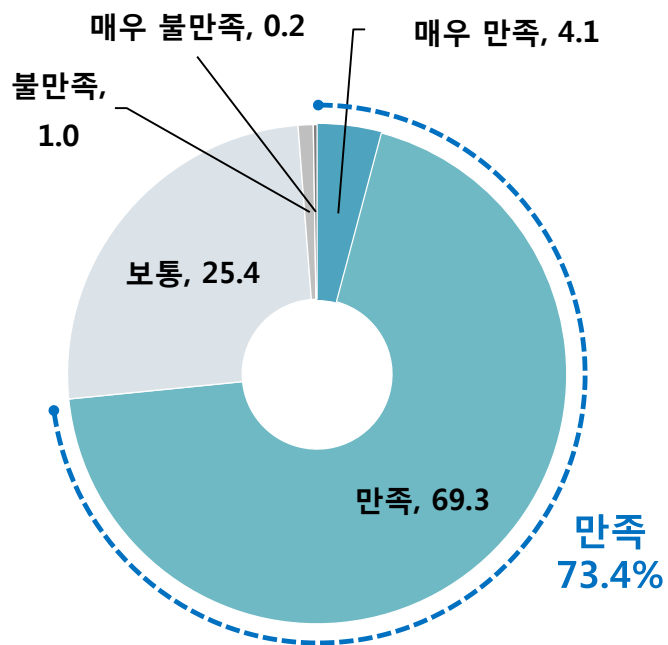
3. 서울역사박물관 이용 행태

4) 전반적 만족도

- 서울역사박물관 이용 후 관람객의 73.4%가 전반적으로 만족하는 것으로 나타남
- 방문횟수가 많은 고객일수록 '만족' 비중이 높았고, 1년 이내 방문 고객의 만족도가 높았음

전반적 만족도

(Base:서울역사박물관 방문경험자 410명, 단위:%)



	전체	방문 횟수			방문 시기	
		1회	2회	3회 이상	1년 이내	1년 이전
Base	(410)	(158)	(161)	(91)	(253)	(157)
매우 불만족	0.2	0.6	0.0	0.0	0.4	0.0
불만족	1.0	1.3	0.6	1.1	1.2	0.6
보통	25.4	30.4	26.1	15.4	20.6	33.1
만족	69.3	66.5	68.9	74.7	72.7	63.7
매우 만족	4.1	1.3	4.3	8.8	5.1	2.5
긍정률	73.4	67.7	73.3	83.5	77.9	66.2

3. 서울역사박물관 이용 행태

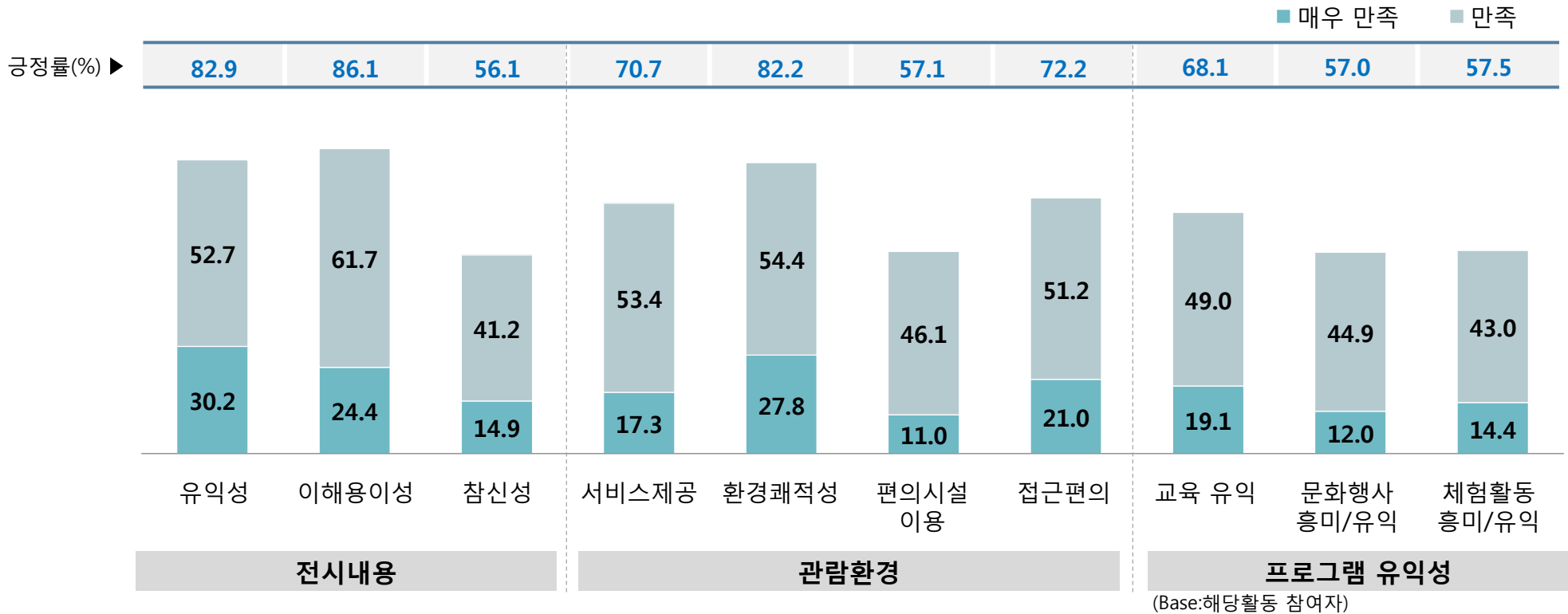


4-1) 세부 항목별 만족도

- 세부 항목별로 보면 전시내용 중 '이해용이성'과 '유익성', 관람환경 중 '환경쾌적성'에 대한 만족도가 상대적으로 높았음
- 반면, 프로그램 유익성에 대한 만족도는 대체로 낮은 평가를 받았고, 전시내용 중 '참신성', 관람환경의 '편의시설 이용'은 만족도가 낮게 평가되었음

세부 항목별 만족도

(Base:서울역사박물관 방문경험자 410명, 단위:%)



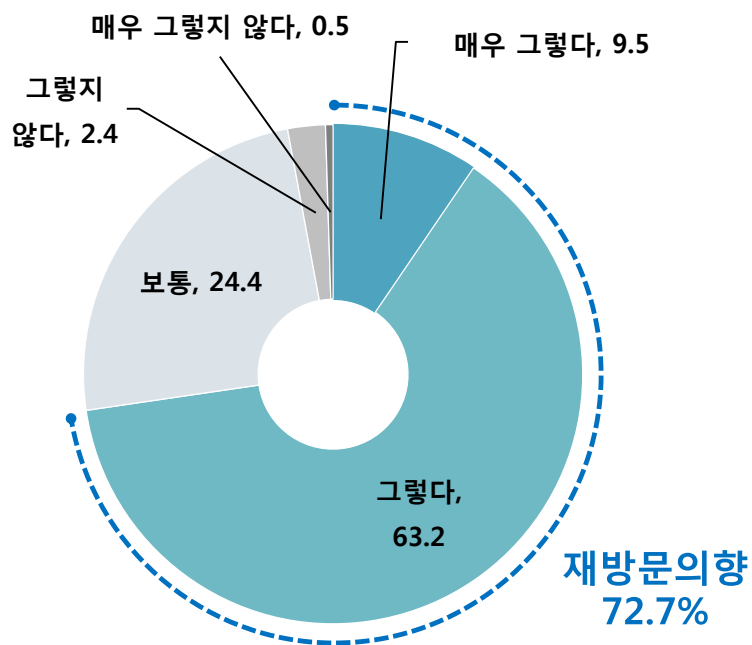
3. 서울역사박물관 이용 행태

5) 재방문 의향

- 서울역사박물관 재방문의향은 72.7%로 나타났고,
- 방문 횟수가 많은 고객과 1년 이내 방문고객이 상대적으로 높은 재방문 의향을 보이고 있음

재방문 의향

(Base:서울역사박물관 방문경험자 410명, 단위:%)



	전체	방문 횟수			방문 시기	
		1회	2회	3회 이상	1년 이내	1년 이전
Base	(410)	(158)	(161)	(91)	(253)	(157)
매우 그렇지 않다	0.5	0.6	0.6	0.0	0.4	0.6
그렇지 않다	2.4	3.2	3.1	0.0	2.8	1.9
보통	24.4	31.6	23.0	14.3	19.8	31.8
그렇다	63.2	58.2	67.1	64.8	64.8	60.5
매우 그렇다	9.5	6.3	6.2	20.9	12.3	5.1
긍정률	72.7	64.6	73.3	85.7	77.1	65.6

3. 서울역사박물관 이용 행태

6) 향후 방문 시 이용 희망서비스

- 향후 서울역사박물관 방문 시 원하는 것으로는 '전시관 관람'이 가장 많았고,
- 그 다음으로 '교육프로그램 참여', '체험활동 참여', '음악 및 문화행사 참여' 순으로 나타남

향후 방문 시 이용 희망서비스

(Base:800명, 단위:%)

	전체	성별		연령			
		남자	여자	20대	30대	40대	50대 이상
Base	(800)	(396)	(404)	(188)	(201)	(214)	(197)
전시관 관람	60.1	63.1	57.2	63.3	53.7	61.7	61.9
교육프로그램 참여	14.5	13.6	15.3	12.2	17.9	13.6	14.2
체험활동 참여	13.1	12.9	13.4	11.7	16.4	13.6	10.7
음악 및 문화행사 참여	11.8	9.6	13.9	12.8	11.9	10.3	12.2
기타	0.5	0.8	0.2	0.0	0.0	0.9	1.0

3. 서울역사박물관 이용 행태

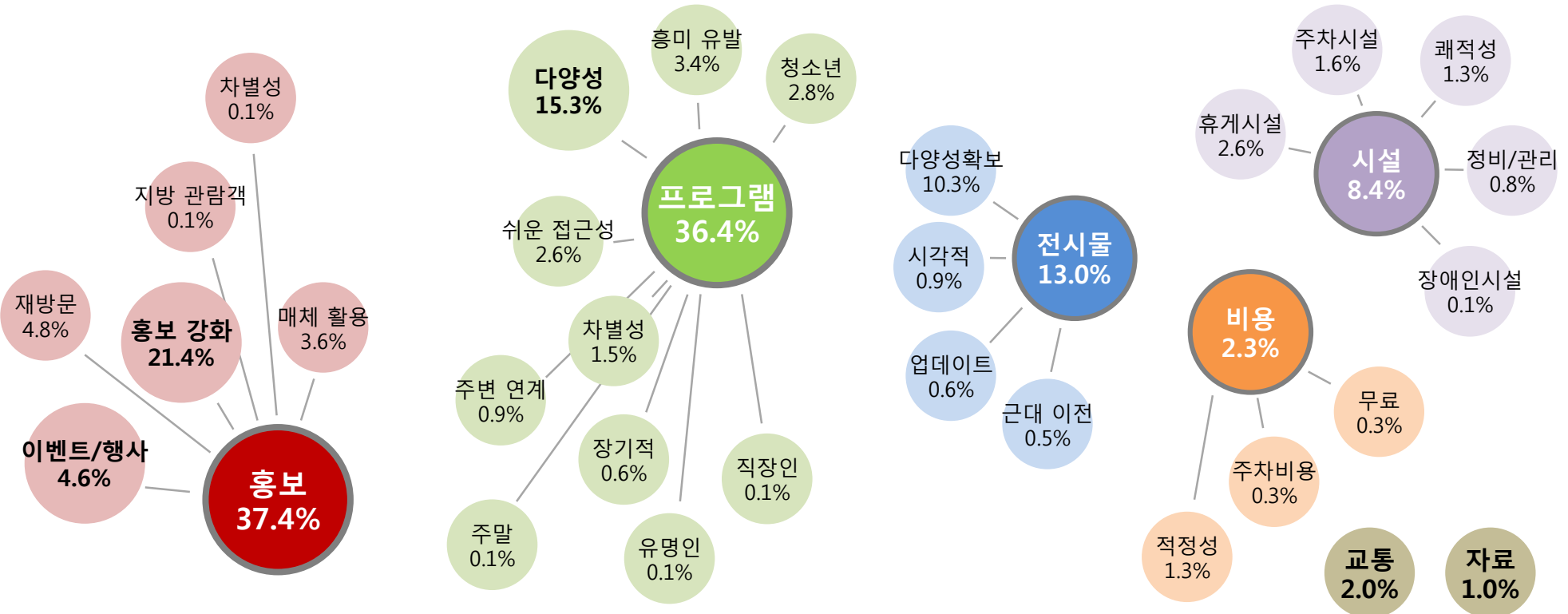


7) 개선 필요 의견

- 서울역사박물관 개선의견으로는 프로그램 관련 내용이 가장 많았고, 세부적으로는 '참여/체험 프로그램 확대', '다양한 프로그램 개발'을 바라는 고객이 많았음
- 그 다음 많은 의견이 '홍보' 관련 내용이었고, 세부적으로는 '적극적인 홍보'를 해야 한다는 의견이 대부분이었음

향후 개선희망 의견

(Base:800명, 단위:%)





Part II.

내국인 고객 만족도

1. 서울역사박물관 이용 행태
2. 고객 만족도 평가
3. 박물관 방문 시 중요요인

1. 서울역사박물관 이용 행태

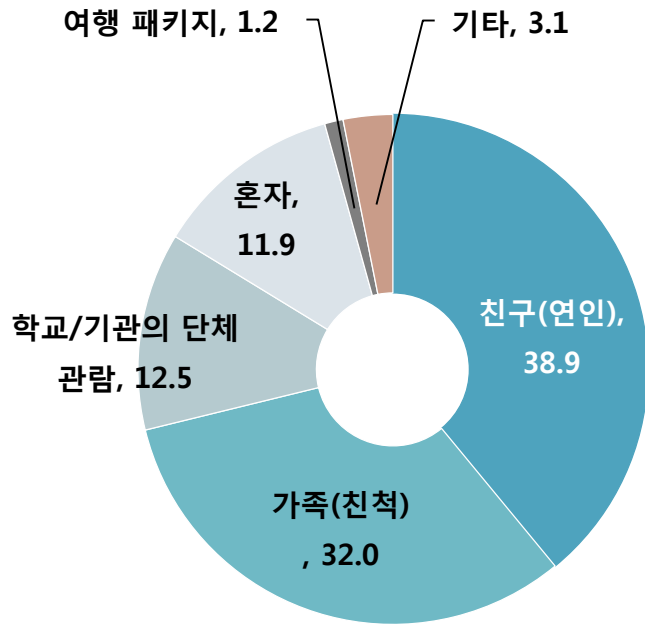


1) 관람 동행인

- 조사 당일 동행인은 '친구(연인)'이 38.9%로 가장 높았고, 그 다음으로 '가족(친척)' 32.0%, '단체관람' 12.5%, '혼자' 11.9% 순으로 나타남
- 세부 집단별로 보면 성별로는 남자는 '혼자' 방문한 비중이 상대적으로 높았고, 연령별로는 40대가 '가족(친척)'과 동행한 비중이 상대적으로 높았음

관람 동행인

(Base:512명, 단위:%)



	전체	성별		연령				
		남자	여자	10대	20대	30대	40대	50대
Base	(512)	(253)	(259)	(52)	(78)	(96)	(146)	(140)
친구(연인)	38.9	34.8	42.9	76.9	60.3	39.6	18.5	33.6
가족(친척)	32.0	29.6	34.4	7.7	15.4	34.4	50.7	29.3
학교/기관의 단체 관람	12.5	11.5	13.5	11.5	6.4	13.5	18.5	9.3
혼자	11.9	18.6	5.4	1.9	12.8	5.2	9.6	22.1
여행 패키지	1.2	1.2	1.2	0.0	2.6	2.1	0.7	0.7
기타	3.1	4.0	2.3	1.9	2.6	5.2	2.1	3.6

1. 서울역사박물관 이용 행태



2) 관람 주요 동기

- 전체 응답자의 42.8%가 '가족, 친구 등과 여가시간을 보내기 위해' 서울역사박물관을 찾은 것으로 나타남
- 연령별로 10대는 '과제나 연구 목적' 비중이 50.0%로 매우 높았고, 20대는 '주변을 지나다가 우연히', 40대는 '단체관람'이 상대적으로 높은 것으로 나타나고 있음

관람 주요 동기

(Base:512명, 단위:%)

	전체	성별		연령				
		남자	여자	10대	20대	30대	40대	50대
Base	(512)	(253)	(259)	(52)	(78)	(96)	(146)	(140)
가족, 친구 등과 여가시간을 보내기 위해	42.8	43.1	42.5	26.9	39.7	47.9	43.8	45.7
주변을 지나다가 우연히 방문	18.8	21.3	16.2	9.6	26.9	17.7	16.4	20.7
과제나 연구 목적	15.8	15.4	16.2	50.0	17.9	10.4	11.6	10.0
주변 사람의 권유	9.4	10.3	8.5	9.6	6.4	11.5	7.5	11.4
소속기관의 단체 관람	8.8	6.7	10.8	3.8	3.8	7.3	15.8	7.1
기타	4.5	3.2	5.8	0.0	5.1	5.2	4.8	5.0

1. 서울역사박물관 이용 행태

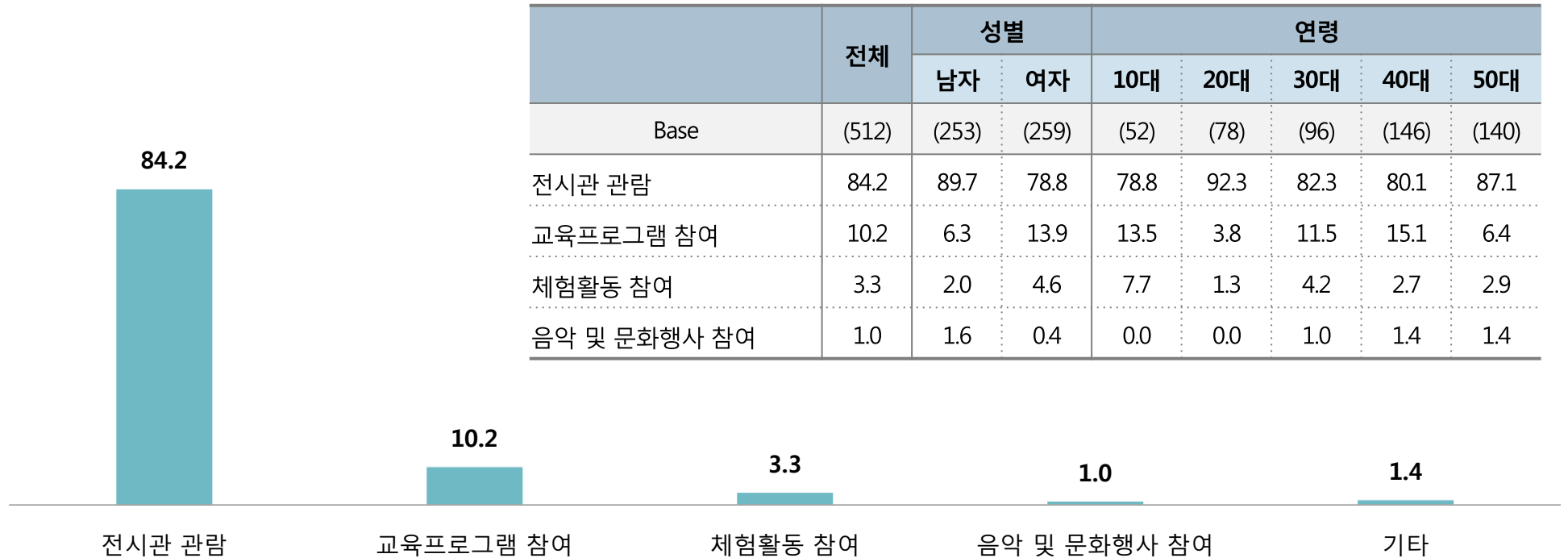


3) 주 이용 내용

- 전체 응답자의 84.2%가 서울역사박물관 '전시관 관람'을 이용한 것으로 나타났고, 특히 20대에서 높게 나타남
- 연령별로는 10대, 30대, 40대의 교육 프로그램 참여가 높게 나타남

주 이용 내용

(Base:512명, 단위:%)



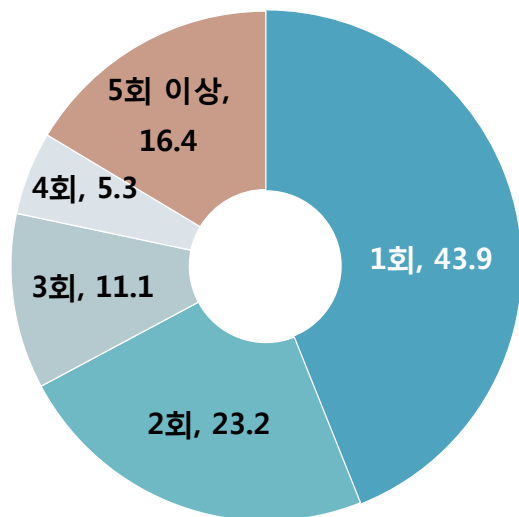
1. 서울역사박물관 이용 행태

4) 서울역사박물관 방문 횟수

- 응답자의 43.9%가 조사 당일 서울역사박물관을 처음 방문한 고객인 것으로 나타남
- 세부 집단별로는 연령대가 높을 수록 서울역사박물관 방문 횟수가 높은 것으로 나타남

최근 1년간 방문 횟수(당일 포함 방문 횟수)

(Base:512명, 단위:%)



	전체	성별		연령				
		남자	여자	10대	20대	30대	40대	50대
Base	(512)	(253)	(259)	(52)	(78)	(96)	(146)	(140)
1회	43.9	45.8	42.1	67.3	62.8	35.4	41.8	32.9
2회	23.2	20.6	25.9	17.3	16.7	30.2	25.3	22.1
3회	11.1	10.3	12.0	9.6	10.3	8.3	11.6	13.6
4회	5.3	4.3	6.2	1.9	2.6	8.3	4.8	6.4
5회 이상	16.4	19.0	13.9	3.8	7.7	17.7	16.4	25.0

1. 서울역사박물관 이용 행태



5) 관람 방식

- 전시 관람 시 설명문을 읽으며 관람한 고객이 56.8%로 가장 많았고, 그 다음으로 혼자 둘러 본 고객이 25.8%, 부모님/선생님 설명을 들으며 관람이 8.8%로 나타남
- 전문적 설명이나 정확한 정보를 제공하는 도슨트 전시해설 참여 고객은 4.1%, 직원이나 자원봉사자 문의는 1.4%.

관람 방식

(Base:512명, 단위:%)

	전체	성별		연령				
		남자	여자	10대	20대	30대	40대	50대
Base	(512)	(253)	(259)	(52)	(78)	(96)	(146)	(140)
전시물을 보며 설명문을 읽음	56.8	52.2	61.4	69.2	67.9	53.1	49.3	56.4
혼자서 둘러 봄	25.8	32.0	19.7	19.2	17.9	27.1	31.5	25.7
부모님/선생님의 설명을 들으며 관람함	8.8	6.7	10.8	3.8	10.3	11.5	11.0	5.7
주요 내용을 기록하며 관람함	4.7	7.1	2.3	5.8	1.3	4.2	3.4	7.9
도슨트 전시해설에 참여함	4.1	2.0	6.2	0.0	3.8	3.1	5.5	5.0
직원이나 자원봉사자에게 질문을 함	1.4	1.6	1.2	0.0	0.0	1.0	0.7	3.6

1. 서울역사박물관 이용 행태

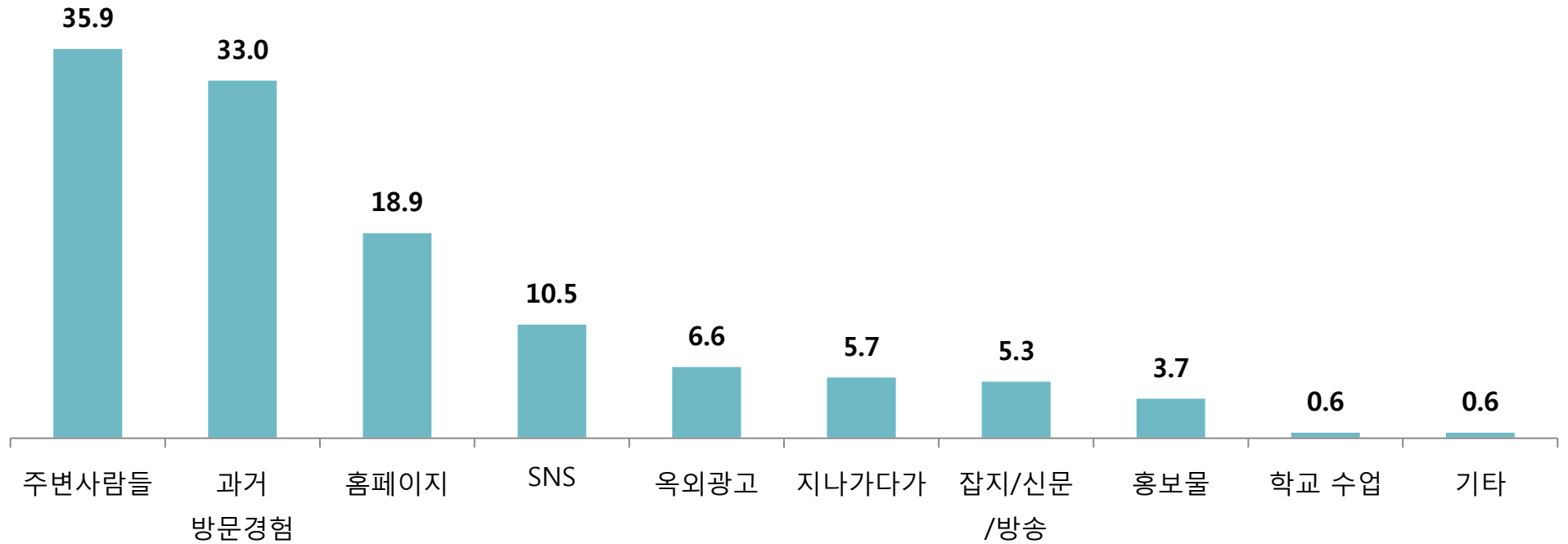


6) 서울역사박물관 정보획득 경로

- 서울역사박물관 방문 전 고객들은 '주변 사람들'에게 가장 많은 정보를 얻은 것으로 나타남
- 그 이외에 '방문경험'(33.0%), '박물관 홈페이지'(18.9%), 'SNS'(10.5%) 순으로 나타남

정보 획득 경로

(Base:512명, 단위:%)



1. 서울역사박물관 이용 행태

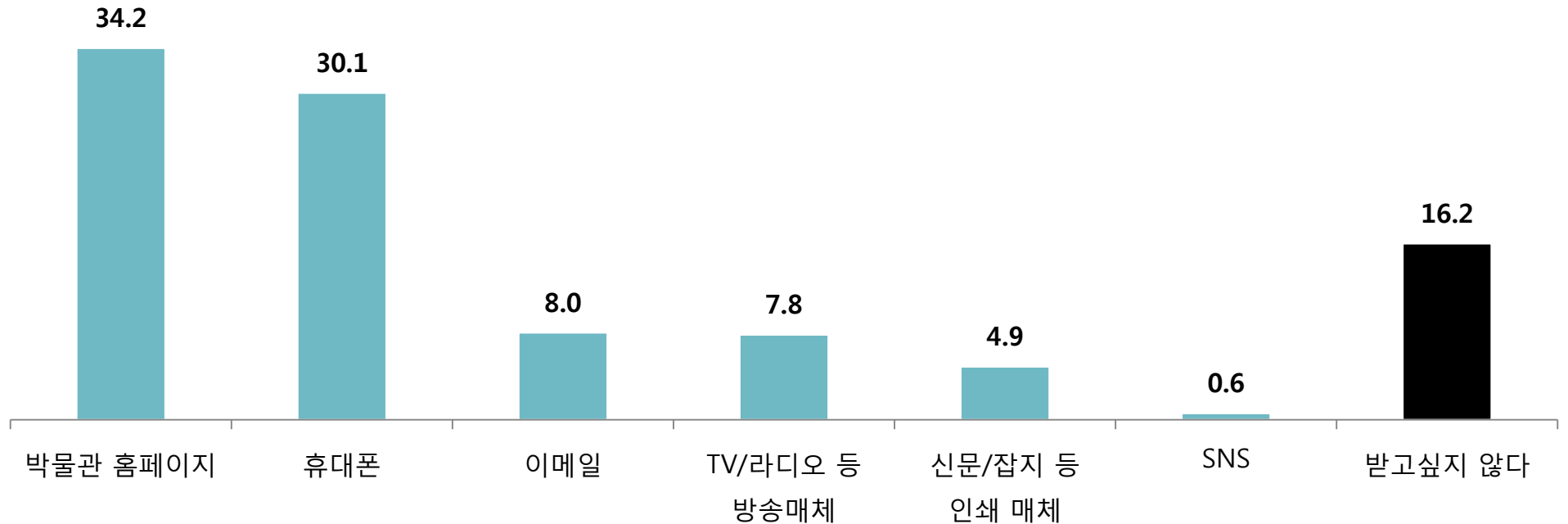


7) 희망하는 정보 전달 방식

- 향후 서울역사박물관 관련 정보 전달을 원하는 방식은 '박물관 홈페이지'가 34.2%로 가장 높게 나타남
- 그 다음으로 '휴대폰'(30.1%), '이메일'(8.0%), '방송매체'(7.8%), '인쇄매체'(4.9%) 순으로 응답됨

희망하는 정보 전달 방식

(Base:512명, 단위:%, 복수응답)



1. 서울역사박물관 이용 행태

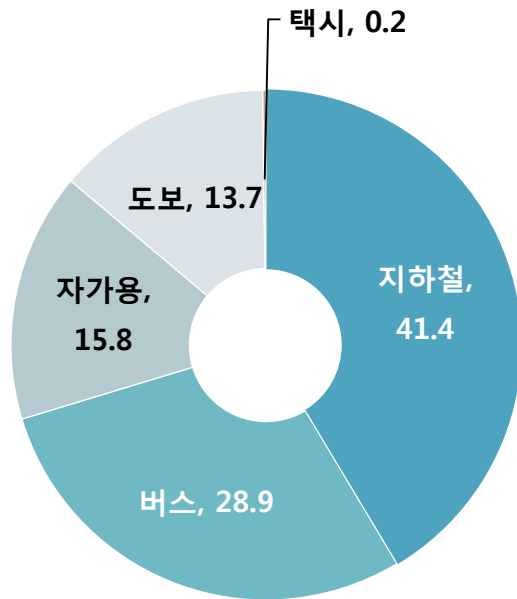


8) 방문 시 이용 교통 수단

- 오늘 서울역사박물관을 올 때 이용한 교통수단으로 지하철 이용이 41.4%로 가장 많았고, 그 다음으로 버스 28.9%로 높은 비중을 보임
- 자가용 이용 고객은 15.8%로 주로 30대와 40대가 많이 이용하는 것으로 나타남

방문 시 이용 교통 수단

(Base:512명, 단위:%)



	전체	성별		연령				
		남자	여자	10대	20대	30대	40대	50대
Base	(512)	(253)	(259)	(52)	(78)	(96)	(146)	(140)
지하철	41.4	42.3	40.5	44.2	43.6	32.3	37.7	49.3
버스	28.9	25.7	32.0	42.3	32.1	32.3	25.3	23.6
자가용	15.8	14.6	17.0	3.8	6.4	19.8	27.4	10.7
도보	13.7	17.0	10.4	9.6	17.9	15.6	9.6	15.7
택시	0.2	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.7

2. 고객 만족도 평가

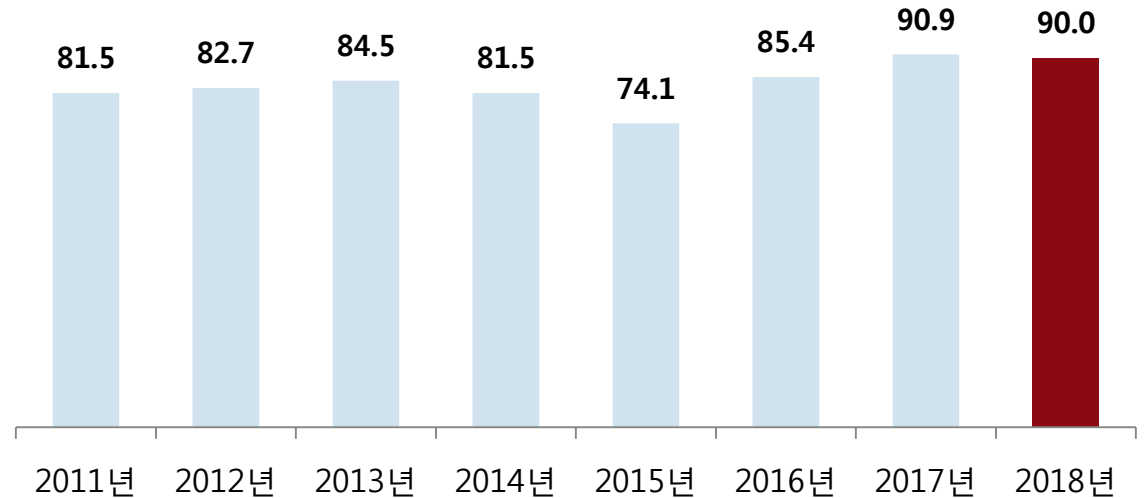
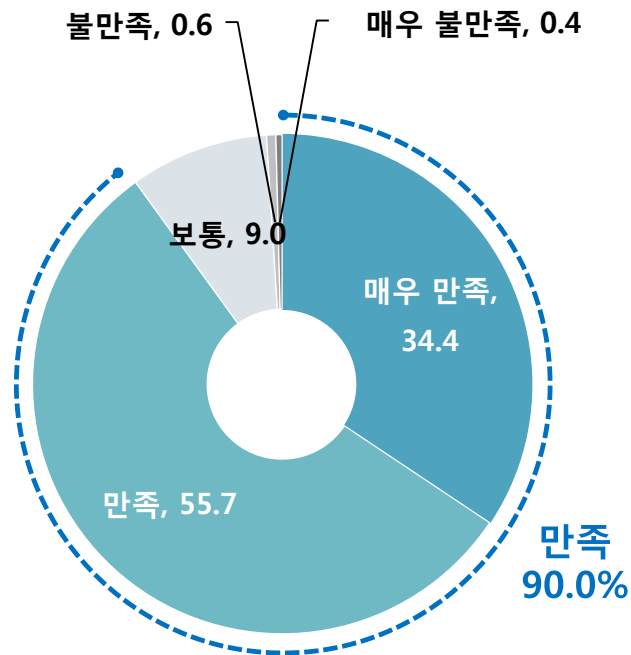


1) 전반적 만족도

- 서울역사박물관의 전반적 만족도는 90.0%가 만족한다고 응답해 지난해와 비슷하게 나타남

전반적 만족도

(Base:512명, 단위:%, 긍정률)



2. 고객 만족도 평가

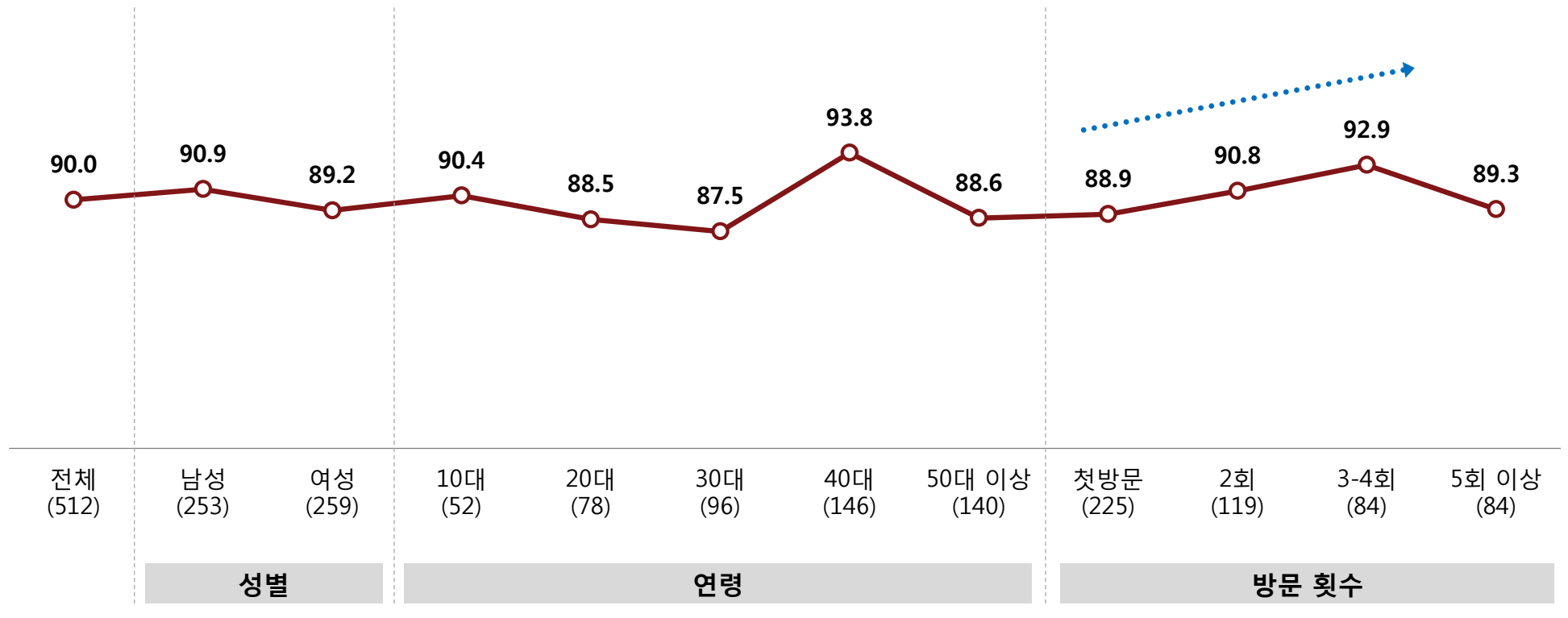


1) 전반적 만족도 by 세부 집단별

- 성별로는 남성이 여성보다 만족도가 높았고, 연령별로는 40대의 만족도가 가장 높았음
- 또, 방문횟수가 많은 고객의 경우 만족도 역시 높아지고 있음

전반적 만족도 by 세부 집단별

(Base:512명, 단위:%, 긍정률)



2. 고객 만족도 평가

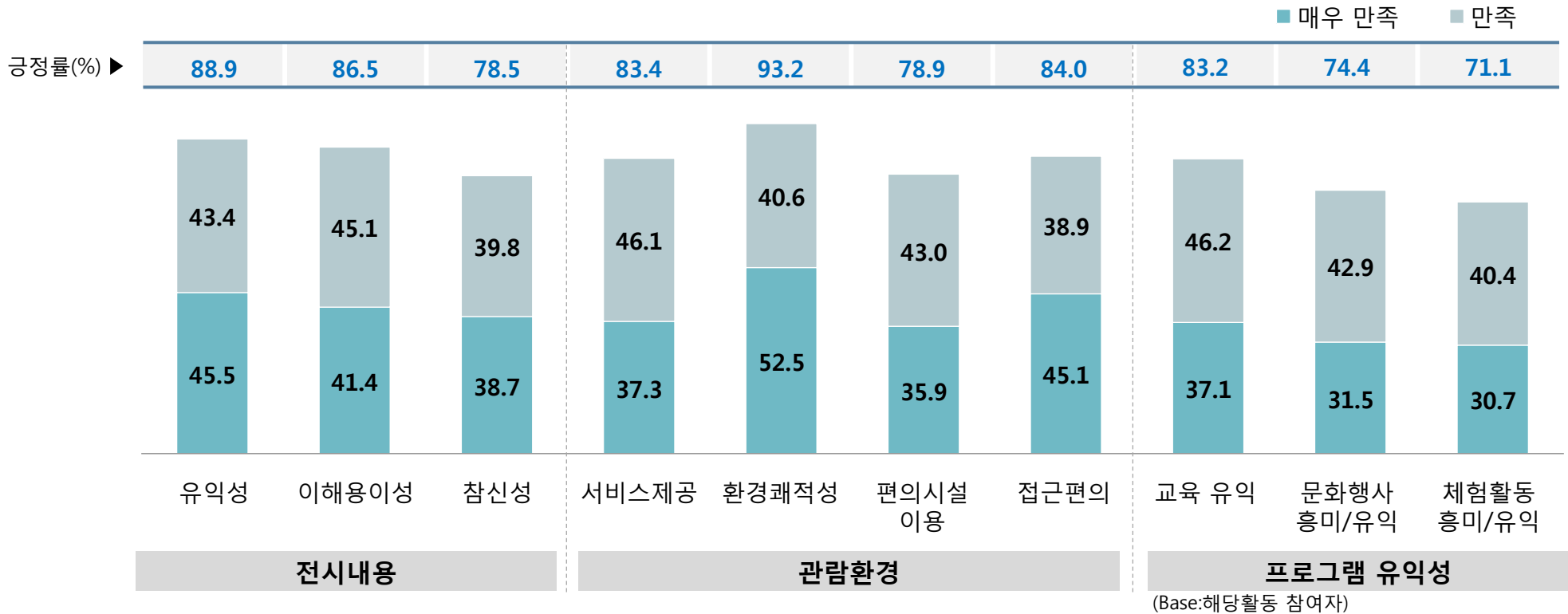


2) 세부 속성별 만족도

- 세부 속성별로는 '환경쾌적성'이 가장 높은 만족도를 보이고 있음
- 반면, 관람환경의 '편의시설 이용', 전시내용의 '참신성', 프로그램 유익성의 '문화행사', '체험활동'의 만족도는 70%대로 낮은 만족도를 보이고 있음

세부 항목별 만족도

(Base:512명, 단위:%)



2. 고객 만족도 평가



2) 세부 속성별 만족도 by 세부 집단별

- 상대적으로 낮은 만족도를 보인 '참신성' 항목에서는 상대적으로 낮은 연령층의 만족도가 높게 나타나며,
- '체험' 관련 부분에서는 20대 이하 연령층의 만족도가 낮게 나타나 젊은 층의 만족도를 높일 수 있는 체험 프로그램의 개발이 필요한 것으로 판단됨

세부 항목별 만족도 by 세부 집단별

(Base:512명, 단위:%)

(1+2순위 응답기준)	전체	성별		연령					
		남성	여성	19세 이하	20~29세	30~39세	40~49세	50~59세	60세 이상
Base	(512)	(253)	(259)	(52)	(78)	(96)	(146)	(95)	(45)
유익성	88.9	89.3	88.4	90.4	87.2	88.5	89.0	90.5	86.7
이해용이성	86.5	86.2	86.9	78.8	89.7	85.4	86.3	88.4	88.9
참신성	78.5	79.4	77.6	80.8	80.8	80.2	77.4	75.8	77.8
서비스제공	83.4	84.2	82.6	76.9	82.1	84.4	82.2	88.4	84.4
환경쾌적성	93.2	93.3	93.1	94.2	96.2	91.7	91.8	92.6	95.6
편의시설 이용	78.9	78.3	79.5	88.5	65.4	82.3	80.1	78.9	80.0
접근편의	84.0	87.7	80.3	84.6	83.3	83.3	80.8	86.3	91.1
교육 유익 (n=394)	83.2	80.7	85.5	86.0	81.0	81.9	88.2	77.6	80.0
문화행사 흥미/유익 (n=359)	74.4	71.5	77.0	69.0	66.7	78.5	78.1	74.2	73.5
체험활동 흥미/유익 (n=349)	71.1	71.8	70.4	76.2	68.0	71.9	70.6	66.1	78.1

2. 고객 만족도 평가

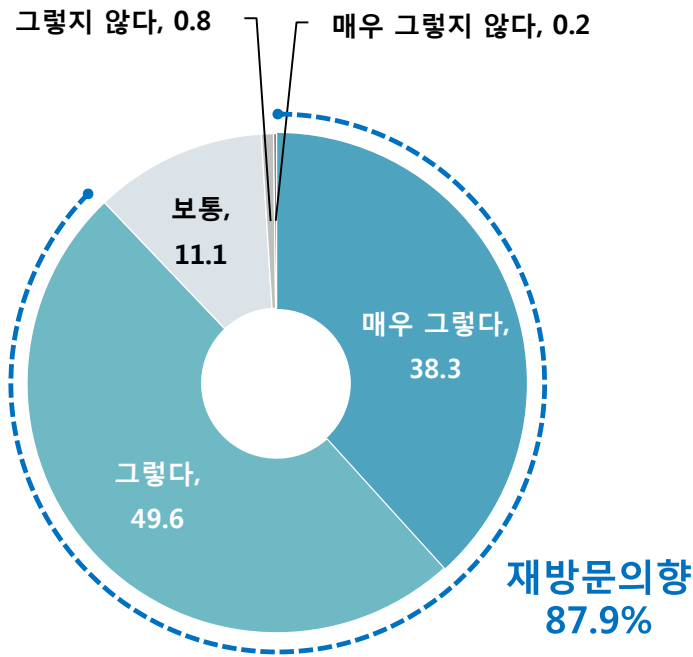


3) 재방문 의향

- 서울역사박물관 내국인 고객의 재방문 의향은 87.9%로 나타났으며,
- 세부 집단별로는 남성이 여성보다 높았고, 10대를 제외한 전연령층에서 높은 재방문 의향을 보임

재방문 의향

(Base:512명, 단위:%, 긍정률)



	전체	성별		연령				
		남자	여자	10대	20대	30대	40대	50대
Base	(512)	(253)	(259)	(52)	(78)	(96)	(146)	(140)
매우 그렇지 않다	0.2	0.0	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.7
그렇지 않다	0.8	1.6	0.0	3.8	0.0	0.0	0.7	0.7
보통	11.1	9.1	13.1	30.8	10.3	10.4	9.6	6.4
그렇다	49.6	51.4	47.9	30.8	64.1	44.8	48.6	52.9
매우 그렇다	38.3	37.9	38.6	34.6	25.6	44.8	41.1	39.3
긍정률	87.9	89.3	86.5	65.4	89.7	89.6	89.7	92.1

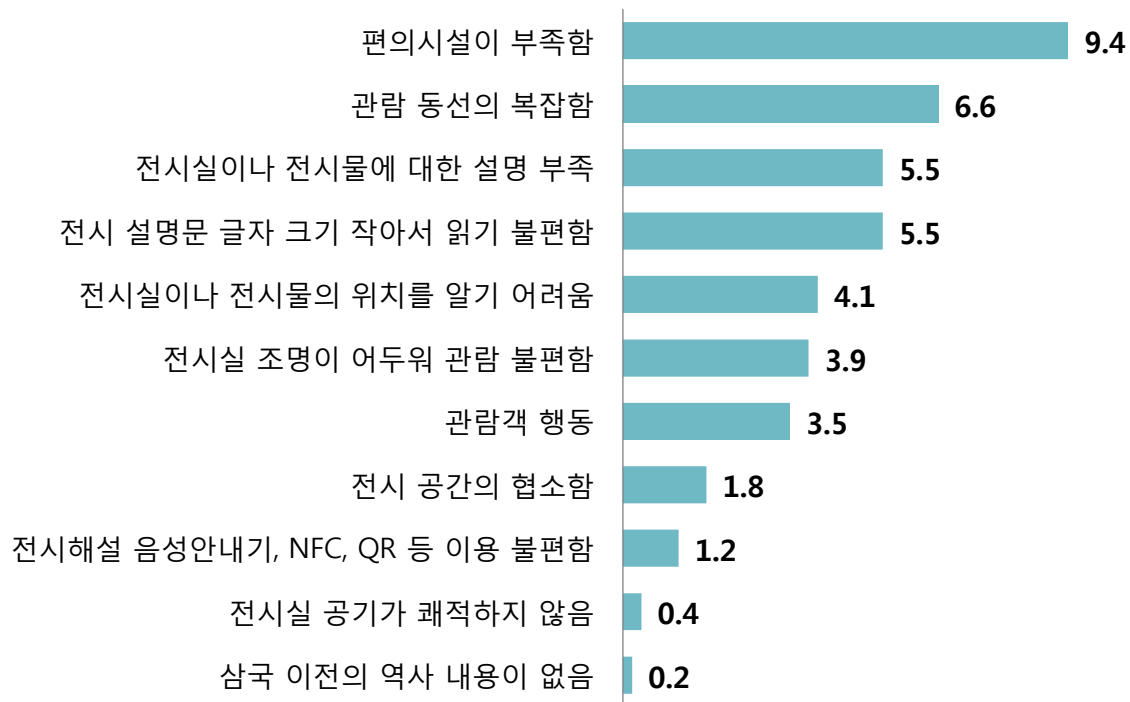
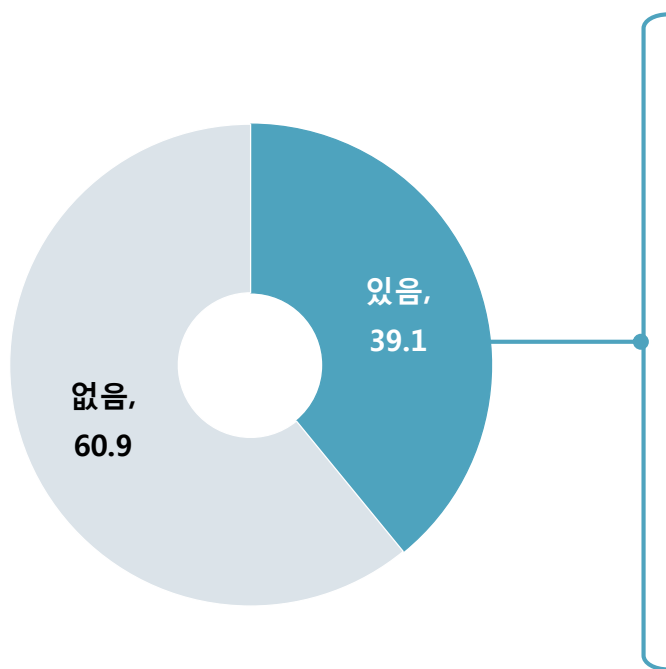
2. 고객 만족도 평가

4-1) 불편사항 - 전시 관람

- 전시 관람 시 불편사항은 60.9%가 없다고 응답
- 전시관람 측면의 불편사항으로 '편의시설 부족', '복잡한 관람 동선', '전시물에 대한 설명 부족', '설명문 글자 크기' 등이 있었음

전시 관람 불편 사항

(Base:512명, 단위:%, 복수응답)



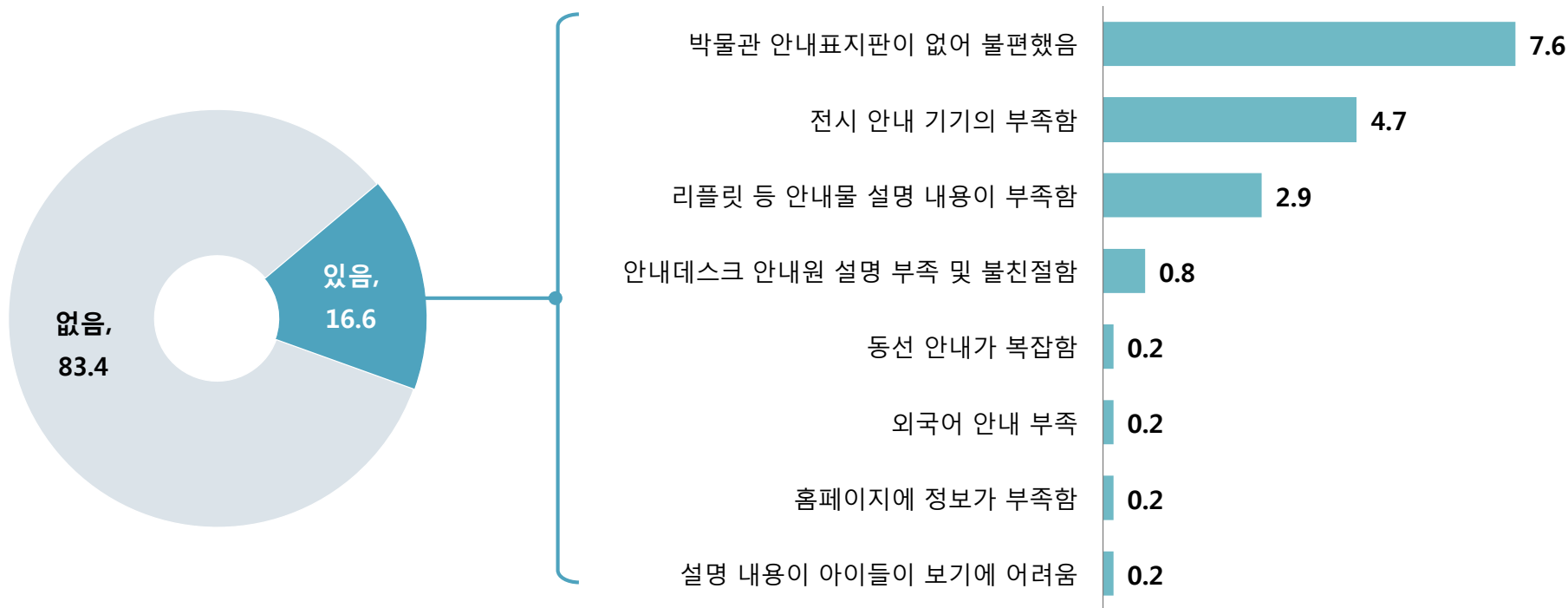
2. 고객 만족도 평가

4-2) 불편사항 - 안내 정보

- 안내정보에 대한 불편사항은 83.4%가 없다고 응답
- 안내정보 측면에서의 불편사항으로는 '안내표지판 부재', '전시 안내 기기 부족', '안내물 설명 부족' 등이 있었음

안내정보 불편 사항

(Base:512명, 단위:%, 복수응답)



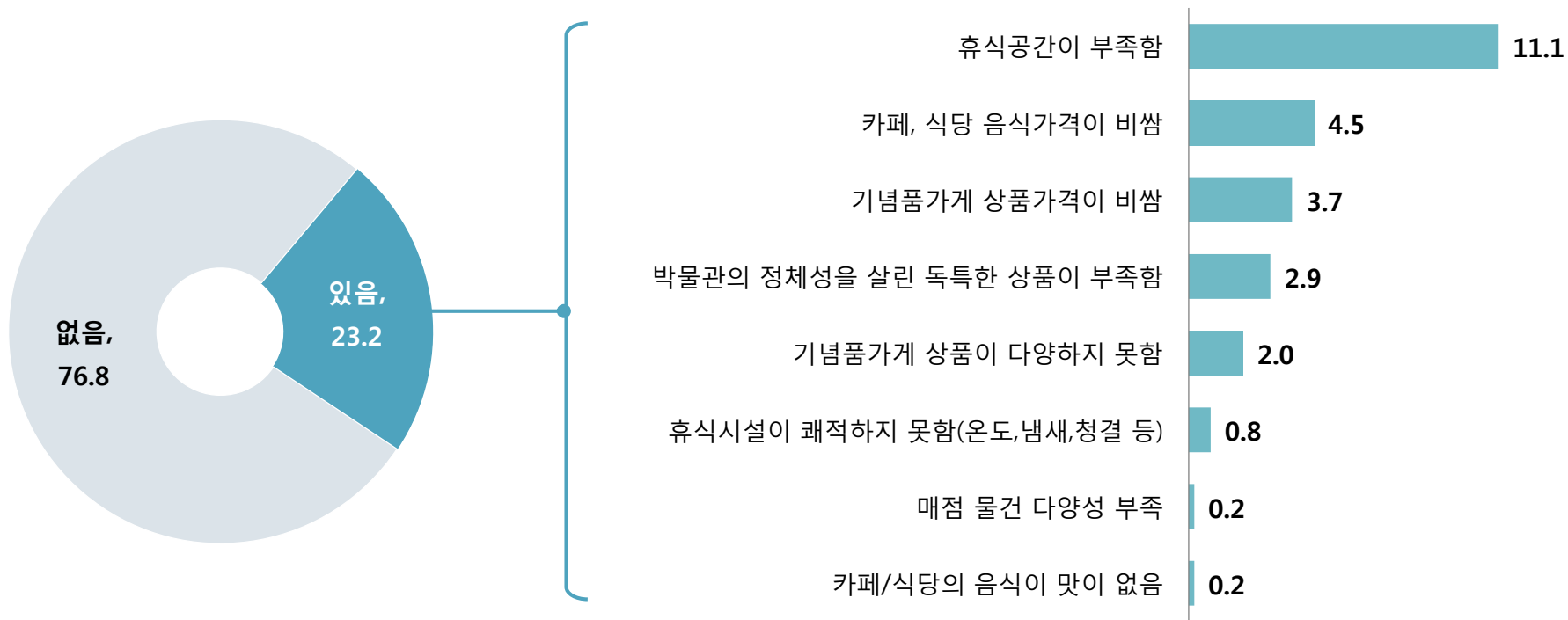
2. 고객 만족도 평가

4-3) 불편사항 - 편의 시설

- 편의시설에 대한 불편사항은 76.8%가 없다고 응답
- 불편사항으로는 '휴식공간 부족', '음식가격이 비쌌', '상품가격이 비쌌' 등의 응답이 있었음

편의 시설 불편 사항

(Base:512명, 단위:%, 복수응답)



2. 서울역사박물관 만족도



5) 고객 의견

- 고객 불만사항 중 '휴식 공간이 부족'이 가장 많은 것으로 나타나며, '다양한 프로그램 구성'(28명), '관람 동선 개선'(22명), 전시 안내/설명 부족(21명)으로 순으로 나타남

고객 의견

(Base:512명, 단위:%, 복수응답)

전시 부분	20명
• 전시물이 다양했으면 좋겠다(일제 강점기/현재, 미래/ 사회전 등)	11명
• 관람 동선의 표시선이 선명했으면 좋겠다	5명
• 전시실 조명이 밝으면 좋겠다	2명
• 영어 등 다양한 외국어 설명 필요하다	1명
• 역사의 중립성을 지켰으면 좋겠다	1명

시설 부분	18명
• 휴식 및 편의시설이 확충되면 좋겠다(카페/기념품점/식당 등)	15명
• 주차공간이 확보되면 좋겠다	2명
• 장애인을 위한 시설이 마련되면 좋겠다	1명

홍보 부분	16명
• 적극적인 홍보를 통해 행사 안내를 받을 수 있으면 좋겠다	16명

프로그램 부분	14명
• 유아/초등학생/중고등학생을 위한 프로그램이 다양하면 좋겠다	5명
• 프로그램이 다양했으면 한다	4명
• 체험활동 프로그램이 다양했으면 좋겠다	3명
• 음악회, 영화 등 문화공연 프로그램을 자주 하면 좋겠다	2명

기타	8명
• 아이들 소음 및 지나친 행동을 자제시켜 주면 좋겠다	3명
• 주차비 혜택이 있으면 좋겠다	2명
• 대중교통 이용이 편리하면 좋겠다	2명
• 관람인원이 몰리는 시간에 혼잡하지 않으면 좋겠다	1명

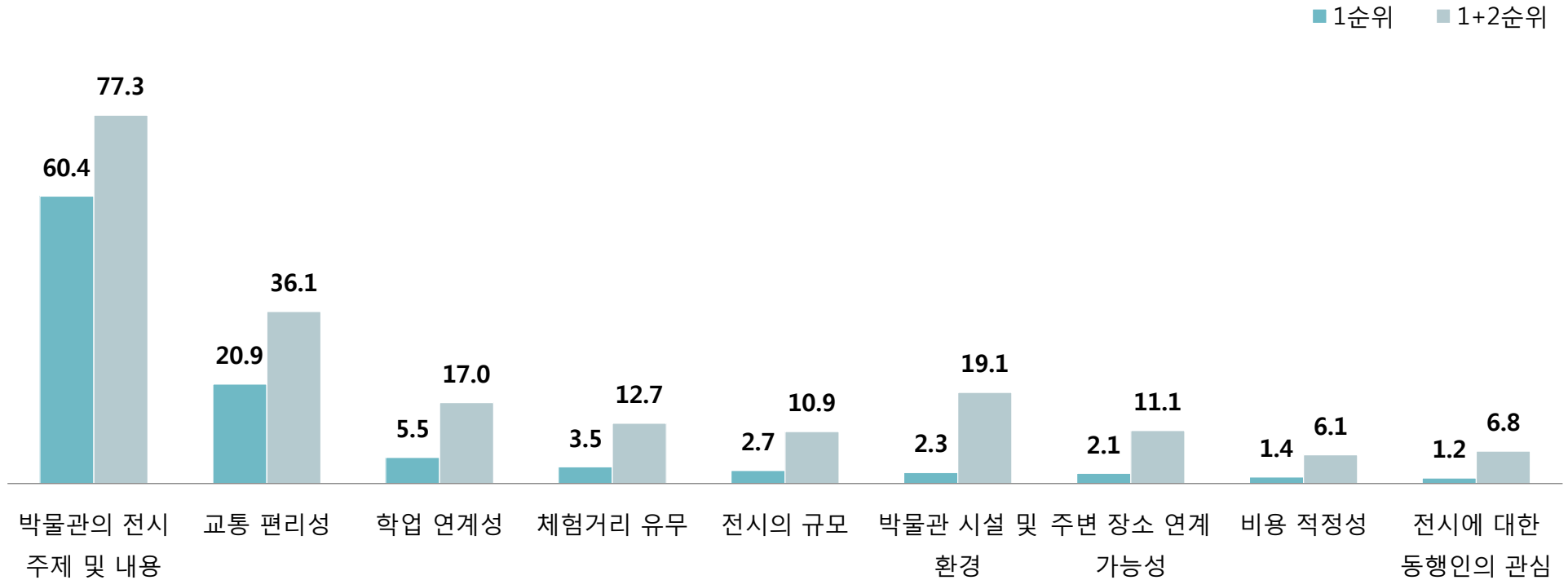
3. 박물관 방문 시 중요요인



- 박물관 방문 시 가장 중요하게 생각하는 것은 '전시 주제/내용'(60.4%)인 것으로 나타남
- 그 다음으로 '교통편리성', '학업 연계성', '체험거리 유무', '체험거리 유무' 순으로 나타남

방문 시 중요 요인

(Base:512명, 단위:%, 복수응답)



3. 박물관 방문 시 중요요인



- 세부 집단별로는 20대 이상이 '전시 주제/내용'에 대해 매우 중요하게 인식하고 있었고,
- 10대들의 경우 '시설 및 환경', '학업 연계성', '체험거리 유무' 등을 상대적으로 중시하는 경향이 있었음

방문 시 중요 요인 by 세부 집단별

(Base:512명, 단위:%, 복수응답)

(1+2순위 응답기준)	전체	성별		연령				
		남자	여자	10대	20대	30대	40대	50대 이상
Base	(512)	(253)	(259)	(52)	(78)	(96)	(146)	(140)
박물관의 전시 주제 및 내용	77.3	74.3	80.3	61.5	80.8	80.2	78.1	78.6
교통 편리성	36.1	37.5	34.7	30.8	39.7	36.5	33.6	38.6
박물관 시설 및 환경	19.1	23.7	14.7	28.8	23.1	11.5	16.4	21.4
학업 연계성	17.0	14.2	19.7	25.0	9.0	15.6	19.2	17.1
체험거리 유무	12.7	10.7	14.7	26.9	9.0	19.8	10.3	7.1
주변 장소 연계 가능성	11.1	12.6	9.7	1.9	11.5	10.4	11.0	15.0
전시의 규모	10.9	11.9	10.0	11.5	12.8	11.5	11.0	9.3
전시에 대한 동행인의 관심	6.8	6.3	7.3	1.9	5.1	7.3	11.6	4.3
비용 적정성	6.1	5.5	6.6	11.5	7.7	3.1	5.5	5.7



Part IV.

외국인 고객 만족도

1. 서울역사박물관 이용 행태
2. 고객 만족도 평가
3. 박물관 방문 시 중요요인

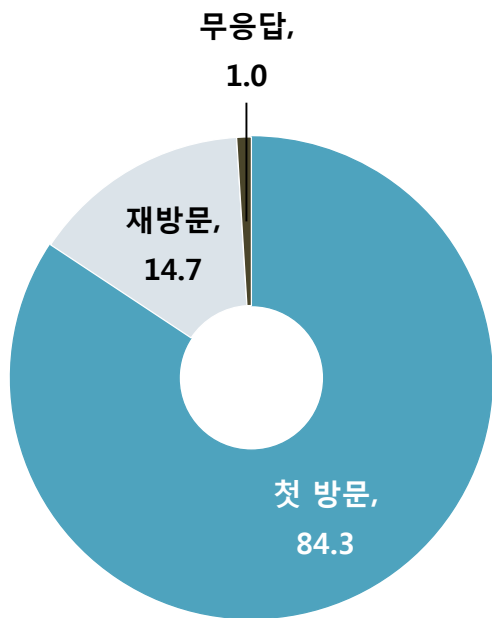
1. 서울역사박물관 이용 행태

1) 서울역사박물관 방문경험 및 동행인

- 조사에 참여한 외국인 고객 중 84.3%는 서울역사박물관 처음 방문한 고객이었음
- 오늘 함께 온 동행인으로는 38.2%가 친구(연인)와 함께 방문하는 것으로 나타났고, 내국인 대비 가족(친척) 관람객의 비율이 매우 높게 나타남

방문 경험

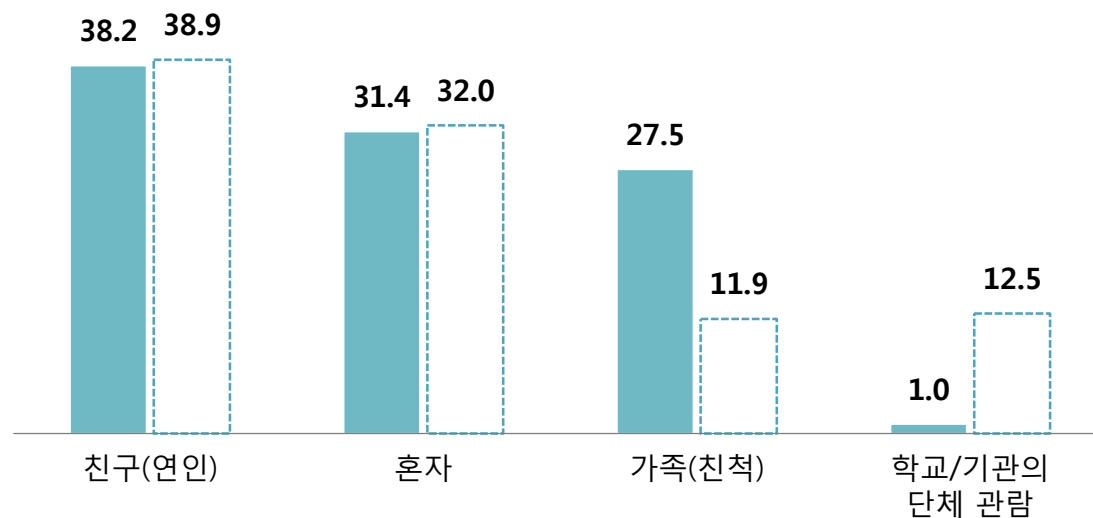
(Base:74명, 단위:%)



관람 동행인

(Base:102명, 단위:%)

■ 외국인 □ 내국인



1. 서울역사박물관 이용 행태

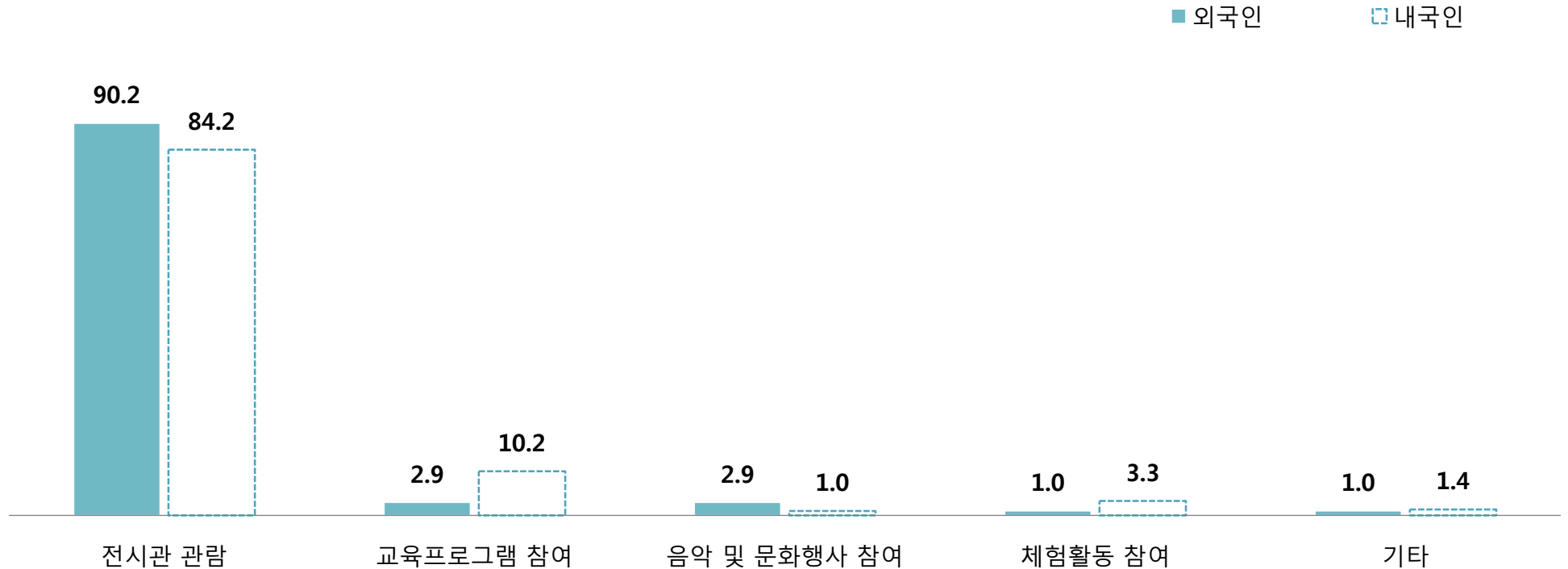


2) 주요 이용 내용

- 외국인 고객의 90.2%는 전시관 관람 목적으로 찾아온 것으로 나타남
- 주요 이용내용은 내국인과 큰 차이가 없었음

주요 이용 내용

(Base:102명, 단위:%)



1. 서울역사박물관 이용 행태

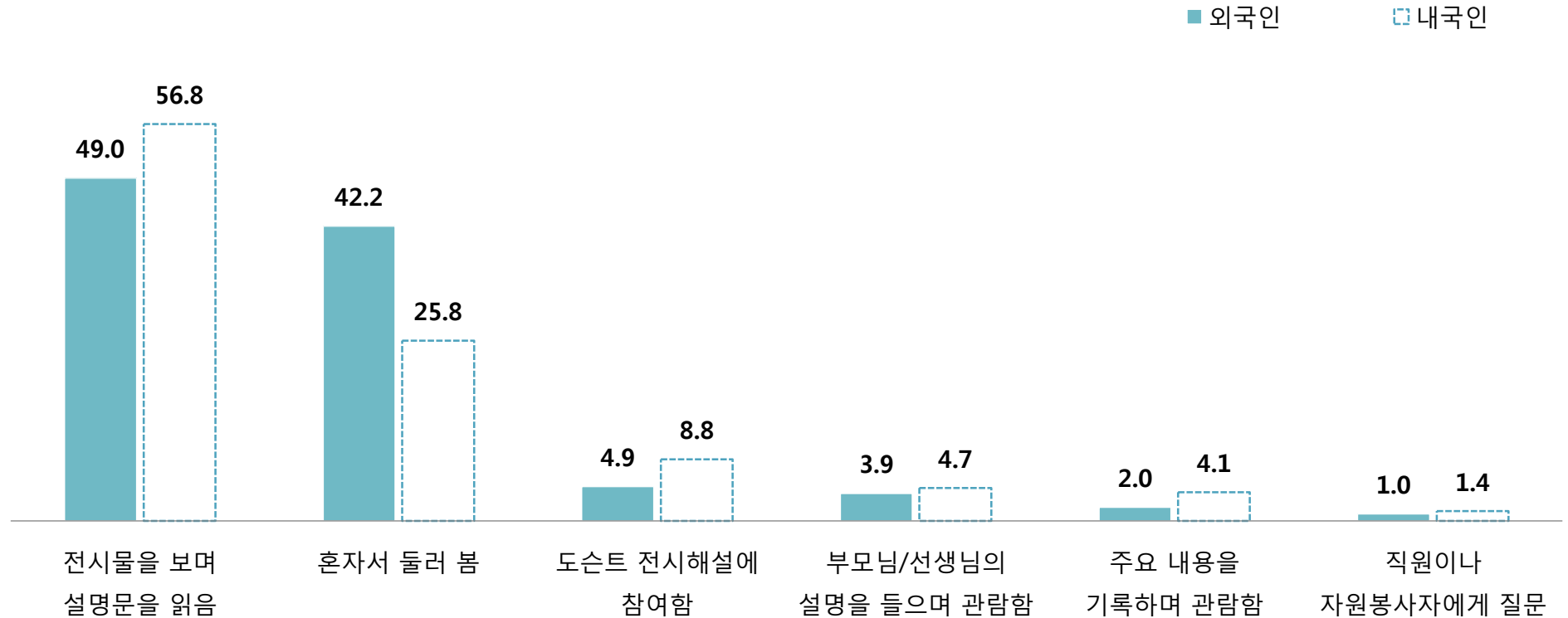


3) 박물관 관람 방식

- 박물관 관람 방식은 내국인과 거의 비슷한 것으로 나타남
- '전시물을 보며 설명문을 읽음' 방식이 가장 높았고, 그 다음으로 '혼자서 둘러 봄'이 높게 나타남

관람 방식

(Base:102명, 단위:%)



1. 서울역사박물관 이용 행태

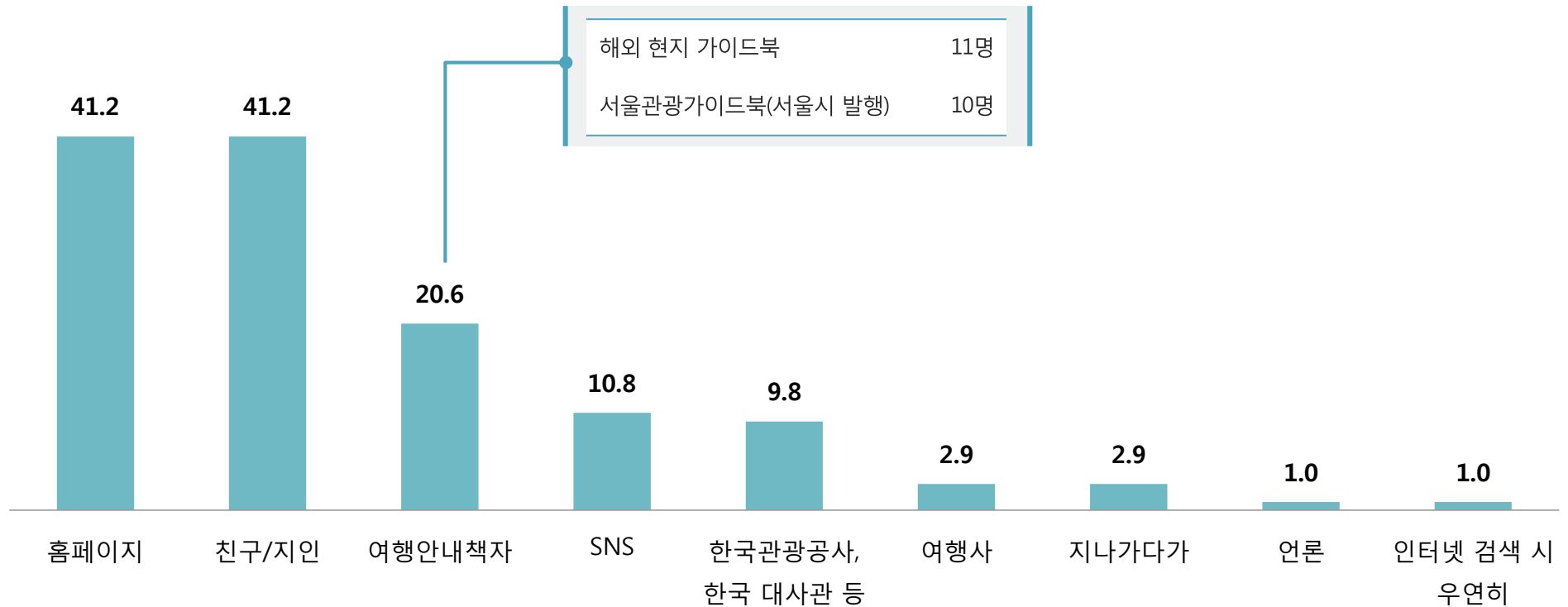


4) 정보획득 경로

- 서울역사박물관 방문 전 주로 '홈페이지'와 '친구/지인'을 통해 정보를 얻은 비중이 높았음
- 정보를 얻은 여행안내책자로는 해외 현지 가이드북, 서울시발행 서울관광가이드북이 반반정도로 나타남

정보 획득 경로

(Base:102명, 단위:%)



1. 서울역사박물관 이용 행태

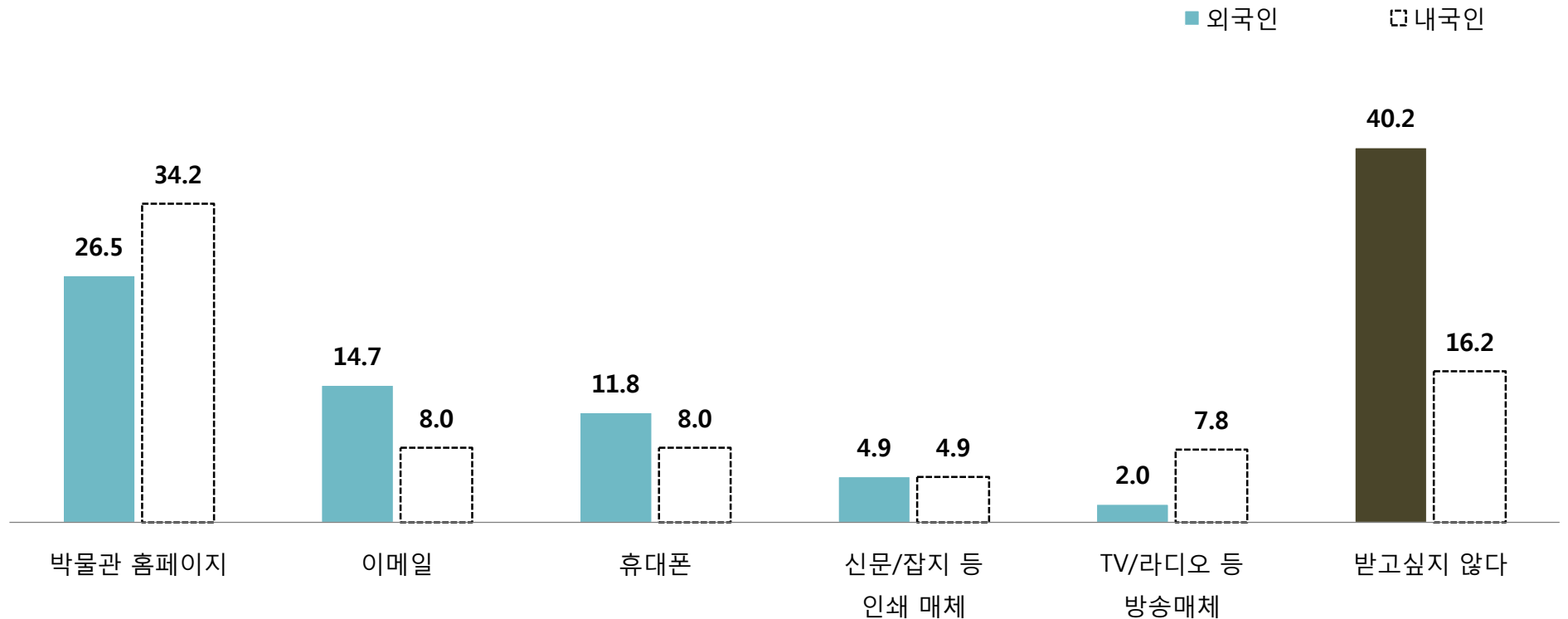


5) 희망하는 정보 전달 방식

- 향후 서울역사박물관에 대한 정보를 전달받기 원하는 방식으로 '박물관 홈페이지'(26.5%)가 가장 높게 나타남
- 내국인과 비교해 '받고싶지 않다'의 응답이 매우 높았고, '이메일'과 '휴대폰' 비중은 늘었음

희망하는 정보 전달 방식

(Base:102명, 단위:%, 복수응답)



2. 고객 만족도 평가

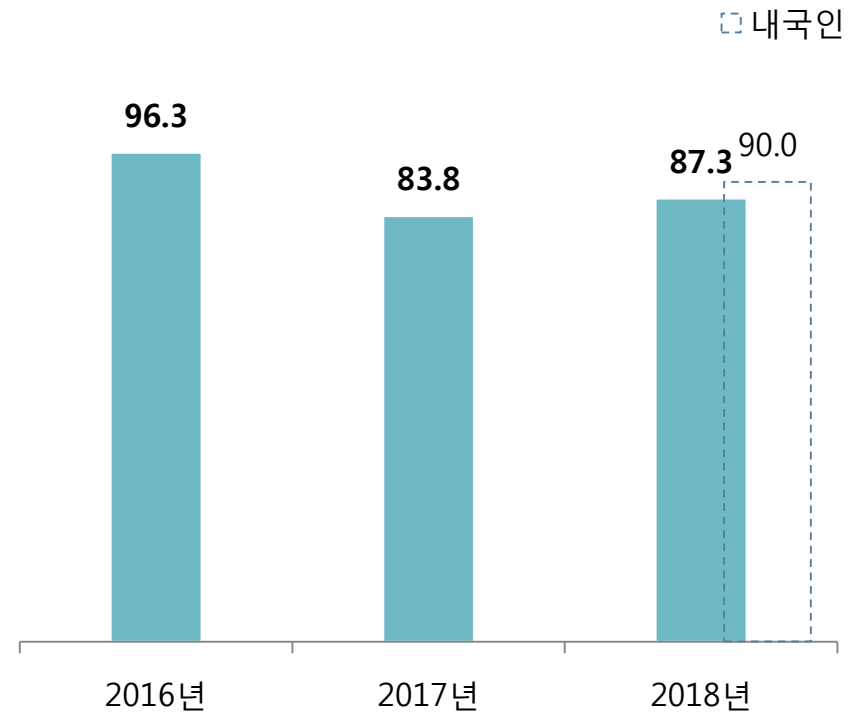
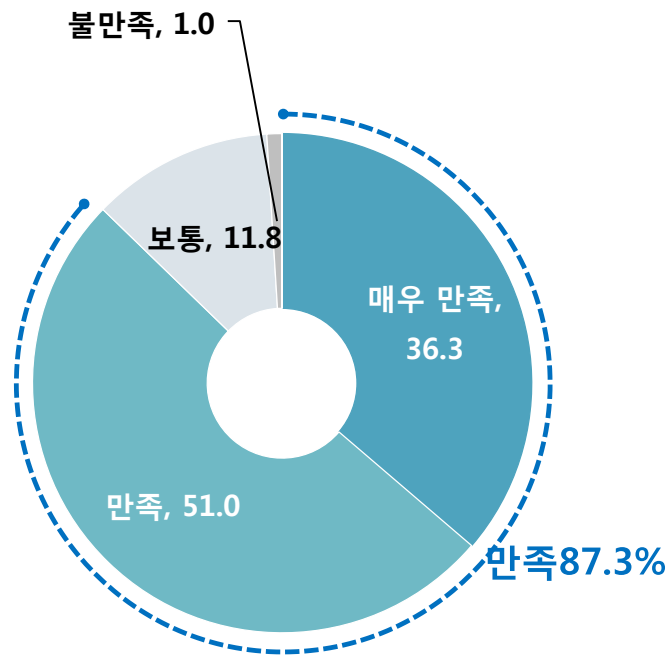


1) 전반적 만족도

- 외국인 고객의 전반적 만족도는 87.3%로 지난해 대비 3.5%p 상승하였음
- 내국인 만족도와 비교해서는 조금 낮은 만족도 수준을 보이고 있음

전반적 만족도

(Base:102명, 단위:%, 긍정률)



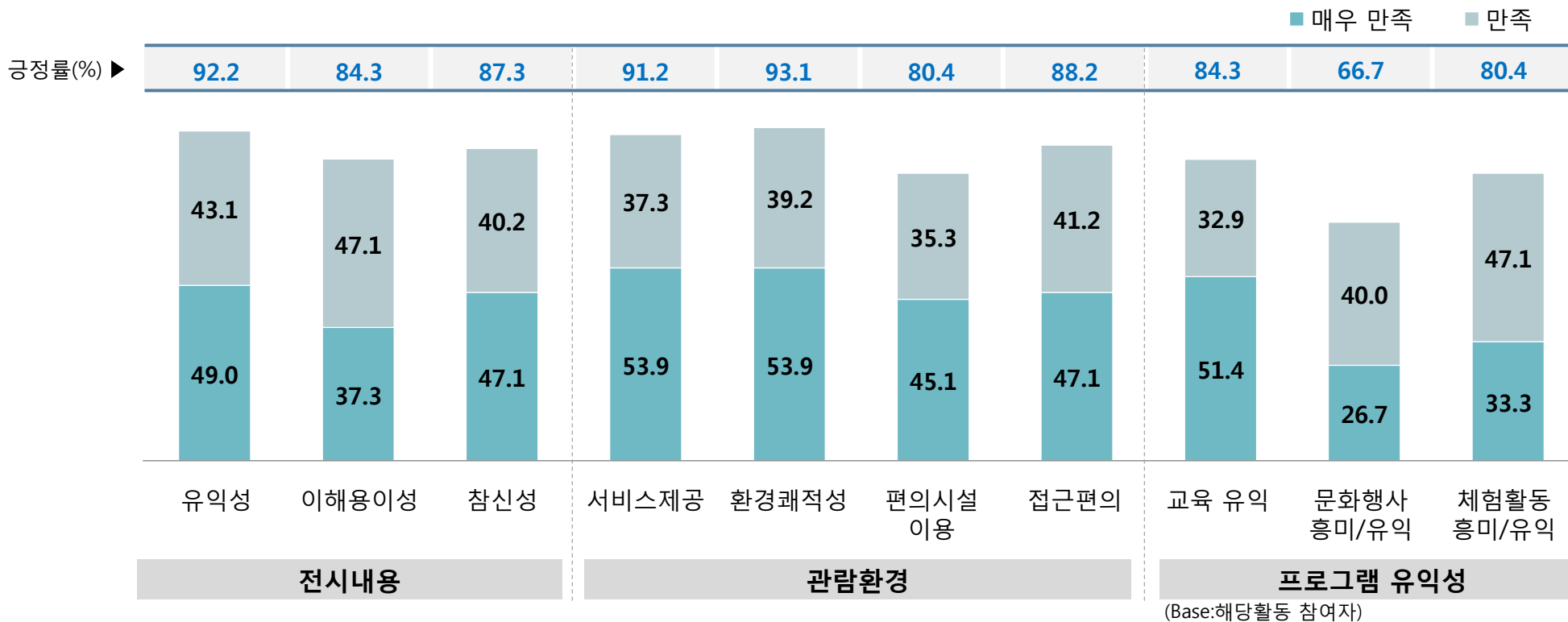
2. 고객 만족도 평가

2) 세부 속성별 만족도

- 세부적으로 관람환경의 '환경 쾌적성'이 가장 만족도가 높았고, 그 다음으로 전시내용의 '유익성' 항목의 만족도가 높았음
- 만족도가 상대적으로 낮은 항목은 '문화행사 흥미/유익', '체험활동 흥미/유익' 등 주로 프로그램 관련 항목들임

세부 항목별 만족도

(Base:102명, 단위:%)



2. 고객 만족도 평가

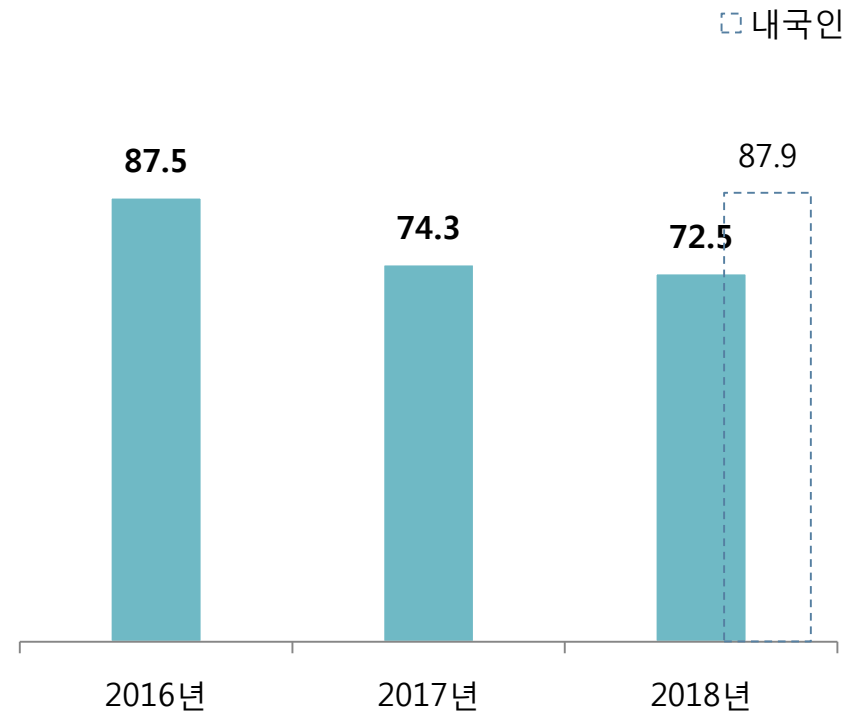
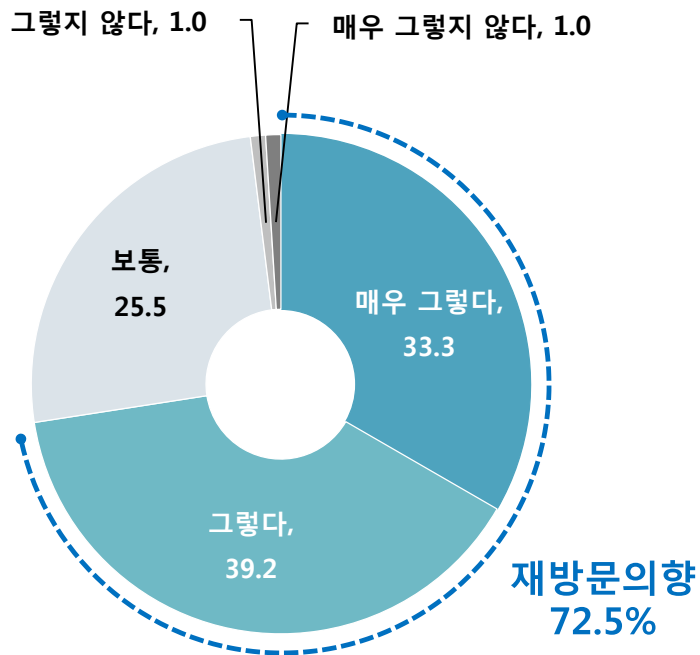


3) 재방문 의향

- 외국인 고객의 서울역사박물관 재방문 의향은 72.5%로 전년도와 비슷한 수준이고,
- 내국인과 비교해 조금 낮은 재방문 의향을 보임

재방문 의향

(Base:102명, 단위:%, 긍정률)



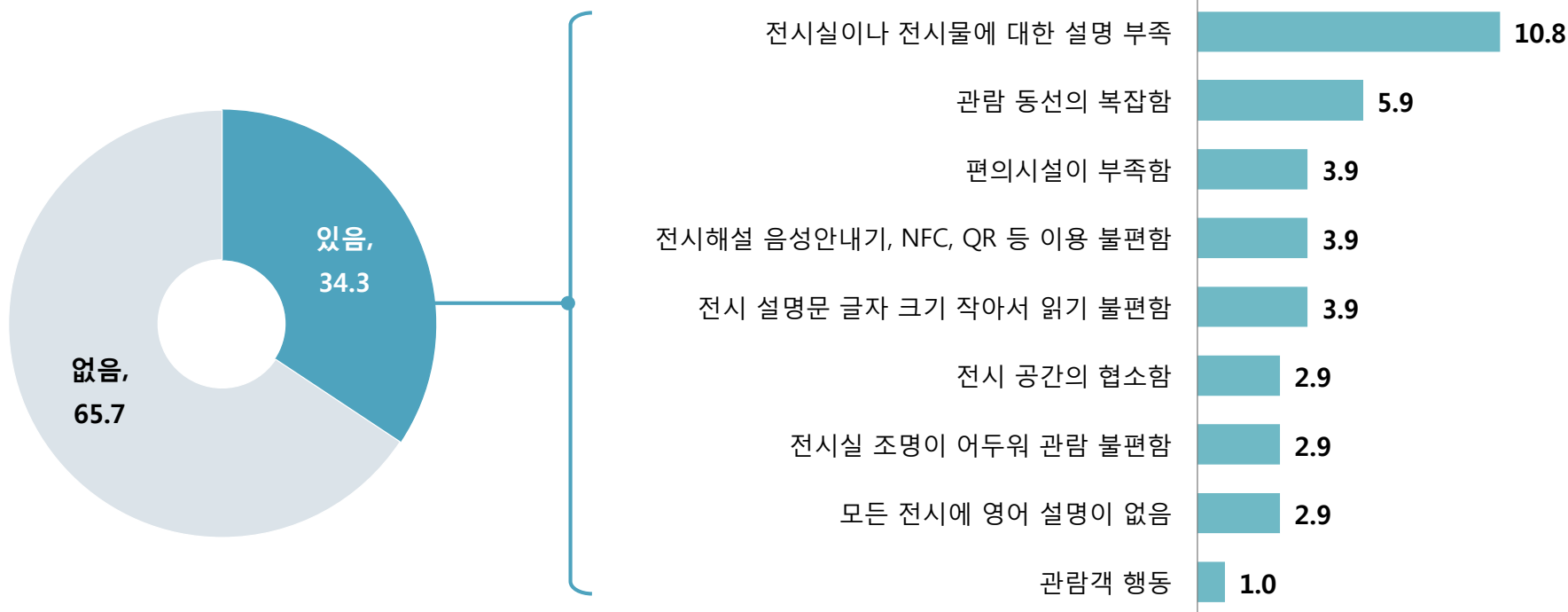
2. 고객 만족도 평가

4-1) 불편사항 - 전시 관람

- 상설전시실 관람 시 불편사항으로 없음 응답이 65.7%로 나타났고,
- 불편사항으로는 '전시 설명 부족', '관람동선 복잡', '편의시설 부족', '보조기기 이용불편' 등을 응답함

전시 관람 불편 사항

(Base:102명, 단위:%, 복수응답)



2. 고객 만족도 평가

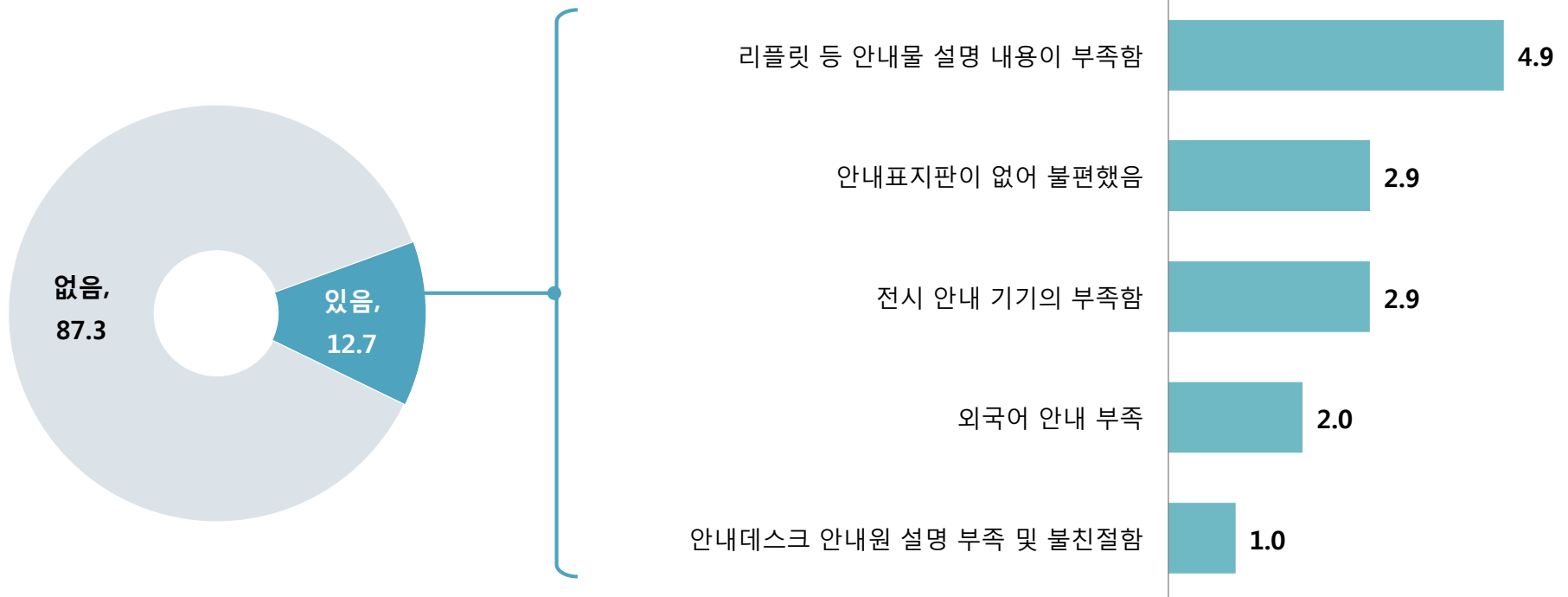


4-2) 불편사항 - 안내 정보

- 안내 정보 측면에서 불편사항은 없음 응답이 87.3%로 나타남
- 일부 외국인들의 경우 '안내물 설명 내용 부족', '안내표지판 없음', '전시 안내기기 부족' 등을 불편사항으로 응답

안내정보 불편 사항

(Base:102명, 단위:%, 복수응답)



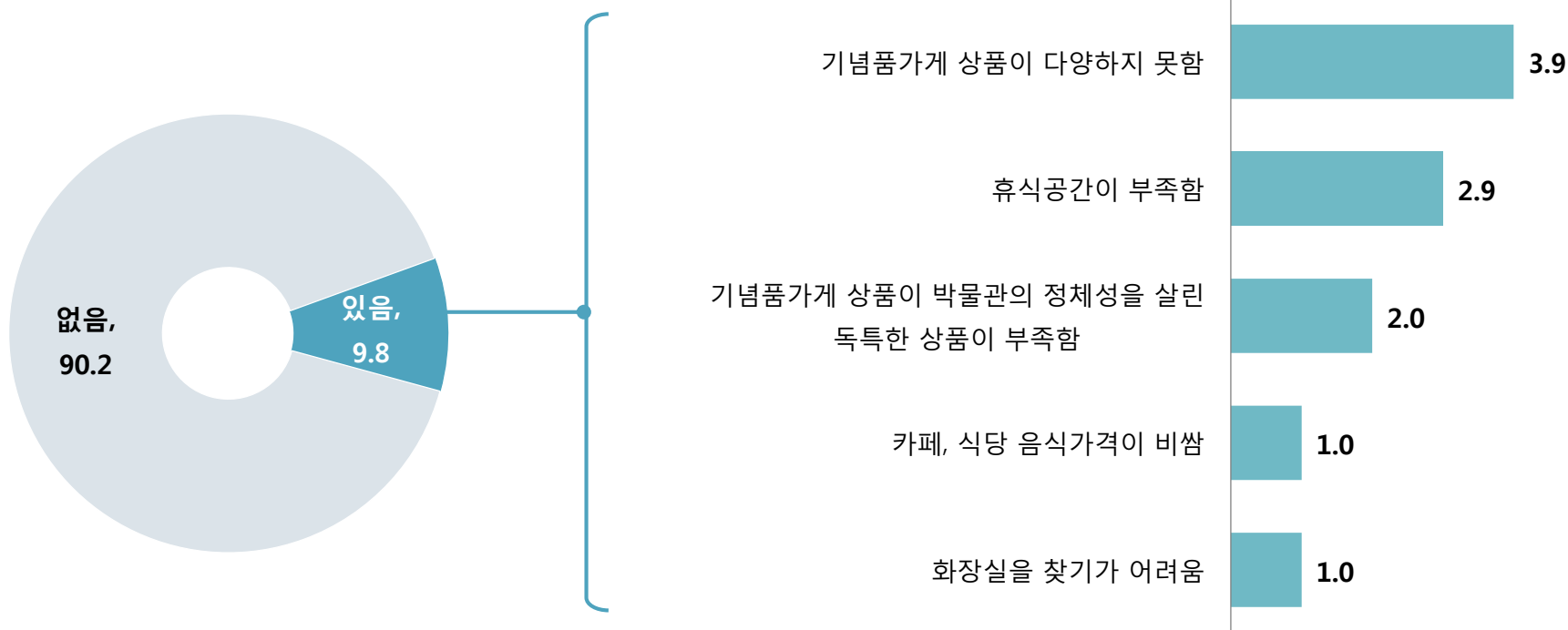
2. 고객 만족도 평가

4-3) 불편사항 - 편의 시설

- 편의 시설 측면에서 불편사항은 없음 응답이 90.2%로 나타남
- 일부 외국인들은 '상품의 다양성', '휴식공간 부족' 등이 아쉬운 부분인 것으로 보임

편의 시설 불편 사항

(Base:102명, 단위:%, 복수응답)



2. 고객 만족도 평가

5) 고객의견

- 외국인 고객은 주로 외국인을 위한 서비스에 대한 불편함이 큰 것으로 나타남
- 해당 부분 서비스 강화가 시급한 것으로 판단됨

고객 의견

(Base:102명, 단위:%, 복수응답)

안내 부분	31명
• 영어 등 다양한 외국어 설명이 있으면 좋겠다	17명
• 관람 동선의 표시선이 선명했으면 좋겠다	6명
• 전시물, 프로그램 등에 대한 안내 설명이 충분하면 좋겠다	5명
• 안내표지판이 마련되어 찾아오는데 불편하지 않았으면 한다	2명
• 안내 가이드가 전문성이 있었으면 좋겠다	1명

전시 부분	11명
• 전시 설명문 개선(설명문 글자 크기 확대/깔끔한 설치/정확한 표기/QR 코드와 전시물의 일치)	4명
• 관람 동선이 복잡하지 않았으면 한다	3명
• 오디오가 해설과 맞았으면 한다, 음성/음향 장비 기능 개선 필요하다	2명
• 전시실 조명이 밝았으면 한다	1명
• 전시물이 다양했으면 좋겠다	1명

시설 부분	40명
• 휴식공간이 확충되었으면 좋겠다	2명
• 시설이 좋아졌으면 좋겠다	1명
• 엘리베이터가 있었으면 좋겠다	1명

프로그램 부분	2명
• 아이들과 함께 하는 프로그램이 다양했으면 한다	1명
• 체험활동 프로그램이 다양했으면 좋겠다	1명

기타	1명
• 아이들의 소음이나 지나친 행동을 자제시켜 주면 좋겠다	1명

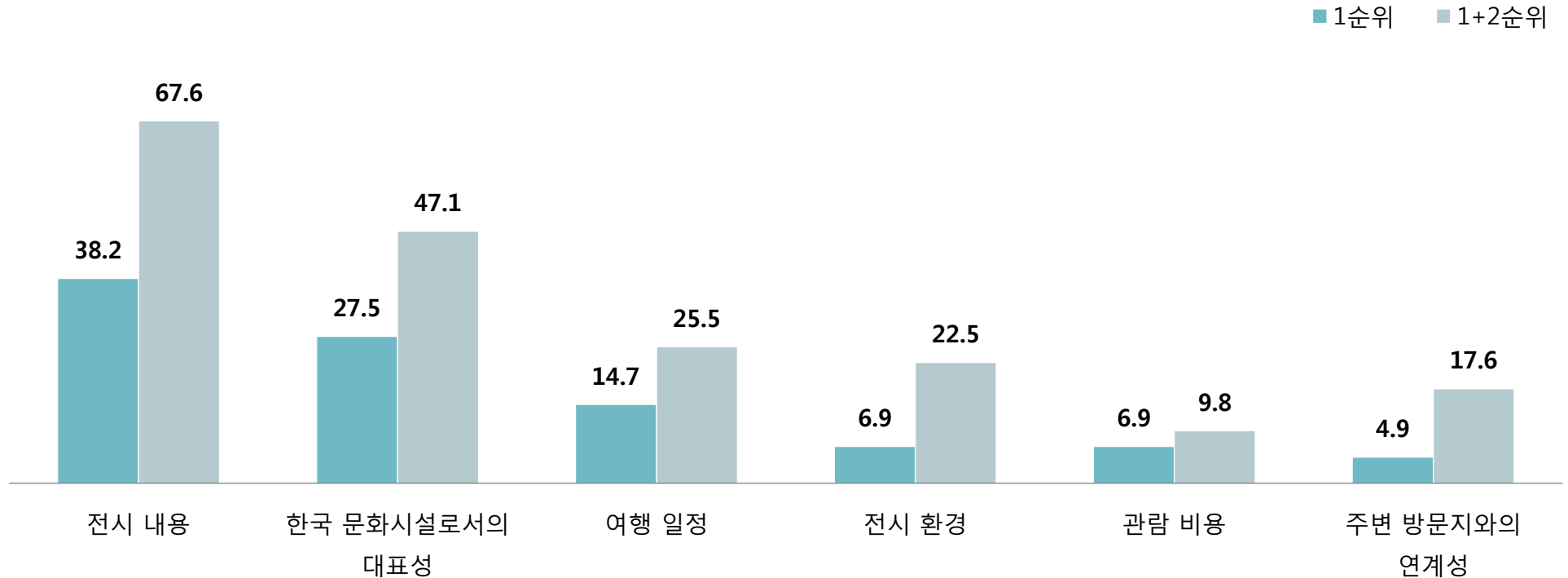
3. 박물관 방문 시 중요요인



- 외국인 고객은 '전시내용', '한국 문화시설로서의 대표성' 측면을 가장 중요하게 고려하고 있음

관람 중요 요인

(Base:102명, 단위:%, 복수응답)



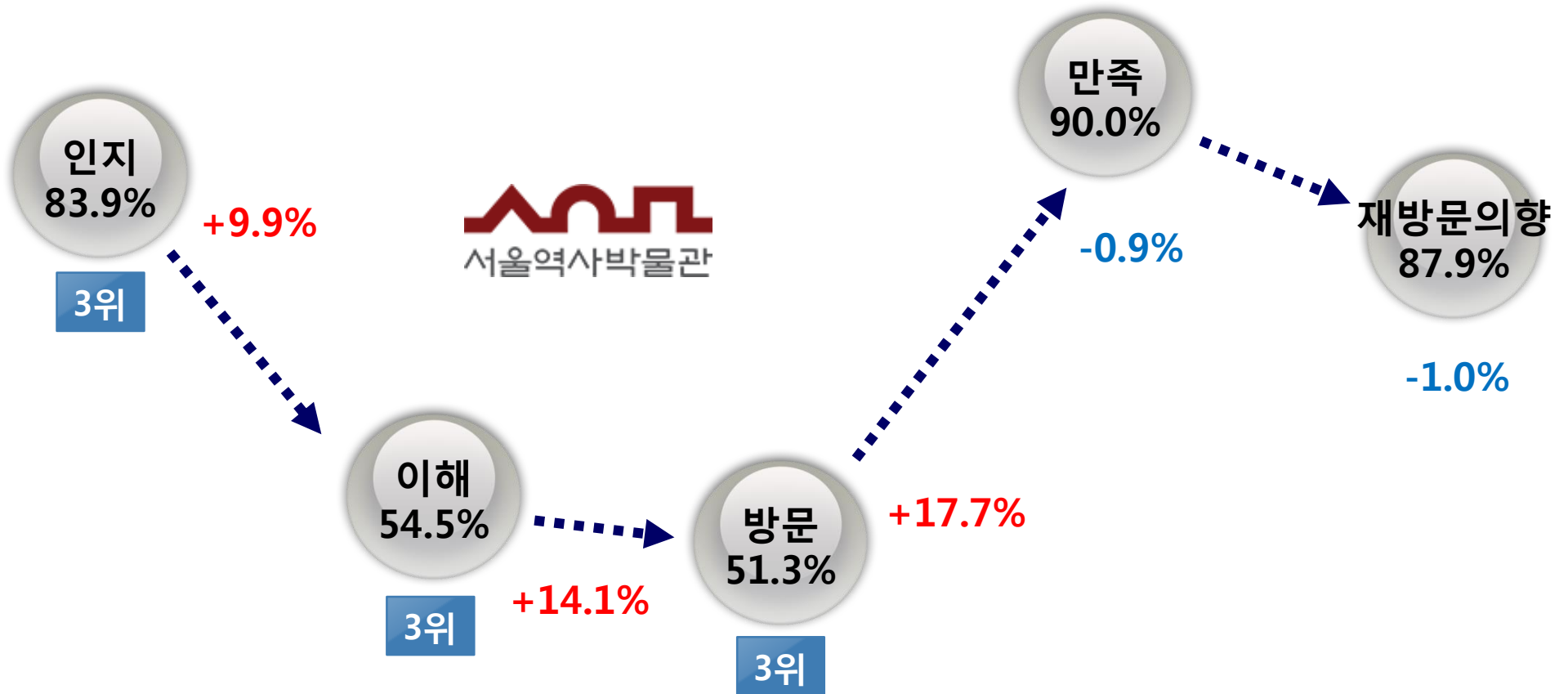


Part V.

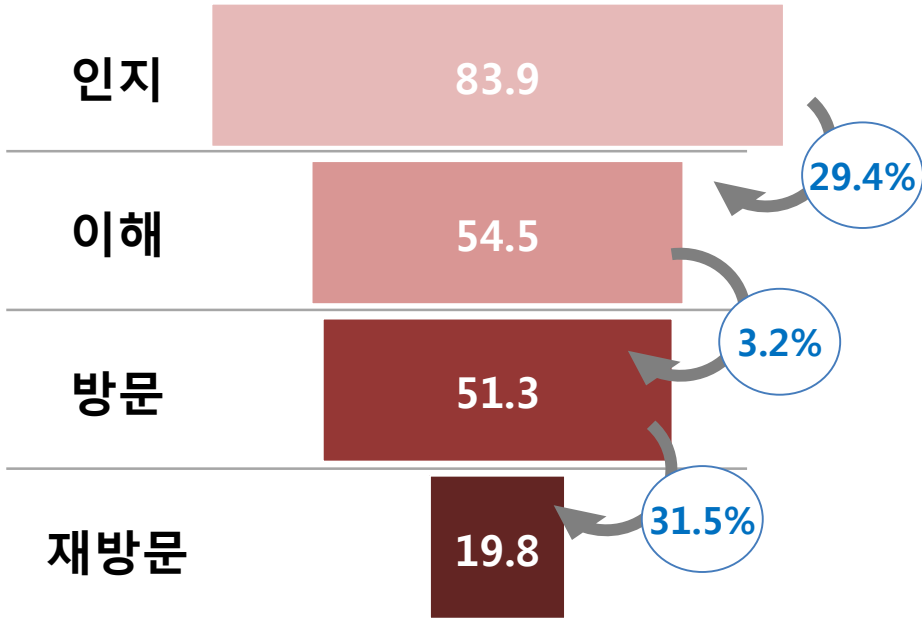
결론 및 제언

1. 시사점
2. 전략 제언

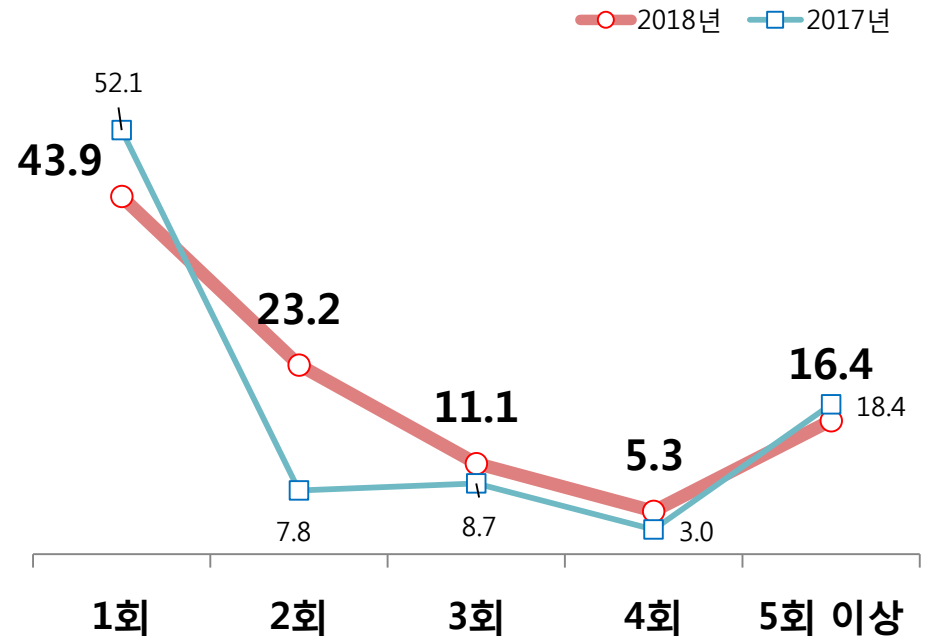
“서울역사박물관”은 전년도와 비교해 브랜드 위상이 상승.
고객만족도는 이미 높은 수준으로 성숙기에 접어든 것으로 판단됨.



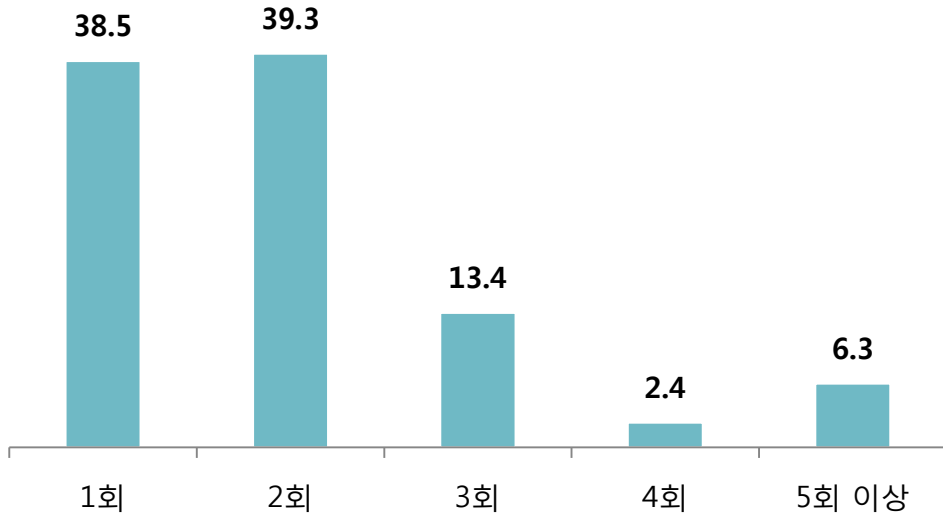
**“서울역사박물관”은 이해단계, 재방문단계에서 이탈이 다수 발생.
방문 고객이 증가하면서 재방문 유도의 중요성이 더 높아질 것으로 예상됨.**



관람객 방문 횟수



**3회 이상 방문자는 약 20%로 2회 이하 방문자가 대다수를 차지함.
재방문율을 높이기 위한 교육/문화행사/체험활동 프로그램 개발이 필요함**



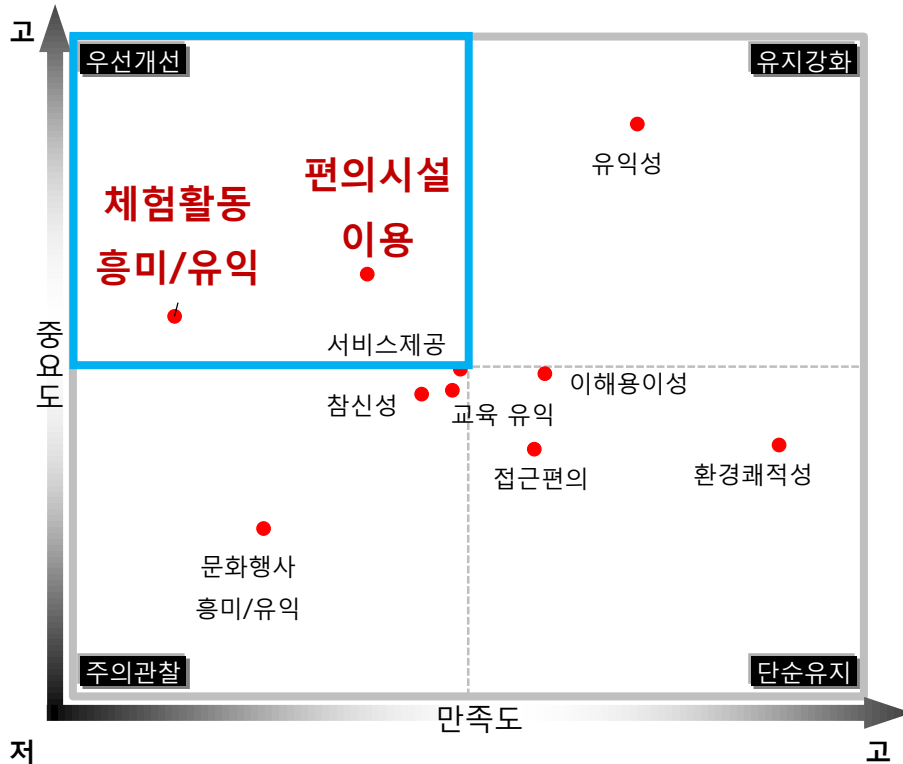
	방문 횟수		
	1회	2회	3회 이상
Base	(158)	(161)	(91)
전시관 관람	91.1	83.9	71.4
교육프로그램 참여	3.2	8.1	15.4
음악 및 문화행사 참여	2.5	6.2	6.6
체험활동 참여	2.5	1.9	5.5

2. 제언. 서비스 개선



관람고객의 서비스 개선을 위해서는 '편의시설 이용', '체험활동 흥미/유익'을 우선적으로 개선할 필요가 있고, 유익성은 지속적으로 유지강화가 필요

내국인 관람객



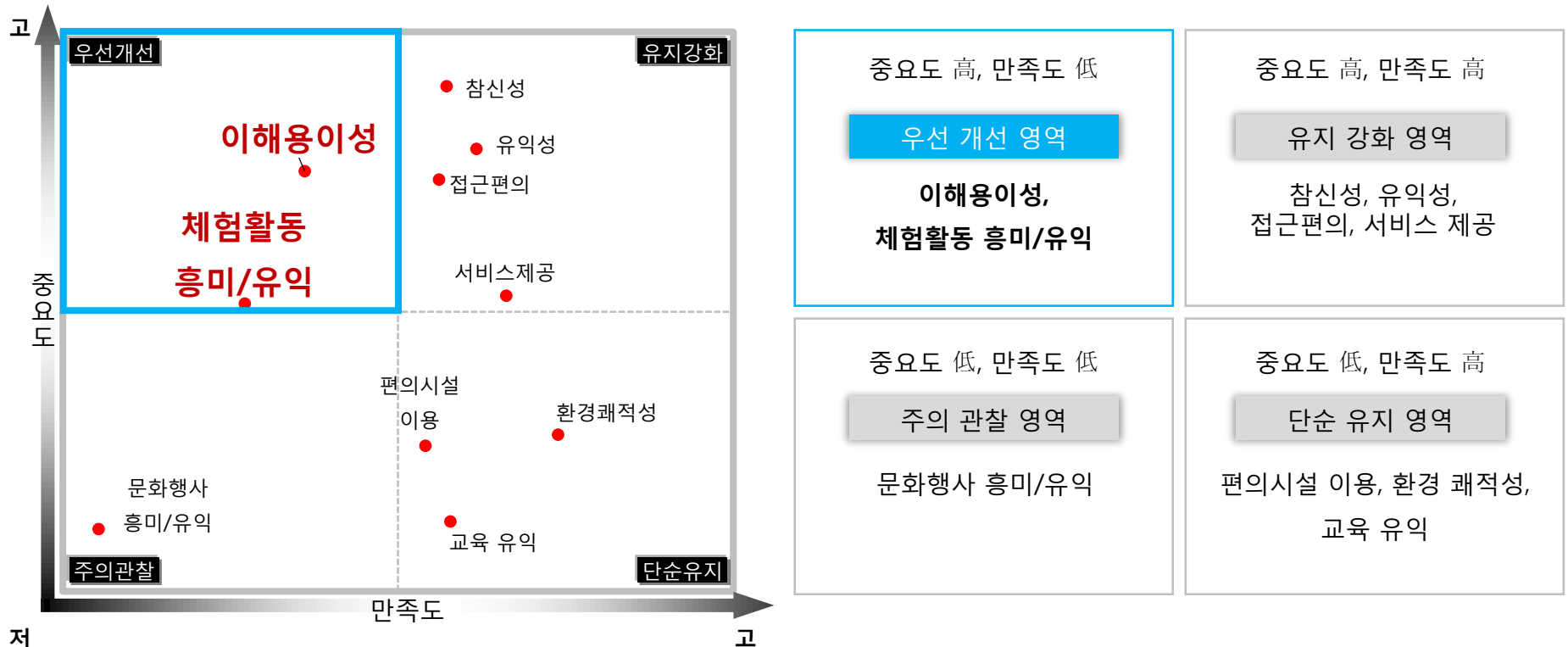
<p>중요도 高, 만족도 低</p> <p>우선 개선 영역</p> <p>체험활동 흥미/유익, 편의시설 이용</p>	<p>중요도 高, 만족도 高</p> <p>유지 강화 영역</p> <p>유익성</p>
<p>중요도 低, 만족도 低</p> <p>주의 관찰 영역</p> <p>참신성, 서비스 제공, 문화행사 흥미/유익, 교육 유익</p>	<p>중요도 低, 만족도 高</p> <p>단순 유지 영역</p> <p>이해용이성, 접근 편의, 환경 쾌적성</p>

2. 제언. 서비스 개선



외국인 관람객에 대한 서비스 개선을 위해서는 '이해용이성' 개선이 우선.
여러번 방문을 유도하기보다는 주변 지인에게 전파할 수 있도록 서비스 개선

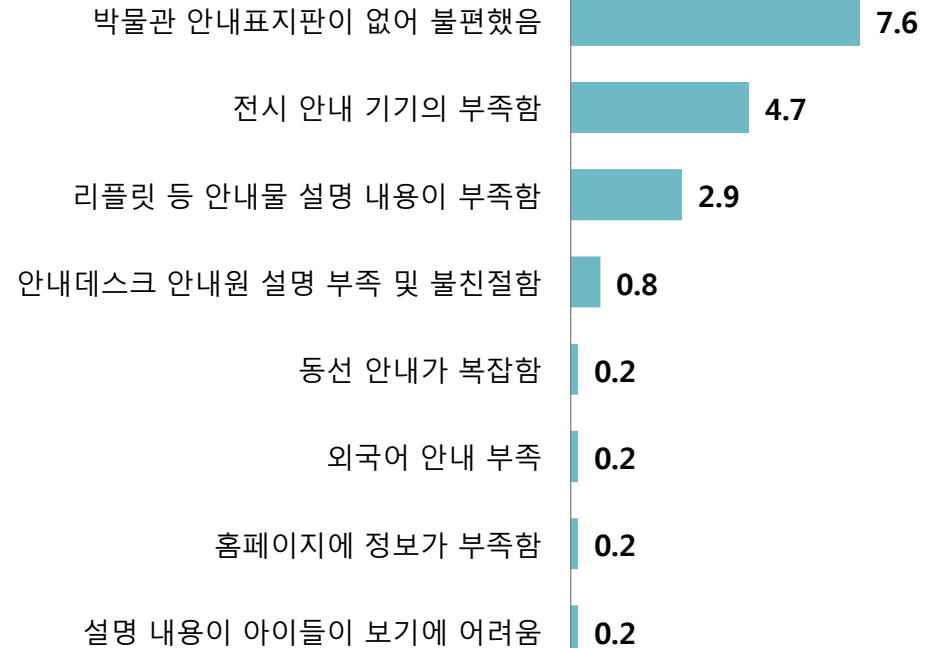
외국인 관람객



2. 제언. 서비스 개선

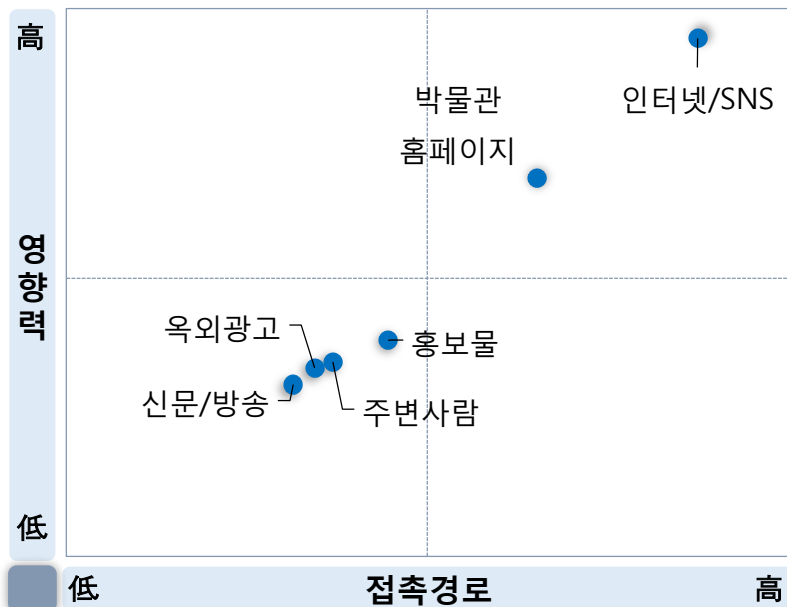


가장 많이 이용하는 교통수단 지하철, 인근 2곳의 지하철역에서 애매한 위치, 서울역사박물관으로 가는 길 중간 '눈에 잘 띄이는 안내표지' 설치 고려.



'서울역사박물관'은 이미 높은 수준의 인지도를 확보하고 있으나,
방문 경험 고객들의 재방문 유도를 위해서는 지속적인 커뮤니케이션이 필요

정보전달 매체



15. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까? (1개 선택 가능)

1. 10대	0.6% (6 / 1000명)
2. 20대	9.3% (93 / 1000명)
3. 30대	18.9% (189 / 1000명)
4. 40대	39.3% (393 / 1000명)
5. 50대	16% (160 / 1000명)
6. 60대	12.1% (121 / 1000명)
7. 70대 이상	3.8% (38 / 1000명)

*자료원: 홈페이지 만족도 설문 참여 결과



전 연령대가 온라인 매체 적극 활용

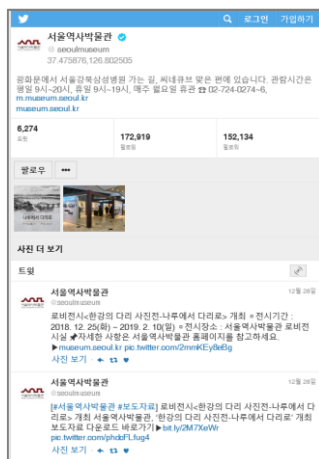
2. 제언. 커뮤니케이션 전략



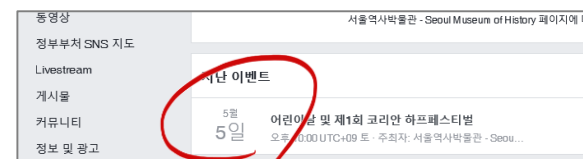
<홈페이지>



<트위터>



<페이스북>



서울역사박물관은 **현재** 정보전달 측면에서 다양한 정보를 신속하게 전달 **잘하고 있음**

그러나! 그 이상은 보이지 않는다.

고객들이 자주 찾아오고, 찾아온 고객들이 소문을 낼 수 있는 꺼리가 부족, 온라인 매체는 네트워크, 즉 확산에 강점이 있는데 그런 부분이 약함

2. 제언. 커뮤니케이션 전략

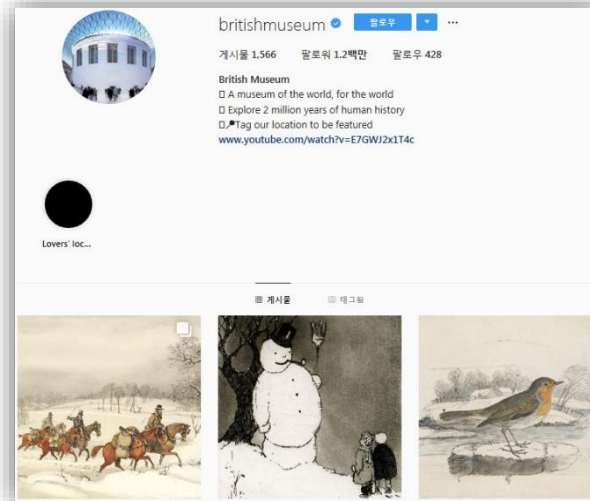


고객들이 지속적으로 '서울역사박물관'에 대해 관심을 갖을 수 있도록,
SNS를 활용해 고객 참여형 커뮤니케이션 활동을 강화해야 함

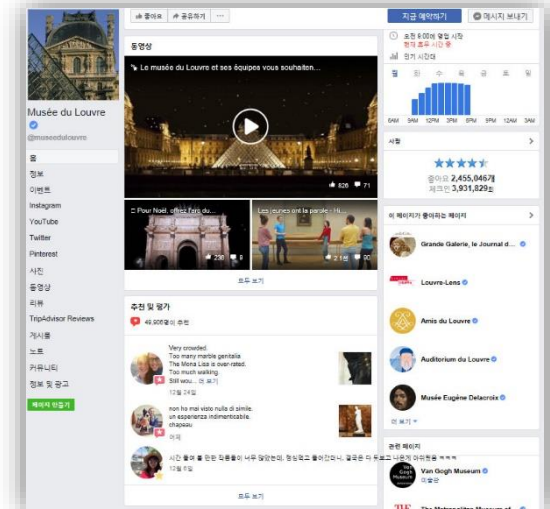
<국립중앙박물관>



<대영박물관>



<루브르박물관>



국내외 유명 박물관의 활발한 SNS 활용 및 고객 참여형 커뮤니케이션 활동



서울역사박물관
SEOUL MUSEUM OF HISTORY

감사합니다

