

2021년 국립중앙박물관 고객만족도 조사 보고서



2021년 11월



문화체육관광부
국립중앙박물관

CONTENTS

제 1장 조사 개요

1. 조사 배경 및 목적	1
2. 조사 설계	1
3. 조사 내용	3
4. 평가 모델 및 산출 방법	5
5. 조사 방법	6
6. 응답자 특성	7

제 2장 주요 조사 결과

1. 국립중앙박물관 종합만족도 추이	10
2. 고객 유형별 종합만족도 추이	11
3. 고객 유형별 세부 만족도 결과	12
4. 고객 유형별 개선 과제 발굴	13

제 3장 내국인 관람객 조사 결과

제1절 전시·서비스 만족도 평가 24

1. 내국인 관람객 종합만족도	24
2. 구성 요소별 결과	26
3. 세부 항목별 결과	34

제2절 관람객 방문 현황 40

1. 방문 목적	40
2. 동반 방문객	42
3. 방문 횟수	44
4. 정보 획득 경로	48
5. 사전 검색 정보	50
6. 방문계획 전시 프로그램	52

제3절 전시 관람 현황 54

1. 관람 전시 시설	54
2. 전시관 관람 시간	56
3. 전시해설 지원항목 및 만족도	58
4. 전시 관람 환경 만족도	64
5. 기억에 남는 전시 유물	66
6. 고객 VOC	67

제 4장 외국인 관람객 조사 결과

제1절 서비스 만족도 평가	72
1. 외국인 관람객 종합만족도	74
2. 구성 요소별 결과	76
3. 세부 항목별 결과	82
4. 외국어 서비스 만족도	88
제2절 관람객 방문 현황	90
1. 방문 목적	90
2. 방문 횟수	94
3. 방문 시 주된 교통 수단	98
4. 정보 획득 경로	100
5. 박물관 방문 시 중요 고려 사항	102
6. 방문계획 전시 프로그램	104
제3절 전시 관람 현황	106
1. 관람 전시 시설	106
2. 전시관 관람 시간	108
3. 전시해설 지원항목 및 만족도	110
4. 전시 관람 환경 만족도	116
5. 기억에 남는 전시 유물	118
6. 고객 VOC	119

제 5장 누리집 이용자 조사 결과

제1절 전시·서비스 만족도 평가	122
1. 누리집 이용자 종합만족도	122
2. 차원 만족도	124
3. 요소 만족도	125
4. 지속 이용 및 추천 의향	129
제2절 누리집 이용자 방문 현황	130
1. 방문 경로	130
2. 방문 목적	131
3. 방문 빈도	133
4. 회원 및 메일링서비스 가입 여부	134
제3절 누리집 이용 현황	135
1. 메뉴 이용 경험 및 만족도	134
2. 누리집 개선 및 강화 부분	137
3. 고객 VOC	138

부록. 설문지

제1장. 조사 개요

1. 조사 배경 및 목적

- 본 조사는 국립중앙박물관 관람객 및 홈페이지 이용자를 대상으로 분야별 만족·불만족 요인을 파악함으로써 서비스 품질 향상을 위한 개선방안 도출, 만족도 제고를 목표로 실시되었으며, 관람객 특성, 이용 행태, 관람수요 분석을 통하여 관람객 유인 전략 수립 등 실질적 정책 수립의 근거 확보를 목표로 함
- 이러한 조사 목적에 따라,
 - 1) 내국인 관람객 이용자 만족도 조사, 2) 외국인 관람객 이용자 만족도 조사, 3) 누리집 이용자 만족도 조사를 실시하였음
 - ※ 조사 진행 시기에 코로나19로 인한 사회적 거리두기 조치로 인해 전시 해설 및 내국인 단체 해설이 중단됨에 따라 4) 전시해설 이용자, 5) 내국인 단체 해설자 조사는 제외됨

2. 조사 설계

1) 내국인 관람객 만족도 조사 설계

구 분	세 부 사 항
조사 대상	▪ 국립중앙박물관 내국인 관람객
조사 방법	▪ 구조화된 설문지를 이용한 현장 면접 조사 및 온라인 조사 병행
조사 규모	▪ 900명 - 1차: 439명, 2차: 461명 - 현장: 625명, 온라인: 275명
표본 추출 방법	▪ 계통추출법(매 K번째에 해당하는 추출 단위를 뽑는 추출법)
표본 오차	▪ 95% 신뢰수준에서 $\pm 3.27\%p$
조사 기간	▪ 1차: 2021년 6월 23일 ~ 6월 27일 ▪ 2차: 2021년 10월 13일 ~ 10월 17일
조사 기관	▪ 효성ITX(주)

2) 외국인 관람객 만족도 조사 설계

구 분	세 부 사 항
조사 대상	▪ 국립중앙박물관 외국인 관람객
조사 방법	▪ 구조화된 설문지를 이용한 현장 면접 조사
조사 규모	▪ 220명 - 1차: 100명, 2차: 120명
표본 추출 방법	▪ 계통추출법(매 K번째에 해당하는 추출 단위를 뽑는 추출법)
표본 오차	▪ 95% 신뢰수준에서 $\pm 6.20\%p$
조사 기간	▪ 1차: 2021년 6월 23일 ~ 6월 27일 ▪ 2차: 2021년 10월 13일 ~ 10월 17일, 10월 22일 ~ 10월 24일
조사 기관	▪ 효성ITX(주)

3) 누리집 이용자 만족도 조사 설계

구 분	세 부 사 항
조사 대상	▪ 국립중앙박물관 누리집(홈페이지) 이용자
조사 방법	▪ 국립중앙박물관 배너를 이용한 온라인 조사
조사 규모	▪ 1,000명 - 1차: 409명, 2차: 591명
표본 오차	▪ 95% 신뢰수준에서 $\pm 3.20\%p$
조사 기간	▪ 1차: 2021년 6월 17일 ~ 6월 30일 ▪ 2차: 2021년 10월 13일 ~ 10월 26일
조사 기관	▪ 효성ITX(주)

3. 조사 내용

1) 만족도 문항

- 만족도 문항은 문화체육관광부 고객만족도조사(PCSI) 표준안을 준용하여 국립중앙박물관에 부합하도록 조정함

요인	차원	요소	정의
선행 품질 요인	서비스 내용 품질	편의성	▪ 기관의 서비스가 고객에게 제공하는 혜택 및 가치의 정도와 적정성
		전문성	▪ 서비스 상품을 제공하기 위한 능력의 보유 정도
		혁신성	▪ 고객을 위한 새로운 아이디어 또는 프로그램의 기획 정도
	서비스 전달 품질	대응성	▪ 고객을 응대하는 직원 및 시스템 또는 절차의 수준
		지원성	▪ 서비스에 대한 정보 제공 활동 및 서비스 사후 관리의 정도
		공감성	▪ 고객을 이해하고 배려하는 정서적 태도 및 행동의 정도
	서비스 환경 품질	쾌적성	▪ 서비스 제공 환경과 시설의 쾌적하고 청결한 정도
		편리성	▪ 서비스 제공 환경과 시설의 편리한 정도
		심미성	▪ 서비스 환경과 온라인, 오프라인 시설의 아름답고 단정한 정도
	서비스 사회 품질	청렴성	▪ 업무 처리의 투명성, 도덕성 및 공정성의 정도
		공익성	▪ 기관의 본질적인 역할이 공공의 이익에 도움이 되는 정도
		안전성	▪ 기관의 서비스가 이용 안전에 대응하는 정도
만족 요인	전반적 만족	절대적 만족	▪ 기관의 서비스를 이용하고 난 후의 전반적인 만족도
		상대적 만족	▪ 기관의 서비스에 대한 이용자의 기대 대비 결과 및 투입 대비 결과 만족도
		감정적 만족	▪ 기관 서비스를 이용한 후 느끼는 이용자의 감정적인 만족도
성과 요인	기관성과	재관람 의향	▪ 기관의 서비스를 이용한 후 재이용 의향
		추천 의향	▪ 기관의 서비스를 이용한 후 주변 사람들에게 추천 의향
	사회성과	국민 행복	▪ 기관의 서비스가 국민의 삶의 질 향상에 기여하는 정도
		국가 발전	▪ 기관의 서비스가 해당 영역 진흥 및 육성에 기여하는 정도

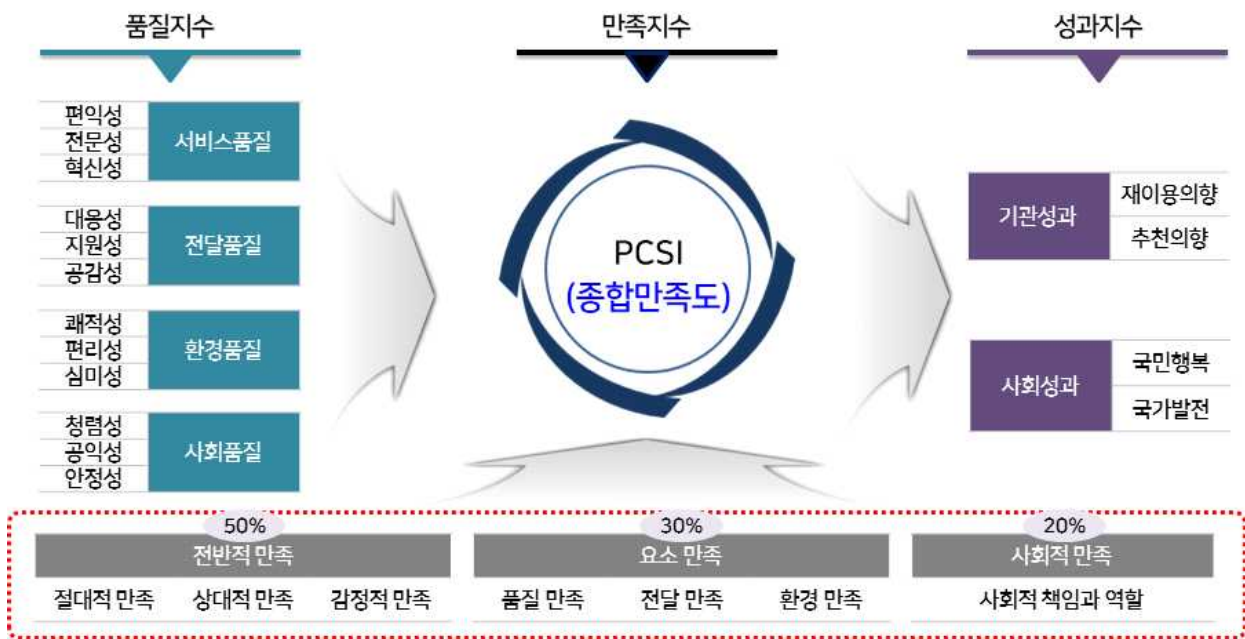
2) 고객 특성 및 이용 현황

차원	요소	정의
내국인	관람객 방문 현황	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 내국인 관람객 배경 정보 ▪ 방문 목적 ▪ 동반 방문객 ▪ 방문 횟수 ▪ 정보 획득 경로 ▪ 사전 검색 정보 ▪ 방문계획 전시 프로그램
	전시 관람 현황	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 관람 전시 시설 ▪ 전시관 관람 시간 ▪ 전시해설 지원항목 및 만족도 ▪ 전시 관람 환경 만족도 ▪ 기억에 남는 전시 유물 ▪ 개선 의견
외국인	관람객 방문 현황	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 외국인 관람객 배경 정보 ▪ 방문 목적 ▪ 방문 횟수 ▪ 정보 획득 경로 ▪ 박물관 방문 시 중요 고려 사항 ▪ 방문계획 전시 프로그램
	전시 관람 현황	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 관람 전시 시설 ▪ 전시관 관람 시간 ▪ 전시해설 지원항목 및 만족도 ▪ 전시 관람 환경 만족도 ▪ 기억에 남는 전시 유물 ▪ 개선 의견
누리집	이용자 방문 현황	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 누리집 이용자 배경 정보 ▪ 방문 목적 ▪ 방문 횟수 ▪ 직접 방문 경험 ▪ 누리집 회원 여부
	누리집 이용 현황	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 누리집 메뉴 이용 경험 ▪ 누리집 메뉴 이용 만족도 ▪ 누리집 홈페이지 개선 방향 ▪ 개선 의견

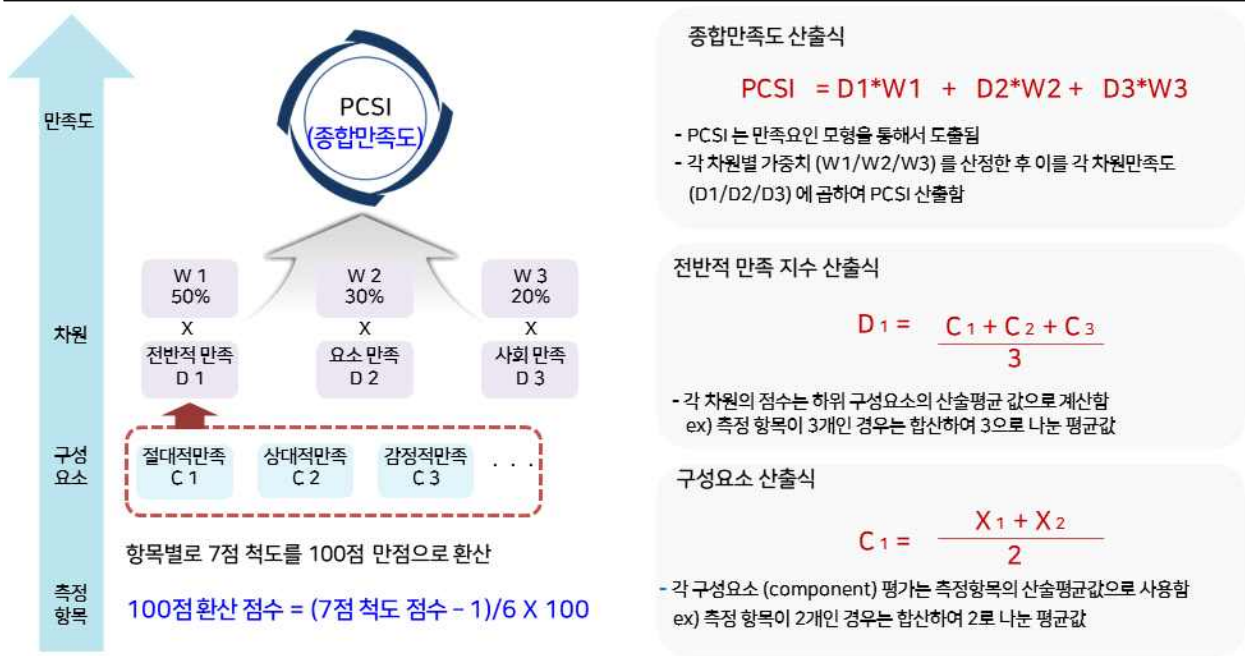
4. 평가 모델 및 산출 방법

1) 만족도 평가 모델(PCSI)

○ PCSI 평가모델은 품질지수, 만족지수, 성과지수의 3개 모형으로 구성됨



2) 산출 방법



5. 조사 방법

1) 내·외국인 관람객 만족도 조사

- 객관적 조사를 위해 요일/시간별 표본설계에 따라 출구에서 체계적 표집(Systematic Sampling)을 실시하여 조사 표본 선정
- 박물관 건물 내 방문자 통행에 지장을 초래하지 않는 중앙 출입구(으뜸홀)를 조사 지점으로 선정하여 조사 부스 설치
- 설문 장소에 장소 안내판 설치 및 응답자가 편히 앉아서 응답할 수 있는 조사 부스 설치
- 전문 면접원이 구조화된 질문지를 이용하여 개별 면접 진행



2) 자료 처리 방법

- 최종 조사된 유효 표본을 대상으로 기록상의 오류 및 누락검증을 확인하는 에디팅(Editing) 과정을 거치며, 전체적인 데이터는 입력 자료의 오류를 검색하는 데이터 검증(Data Cleaning) 과정을 거쳐 전체 8,541표본 중 98표본을 제외하여, 총 8,443 표본이 분석에 활용됨
- 데이터의 분석 처리는 사회과학 전문통계 프로그램인 SPSS(Statistics Package for Social Science)을 이용하여 통계 분석을 실시함

6. 응답자 특성

1) 내외국인 관람객

구 분		내국인		외국인	
		사례수(명)	비율(%)	사례수(명)	비율(%)
전체		(900)	100.0	(220)	100.0
구분	현장	(621)	69.0	-	-
	온라인	(279)	31.0	-	-
차수	1차	(439)	48.8	(100)	45.5
	2차	(461)	51.2	(120)	54.5
성별	남성	(268)	29.8	(94)	42.7
	여성	(632)	70.2	(126)	57.3
연령	20대 이하	(270)	30.0	(139)	63.8
	30대	(175)	19.4	(40)	18.3
	40대	(252)	28.0	(24)	11.0
	50대 이상	(203)	22.6	(15)	6.9
방문목적	문화적 체험	(351)	39.0	-	-
	지식/교육	(280)	31.1	-	-
	여가/휴식	(243)	27.0	-	-
	단체/기타	(26)	2.9	-	-
국적	아시아	-	-	(27)	12.3
	미국	-	-	(93)	42.3
	유럽	-	-	(78)	35.5
	기타	-	-	(22)	10.0
방문빈도	1회	(170)	18.9	(160)	72.7
	2~3회	(300)	33.3	(45)	20.5
	4회 이상	(430)	47.8	(15)	6.8

2) 누리집 이용자

구 분		내국인	
		사례수(명)	비율(%)
전체		(1000)	100.0
성별	남성	(209)	20.9
	여성	(791)	79.1
연령	20대 이하	(160)	16.0
	30대	(321)	32.1
	40대	(393)	39.3
	50대 이상	(126)	12.6
방문빈도	주 1회 이상	(243)	24.3
	월 2~3회	(260)	26.0
	월 1회	(189)	18.9
	월 1회 미만	(308)	30.8
회원여부	회원	(782)	78.2
	비회원	(218)	21.8

제2장. 주요 조사 결과

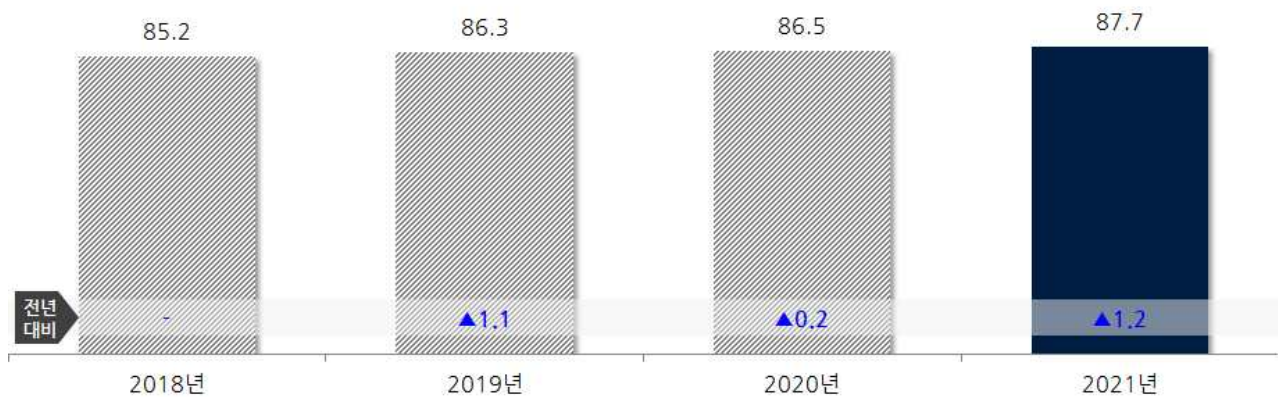
1. 국립중앙박물관 종합만족도 추이

2021년 국립중앙박물관 종합만족도는 87.7점

- 2021년 국립중앙박물관 종합만족도는 87.7점으로 2020년 대비 +1.2점 향상된 것으로 조사됨
 - 2020년 종합만족도는 PCSI 2.0 기준으로 산출되었으나, 박물관에 적합하지 않는 문항 구성이라는 의견이 수렴되어 국립중앙박물관 및 수행기관과의 협의를 통해 2021년 종합만족도는 이전 방식인 PCSI 1.0 기준으로 산출함
- 2021년 종합만족도는 코로나19로 인한 사회적 거리두기 시행으로 내국인 단체 인솔자, 전시해설 이용자 조사가 실시되지 못하여 종합만족도 시계열 분석의 주의가 필요함

<그림 2-1> 국립중앙박물관 종합만족도 추이

(단위 : 점)



*2021년 국립중앙박물관 종합만족도 = [(내국인 관람객*0.85)+(외국인 관람객*0.15)]*0.8 + (누리집 이용자*0.2)

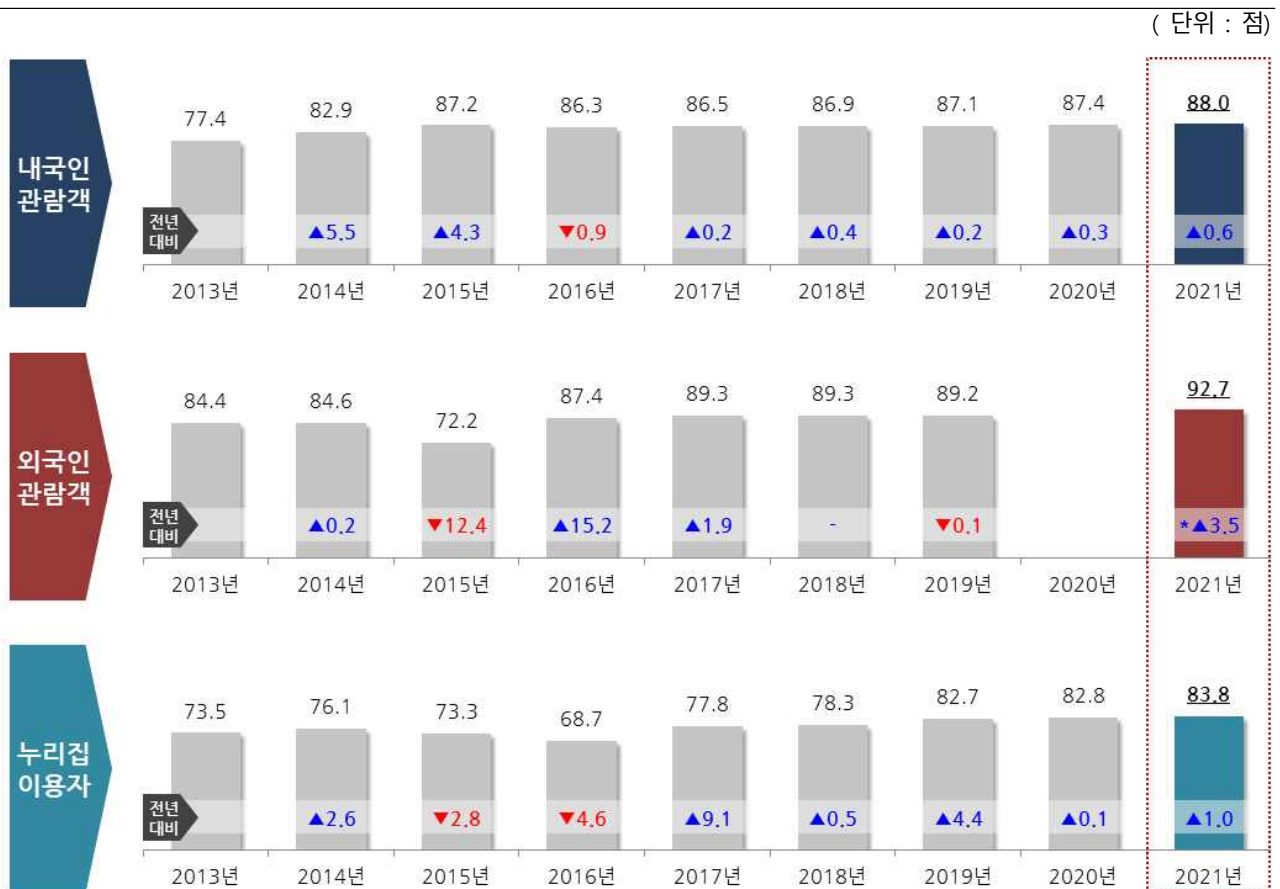
*2021년 코로나19로 인한 사회적 거리두기 시행으로 내국인 단체 인솔자, 전시해설 이용자 유형이 제외됨

2. 고객 유형별 종합만족도 추이

코로나19로 인한 이용 제약에도 불구하고
내국인 관람객, 외국인 관람객, 누리집 이용자
모두 이전 조사 대비 만족도가 향상된 긍정적 결과임

- 2021년 내국인 관람객 만족도는 88.0점으로 2020년 87.4점 대비 +0.6점 향상되었으며, 내국인 관람객 만족도는 2016년 이후 5년 연속 향상됨
- 2021년 외국인 관람객 만족도는 92.7점으로 2019년 89.2점 대비 +3.5점 향상됨
- 2020년도는 코로나19로 인해 외국인 관람객 조사가 실시되지 않음
- 2021년 누리집 이용자 만족도는 83.8점으로 2020년 82.8점 대비 +1.0점 향상되었으며, 누리집 이용자 만족도는 2016년 이후 5년 연속 향상됨

<그림 2-2> 고객 유형별 종합만족도 추이



*2020년에는 코로나19로 인해 외국인 관람객 조사 유형이 제외됨

**2021년 코로나19로 인한 사회적 거리두기 시행으로 내국인 단체 인솔자, 전시해설 이용자 유형이 제외됨

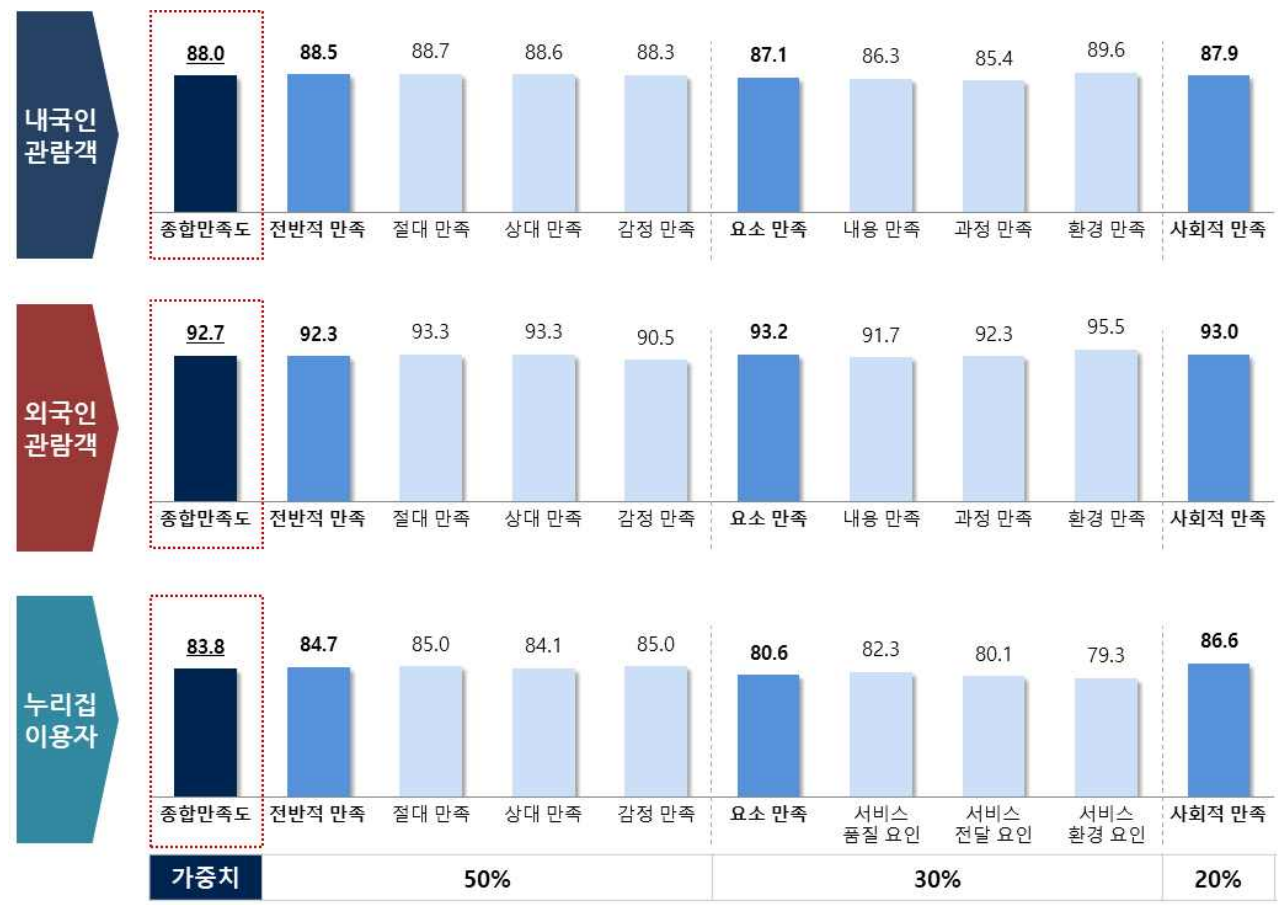
3. 고객 유형별 세부 만족도 결과

고객 유형별로 각각 내국인 관람객은 [전반적 만족], 외국인 관람객은 [요소 만족], 누리집 이용자는 [사회적 만족]이 가장 높음

- 2021년 내국인 관람객 만족요인은 [전반적 만족](88.5점), [사회적 만족](87.9점), [요소 만족](87.1점) 순임
- 외국인 관람객은 [요소 만족](93.2점), [사회적 만족](93.0점), [전반적 만족](92.3점) 순으로 나타남
- 누리집 이용자는 [사회적 만족](86.6점), [전반적 만족](84.7점), [요소 만족](80.6점) 순임

<그림 2-3> 고객 유형별 세부 만족도 결과

(단위 : 점)



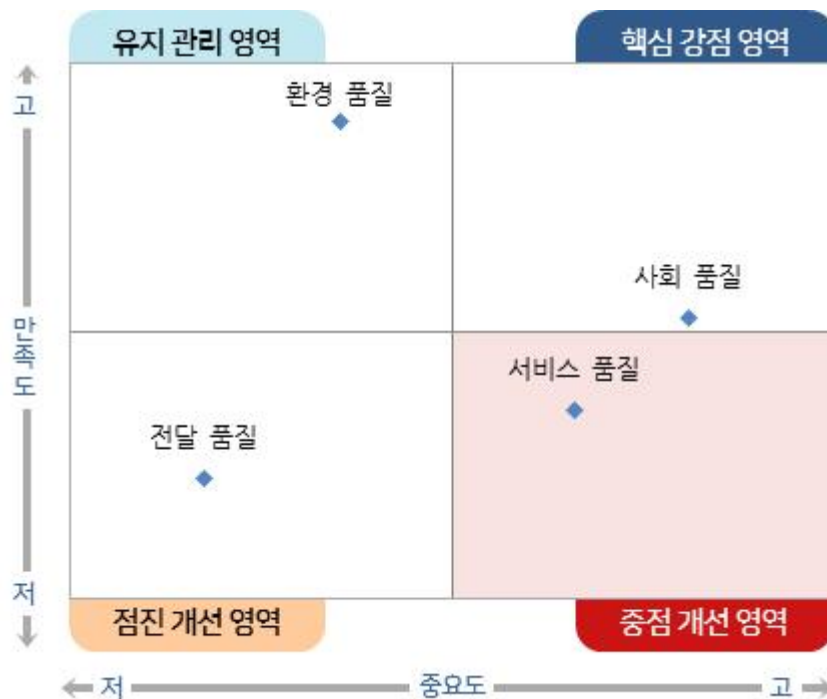
4. 고객 유형별 개선 과제 발굴

1) 내국인 관람객

① 전체 IPA¹⁾ 분석

- 내국인 관람객의 만족도-중요도 IPA 분석 결과 중요도가 높은 반면, 만족도가 낮은 중점개선영역으로 [서비스 품질]이 도출됨
- 중요도, 만족도가 모두 높은 핵심강점영역으로 [사회 품질]이 도출됨
- 각각 유지관리영역은 [환경 품질], 점진개선영역은 [전달 품질]이 도출됨

<그림 2-4> 내국인 관람객 전체 IPA 분석



※ 중요도 : 내국인 관람객 전반적 만족도에 대한 개별 선행품질요인의 영향력을 상관분석으로 도출

※ 만족도 : 각 차원의 전반적 만족도

1) 우선개선 영역 분석(IPA 분석)

- 중점개선영역 : 중요도는 높으나, 만족도가 낮은 영역으로 향후 만족도 향상을 위해 중점적인 개선이 필요
- 점진개선영역 : 중요도와 만족도가 모두 낮은 영역으로 향후 만족도 향상을 위해 점진적인 개선이 필요
- 핵심강점영역 : 중요도와 만족도가 모두 높은 영역으로 향후 만족도 향상을 위해 유지강화가 필요
- 지속유지영역 : 중요도는 낮으나, 만족도가 높은 영역으로 향후 만족도 향상을 위해 현 수준 유지가 필요

② 차원별 IPA 분석

- 품질지수를 구성하는 각 차원들에 대하여 IPA 분석을 실시한 결과
중점개선영역으로 [서비스 품질]의 '전시내용 설명 명료성', '전시내용 디자인 참신/독창성', [환경 품질]의 '전시 배치 및 구성 적절성' 항목이 도출되어 우선적인 개선이 필요함
- [전달 품질]은 중점개선영역에 해당되는 문항들이 없는 것으로 조사됨
- 핵심강점영역으로 [서비스 품질]의 '전시내용 유용성', '전시내용 다양성', [전달 품질]의 '직원의 응대 친절성', [환경 품질]의 '외관 및 인테리어', [사회 품질]의 '관람객의 안전을 위한 시설 구비'가 도출됨

<그림 2-5> 내국인 관람객 차원별 IPA 분석



※ 중요도 : 각 차원별 전반적 만족도에 대한 개별 선행품질요인의 영향력을 상관분석으로 도출

※ 만족도 : 각 차원의 항목별 만족도

③ 관람객 이용행태

- 내국인 관람객의 방문 목적은 문화적 체험을 위해(65.8%)가 과반 이상인 것으로 조사됨
- 내국인 관람객의 정보획득 경로는 인터넷 게시물(41.1%), 박물관 누리집이나 뉴스레터(40.7%), SNS(20.0%) 등의 온라인상의 경로를 통해 주로 이루어짐
- 사전 검색 정보는 기획·특별전시 내용(60.3%)과 상설전시 내용(56.0%)임
- 전시해설 지원항목에 대해 전시 안내 인쇄물(리플릿)(이용률 69.6%, 만족도 83.4점), 전시관 상영 영상물(AR, VR)(이용률 54.6%, 만족도 85.7점)의 이용률 및 만족도가 상대적으로 높은 반면, 전시 안내 로봇 큐아이에 대한 이용률(28.0%)과 만족도(75.9점)가 상대적으로 낮음
- 관람 전시실은 1층의 '선사/고대관' 53.3%, '중/근세관' 44.3%의 관람 비율이 높음

<그림 2-6> 내국인 관람객 이용행태

방문 목적 (1+2순위)	문화적 체험을 위해	여가, 휴식을 위해	가족, 지인과 시간을 보내기 위해	자녀 교육을 위해	지식이나 정보를 얻기 위해	숙제/ 과제를 위해	학교 또는 기관의 단체 관람	기타
	65.8	30.0	26.2	26.2	22.4	7.1	3.8	0.4

정보획득 경로 (1+2순위)	인터넷 게시물 (카페, 블로그 등)	박물관 누리집 (홈페이지)나 뉴스레터	SNS (페이스북, 트위터, 인스타 그램 등)	포털 등 인터넷 뉴스	주변 사람의 소개	정보를 찾아보지 않음	학교 등 소속 기관 안내	기타
	41.1	40.7	20.0	18.8	14.2	13.0	9.1	12.8

사전검색 정보 (%)	기획·특별전시 내용	상설전시 내용	박물관 위치, 교통관련 정보	교육·체험 프로그램	기타
	60.3	56.0	37.1	25.5	12.6

전시해설 지원항목 이용 및 만족도 (%/점)	전시 안내 인쇄물 (리플릿)		전시안내 앱 서비스 (개인 모바일)		전시관 상영 영상물 (AR, VR)		박물관 활동지		전시안내 로봇 큐아이	
	이용률(%)	만족도(점)	이용률(%)	만족도(점)	이용률(%)	만족도(점)	이용률(%)	만족도(점)	이용률(%)	만족도(점)
	69.6	83.4	36.4	81.6	54.6	85.7	41.8	80.6	28.0	75.9

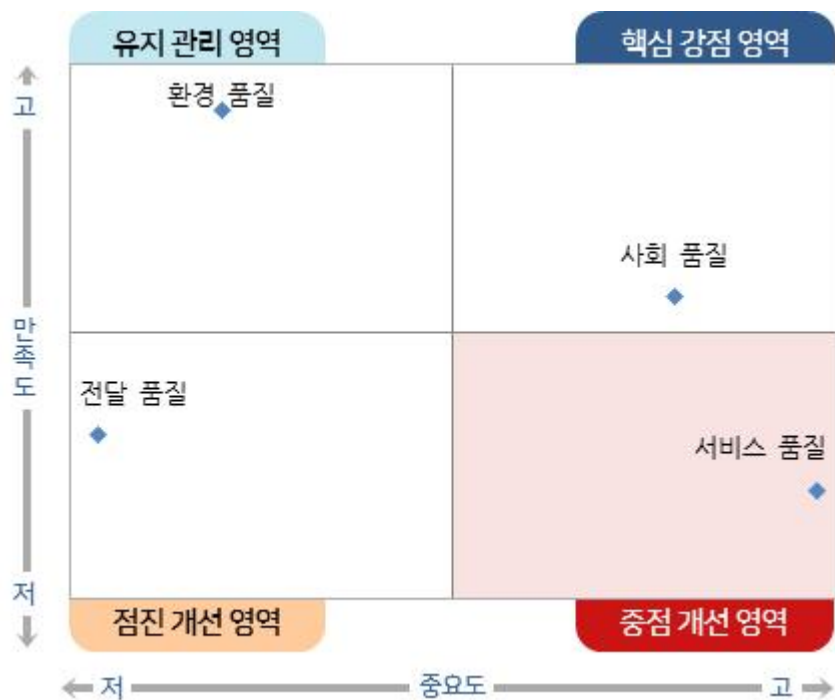
관람 전시실 (%)	선사/ 고대관	중/근 세관	특별 전시실	세계 문화관	조각/ 공예관	서화관	기증관	디지털 실감 영상관 1	기획 전시실	경천사 십층 석탑	어린이 박물관	디지털 실감 영상관 3	야외 전시실	디지털 실감 영상관 2
	53.3	44.3	35.7	35.6	31.1	29.8	23.3	23.3	20.4	19.8	18.7	17.2	17.2	14.6

2) 외국인 관람객

① 전체 IPA 분석

- 외국인 관람객의 만족도-중요도 IPA 분석 결과 중요도가 높은 반면, 만족도가 낮은 중점개선영역으로 [서비스 품질]이 도출됨
- 중요도, 만족도가 모두 높은 핵심강점영역으로 [사회 품질]이 도출됨
- 각각 유지관리영역은 [환경 품질], 점진개선영역은 [전달 품질]이 도출됨
 - 외국인 관람객의 전체 IPA는 내국인 관람객과 동일하게 포지셔닝 됨

<그림 2-8> 외국인 관람객 전체 IPA 분석



※ 중요도 : 외국인 관람객 전반적 만족도에 대한 개별 선행품질요인의 영향력을 상관분석으로 도출

※ 만족도 : 각 차원의 전반적 만족도

② 차원별 IPA 분석

- 외국인 관람객의 품질지수를 구성하는 각 차원들에 대하여 IPA 분석을 실시한 결과 중점개선영역으로 [서비스 품질]의 '전시내용 디자인 참신/독창성', [전달 품질]의 '관람객 요구 신속 대응성', '관람 정보 수집 용이성', '전시자료의 적절한 비치' [환경 품질]의 '전시 배치 및 구성 적절성' 항목이 도출되어 우선적인 개선이 필요함
- [사회 품질]은 중점개선영역에 해당되는 문항들이 없는 것으로 조사됨
- 핵심강점영역으로 [서비스 품질]의 '전시내용 다양성', [전달 품질]의 '직원의 응대 친절성', [환경 품질]의 '전시 환경 쾌적성', [사회 품질]의 '중앙박물관의 전시가 한국의 문화를 알리는데 기여', '관람객의 안전을 위한 시설 구비'가 도출됨

<그림 2-9> 외국인 관람객 차원별 IPA 분석



※ 중요도 : 각 차원별 전반적 만족도에 대한 개별 선행품질요인의 영향력을 상관분석으로 도출

※ 만족도 : 각 차원의 항목별 만족도

③ 관람객 이용행태

- 외국인 관람객의 방문 목적은 한국 역사와 전통문화에 대한 호기심(49.1%), 전시나 한국 문화재를 보기 위해서(36.8%)가 대부분을 차지함
- 내국인 관람객의 정보획득 경로는 국립중앙박물관 웹사이트(36.4%), 주변 사람 소개 및 추천(28.2%) 순임
- 방문 시 고려 요소는 한국을 대표하는 박물관이라서(34.1%)가 가장 높음
- 외국어서비스에 대해 전반적으로 만족(88.3점)한다는 의견이며 편의 시설 안내(88.0점)에 대한 만족도가 가장 높으며, 전시실 내 작품설명(84.2점)은 상대적으로 낮음
- 전시해설 지원항목에 대해 전시 안내 인쇄물(리플릿)(이용률 61.4%, 만족도 92.6점), 전시관 상영 영상물(AR, VR)(이용률 48.2%, 만족도 93.1점)의 이용률 및 만족도가 상대적으로 높음
- 관람 전시실은 내국인과 동일하게 1층의 '선사/고대관' 73.6%, '중/근세관' 69.1%의 관람 비율이 높음

<그림 2-10> 외국인 관람객 이용행태

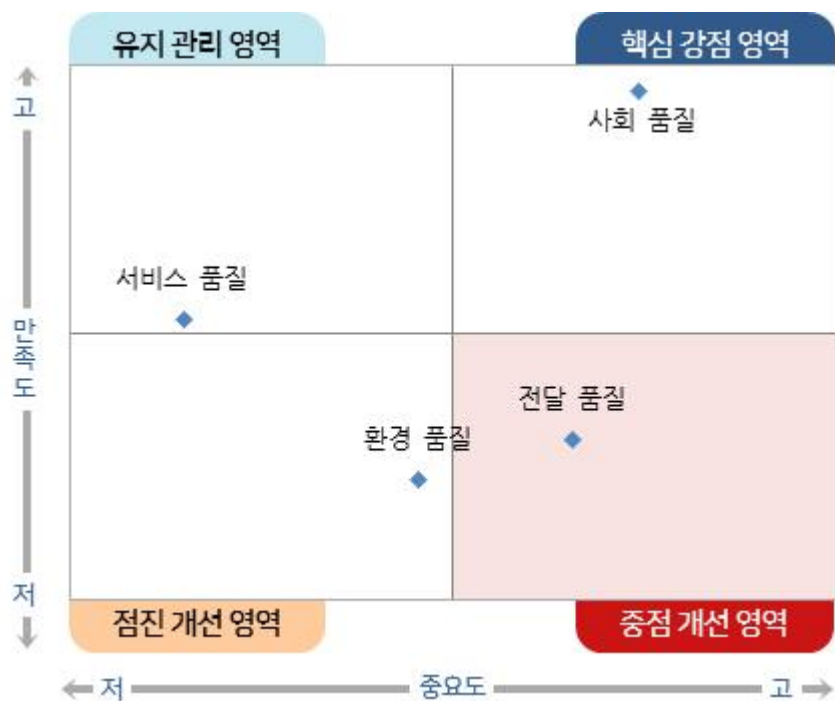
방문 목적 (1+2순위 %)	한국 역사와 전통문화에 대한 호기심	전시나 한국 문화재를 보기 위해서	여가생활, 휴식, 힐링을 위해서	학문, 연구를 위한 전문적 관심	편의시설(카페, 식당, 뮤지엄숍) 이용을 위해서	기타							
	49.1	36.8	9.5	3.2	0.5	0.9							
정보획득 경로 (1+2순위 %)	국립중앙박물관 웹사이트 (홈페이지)	주변 사람 소개 및 추천	VISIT SEOUL 웹사이트 & SNS(서울시 관광)	VISIT KOREA 웹사이트 & SNS(한국관광 공사)	국립중앙박물관 SNS(페이스북, 유튜브)	여행/관광 관련 사이트 (PC&모바일, tripadvisor 등)	여행 안내책	기타					
	36.4	28.2	5.9	5.9	4.5	4.5	2.7	7.7					
방문 시 고려 요소 (%)	한국을 대표하는 박물관이라서	전시 및 행사 내용	여행 일정	주변 방문지와의 연계성	편의시설 및 서비 스(전시해설 등)	관람 비용	기타						
	34.1	21.8	20.0	12.3	7.3	3.2	1.4						
외국어 서비스 만족도(점)	전반적 외국어 서비스 만족도	전시 공간 및 주제	전시실 내 작품설명	박물관 찾아오기 및 관람 안내	편의시설 안내	박물관 소식 전달							
	88.3	85.1	84.2	87.3	88.0	86.1							
전시해설 지원항목 이용 및 만족도 (%/점)	전시 안내 인쇄물 (리플릿)		전시안내 앱 서비스 (개인 모바일)		전시관 상영 영상물 (AR, VR)		박물관 활동지		전시안내 로봇 큐아이				
	이용률(%)	만족도(점)	이용률(%)	만족도(점)	이용률(%)	만족도(점)	이용률(%)	만족도(점)	이용률(%)	만족도(점)			
	61.4	92.6	25.9	89.5	48.2	93.1	21.4	90.1	29.5	89.2			
관람 전시실 (%)	선사/ 고대관	중/근세 관	서화관	기증관	조각/ 공예관	디지털 실감 영상관 1	세계 문화관	기획 전시실	어린이 박물관	디지털 실감 영상관 3	경천사 심층석탑	디지털 실감 영상관 2	특별 전시실
	73.6	69.1	50.5	40.0	39.1	39.1	39.1	32.3	27.3	23.6	21.8	19.5	5.9

3) 누리집 이용자

① 전체 IPA 분석

- 내국인 관람객의 만족도-중요도 IPA 분석 결과 중요도가 높은 반면, 만족도가 낮은 중점개선영역으로 [전달 품질]이 도출됨
- 중요도, 만족도가 모두 높은 핵심강점영역으로 [사회 품질]이 도출됨
- 각각 유지관리영역은 [서비스 품질], 점진개선영역은 [환경 품질]이 도출됨

<그림 2-11> 누리집 이용자 IPA 분석 - 전체



※ 중요도 : 누리집 관람객 전반적 만족도에 대한 개별 선행품질요인의 영향력을 상관분석으로 도출

※ 만족도 : 각 차원의 전반적 만족도

② 차원별 IPA 분석

- 품질지수를 구성하는 각 차원들에 대하여 IPA 분석을 실시한 결과 중점개선영역으로 [서비스 품질]의 '콘텐츠 유용성', '콘텐츠 전문성', '콘텐츠 이해용이성', [전달 품질]의 '이용자 요구사항 반영', '제공방식 다양성', '이용 편리성', [환경 품질]의 '메뉴 구성', '페이지 전환 용이성', [사회 품질]의 '사회 발전 기여', '개인정보보호 및 저작권 제도 명시', '타인의 저작권 침해하지 않는다' 항목이 도출되어 우선적인 개선이 필요함

<그림 2-12> 누리집 이용자 IPA 분석 - 전체



※ 중요도 : 각 차원별 전반적 만족도에 대한 개별 선행품질요인의 영향력을 상관분석으로 도출

※ 만족도 : 각 차원의 항목별 만족도

③ 이용자 이용행태

- 누리집 이용자의 국립중앙박물관 방문 경로로 인터넷 검색이 60.7%로 과반 이상임
- 방문 이유로 국립중앙박물관 전시 관람을 위한 온라인 사전 예약을 위해가 41.6%로 가장 높으며, 국립중앙박물관의 기획 및 특별전 내용에 대해 알아보기 위해는 21.8%임
- 누리집 방문 빈도는 한 달에 두세 번 정도(26.0%), 몇 달에 한번 정도(25.9%) 순으로 높음
- 누리집 메뉴에 대해 전시 메뉴의 이용률(88.7%) 및 만족도(83.4점)가 가장 높은 것으로 조사되었으며, 관람정보 메뉴의 이용률(86.6%) 및 만족도(83.3점)도 높은 수준임
 - 이용률이 높을수록 만족도도 높아지는 경향을 보임
- 누리집 개선 및 강화 부분으로 '서비스(콘텐츠)의 이용 편의성'이 39.3%로 가장 높으며, '서비스(콘텐츠)의 접근 용이성' 21.1% 순임

<그림 2-13> 누리집 이용자 이용행태

방문 경로 (%)	인터넷 검색을 통해서	직접 주소창에 박물관 주소를 입력	블로그, 트위터, 페이스북 등 SNS의 링크를 통해서	다른 누리집(홈페이지)에서 국립중앙박물관의 광고나 배너, 링크를 통해	유튜브	기타
	60.7	25.3	6.5	4.1	0.7	2.7

방문 이유 (%)	국립중앙박물관 전시 관람을 위한 온라인 사전 예약을 위해	국립중앙박물관의 기획 및 특별전시 내용에 대해 알아보기 위해	국립중앙박물관의 상설전시 내용에 대해 알아보기 위해	교육, 공연, 행사 등의 일정 및 프로그램 확인을 위해	국립중앙박물관의 디지털 실감 영상관에 대해 알아보기 위해	국립중앙박물관 온라인 전시관 이용을 위해	국립중앙박물관 소장 유물 자료 혹은 학술자료 이용을 위해	기타
	41.6	21.8	14.4	13.2	4.0	1.8	1.4	1.8

방문 빈도 (%)	일주일에 두 세 번 이상	일주일에 한 번 정도	한 달에 두 세 번 정도	한 달에 한 번 정도	몇 달에 한 번 정도	거의 방문하지 않는다
	6.3	18.0	26.0	18.9	25.9	4.9

메뉴별 이용 및 만족도 (%/점)	관람정보 메뉴		전시 메뉴		교육/행사 메뉴		소장품 메뉴		학술/출판 메뉴		소식/참여 메뉴		박물관 소개 메뉴	
	이용률 (%)	만족도 (점)	이용률 (%)	만족도 (점)	이용률 (%)	만족도 (점)	이용률 (%)	만족도 (점)	이용률 (%)	만족도 (점)	이용률 (%)	만족도 (점)	이용률 (%)	만족도 (점)
	86.6	83.3	88.7	83.4	72.2	81.9	60.1	82.4	37.2	82.3	56.9	80.6	61.3	81.2

개선 및 강화 부분 (%)	서비스(콘텐츠)의 이용 편의성	서비스(콘텐츠)의 접근 용이성	서비스(콘텐츠)의 전문성	서비스의 사회적 성격과 역할	디자인 및 레이아웃	서비스(문의)의 신속 대응성	서비스(콘텐츠)의 정확성	기타
	39.3	21.1	9.9	7.2	5.5	4.9	4.2	7.9

제3장. 내국인 관람객 조사 결과

제1절 전시·서비스 만족도 평가

1. 내국인 관람객 종합만족도

1) 종합만족도(PCSI)

- 2021년 국립중앙박물관 내국인 관람객 종합만족도(PCSI)는 88.0점으로 2020년 87.4점 대비 +0.6점 향상됨
- 종합만족도를 구성하는 만족지수는 [전반적 만족] 88.5점 > [사회적 만족] 87.9점 > [요소 만족] 87.1점 순으로 조사됨
- 품질지수는 [환경 품질]이 90.3점으로 가장 높으며, [사회 품질] 86.6점 > [서비스 품질] 84.9점 > [전달 품질] 83.6점 순이며, 세부 항목별로 '쾌적성'이 92.5점으로 가장 높은 반면, '혁신성'은 81.5점으로 가장 낮음

<그림 3-1> 내국인 관람객 종합만족도(PCSI)

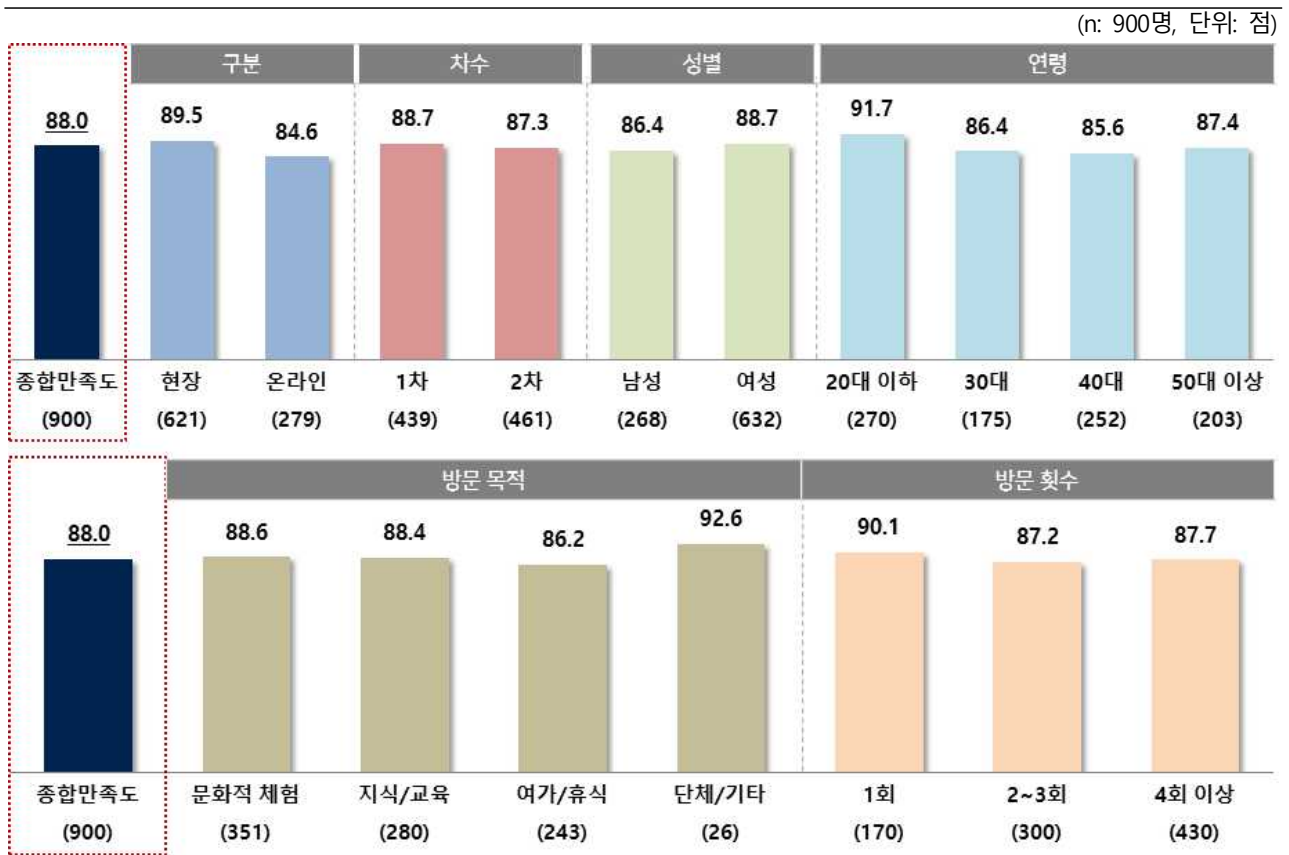
(n: 900명, 단위: 점)



2) 응답자 특성별 종합만족도

- 구분 별로 '현장'(89.5점) > '온라인'(84.6점)임
- 차수 별로 '1차'(88.7점) > '2차'(87.3점)임
- 성별로 '여성'(88.7점) > '남성'(86.4점)임
- 연령별로 20대 이하가 91.7점으로 가장 높으며, '40대'가 85.6점으로 가장 낮음
- 방문 목적별로 '단체/기타'가 92.6점으로 가장 높으며, '여가/휴식'이 86.2점으로 가장 낮음
- 방문 횟수별로 '1회' 90.1점 > '4회 이상' 87.7점 > '2~3회' 87.2점 순임

<그림 3-2> 내국인 관람객 응답자 특성별 종합만족도



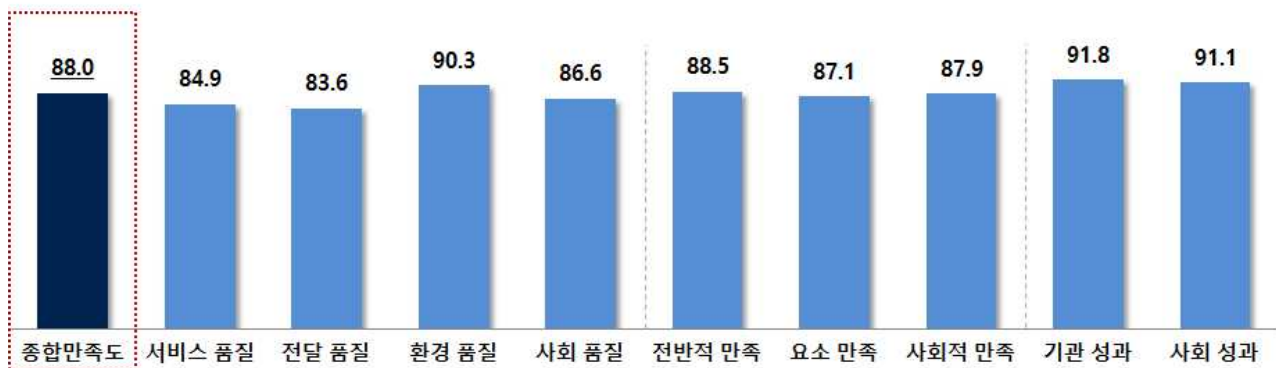
2. 구성 요소별 결과

1) 차원만족도

- 차원 만족도 분석 결과, 품질 지수 중 [환경 품질](90.3점)이 가장 높고, [전달 품질](83.6점)이 가장 낮음
 - '전달 품질'의 경우 이전 조사(2019년) 대비 만족도가 향상되었으나, 다른 차원 중 최저점으로 지속적인 관리가 요구됨
- 만족 지수에서는 [전반적 만족](88.5점) > [사회적 만족](87.9점) > [요소 만족](87.1점)
- 성과 지수에서는 [기관 성과](91.8점)가 [사회 성과](91.1점) 보다 높게 확인됨

<그림 3-3> 내국인 관람객 차원만족도

(n: 900명, 단위: 점)



<표 3-1> 내국인 관람객 차원만족도

(단위 : 100점 평균, 점)

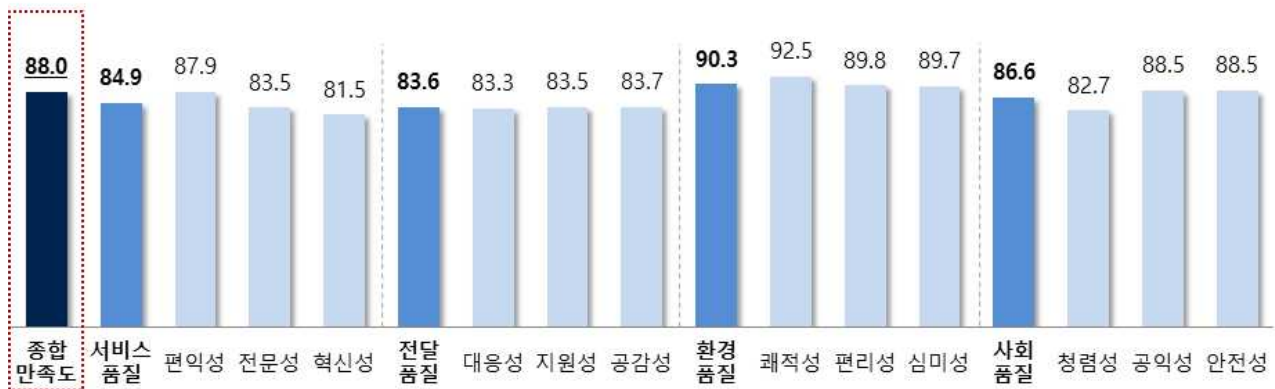
구 분		사례수 (명)	종합 만족도	서비스 품질	전달 품질	환경 품질	사회 품질	전반적 만족	요소 만족	사회적 만족	기관 성과	사회 성과
전체		(900)	88.0	84.9	83.6	90.3	86.6	88.5	87.1	87.9	91.8	91.1
구분	현장	(621)	89.5	86.1	85.4	92.2	88.1	90.0	88.7	89.4	92.5	92.4
	온라인	(279)	84.6	82.2	79.6	86.0	83.1	85.2	83.6	84.6	90.3	88.4
차수	1차	(439)	88.7	85.5	84.3	90.4	87.1	89.2	87.9	88.7	92.6	91.7
	2차	(461)	87.3	84.3	82.8	90.1	86.0	87.9	86.3	87.2	91.1	90.6
성별	남성	(268)	86.4	82.6	81.9	89.4	85.4	86.8	85.3	87.0	89.4	89.3
	여성	(632)	88.7	85.8	84.3	90.7	87.1	89.3	87.9	88.3	92.9	91.9
연령	20대 이하	(270)	91.7	88.2	87.7	93.3	90.2	91.9	91.3	91.8	92.3	93.2
	30대	(175)	86.4	83.5	82.0	89.2	84.1	87.6	85.6	84.5	92.3	91.2
	40대	(252)	85.6	82.3	81.2	88.3	84.3	86.0	84.8	85.8	90.5	88.6
	50대 이상	(203)	87.4	84.8	82.4	89.7	86.8	88.1	85.7	88.3	92.4	91.4
방문 목적	문화적 체험	(351)	88.6	85.9	83.8	91.1	87.1	88.9	88.0	88.7	92.6	91.7
	지식/교육	(280)	88.4	84.7	84.1	90.5	87.2	89.0	87.0	88.7	92.2	90.9
	여가/휴식	(243)	86.2	83.0	82.0	88.5	84.5	87.0	85.3	85.3	90.2	90.4
	단체/기타	(26)	92.6	90.0	89.7	94.0	91.2	92.5	92.9	92.3	92.6	93.3
방문 횟수	1회	(170)	90.1	87.0	86.5	92.9	88.3	91.0	89.4	89.0	90.7	91.5
	2~3회	(300)	87.2	84.0	82.4	89.3	86.8	87.5	85.9	88.2	90.6	90.3
	4회 이상	(430)	87.7	84.6	83.3	89.9	85.7	88.3	87.0	87.3	93.2	91.6

2) 품질지수

- [환경 품질](90.3점) > [사회 품질](86.6점) > [서비스 품질](84.9점) > [전달 품질](83.6점) 순으로 조사됨
 - 품질지수를 구성하는 모든 항목이 80점대를 넘는 것으로 조사되어, 내국인 관람객은 국립중앙박물관의 품질에 긍정적인 의견임
- 세부 항목별로 [환경 품질]의 '쾌적성'이 92.5점으로 가장 높고, '편리성' 89.8점 > '심미성' 89.7점 순임
- 반대로, [서비스 품질]의 '혁신성'이 81.5점으로 가장 낮으며, [사회 품질]의 '청렴성' 82.7점 < [전달 품질]의 '대응성' 83.3점 순으로 낮음

<그림 3-4> 내국인 관람객 품질지수

(n: 900명, 단위: 점)



<표 3-2> 내국인 관람객 품질지수

(단위 : 100점 평균, 점)

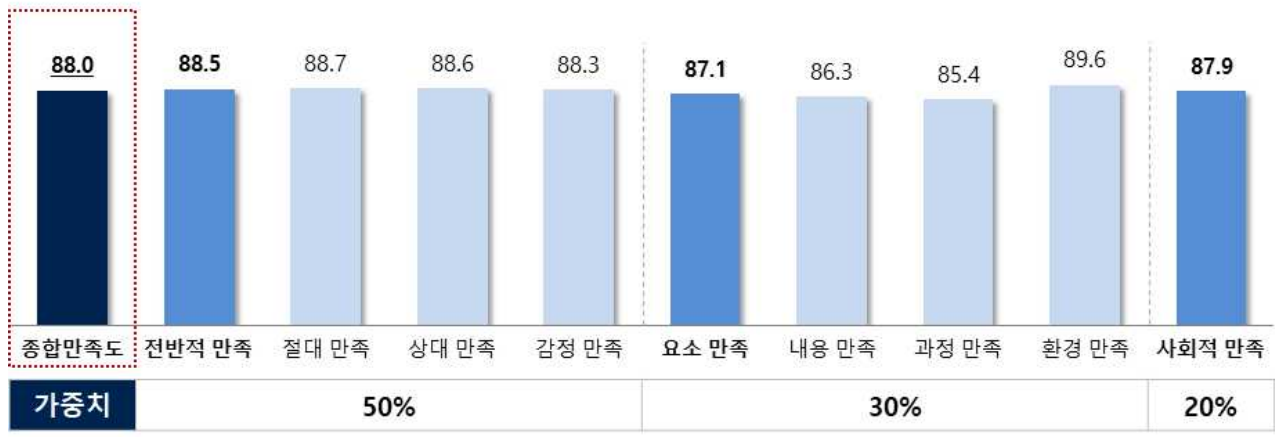
구 분		사례수 (명)	종합 만족 도	서비 스 품질	편 익 성	전 문 성	혁신 성	전달 품질	대 응 성	지 원 성	공 감 성	환경 품질	쾌 적 성	편 리 성	심 미 성	사회 품질	청 렴 성	공 익 성	안 전 성
전체		(900)	88.0	84.9	87.9	83.5	81.5	83.6	83.3	83.5	83.7	90.3	92.5	89.8	89.7	86.6	82.7	88.5	88.5
구분	현장	(621)	89.5	86.1	88.7	85.0	82.8	85.4	85.6	84.9	85.7	92.2	94.3	91.7	91.7	88.1	84.4	90.0	90.0
	온라인	(279)	84.6	82.2	86.2	80.1	78.4	79.6	78.3	80.4	79.4	86.0	88.5	85.6	85.0	83.1	78.9	85.3	85.1
차수	1차	(439)	88.7	85.5	88.6	83.9	82.3	84.3	83.9	84.1	84.8	90.4	92.6	89.8	90.0	87.1	83.0	89.3	89.1
	2차	(461)	87.3	84.3	87.3	83.1	80.6	82.8	82.7	83.0	82.8	90.1	92.4	89.8	89.3	86.0	82.5	87.8	87.9
성별	남성	(268)	86.4	82.6	85.9	81.4	78.2	81.9	81.1	81.4	82.8	89.4	92.0	89.6	87.8	85.4	81.8	86.8	87.6
	여성	(632)	88.7	85.8	88.8	84.4	82.8	84.3	84.2	84.4	84.1	90.7	92.7	89.9	90.4	87.1	83.1	89.3	88.9
연령	20대 이하	(270)	91.7	88.2	90.8	87.5	84.3	87.7	87.0	87.7	88.1	93.3	95.1	92.4	93.3	90.2	86.2	92.0	92.3
	30대	(175)	86.4	83.5	86.7	82.3	79.6	82.0	82.4	81.5	82.2	89.2	91.6	88.5	88.7	84.1	80.9	86.0	85.3
	40대	(252)	85.6	82.3	86.2	80.1	78.9	81.2	81.0	81.2	81.3	88.3	90.8	88.1	87.2	84.3	80.0	86.3	86.5
	50대 이상	(203)	87.4	84.8	87.4	83.4	82.4	82.4	81.9	82.7	82.3	89.7	91.8	89.7	88.6	86.8	83.2	88.8	88.5
방문 목적	문화적 체험	(351)	88.6	85.9	88.7	84.9	82.2	83.8	84.0	83.5	84.0	91.1	92.9	90.7	90.6	87.1	83.0	89.5	89.0
	지식/교육	(280)	88.4	84.7	88.6	82.7	80.9	84.1	83.0	84.7	83.9	90.5	93.0	89.9	89.8	87.2	83.2	88.9	89.5
	여가/휴식	(243)	86.2	83.0	85.7	81.7	80.5	82.0	82.1	81.5	82.5	88.5	91.1	88.0	87.6	84.5	81.1	86.3	86.1
	단체/기타	(26)	92.6	90.0	91.3	90.1	87.2	89.7	87.8	90.1	90.4	94.0	94.9	93.6	93.9	91.2	88.5	92.3	92.9
방문 횟수	1회	(170)	90.1	87.0	89.9	85.9	83.4	86.5	86.8	85.7	87.1	92.9	94.3	92.2	92.9	88.3	85.5	90.0	89.3
	2~3회	(300)	87.2	84.0	86.7	83.4	79.8	82.4	81.8	82.6	82.4	89.3	91.2	88.7	89.1	86.8	83.4	88.6	88.5
	4회 이상	(430)	87.7	84.6	88.0	82.6	81.8	83.3	82.9	83.3	83.4	89.9	92.6	89.7	88.8	85.7	81.1	87.9	88.1

3) 만족지수

- [전반적 만족](88.5점) > [사회적 만족](87.9점) > [요소 만족](87.1점) 순으로 조사됨
 - 종합 만족도 산출 가중치(50%)가 가장 큰 전반적 만족 세부 문항은 88점대의 높은 점수를 형성하고 있음
- 세부 항목별로 '환경 만족'이 89.6점으로 가장 높고, '절대 만족' 88.7점 > '상대 만족' 88.6점 순임
- [요소 만족] 차원의 '과정 만족'은 85.4점으로 가장 낮은 것으로 조사됨

<그림 3-5> 내국인 관람객 만족지수

(n: 900명, 단위: 점)



<표 3-3> 내국인 관람객 만족지수

(단위 : 100점 평균, 점)

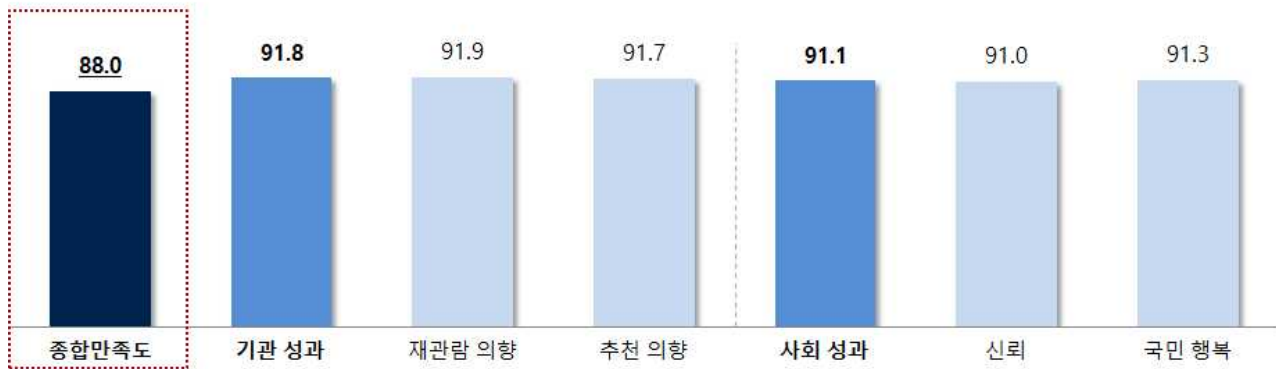
구 분		사례수 (명)	종합 만족도	전반적 만족	절대 만족	상대 만족	감정 만족	요소 만족	내용 만족	과정 만족	환경 만족	사회적 만족
전체		(900)	88.0	88.5	88.7	88.6	88.3	87.1	86.3	85.4	89.6	87.9
구분	현장	(621)	89.5	90.0	90.1	90.1	89.9	88.7	87.4	87.0	91.7	89.4
	온라인	(279)	84.6	85.2	85.5	85.4	84.8	83.6	83.9	82.0	84.9	84.6
차수	1차	(439)	88.7	89.2	89.5	89.2	89.0	87.9	87.3	86.3	90.2	88.7
	2차	(461)	87.3	87.9	87.9	88.1	87.7	86.3	85.4	84.6	89.0	87.2
성별	남성	(268)	86.4	86.8	86.8	87.0	86.5	85.3	83.6	84.6	87.9	87.0
	여성	(632)	88.7	89.3	89.5	89.3	89.1	87.9	87.5	85.8	90.3	88.3
연령	20대 이하	(270)	91.7	91.9	91.9	91.9	91.9	91.3	90.3	90.1	93.3	91.8
	30대	(175)	86.4	87.6	87.7	88.1	86.9	85.6	84.8	83.7	88.4	84.5
	40대	(252)	85.6	86.0	86.0	86.3	85.7	84.8	84.4	82.7	87.4	85.8
	50대 이상	(203)	87.4	88.1	88.6	87.7	88.2	85.7	84.7	84.1	88.3	88.3
방문 목적	문화적 체험	(351)	88.6	88.9	89.3	88.7	88.8	88.0	87.4	86.0	90.6	88.7
	지식/교육	(280)	88.4	89.0	88.9	89.3	88.7	87.0	86.2	85.4	89.5	88.7
	여가/휴식	(243)	86.2	87.0	87.2	87.2	86.7	85.3	84.4	83.8	87.7	85.3
	단체/기타	(26)	92.6	92.5	91.7	92.9	92.9	92.9	91.0	92.9	94.9	92.3
방문 횟수	1회	(170)	90.1	91.0	91.1	90.7	91.2	89.4	88.2	87.6	92.5	89.0
	2~3회	(300)	87.2	87.5	87.3	88.0	87.2	85.9	84.9	83.9	89.0	88.2
	4회 이상	(430)	87.7	88.3	88.7	88.3	88.0	87.0	86.6	85.6	88.9	87.3

4) 성과지수

- [기관 성과](91.8점) > [사회 성과](91.1점) 순인 것으로 조사됨
- 기관 성과 내에서 '재관람 의향'(91.9점)은 '추천 의향'(91.7점) 보다 소폭 높음
- 사회 성과 내에서 '국민 행복'(91.3점)은 '신뢰'(91.0점) 보다 소폭 높음

<그림 3-6> 내국인 관람객 성과지수

(n: 900명, 단위: 점)



<표 3-4> 내국인 관람객 성과지수

(단위 : 100점 평균, 점)

구 분		사례수 (명)	종합 만족도	기관 성과	재관람		사회 성과	신뢰		국민 행복
					의향	추천 의향				
전체		(900)	88.0	91.8	91.9	91.7	91.1	91.0	91.3	
구분	현장	(621)	89.5	92.5	92.5	92.5	92.4	92.5	92.2	
	온라인	(279)	84.6	90.3	90.7	89.9	88.4	87.6	89.1	
차수	1차	(439)	88.7	92.6	92.7	92.5	91.7	91.3	92.0	
	2차	(461)	87.3	91.1	91.2	91.0	90.6	90.6	90.6	
성별	남성	(268)	86.4	89.4	89.7	89.1	89.3	89.2	89.4	
	여성	(632)	88.7	92.9	92.9	92.8	91.9	91.7	92.1	
연령	20대 이하	(270)	91.7	92.3	92.0	92.6	93.2	93.6	92.7	
	30대	(175)	86.4	92.3	92.5	92.1	91.2	90.8	91.7	
	40대	(252)	85.6	90.5	90.8	90.2	88.6	88.6	88.7	
	50대 이상	(203)	87.4	92.4	92.8	92.1	91.4	90.6	92.2	
방문 목적	문화적 체험	(351)	88.6	92.6	92.8	92.4	91.7	91.2	92.2	
	지식/교육	(280)	88.4	92.2	92.6	91.9	90.9	91.2	90.7	
	여가/휴식	(243)	86.2	90.2	89.9	90.4	90.4	90.2	90.5	
	단체/기타	(26)	92.6	92.6	92.3	92.9	93.3	93.6	92.9	
방문 횟수	1회	(170)	90.1	90.7	89.9	91.5	91.5	92.1	90.9	
	2~3회	(300)	87.2	90.6	90.6	90.5	90.3	89.8	90.8	
	4회 이상	(430)	87.7	93.2	93.7	92.7	91.6	91.4	91.8	

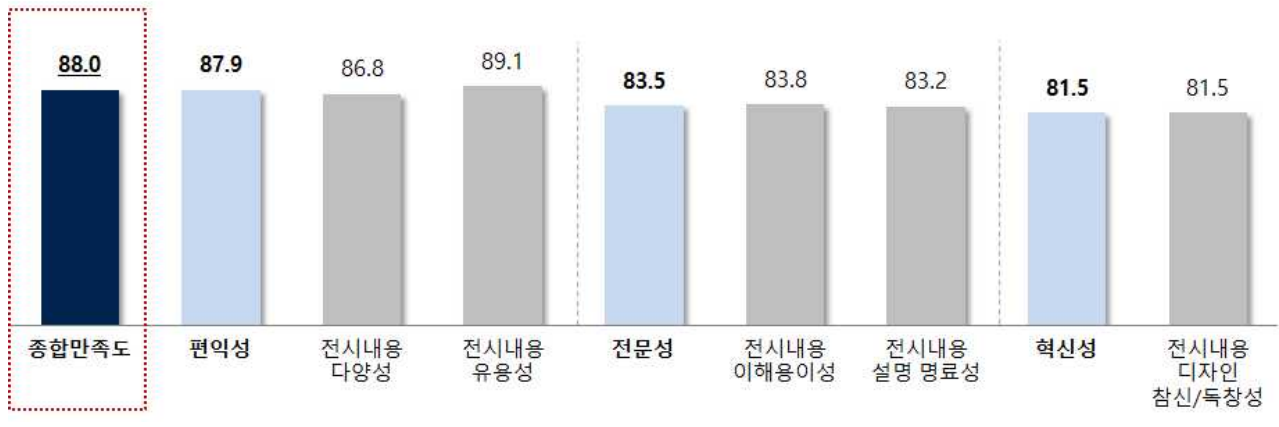
3. 세부 항목별 결과

1) 서비스 품질

- 서비스 품질의 '편의성'(87.9점), '전문성'(83.5점), '혁신성'(81.5점) 모두 종합만족도(88.0점)보다 낮은 것으로 조사됨
- 서비스 품질 내 세부 항목을 살펴본 결과, '전시내용 유용성'이 89.1점으로 가장 높은 것으로 조사된 반면, '전시내용 디자인 참신/독창성'은 81.5점으로 가장 낮음

<그림 3-7> 내국인 관람객 서비스 품질

(n: 900명, 단위: 점)



<표 3-5> 내국인 관람객 서비스 품질

(단위 : 100점 평균, 점)

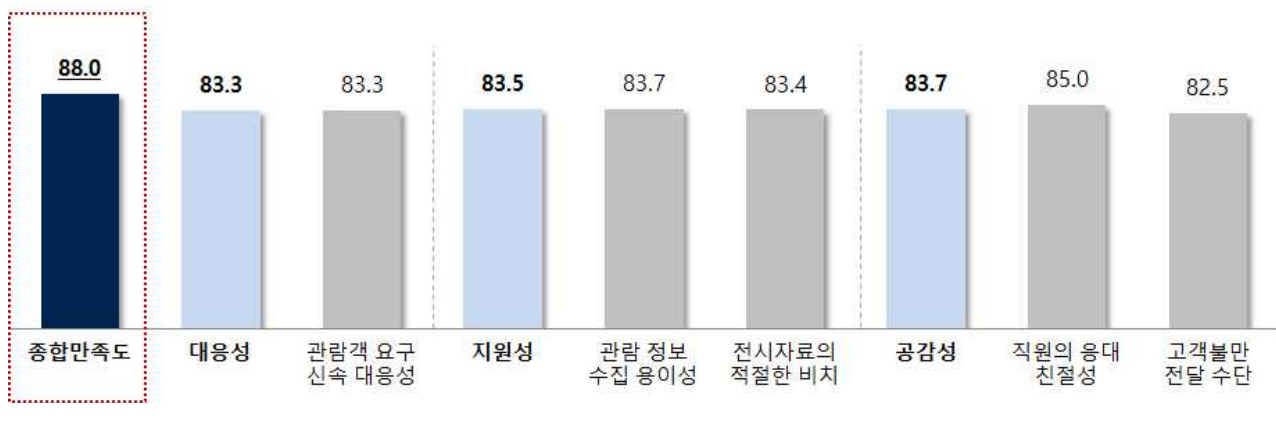
구 분		사례수 (명)	종합 만족도	편익성	전시 내용 다양성	전시 내용 유용성	전문성	전시 내용 이해 용이성	전시 내용 설명 명료성	혁신성	전시 내용 디자인 참신/ 독창성
전체		(900)	88.0	87.9	86.8	89.1	83.5	83.8	83.2	81.5	81.5
구분	현장	(621)	89.5	88.7	87.8	89.7	85.0	85.1	85.0	82.8	82.8
	온라인	(279)	84.6	86.2	84.5	87.9	80.1	81.1	79.2	78.4	78.4
차수	1차	(439)	88.7	88.6	87.5	89.7	83.9	84.2	83.6	82.3	82.3
	2차	(461)	87.3	87.3	86.1	88.5	83.1	83.4	82.8	80.6	80.6
성별	남성	(268)	86.4	85.9	84.3	87.5	81.4	82.0	80.8	78.2	78.2
	여성	(632)	88.7	88.8	87.8	89.8	84.4	84.6	84.2	82.8	82.8
연령	20대 이하	(270)	91.7	90.8	90.0	91.6	87.5	87.1	88.0	84.3	84.3
	30대	(175)	86.4	86.7	85.0	88.3	82.3	82.4	82.3	79.6	79.6
	40대	(252)	85.6	86.2	85.0	87.4	80.1	81.3	78.8	78.9	78.9
	50대 이상	(203)	87.4	87.4	86.1	88.6	83.4	83.8	83.0	82.4	82.4
방문 목적	문화적 체험	(351)	88.6	88.7	87.2	90.1	84.9	85.3	84.5	82.2	82.2
	지식/교육	(280)	88.4	88.6	87.4	89.8	82.7	83.4	82.0	80.9	80.9
	여가/휴식	(243)	86.2	85.7	84.8	86.6	81.7	81.5	81.9	80.5	80.5
	단체/기타	(26)	92.6	91.3	91.0	91.7	90.1	90.4	89.7	87.2	87.2
방문 횟수	1회	(170)	90.1	89.9	89.3	90.5	85.9	85.7	86.2	83.4	83.4
	2~3회	(300)	87.2	86.7	85.8	87.6	83.4	83.9	82.9	79.8	79.8
	4회 이상	(430)	87.7	88.0	86.4	89.7	82.6	83.0	82.2	81.8	81.8

2) 전달 품질

- 전달 품질의 '대응성'(83.3점), '지원성'(83.5점), '공감성'(83.7점) 모두 종합만족도(88.0점) 보다 낮은 것으로 조사됨
- 전달 품질 내 세부 항목을 살펴본 결과, '직원의 응대 친절성'이 85.0점으로 가장 높은 것으로 조사된 반면, '고객불만 전달 수단'은 82.5점으로 가장 낮음

<그림 3-8> 내국인 관람객 전달 품질

(n: 900명, 단위: 점)



<표 3-6> 내국인 관람객 전달 품질

(단위: 100점 평균, 점)

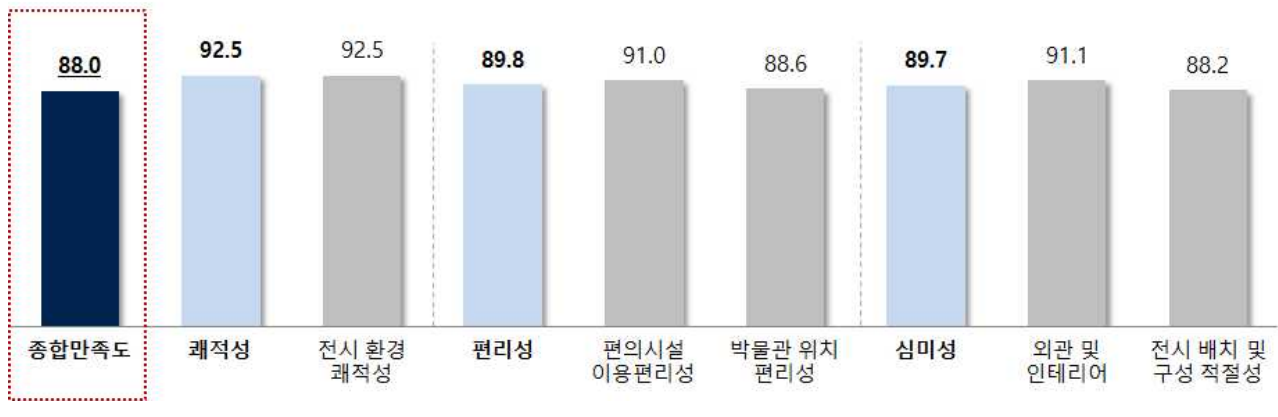
구 분		사례수 (명)	종합 만족도	대응성	관람객	지원성	관람	전시	공감성	직원의	고객
					요구 신속 대응성		정보 수집 용이성	자료의 적절한 비치		응대 친절성	불만 전달 수단
전체		(900)	88.0	83.3	83.3	83.5	83.7	83.4	83.7	85.0	82.5
구분	현장	(621)	89.5	85.6	85.6	84.9	85.0	84.9	85.7	87.0	84.4
	온라인	(279)	84.6	78.3	78.3	80.4	80.7	80.2	79.4	80.5	78.4
차수	1차	(439)	88.7	83.9	83.9	84.1	84.2	84.0	84.8	86.2	83.3
	2차	(461)	87.3	82.7	82.7	83.0	83.2	82.9	82.8	83.8	81.7
성별	남성	(268)	86.4	81.1	81.1	81.4	81.5	81.4	82.8	84.0	81.5
	여성	(632)	88.7	84.2	84.2	84.4	84.6	84.3	84.1	85.4	82.9
연령	20대 이하	(270)	91.7	87.0	87.0	87.7	87.8	87.5	88.1	89.1	87.0
	30대	(175)	86.4	82.4	82.4	81.5	81.8	81.2	82.2	83.8	80.6
	40대	(252)	85.6	81.0	81.0	81.2	81.4	81.0	81.3	82.1	80.6
	50대 이상	(203)	87.4	81.9	81.9	82.7	82.6	82.8	82.3	84.0	80.6
방문 목적	문화적 체험	(351)	88.6	84.0	84.0	83.5	83.5	83.6	84.0	85.3	82.6
	지식/교육	(280)	88.4	83.0	83.0	84.7	85.1	84.4	83.9	84.7	83.1
	여가/휴식	(243)	86.2	82.1	82.1	81.5	81.6	81.3	82.5	84.2	80.8
	단체/기타	(26)	92.6	87.8	87.8	90.1	89.7	90.4	90.4	90.4	90.4
방문 횟수	1회	(170)	90.1	86.8	86.8	85.7	86.4	85.1	87.1	88.6	85.5
	2~3회	(300)	87.2	81.8	81.8	82.6	82.8	82.4	82.4	83.3	81.5
	4회 이상	(430)	87.7	82.9	82.9	83.3	83.2	83.5	83.4	84.7	82.0

3) 환경 품질

- 환경 품질의 '쾌적성'(92.5점), '편리성'(89.8점), '심미성'(89.7점) 모두 종합만족도(88.0점) 보다 높은 것으로 조사됨
- 환경 품질 내 세부 항목을 살펴본 결과, '전시 환경 쾌적성'(92.5점), '외관 및 인테리어'(91.1점), '편의시설 이용편리성'(91.0점)은 90점대 이상의 매우 높은 만족도 점수를 보이며, 환경 품질의 모든 항목의 만족도는 85점 이상으로 높은 수준임

<그림 3-9> 내국인 관람객 환경 품질

(n: 900명 단위: 점)



<표 3-7> 내국인 관람객 환경 품질

(단위: 100점 평균, 점)

구 분		사례수 (명)	종합 만족도	쾌적성	전시 환경 쾌적성	편리성	편의 시설 이용 편리성	박물관 위치 편리성	심미성	외관 및 인테리어	전시 배치 및 구성 적절성
전체		(900)	88.0	92.5	92.5	89.8	91.0	88.6	89.7	91.1	88.2
구분	현장	(621)	89.5	94.3	94.3	91.7	92.7	90.6	91.7	93.0	90.4
	온라인	(279)	84.6	88.5	88.5	85.6	87.3	84.0	85.0	86.8	83.3
차수	1차	(439)	88.7	92.6	92.6	89.8	91.5	88.0	90.0	91.6	88.4
	2차	(461)	87.3	92.4	92.4	89.8	90.6	89.1	89.3	90.6	88.0
성별	남성	(268)	86.4	92.0	92.0	89.6	90.5	88.7	87.8	89.4	86.3
	여성	(632)	88.7	92.7	92.7	89.9	91.3	88.5	90.4	91.9	89.0
연령	20대 이하	(270)	91.7	95.1	95.1	92.4	93.1	91.6	93.3	94.4	92.2
	30대	(175)	86.4	91.6	91.6	88.5	90.7	86.3	88.7	90.0	87.4
	40대	(252)	85.6	90.8	90.8	88.1	89.4	86.8	87.2	89.0	85.4
	50대 이상	(203)	87.4	91.8	91.8	89.7	90.6	88.7	88.6	90.3	86.9
방문 목적	문화적 체험	(351)	88.6	92.9	92.9	90.7	92.3	89.1	90.6	92.5	88.8
	지식/교육	(280)	88.4	93.0	93.0	89.9	91.8	88.0	89.8	91.1	88.5
	여가/휴식	(243)	86.2	91.1	91.1	88.0	88.2	87.9	87.6	88.8	86.5
	단체/기타	(26)	92.6	94.9	94.9	93.6	92.9	94.2	93.9	94.9	92.9
방문 횟수	1회	(170)	90.1	94.3	94.3	92.2	92.5	91.9	92.9	93.9	91.9
	2~3회	(300)	87.2	91.2	91.2	88.7	90.2	87.2	89.1	90.6	87.5
	4회 이상	(430)	87.7	92.6	92.6	89.7	91.0	88.3	88.8	90.3	87.2

제2절 관람객 방문 현황

1. 방문 목적

- 내국인 관람객의 국립중앙박물관 방문 목적으로 '문화적 체험을 위해'가 65.8%로 가장 높으며, '여가 휴식을 위해' 30.0%, '자녀 교육을 위해', '가족, 지인과 시간을 보내기 위해' 26.2% 순으로 조사됨(1+2순위 기준)
- 2018년 이후 지속적으로 방문 목적으로 '문화적 체험을 위해'가 가장 높은 비중을 차지함
- 응답자 특성별로 '여성', '50대 이상', '4회 이상'에서 '문화적 체험을 위해'의 비중이 높음
- 방문 횟수가 많을수록 '문화적 체험을 위해' 국립중앙박물관을 이용한다는 비중이 높아지는 것으로 나타남

<그림 3-10> 내국인 관람객 방문 목적

(n: 900명, 단위: %)



<표 3-9> 내국인 관람객 방문 목적(1+2순위 기준)

(단위 : %, 1+2순위 기준)

구 분		사례수 (명)	문화적 체험을 위해	여가, 휴식을 위해	가족, 지인과 시간을 보내기 위해	자녀 교육을 위해	지식이나 정보를 얻기 위해	숙제/ 과제를 위해	학교 또는 기관의 단체 관람	기타
전체		(900)	65.8	30.0	26.2	26.2	22.4	7.1	3.8	0.4
구분	현장	(621)	65.1	36.6	27.5	11.3	23.8	10.3	4.8	0.6
	온라인	(279)	67.4	15.4	23.3	59.5	19.4	0.0	1.4	0.0
차수	1차	(439)	71.3	30.1	31.0	31.4	24.4	1.4	1.8	0.0
	2차	(461)	60.5	29.9	21.7	21.3	20.6	12.6	5.6	0.9
성별	남성	(268)	60.8	38.1	26.9	17.2	29.5	6.7	3.4	0.4
	여성	(632)	67.9	26.6	25.9	30.1	19.5	7.3	4.0	0.5
연령	20대 이하	(270)	61.9	35.6	28.1	2.6	27.8	20.7	8.9	0.4
	30대	(175)	61.7	30.3	32.6	33.7	15.4	1.7	0.6	1.1
	40대	(252)	61.9	18.7	22.6	59.5	17.5	1.2	1.6	0.0
	50대 이상	(203)	79.3	36.5	22.7	9.9	27.6	1.0	2.5	0.5
방문 목적	문화적 체험	(351)	100.0	30.2	13.7	10.8	21.7	1.4	1.4	0.3
	지식/교육	(280)	43.6	6.1	17.5	62.1	33.6	18.9	1.1	0.0
	여가/휴식	(243)	45.7	59.7	56.8	9.9	10.3	1.2	0.8	0.4
	단체/기타	(26)	23.1	7.7	3.8	0.0	26.9	11.5	92.3	7.7
방문 횟수	1회	(170)	51.8	38.8	31.8	18.8	16.5	14.1	3.5	0.6
	2~3회	(300)	66.3	23.7	28.7	27.0	19.3	7.3	5.7	0.0
	4회 이상	(430)	70.9	30.9	22.3	28.6	27.0	4.2	2.6	0.7

2. 동반 방문객

- 내국인 관람객의 국립중앙박물관 동반 방문객은 '가족'이 46.8%로 가장 많으며, '친구, 동료' 34.7%, '혼자' 22.1%, '학교/기관의 단체관람' 4.9% 순으로 조사됨
- 연령별로 20대 이하의 '친구, 동료'(51.1%)의 비중이 높은 반면, 40대는 '가족'의 비중이 74.2%로 타 연령대 대비 높은 것으로 조사됨
- 방문 목적별로 지식/교육은 '가족'(64.6%)과의 방문이 높은 비중을 차지함

<그림 3-11> 내국인 관람객 동반 방문객

(n: 900명, 단위: %, 중복 응답)



<표 3-10> 내국인 관람객 동반 방문객

(단위 : %)

구 분		사례수 (명)	가족	친구, 동료	혼자	학교/기관의 단체관람	기타
전체		(900)	46.8	34.7	22.1	4.9	0.7
구분	현장	(621)	33.8	39.0	23.5	6.0	0.8
	온라인	(279)	75.6	25.1	19.0	2.5	0.4
차수	1차	(439)	49.4	38.5	19.1	2.5	1.4
	2차	(461)	44.3	31.0	24.9	7.2	0.0
성별	남성	(268)	39.6	36.2	28.0	2.2	0.7
	여성	(632)	49.8	34.0	19.6	6.0	0.6
연령	20대 이하	(270)	17.4	51.1	25.9	10.0	1.9
	30대	(175)	58.3	21.1	26.3	2.3	0.0
	40대	(252)	74.2	22.2	14.7	2.0	0.4
	50대 이상	(203)	41.9	39.9	22.7	3.9	0.0
방문 목적	문화적 체험	(351)	40.2	36.5	28.8	2.6	0.6
	지식/교육	(280)	64.6	27.5	15.4	4.6	0.0
	여가/휴식	(243)	39.1	40.7	21.8	1.6	1.6
	단체/기타	(26)	15.4	30.8	7.7	69.2	0.0
방문 횟수	1회	(170)	42.9	33.5	20.0	4.1	0.0
	2~3회	(300)	47.7	32.3	19.0	6.3	1.7
	4회 이상	(430)	47.7	36.7	25.1	4.2	0.2

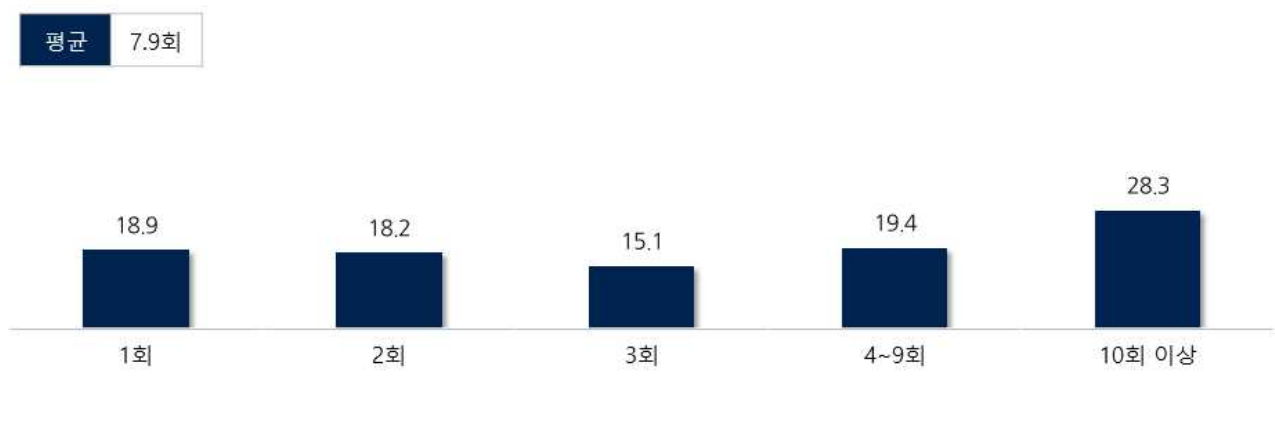
3. 방문 횟수

1) 방문 횟수

- 내국인 관람객의 평균 방문 횟수는 7.9회인 것으로 조사됨
- 이는 2020년 평균 방문 횟수 6.5회 대비 +1.4회 높음
- '10회 이상' 방문 경험자의 비중이 28.3%로 가장 높은 것으로 나타남
- 구분별로 온라인 조사자의 평균 방문 횟수는 11.0회로 현장 조사자의 6.6회 대비 높음
- 연령별로 50대 이상의 평균 방문 횟수는 10.8회로 타 연령대 대비 높음

<그림 3-12> 내국인 관람객 방문 횟수

(n: 900명, 단위: %)



<표 3-11> 내국인 관람객 방문 횟수

(단위: %, 회)

구 분		사례수 (명)	1회	2회	3회	4~9회	10회 이상	평균(회)
전체		(900)	18.9	18.2	15.1	19.4	28.3	7.9
구분	현장	(621)	24.8	20.0	12.2	20.3	22.7	6.6
	온라인	(279)	5.7	14.3	21.5	17.6	40.9	11.0
차수	1차	(439)	15.7	16.9	17.1	21.0	29.4	8.7
	2차	(461)	21.9	19.5	13.2	18.0	27.3	7.2
성별	남성	(268)	18.7	19.8	13.8	16.4	31.3	8.7
	여성	(632)	19.0	17.6	15.7	20.7	27.1	7.6
연령	20대 이하	(270)	25.6	23.7	14.1	18.5	18.1	5.2
	30대	(175)	19.4	21.7	14.3	18.3	26.3	8.4
	40대	(252)	13.1	13.1	20.6	22.2	31.0	8.2
	50대 이상	(203)	16.7	14.3	10.3	18.2	40.4	10.8
방문 목적	문화적 체험	(351)	14.5	18.8	14.8	19.9	31.9	8.0
	지식/교육	(280)	17.9	13.2	18.6	19.6	30.7	9.5
	여가/휴식	(243)	26.3	21.8	10.7	19.3	21.8	6.5
	단체/기타	(26)	19.2	30.8	23.1	11.5	15.4	4.5

2) 국립중앙박물관 미방문 이유

- 처음 방문자들을 대상으로 기존에 국립중앙박물관을 방문하지 않은 이유에 대해 물어본 결과, '시간상(또는 거리상) 오기 힘들어서'가 55.3%로 가장 높았으며, '국립중앙박물관에 대해 잘 몰라서' 52.4%, '다른 여가활동을 더 선호해서' 30.6% 순으로 나타남(1+2순위 기준)
- 구분 별로 온라인 응답자는 '시간상(또는 거리상) 오기 힘들어서'가 93.8%로 대부분을 차지함
- 성별로 남성은 미방문 이유로 '국립중앙박물관에 대해 잘 몰라서'가 높은 반면, 여성은 '시간상(또는 거리상)오기 힘들어서'가 더 높은 것으로 조사됨

<그림 3-13> 내국인 관람객 국립중앙박물관 미방문 이유

(n: 국립중앙박물관 처음 방문자 170명, 단위: %)



<표 3-12> 내국인 관람객 국립중앙박물관 미방문 이유(1+2순위 기준)

(단위 : %, 1+2순위 기준)

구 분		사례수 (명)	시간상(또는 거리상) 오기 힘들어서	국립중앙 박물관에 대해 잘 몰라서	다른 여가활동을 더 선호해서	다른 관광지를 방문하느라	특별한 전시물이 없을 것 같아서	기타
전체		(170)	55.3	52.4	30.6	21.2	4.1	2.4
구분	현장	(154)	51.3	55.2	31.8	22.1	4.5	2.6
	온라인	(16)	93.8	25.0	18.8	12.5	0.0	0.0
차수	1차	(69)	68.1	47.8	26.1	29.0	4.3	1.4
	2차	(101)	46.5	55.4	33.7	15.8	4.0	3.0
성별	남성	(50)	52.0	66.0	32.0	26.0	6.0	0.0
	여성	(120)	56.7	46.7	30.0	19.2	3.3	3.3
연령	20대 이하	(69)	49.3	47.8	43.5	27.5	4.3	0.0
	30대	(34)	64.7	61.8	20.6	20.6	5.9	5.9
	40대	(33)	57.6	57.6	24.2	12.1	3.0	0.0
	50대 이상	(34)	55.9	47.1	20.6	17.6	2.9	5.9
방문 목적	문화적 체험	(51)	52.9	52.9	27.5	27.5	5.9	0.0
	지식/교육	(50)	56.0	60.0	30.0	8.0	6.0	0.0
	여가/휴식	(64)	57.8	45.3	32.8	26.6	1.6	6.3
	단체/기타	(5)	40.0	60.0	40.0	20.0	0.0	0.0

4. 정보 획득 경로

- 내국인 관람객의 정보 획득 경로로 '인터넷 게시물(카페, 블로그 등)'이 41.1%로 가장 높으며, '박물관 누리집(홈페이지나 뉴스레터)' 40.7%, 'SNS(페이스북, 트위터, 인스타그램 등)' 20.0% 순으로 조사됨(1+2순위 기준)
- 구분 별로 현장은 '인터넷 게시물(카페, 블로그 등)'의 비중이 높은 반면, 온라인은 '박물관 누리집(홈페이지나 뉴스레터)'의 비중이 높음
- 방문 횟수별로 3회 이하는 '인터넷 게시물(카페, 블로그 등)'의 비중이 높은 반면, 4회 이상은 '박물관 누리집(홈페이지나 뉴스레터)'의 비중이 더 높음
 - 상대적으로 다 횟수 방문자의 박물관 누리집 및 뉴스레터 활용 비율이 높은 것으로 조사됨
- 전체 대상자의 13.0%는 정보를 찾아보지 않고 국립중앙박물관을 방문한 것으로 나타남

<그림 3-14> 내국인 관람객 정보 획득 경로

(n: 900명, 단위: %)



<표 3-13> 내국인 관람객 정보 획득 경로(1+2순위 기준)

(단위 : %, 1+2순위 기준)

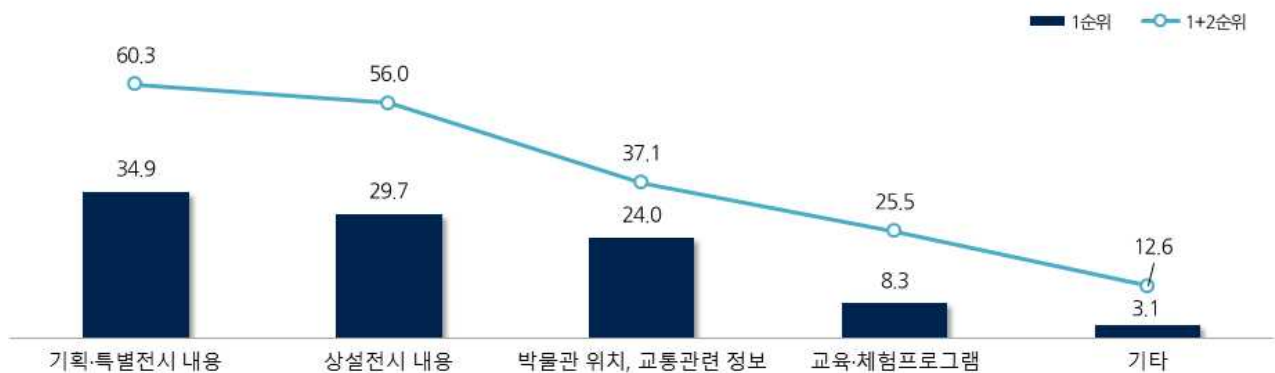
구 분		사례수 (명)	인터넷 게시물 (카페, 블로그 등)	박물관 누리집(홈페이지)나 뉴스레터	SNS(페이스북, 트위터, 인스타 그램 등)	포털 등 인터넷 뉴스	주변 사람의 소개	정보를 찾아보지 않음	학교 등 소속 기관 안내	기타
전체		(900)	41.1	40.7	20.0	18.8	14.2	13.0	9.1	12.8
구분	현장	(621)	38.0	31.9	20.9	18.0	17.9	14.2	11.9	15.5
	온라인	(279)	48.0	60.2	17.9	20.4	6.1	10.4	2.9	6.8
차수	1차	(439)	44.9	43.7	22.6	20.7	14.4	13.2	4.1	11.2
	2차	(461)	37.5	37.7	17.6	16.9	14.1	12.8	13.9	14.3
성별	남성	(268)	35.8	38.4	15.3	25.0	17.5	14.6	7.8	15.3
	여성	(632)	43.4	41.6	22.0	16.1	12.8	12.3	9.7	11.7
연령	20대 이하	(270)	33.3	28.5	26.7	16.7	18.9	12.2	20.0	14.8
	30대	(175)	54.9	49.1	21.1	13.7	9.1	11.4	3.4	8.6
	40대	(252)	48.4	46.8	17.1	21.0	11.1	13.5	4.4	9.1
	50대 이상	(203)	30.5	41.9	13.8	23.2	16.3	14.8	5.4	18.2
방문 목적	문화적 체험	(351)	37.6	40.7	23.6	21.7	15.4	14.0	4.8	12.5
	지식/교육	(280)	45.7	46.4	16.1	17.5	11.1	9.6	13.2	11.1
	여가/휴식	(243)	42.4	34.6	20.2	16.5	16.5	16.5	4.9	15.2
	단체/기타	(26)	26.9	34.6	11.5	15.4	11.5	3.8	61.5	11.5
방문 횟수	1회	(170)	42.4	22.4	18.2	15.9	24.1	13.5	10.6	16.5
	2~3회	(300)	44.7	35.3	19.7	16.3	14.3	12.3	9.3	15.3
	4회 이상	(430)	38.1	51.6	20.9	21.6	10.2	13.3	8.4	9.5

5. 사전 검색 정보

- 국립중앙박물관 사전 검색 정보로 '기획·특별 전시 내용'이 60.3%로 가장 높은 것으로 나타났으며, '상설전시 내용' 56.0%, '박물관 위치, 교통관련 정보' 37.1% 순으로 조사됨
- 방문 목적별로 문화적 체험은 '기획·특별 전시 내용'을 사전에 검색한다는 비율이 타 응답자 특성 대비 높은 것으로 나타남
- 방문 횟수가 많을수록 '기획·특별 전시 내용'을 사전에 검색한다는 비율이 높으며, 특히 4회 이상 방문자의 75.8%가 '기획·특별 전시 내용'을 사전에 검색한 것으로 조사됨

<그림 3-15> 내국인 관람객 사전 검색 정보

(n: 사전 정보 검색 응답자 779명, 단위: %)



<표 3-14> 내국인 관람객 사전 검색 정보(1+2순위 기준)

(단위 : %, 1+2순위 기준)

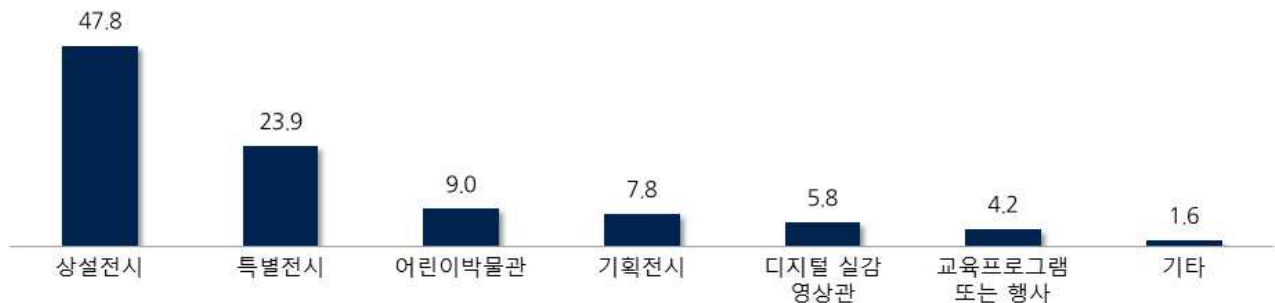
구 분		사례수 (명)	기획·특별전시 내용	상설전시 내용	박물관 위치, 교통관련 정보	교육·체험 프로그램	기타
전체		(779)	60.3	56.0	37.1	25.5	12.6
구분	현장	(529)	57.8	60.1	47.3	11.9	13.4
	온라인	(250)	65.6	47.2	15.6	54.4	10.8
차수	1차	(381)	65.6	56.4	31.2	28.9	12.1
	2차	(398)	55.3	55.5	42.7	22.4	13.1
성별	남성	(228)	62.7	62.7	38.6	13.6	11.8
	여성	(551)	59.3	53.2	36.5	30.5	12.9
연령	20대 이하	(237)	57.8	59.1	50.6	8.4	15.6
	30대	(152)	52.6	50.0	38.8	34.9	12.5
	40대	(218)	61.0	50.9	32.1	39.9	9.6
	50대 이상	(172)	69.8	63.4	23.3	22.7	12.2
방문 목적	문화적 체험	(299)	72.2	60.9	29.4	17.4	12.7
	지식/교육	(253)	54.2	48.6	37.5	43.9	8.7
	여가/휴식	(202)	52.5	57.9	44.1	16.3	16.8
	단체/기타	(25)	44.0	56.0	68.0	12.0	16.0
방문 횟수	1회	(147)	34.0	51.7	69.4	19.0	14.3
	2~3회	(260)	53.1	56.2	40.4	27.3	15.4
	4회 이상	(372)	75.8	57.5	22.0	26.9	9.9

6. 방문계획 전시 프로그램

- 내국인 관람객의 방문계획 전시 프로그램으로 '상설전시'가 47.8%로 과반 수준으로 가장 많은 것으로 나타났으며, '특별전시' 23.9%, '어린이박물관' 9.0%, '기획전시' 7.8%, '디지털 실감 영상관' 5.8%, '교육프로그램 또는 행사' 4.2% 순임
- 차수별로 1차는 '특별전시' 방문 계획이 높은 것으로 나타났으며, 2차는 '상설전시' 방문 계획이 높은 것으로 조사됨
 - 이는 코로나19로 인한 사회적 거리두기 단계가 상대적으로 완화된 결과로 인한 것으로 볼 수 있음
- 방문 횟수가 적을수록 '상설전시' 방문 계획이 높은 것으로 나타났으며, 횟수가 많을수록 '특별전시' 방문 계획이 높은 것으로 조사됨

<그림 3-16> 내국인 관람객 방문계획 전시 프로그램

(n: 900명, 단위: %)



<표 3-15> 내국인 관람객 방문계획 전시 프로그램

(단위 : %)

구 분		사례수 (명)	상설전시	특별전시	어린이 박물관	기획전시	디지털 실감 영상관	교육 프로그램 또는 행사	기타
전체		(900)	47.8	23.9	9.0	7.8	5.8	4.2	1.6
구분	현장	(621)	57.0	25.6	2.6	5.0	7.6	0.8	1.4
	온라인	(279)	27.2	20.1	23.3	14.0	1.8	11.8	1.8
차수	1차	(439)	36.0	32.6	13.4	8.4	3.6	5.2	0.7
	2차	(461)	59.0	15.6	4.8	7.2	7.8	3.3	2.4
성별	남성	(268)	50.0	25.0	3.7	12.3	6.3	1.9	0.7
	여성	(632)	46.8	23.4	11.2	5.9	5.5	5.2	1.9
연령	20대 이하	(270)	57.0	29.3	1.9	4.8	5.6	0.7	0.7
	30대	(175)	45.1	13.7	17.7	8.0	6.9	4.6	4.0
	40대	(252)	45.2	18.7	15.5	6.3	6.0	7.1	1.2
	50대 이상	(203)	40.9	32.0	3.0	13.3	4.9	4.9	1.0
방문 목적	문화적 체험	(351)	43.6	31.9	4.0	11.7	5.1	2.3	1.4
	지식/교육	(280)	49.3	17.5	15.0	4.6	3.2	8.9	1.4
	여가/휴식	(243)	52.3	19.8	10.3	5.3	8.6	2.1	1.6
	단체/기타	(26)	46.2	23.1	0.0	11.5	15.4	0.0	3.8
방문 횟수	1회	(170)	63.5	14.1	6.5	1.8	7.6	2.9	3.5
	2~3회	(300)	48.0	22.3	9.3	8.7	6.0	5.3	0.3
	4회 이상	(430)	41.4	28.8	9.8	9.5	4.9	4.0	1.6

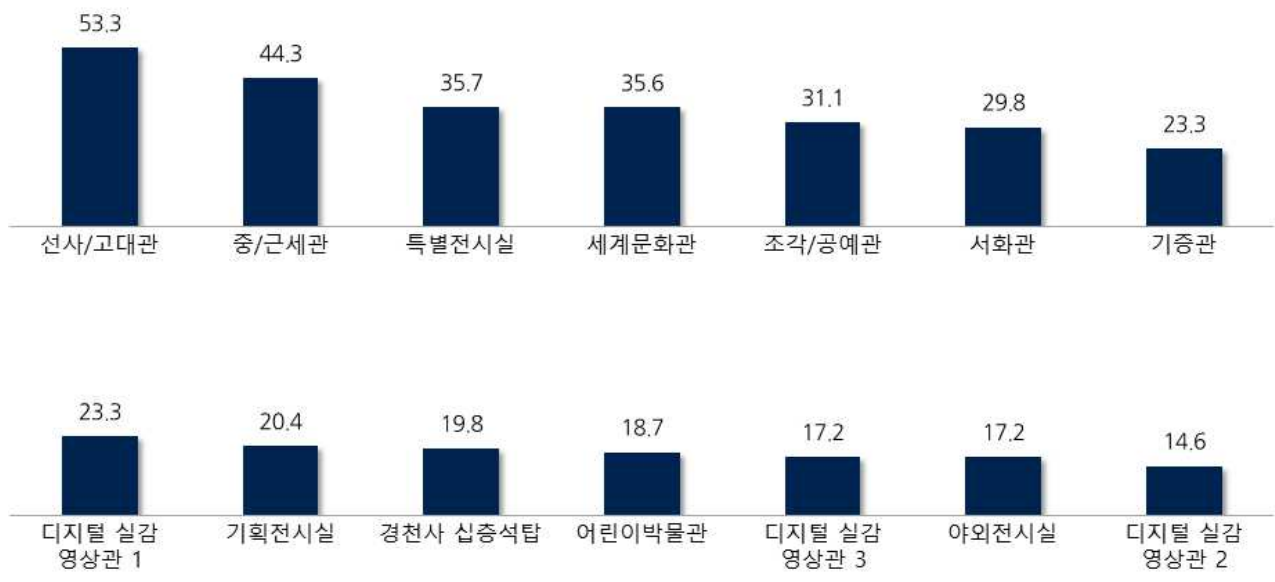
제3절 전시 관람 현황

1. 관람 전시 시설

- 내국인 관람객의 관람 전시 시설로 '선사/고대관'이 53.3%로 가장 높으며, '중/근세관' 44.3%, '특별전시실' 35.7%, '세계문화관' 35.6%, '조각/공예관' 31.1% 순으로 나타남
- 방문횟수별로 처음 방문자는 선사/고대관의 비율이 높은 반면, 4회 이상 방문자는 선사/고대관과 특별전시실의 비율이 높은 것으로 나타남
- 차수별로 1차는 특별전시실의 비중이 상대적으로 높은 반면, 2차는 상설전시관(선사/고대관, 중/근세관)의 비율이 높은 것으로 조사됨

<그림 3-17> 내국인 관람객 관람 전시 시설

(n: 900명, 단위: %, 중복 응답)



<표 3-17> 내국인 관람객 관람 전시 시설

(단위: %)

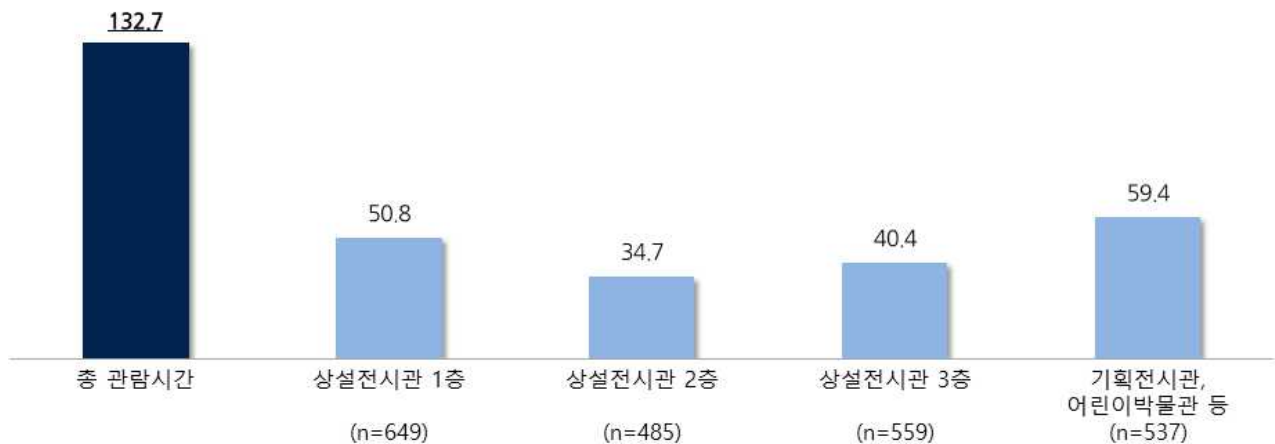
구 분		사례 수 (명)	선사/ 고대 관	중/근 세관	특별 전시 실	세계 문화 관	조각/ 공예 관	서화 관	기증 관	디지털 실감 영상 관 1	기획 전시 실	경천 사십층 석탑	어린이 박물관	디지털 실감 영상 관 3	야외 전시 실	디지털 실감 영상 관 2
전체		(900)	53.3	44.3	35.7	35.6	31.1	29.8	23.3	23.3	20.4	19.8	18.7	17.2	17.2	14.6
구분	현장	(621)	54.3	44.0	31.9	37.5	33.3	29.3	23.7	26.4	14.8	19.0	4.0	18.0	11.1	16.3
	온라인	(279)	51.3	45.2	44.1	31.2	26.2	30.8	22.6	16.5	33.0	21.5	51.3	15.4	30.8	10.8
차수	1차	(439)	46.5	38.5	43.5	35.5	29.4	28.2	20.5	18.7	21.0	20.0	26.2	15.0	17.3	12.1
	2차	(461)	59.9	49.9	28.2	35.6	32.8	31.2	26.0	27.8	20.0	19.5	11.5	19.3	17.1	16.9
성별	남성	(268)	57.8	50.7	34.3	41.0	33.2	29.9	27.2	22.8	25.0	24.3	7.5	17.9	9.7	15.7
	여성	(632)	51.4	41.6	36.2	33.2	30.2	29.7	21.7	23.6	18.5	17.9	23.4	16.9	20.4	14.1
연령	20대 이하	(270)	56.7	47.0	36.3	42.2	30.4	30.7	23.7	26.7	17.4	15.9	3.3	17.8	10.4	13.0
	30대	(175)	50.9	42.3	25.1	31.4	30.3	30.9	21.1	21.1	13.7	21.7	29.1	20.6	25.7	18.3
	40대	(252)	54.0	48.0	34.5	31.0	26.6	27.0	20.2	24.6	21.0	19.0	36.5	15.5	19.0	15.1
	50대 이상	(203)	50.2	37.9	45.3	36.0	38.4	31.0	28.6	19.2	29.6	24.1	7.9	15.8	16.7	12.8
방문 목적	문화적 체험	(351)	52.7	42.7	45.9	39.6	35.9	37.3	24.8	21.7	23.6	22.2	8.8	15.7	18.2	13.4
	지식/교육	(280)	60.4	50.4	28.2	31.4	28.2	23.6	20.7	25.4	20.7	18.2	32.9	18.9	18.2	13.2
	여가/휴식	(243)	46.1	40.3	30.0	35.4	28.0	26.7	24.3	22.2	14.0	19.3	18.1	17.3	14.0	16.9
	단체/기타	(26)	53.8	38.5	30.8	26.9	26.9	23.1	23.1	34.6	34.6	7.7	3.8	19.2	23.1	23.1
방문 횟수	1회	(170)	75.9	54.1	29.4	40.6	33.5	30.0	28.8	31.8	22.4	20.0	14.1	19.4	11.2	24.1
	2~3회	(300)	54.3	47.3	28.0	33.7	28.0	29.3	25.0	24.0	16.0	19.0	19.3	19.0	13.7	14.0
	4회 이상	(430)	43.7	38.4	43.5	34.9	32.3	30.0	20.0	19.5	22.8	20.2	20.0	15.1	22.1	11.2

2. 전시관 관람 시간

- 내국인 관람객의 국립중앙박물관 총 관람 시간 평균은 132.7분인 것으로 조사됨
- 전시관별로 '기획전시관/어린이박물관/야외전시장' 등의 관람 시간이 59.4분으로 가장 많은 것으로 나타났으며, '상설전시관 1층' 50.8분, '상설전시관 3층' 40.4분, '상설전시관 2층' 34.7분 순으로 관람함
- 차수별로 2차의 총 관람 시간은 1차 대비 20분 정도 더 긴 것으로 나타남
- 연령별로 50대 이상, 방문 목적별로 지식/교육, 방문 횟수별로 4회 이상의 총 관람 시간이 타 응답자 특성 대비 상대적으로 긴 것으로 조사됨

<그림 3-18> 내국인 관람객 관람 시간

(n: 900명, 단위: 분)



<표 3-18> 내국인 관람객 관람 시간

(단위: 분)

구 분		사례수 (명)	총 관람 시간	상설전시관 1층	상설전시관 2층	상설전시관 3층	기획전시관 /어린이박물관/ 야외전시장 등
전체		(900)	132.7	50.8	34.7	40.4	59.4
구분	현장	(621)	128.6	50.9	32.4	41.4	49.9
	온라인	(279)	141.8	50.6	39.3	37.9	71.8
차수	1차	(439)	122.4	52.0	37.9	41.6	71.3
	2차	(461)	142.6	49.8	32.3	39.3	45.9
성별	남성	(268)	131.5	49.6	33.8	38.4	49.9
	여성	(632)	133.2	51.4	35.1	41.3	63.0
연령	20대 이하	(270)	117.8	48.3	31.5	37.8	54.5
	30대	(175)	131.5	48.7	30.1	36.1	62.9
	40대	(252)	140.3	54.4	38.1	41.0	64.6
	50대 이상	(203)	144.3	51.6	38.3	46.2	54.2
방문 목적	문화적 체험	(351)	132.4	47.4	35.1	41.8	59.3
	지식/교육	(280)	143.5	59.4	35.5	41.1	66.4
	여가/휴식	(243)	121.2	45.8	34.0	38.7	53.4
	단체/기타	(26)	129.2	44.8	26.9	24.6	44.2
방문 횟수	1회	(170)	132.6	49.1	32.1	36.8	47.0
	2~3회	(300)	129.5	50.6	32.5	40.1	56.4
	4회 이상	(430)	135.0	51.9	37.3	42.1	65.0

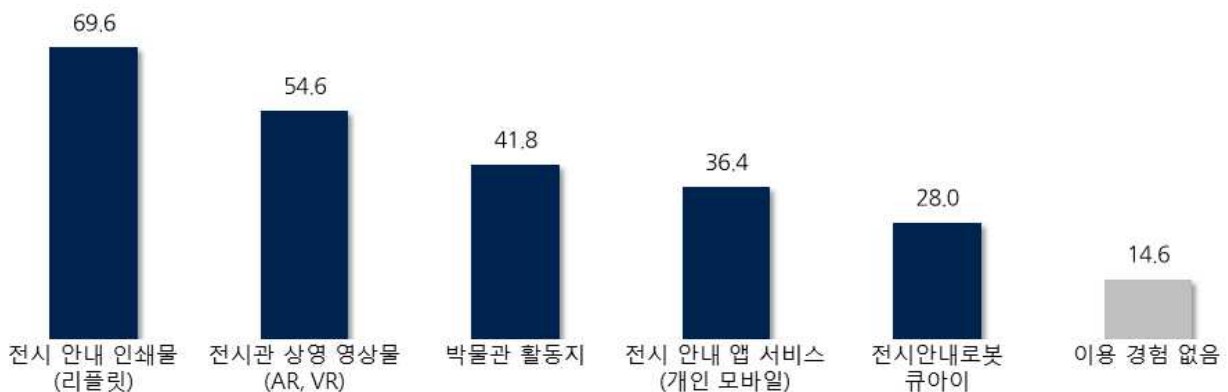
3. 전시해설 지원항목 및 만족도

1) 전시해설 지원항목 이용 경험

- 박물관에서 제공되는 전시해설 지원항목 중에서 '전시 안내 인쇄물(리플릿)'의 이용 경험이 69.6%로 가장 높은 것으로 나타났으며, '전시관 상영 영상물(AR, VR)' 54.6%, '박물관 활동지' 41.8%, '전시 안내 앱 서비스(개인 모바일)' 36.4%, '전시안내로봇 큐아이' 28.0% 순으로 나타남
- 전체 응답자의 14.6%는 전시해설 지원항목을 이용한 경험이 없는 것으로 조사됨
- 구분별로 현장의 전시해설 지원항목 이용 경험은 온라인 대비 낮은 수준임
- 연령별로 20대 이하의 전시해설 지원항목 이용 경험은 타 연령대 대비 낮은 수준인 것으로 조사됨

<그림 3-19> 내국인 관람객 전시해설 지원항목 이용 경험

(n: 900명, 단위: %, 복수응답)



<표 3-19> 내국인 관람객 전시해설 지원항목 이용 경험

(단위: %)

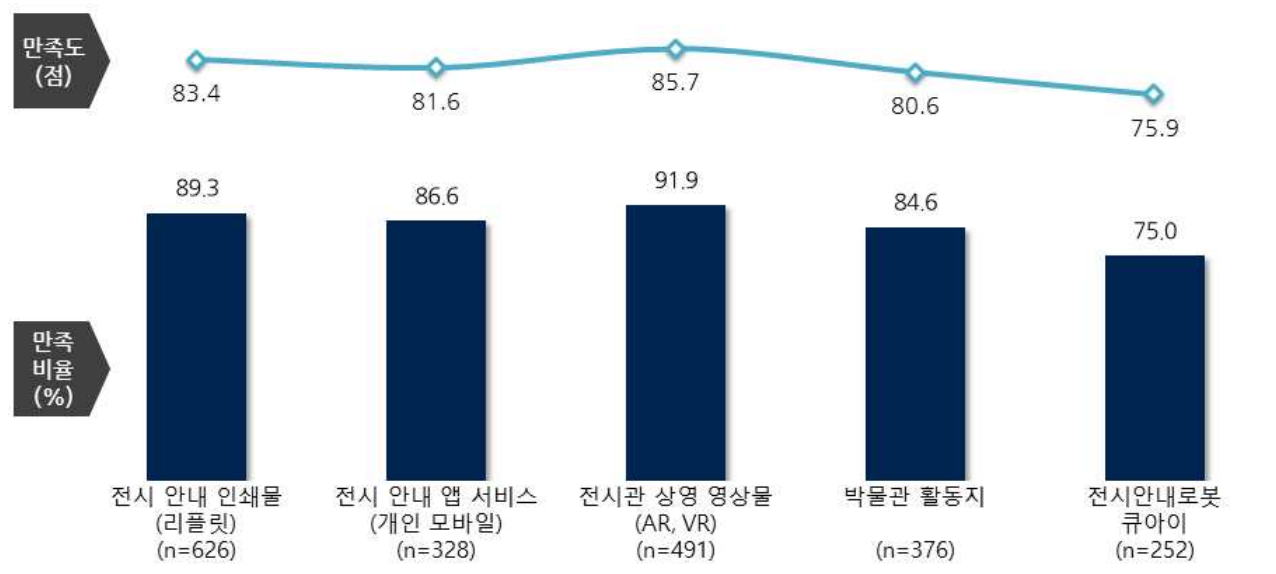
구 분		사례수 (명)	전시 안내 인쇄물 (리플릿)	전시관 상영 영상물 (AR, VR)	박물관 활동지	전시안내 앱 서비스(개인 모바일)	전시안내 로봇 큐아이	이용 경험 없음
전체		(900)	69.6	54.6	41.8	36.4	28.0	14.6
구분	현장	(621)	61.0	53.3	30.9	35.9	31.4	20.5
	온라인	(279)	88.5	57.3	65.9	37.6	20.4	1.4
차수	1차	(439)	72.0	54.0	42.4	35.3	20.5	12.5
	2차	(461)	67.2	55.1	41.2	37.5	35.1	16.5
성별	남성	(268)	64.6	53.0	35.4	40.7	32.5	19.4
	여성	(632)	71.7	55.2	44.5	34.7	26.1	12.5
연령	20대 이하	(270)	59.6	45.2	25.6	25.2	25.9	22.2
	30대	(175)	71.4	59.4	52.6	36.6	34.3	11.4
	40대	(252)	77.4	58.3	50.8	41.3	26.6	10.3
	50대 이상	(203)	71.4	58.1	42.9	45.3	27.1	12.3
방문 목적	문화적 체험	(351)	71.2	53.8	35.3	37.9	22.2	13.7
	지식/교육	(280)	73.6	56.8	52.5	38.2	31.8	12.1
	여가/휴식	(243)	63.0	53.1	39.1	32.9	29.2	19.3
	단체/기타	(26)	65.4	53.8	38.5	30.8	53.8	7.7
방문 횟수	1회	(170)	62.9	48.2	37.6	32.4	37.6	22.4
	2~3회	(300)	67.3	54.3	41.3	35.7	27.7	14.0
	4회 이상	(430)	73.7	57.2	43.7	38.6	24.4	11.9

2) 이용 전시해설 지원항목 만족도

- 이용한 전시해설 지원항목의 만족도는 '전시관 상영 영상물(AR, VR)'이 85.7점으로 가장 높으며, '전시 안내 인쇄물(리플릿)' 83.4점, '전시 안내 앱 서비스(개인 모바일)' 81.6점, '박물관 활동지' 80.6점 순임
- '전시안내로봇 큐아이'는 75.9점으로 가장 낮으며, 유일하게 70점대를 기록함
- 연령별로 30대는 '전시 안내 앱 서비스(개인 모바일)'에 대한 만족도가 상대적으로 높은 반면, 20대는 70점대로 낮은 수준임

<그림 3-21> 내국인 관람객 이용 전시해설 지원항목 만족도

(n: 900명, 단위: 점, %)



<표 3-20> 내국인 관람객 이용 전시해설 지원항목 만족도

(단위 : 100점 평균, 점)

구 분		사례수 (명)	전시 안내 인쇄물 (리플릿)	전시안내 앱 서비스(개인 모바일)	전시관 상영 영상물 (AR, VR)	박물관 활동지	전시안내 로봇 큐아이
전체		(900)	83.4	81.6	85.7	80.6	75.9
구분	현장	(621)	85.0	81.5	87.7	81.1	76.8
	온라인	(279)	81.0	81.7	81.8	80.1	73.1
차수	1차	(439)	84.3	83.1	86.1	82.2	73.9
	2차	(461)	82.4	80.3	85.4	79.0	77.1
성별	남성	(268)	81.3	78.6	82.7	79.3	73.6
	여성	(632)	84.2	83.1	87.0	81.0	77.2
연령	20대 이하	(270)	86.2	78.2	86.9	80.2	75.2
	30대	(175)	80.7	83.9	86.1	82.4	78.6
	40대	(252)	82.6	81.4	85.1	78.0	72.4
	50대 이상	(203)	83.7	82.8	85.0	82.8	78.2
방문 목적	문화적 체험	(351)	84.2	83.7	86.4	82.7	76.9
	지식/교육	(280)	82.1	81.0	85.8	78.9	79.2
	여가/휴식	(243)	83.1	79.8	84.8	80.5	71.1
	단체/기타	(26)	89.2	72.9	84.5	80.0	73.8
방문 횟수	1회	(170)	83.6	80.3	88.0	84.4	79.2
	2~3회	(300)	83.5	82.1	85.5	79.7	79.3
	4회 이상	(430)	83.2	81.7	85.2	79.9	71.3

<표 3-21> 보완이 필요한 전시해설 지원항목(1+2순위 기준)

(단위 : %, 1+2순위 기준)

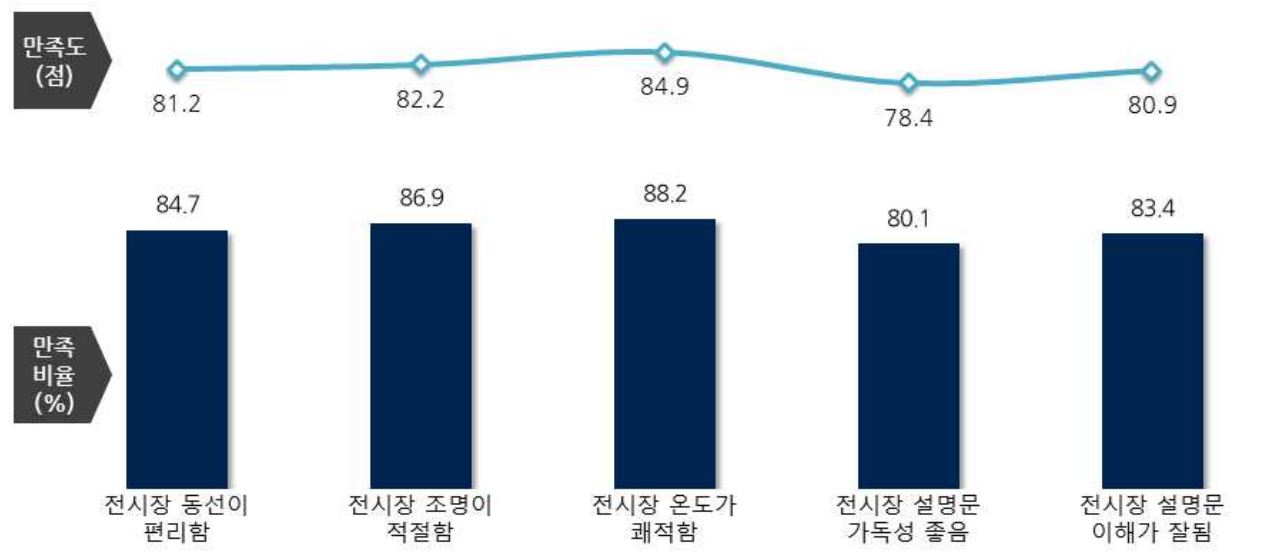
구 분		사례수 (명)	전시안내 앱 서비스(개인 모바일)	전시 안내 인쇄물 (리플릿)	전시관 상영 영상물 (AR, VR)	박물관 활동지	전시안내 로봇 큐아이	기타
전체		(900)	55.0	47.6	42.1	27.7	12.7	1.8
구분	현장	(621)	54.6	49.8	45.6	23.7	12.7	1.9
	온라인	(279)	55.9	42.7	34.4	36.6	12.5	1.4
차수	1차	(439)	57.4	45.3	43.5	31.2	11.6	1.6
	2차	(461)	52.7	49.7	40.8	24.3	13.7	2.0
성별	남성	(268)	58.2	47.4	42.2	22.8	14.6	1.1
	여성	(632)	53.6	47.6	42.1	29.7	11.9	2.1
연령	20대 이하	(270)	50.0	53.0	48.1	24.4	13.0	2.6
	30대	(175)	57.1	44.0	33.7	39.4	12.0	1.1
	40대	(252)	58.7	42.9	39.7	29.4	15.9	0.4
	50대 이상	(203)	55.2	49.3	44.3	19.7	8.9	3.0
방문 목적	문화적 체험	(351)	58.7	50.4	46.4	22.5	9.1	2.0
	지식/교육	(280)	52.5	42.1	33.9	36.4	17.9	2.1
	여가/휴식	(243)	53.1	47.7	45.7	25.5	11.5	1.2
	단체/기타	(26)	50.0	65.4	38.5	23.1	15.4	0.0
방문 횟수	1회	(170)	52.4	45.9	41.8	28.8	16.5	2.4
	2~3회	(300)	55.0	45.3	44.7	27.3	14.7	0.7
	4회 이상	(430)	56.0	49.8	40.5	27.4	9.8	2.3

4. 전시 관람 환경 만족도

- 전시 관람 환경 만족도에 대해 '전시장 온도가 쾌적함'이 84.9점으로 가장 높으며, '전시장 조명이 적절함' 82.2점, '전시관 동선이 편리함' 81.2점, '전시장 설명문 이해가 잘 됨' 80.9점 순임
- '전시장 설명문 가독성 좋음'은 78.4점으로 가장 낮으며, 전시 관람환경 항목 중 유일하게 70점대를 기록함
- 구분별로 온라인은 전시 관람 환경 모든 항목의 만족도가 70점대 수준으로 현장 대비 낮은 수준인 것으로 나타남
- 응답자 특성별로 방문 횟수가 많을수록 '전시장 설명문 가독성 좋음'의 만족도가 낮아지는 것으로 분석됨

<그림 3-25> 내국인 관람객 전시 관람환경 만족도

(n: 900명, 단위: 점, %)



<표 3-22> 내국인 관람객 전시 관람환경 만족도

(단위 : 100점 평균, 점)

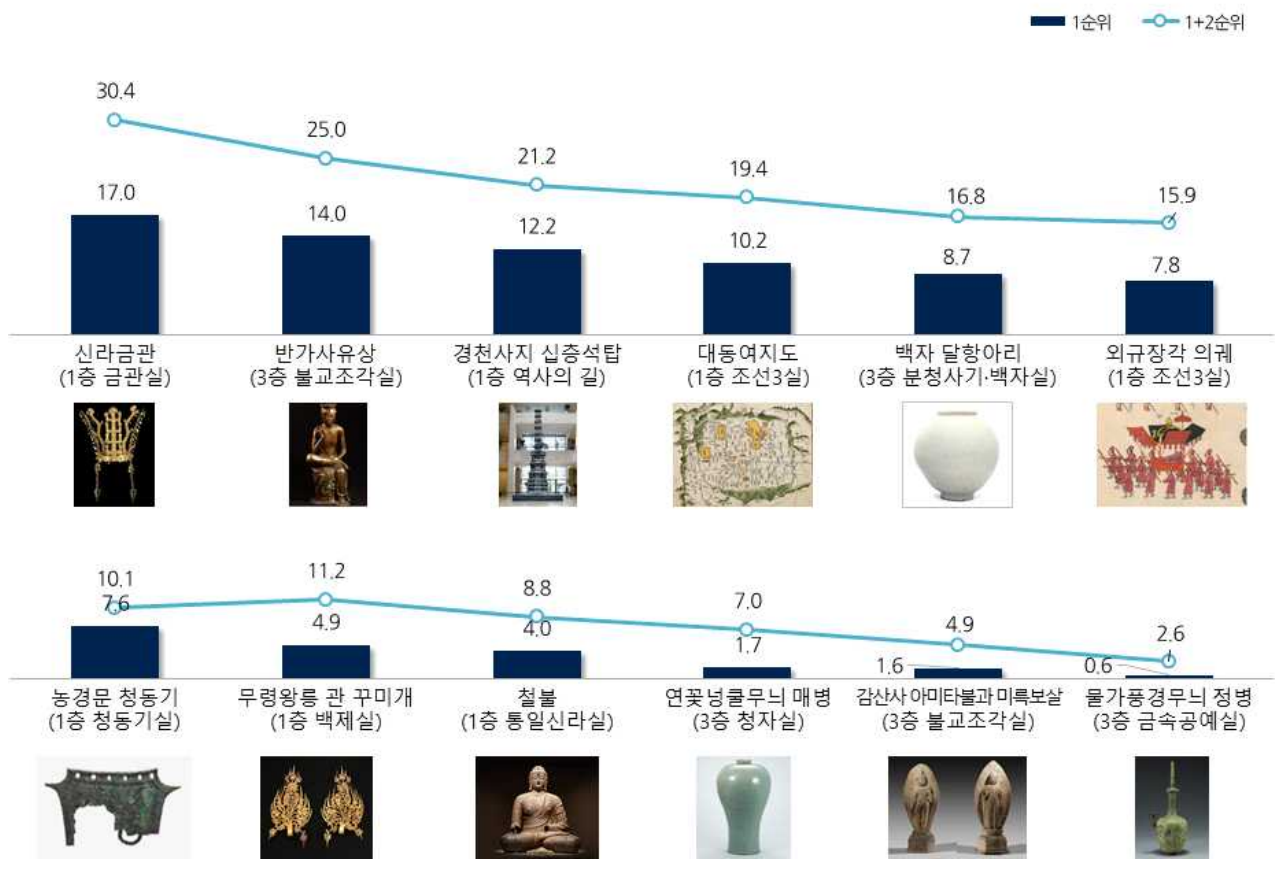
구 분		사례수 (명)	전시장 동선이 편리함	전시장 조명이 적절함	전시장 온도가 쾌적함	전시장 설명문 가독성 좋음	전시장 설명문 이해가 잘됨
전체		(900)	81.2	82.2	84.9	78.4	80.9
구분	현장	(621)	84.0	84.1	87.2	80.1	83.8
	온라인	(279)	75.1	78.0	79.7	74.6	74.6
차수	1차	(439)	80.4	81.7	84.7	77.3	80.0
	2차	(461)	82.0	82.6	85.0	79.5	81.7
성별	남성	(268)	80.4	79.9	82.3	75.1	78.4
	여성	(632)	81.6	83.2	85.9	79.9	82.0
연령	20대 이하	(270)	82.0	86.5	87.8	81.1	85.9
	30대	(175)	81.3	81.2	85.5	78.0	78.9
	40대	(252)	79.5	80.2	82.2	76.6	77.6
	50대 이상	(203)	82.3	79.9	83.7	77.5	80.1
방문 목적	문화적 체험	(351)	80.9	81.9	85.9	78.4	81.0
	지식/교육	(280)	81.2	83.0	84.9	79.1	80.8
	여가/휴식	(243)	81.4	80.6	82.7	76.7	79.9
	단체/기타	(26)	85.3	92.3	91.0	87.8	91.0
방문 횟수	1회	(170)	85.1	84.0	87.8	81.9	85.3
	2~3회	(300)	78.9	81.2	83.4	78.3	79.5
	4회 이상	(430)	81.4	82.2	84.7	77.1	80.2

5. 기억에 남는 전시 유물

- 박물관 전시 유물 중 다시 보고 싶거나 높이 평가하는 유물로 '신라 금관'이 30.4%로 가장 높은 것으로 나타났으며, '반가사유상' 25.0%, '경천사지 십층석탑' 21.2% '대동여지도' 19.4% 순으로 높음
- 감산사아미타불과 미륵보살, '물가풍경무늬 정병'은 5.0% 미만으로 상대적으로 낮음
- 2018년부터 '신라금관', '반가사유상', '경천사지 십층석탑', '대동여지도'가 가장 기억에 남는 전시 유물로 조사됨
- 방문 목적별로 지식/교육, 여가/휴식은 '신라금관'이 문화적 체험, 기타는 '반가사유상'이 기억에 남는 전시 유물로 응답한 비율이 높음

<그림 3-26> 내국인 관람객 기억에 남는 전시 유물

(n: 900명, 단위: %)



<표 3-23> 내국인 관람객 기억에 남는 전시 유물(1+2순위 기준)

(단위: %)

구 분		사례 수 (명)	신라 금관	반가 사유상	경천 사지 십층 석탑	대동 여지도	백자 달 항아리	외규 장각 의궤	무령 왕릉 관 꾸미개	농경문 청동기	철불	연꽃 클 무늬 매병	감산사 아미 타불과 미륵 보살	물가 풍경 무늬 정병
전체		(900)	30.4	25.0	21.2	19.4	16.8	15.9	11.2	10.1	8.8	7.0	4.9	2.6
구분	현장	(621)	28.2	20.1	21.4	16.9	20.6	10.0	9.8	9.8	9.2	8.2	6.6	2.9
	온라인	(279)	35.5	35.8	20.8	25.1	8.2	29.0	14.3	10.8	7.9	4.3	1.1	1.8
차수	1차	(439)	27.8	28.7	21.0	18.2	13.9	18.7	11.8	8.4	8.7	4.8	3.2	1.8
	2차	(461)	33.0	21.5	21.5	20.6	19.5	13.2	10.6	11.7	8.9	9.1	6.5	3.3
성별	남성	(268)	31.0	26.9	19.0	20.5	12.3	16.4	15.7	11.9	10.8	5.6	4.1	1.5
	여성	(632)	30.2	24.2	22.2	19.0	18.7	15.7	9.3	9.3	7.9	7.6	5.2	3.0
연령	20대 이하	(270)	27.0	15.9	23.0	20.0	12.6	14.1	11.1	9.6	10.7	6.3	8.1	2.6
	30대	(175)	36.0	26.9	21.7	21.7	15.4	10.9	11.4	13.7	10.3	6.3	3.4	2.3
	40대	(252)	39.3	27.8	22.6	24.2	15.5	20.6	11.5	8.3	6.7	4.8	1.6	3.2
	50대 이상	(203)	19.2	32.0	16.7	10.8	25.1	16.7	10.8	9.9	7.4	11.3	5.9	2.0
방문 목적	문화적 체험	(351)	28.8	30.8	21.4	14.5	18.2	16.5	8.8	10.3	8.5	5.4	4.8	1.7
	지식/교육	(280)	34.3	22.1	25.4	26.1	15.0	18.6	11.8	11.4	7.9	5.4	3.2	2.9
	여가/휴식	(243)	29.6	19.3	16.9	18.1	18.1	12.3	14.4	8.6	10.3	11.1	4.5	2.9
	단체/기타	(26)	19.2	30.8	15.4	26.9	3.8	11.5	7.7	7.7	7.7	7.7	26.9	7.7
방문 횟수	1회	(170)	34.1	15.9	20.6	21.8	15.3	11.2	9.4	11.8	13.5	7.6	5.9	2.9
	2~3회	(300)	34.0	21.0	23.3	20.0	15.7	13.3	11.3	10.3	8.7	8.3	3.3	1.0
	4회 이상	(430)	26.5	31.4	20.0	18.1	18.1	19.5	11.9	9.3	7.0	5.8	5.6	3.5

7. 고객 VOC(국립중앙박물관 관련 의견)

- 내국인 관람객의 208명(23.1%)가 국립중앙박물관 관련 의견을 제시함
- 고객 VOC로 전반적으로 만족한다는 의견이 32건으로 가장 많은 것을 조사됨
- 다음으로 '특별, 기획 전시 확대 및 홍보 강화' 19건, '다양한 유물 및 전시물 확보/제공' 17점, '다양한 체험(참여형) 프로그램 제공' 11건, 'VR AR 디지털 실감을 이용한 첨단 체험을 더 다양하게 제공' 10건 등 전시 및 체험 프로그램의 확대에 대한 의견이 다수 제시되어 코로나19 이후 관련 전시 및 프로그램의 확대가 필요해 보임

<표 3-24> 내국인 관람객 고객 VOC(1)

(n: 900, 단위 : 건, 복수응답)

내용	건수
전반적으로 만족함	32
특별, 기획 전시 확대 및 홍보 강화	19
다양한 유물 및 전시물 확보/제공	17
다양한 체험(참여형) 프로그램 제공	11
VR AR 디지털 실감을 이용한 첨단 체험을 더 다양하게 제공	10
중간 중간 쉴 수 있는 공간이 더 있었음 좋겠음	9
교육 프로그램 확대 및 홍보 강화	6
관람 동선 최적화 필요	6
전시품에 대한 설명이 보다 알기 쉬운(이해하기 쉬운) 단어들로 구성이 필요	6
관람 동선에 대한 자세한 안내 필요	5
향후 전시 해설 활성화 필요	5
식당 개선 필요(다양한 음식 제공)	4
편의 시설 부족	4
박물관 앱 사용성(접근성) 개선 필요	4
담당자 친절성 확보	4
아이들 체험 프로그램 확대	3
글자 크기 확대 필요	3
박물관 홍보가 필요함	3
양질의 전시물 확보 필요	3
기념품샵 개선 필요	2
도슨트 프로그램이 있으면 좋겠음	2
박물관 내부 온도 조절이 필요	2
박물관이 쾌적해서 만족함	2

<표 3-25> 내국인 관람객 고객 VOC(2)

(n: 900, 단위 : 건, 복수응답)

내용	건수
식단 메뉴 및 가격 개선	2
직원들이 시끄럽게 대화를 함	2
서양 유물 전시 확대	2
어린이 박물관을 이용하는 사람에 대한 위치 안내가 상세했으면 좋겠음	2
입장료를 조금이라도 받는 것이 좋을 것 같음	2
조명이 안내를 읽기에 적합하지 않음	2
주차 개선 필요	2
취식 공간 제공 필요	2
해외박물관의 교류를 통한 전시의 다양화	2
1층 복도 수평이동 에스컬레이터 설치 필요	1
VIP멤버십 모집과 활동프로그램 운영 필요	1
관람 인원을 미리 예측해서 혼잡도를 알려주셨으면 함	1
전체적인 리모델링이 필요해 보임	1
국립중앙박물관 건물 디자인이 훌륭함	1
국립중앙박물관 관람 여행 코스가 생기면 좋겠음	1
더욱 어린이 친화적으로 개선되면 함	1
도서관 이용 시간 제한 및 이용 수칙 공지	1
전시해설로봇이 고장난 경우 빨리 수리해주면 좋겠음	1
반가사유상에 대한 글을 홈페이지에 올렸으면 좋겠음	1
발해에 관하여 더 많은 설명과 유물을 보고 싶음	1
백제가야 시대의 전시품들을 못본게 많이 아쉬움이 남음	1
홈페이지 예약 접수 시에 전시된 유물과 전시되지 않은 유물 제시	1
보관함 위에 생수봉투용 큰 박스가 아무렇게나 올려져 있어 개선이 필요	1
비단이나 옷 같은 것도 보고싶음	1
사전예약자가 입장대기하는 공간이 좁아서 거리두기가 어려움	1
성인을 위한 활동지 제작이 있으면 좋겠음	1
안내문 위치가 불편함	1
안내문의 '복제'유무 잘 보이게 했으면 좋겠음	1
어린이 박물관이 조금 더 컸으면 좋겠음	1
외부 석로문화재들이 겨울 못의 수분에 의한 손상이 위험이 있다고 생각함	1
외부에 흡연구역이 마련되었으면 좋겠음	1
전시 안내 팸플렛이 여러군데 비치되어 있었으면 좋겠음	1
전시내용에 관한 연구	1
조선시대 유물이 더 많았으면 좋겠음	1
주기적인 환기 필요	1
지방에 있는 박물관의 전시물들을 서울에서도 볼 수 있으면 좋겠음	1
화장실 청결 필요	1
없음	692

제4장. 외국인 관람객 조사 결과

제1절 전시·서비스 만족도 평가

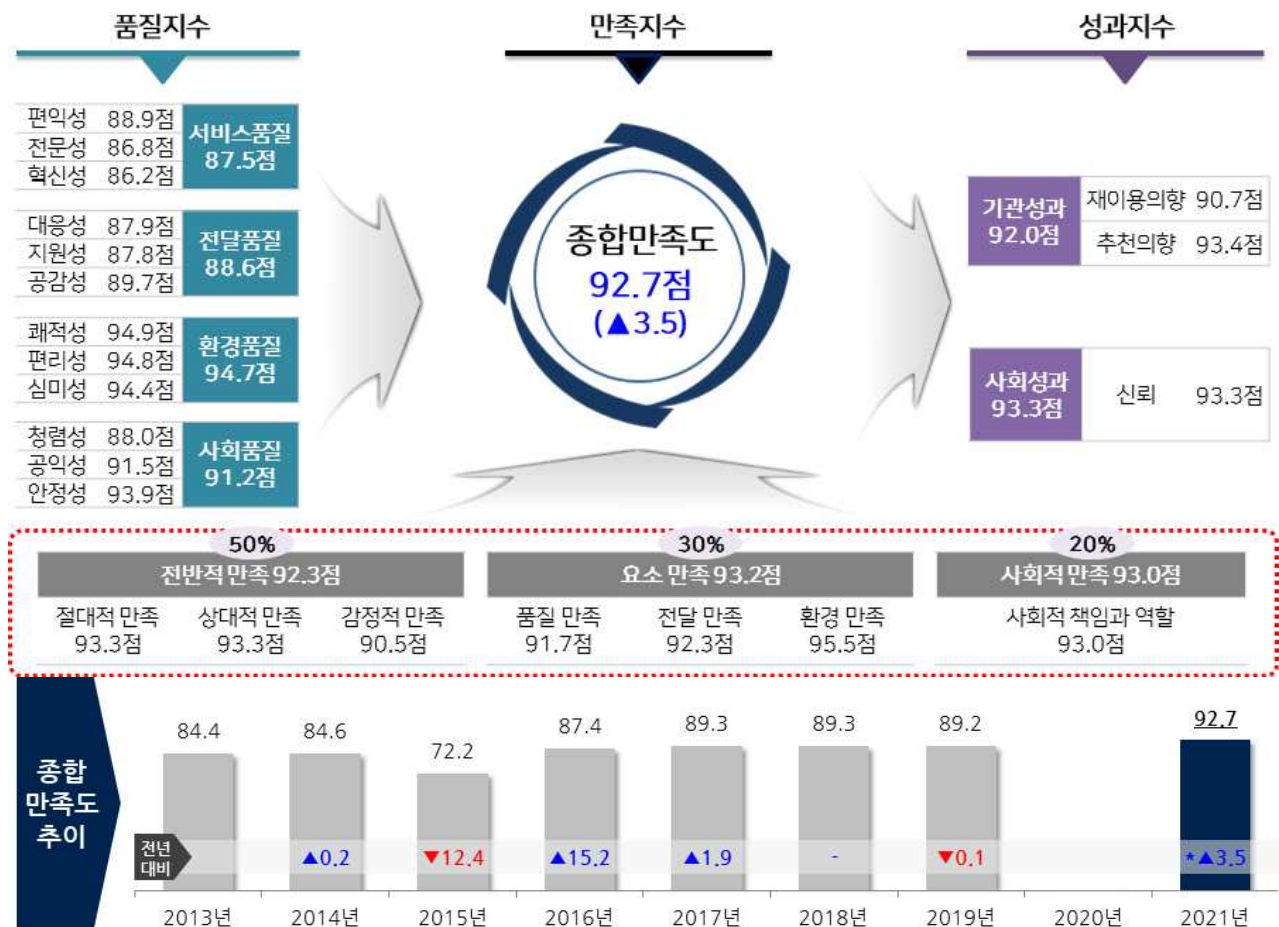
1. 외국인 관람객 종합만족도

1) 종합만족도(PCSI)

- 2021년 국립중앙박물관 외국인 관람객 종합만족도(PCSI)는 92.7점으로 2019년 89.2점 대비 +3.5점 향상됨
- 종합만족도를 구성하는 만족지수는 [요소 만족] 93.2점 > [사회적 만족] 93.0점 > [전반적 만족] 92.3점 순으로 조사됨
- 품질지수는 [환경 품질]이 94.7점으로 가장 높으며, [사회 품질] 91.2점 > [전달 품질] 88.6점 > [서비스 품질] 87.5점 순이며, 세부 항목별로 '쾌적성'이 94.9점으로 가장 높은 반면, '혁신성'은 86.2점으로 가장 낮음

<그림 4-1> 외국인 관람객 종합만족도(PCSI)

(n: 220명, 단위: 점)

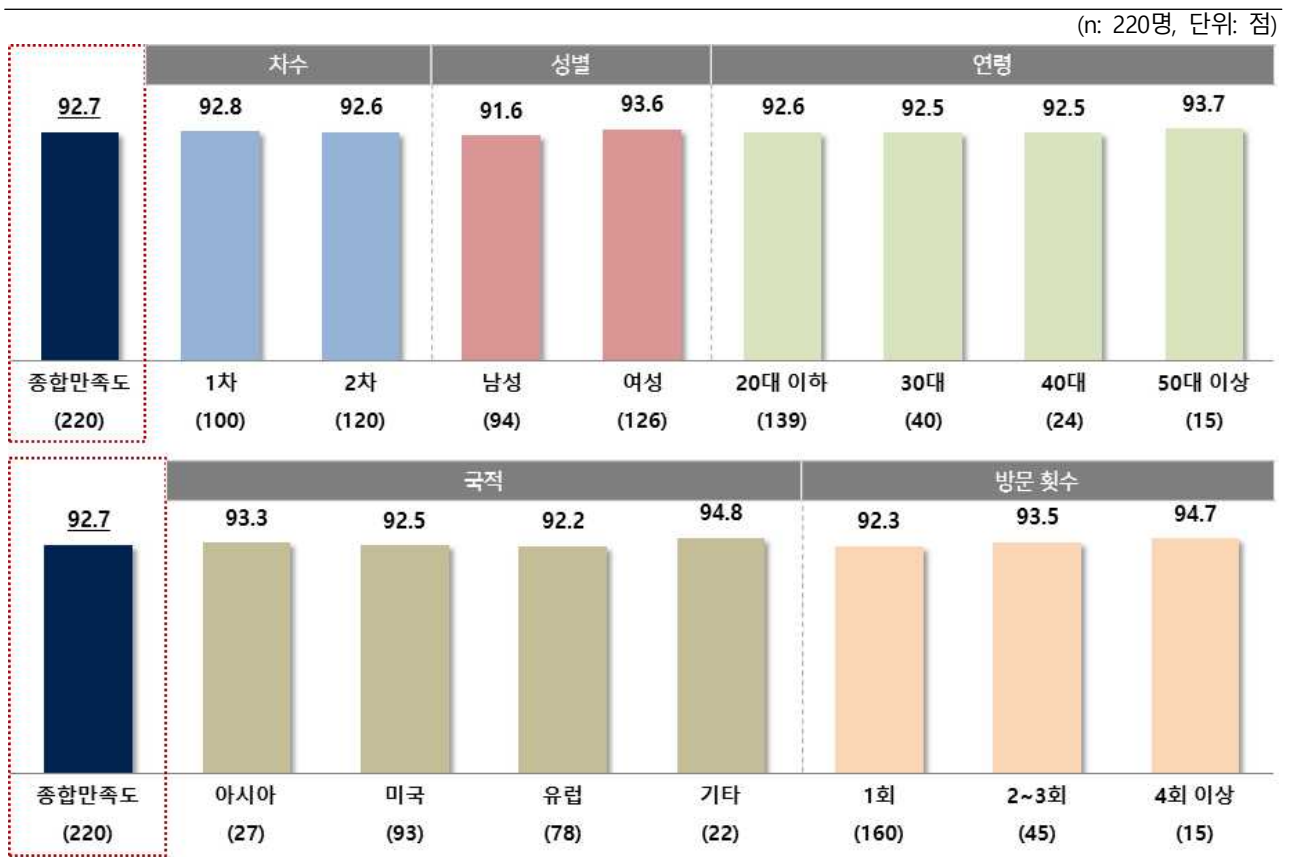


*2020년에는 코로나19로 인해 외국인 관람객 조사 유형이 제외됨

2) 응답자 특성별 종합만족도

- 차수 별로 '1차'(92.8점) > '2차'(92.6점)임
- 성별로 '여성'(93.6점) > '남성'(91.6점)임
- 연령별로 '50대 이상' 93.7점 > '20대 이하' 92.6점 > '30대', '40대' 92.5점 순임
- 국적별로 '기타' 94.8점 > '아시아' 93.3점 > '미국' 92.5점 > '유럽' 92.2점 순임
- 방문 횟수별로 '4회 이상' 94.7점 > '2~3회' 93.5점 > '1회' 92.3점 순임

<그림 4-2> 외국인 관람객 응답자 특성별 종합만족도



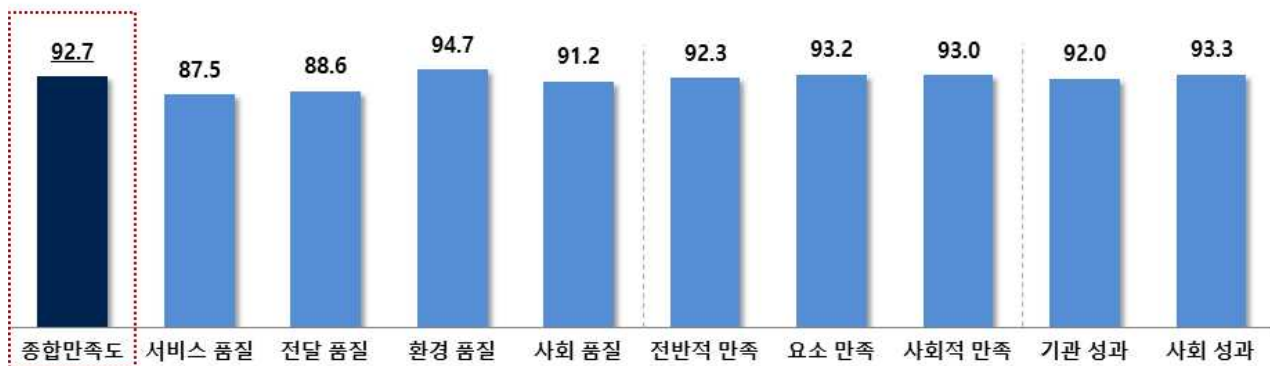
2. 구성 요소별 결과

1) 차원만족도

- 차원 만족도 분석 결과, 품질 지수 중 [환경 품질](94.7점)이 가장 높고, [서비스 품질](87.5점)이 가장 낮음
 - 이전 조사(2019년) 대비 모든 차원의 만족도가 향상된 것으로 조사됨
- 만족 지수의 모든 차원은 90.0점대의 높은 수준이며,
[요소 만족](93.2점) > [사회적 만족](93.0점) > [전반적 만족](92.3점) 순
- 성과 지수에서는 [사회 성과](93.3점)가 [기관 성과](92.0점) 보다 높게 확인됨

<그림 4-3> 외국인 관람객 차원만족도

(n: 220명, 단위: 점)



<표 4-1> 외국인 관람객 차원만족도

(단위 : 100점 평균, 점)

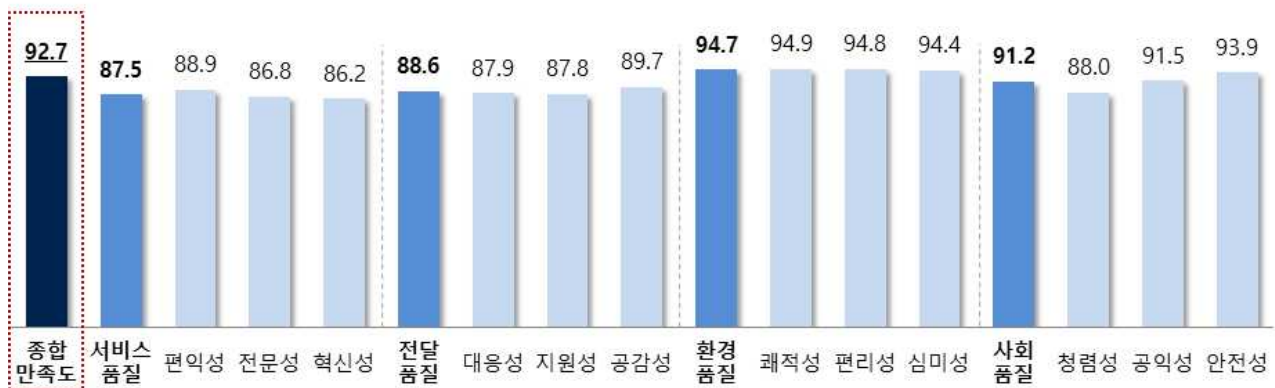
구 분		사례수 (명)	종합 만족도	서비스 품질	전달 품질	환경 품질	사회 품질	전반적 만족	요소 만족	사회적 만족	기관 성과	사회 성과
전체		(220)	92.7	87.5	88.6	94.7	91.2	92.3	93.2	93.0	92.0	93.3
차수	1차	(100)	92.8	88.5	87.6	94.6	90.6	92.5	93.4	92.7	91.3	94.0
	2차	(120)	92.6	86.7	89.4	94.8	91.7	92.2	93.0	93.3	92.7	92.8
성별	남성	(94)	91.6	86.5	87.7	93.5	91.1	91.4	91.6	92.0	90.5	92.2
	여성	(126)	93.6	88.3	89.3	95.5	91.2	93.0	94.4	93.8	93.2	94.2
연령	20대 이하	(139)	92.6	86.9	88.7	95.0	91.6	92.1	93.0	93.3	91.2	93.3
	30대	(40)	92.5	86.7	88.1	94.4	90.1	91.7	93.8	92.5	91.9	92.9
	40대	(24)	92.5	88.2	87.5	92.9	88.4	92.8	92.8	91.0	94.8	92.4
	50대 이상	(15)	93.7	93.6	88.9	94.0	92.6	94.1	92.6	94.4	94.4	95.6
국적	아시아	(27)	93.3	91.4	94.3	95.1	92.8	93.4	94.0	92.0	95.4	95.7
	미국	(93)	92.5	87.3	86.3	95.1	91.6	91.5	93.3	93.7	92.6	93.0
	유럽	(78)	92.2	85.1	87.6	93.8	89.4	92.5	91.7	92.3	88.8	91.9
	기타	(22)	94.8	92.4	94.4	95.6	93.7	93.9	97.0	93.9	97.3	97.0
방문 횟수	1회	(160)	92.3	86.8	88.6	94.6	91.2	91.9	92.5	93.0	90.3	92.5
	2~3회	(45)	93.5	89.4	89.2	95.1	91.4	92.7	95.6	92.6	96.1	95.2
	4회 이상	(15)	94.7	90.0	86.4	94.0	90.4	95.9	93.0	94.4	98.3	96.7

2) 품질지수

- [환경 품질](94.7점) > [사회 품질](91.2점) > [전달 품질](88.6점) > [서비스 품질](87.5점) 순으로 조사됨
 - 외국인 관람객의 품질지수 모든 항목의 만족도가 85점을 넘음
- 세부 항목별로 [환경 품질]의 '쾌적성'이 94.9점으로 가장 높고, '편리성' 94.8점 > '심미성' 94.4점 순임
- 반대로, [서비스 품질]의 '혁신성'이 86.2점으로 가장 낮으며, '전문성' 86.8점 < [전달 품질]의 '지원성' 87.8점 순으로 낮음

<그림 4-4> 외국인 관람객 품질지수

(n: 220명, 단위: 점)



<표 4-2> 외국인 관람객 품질지수

(단위 : 100점 평균, 점)

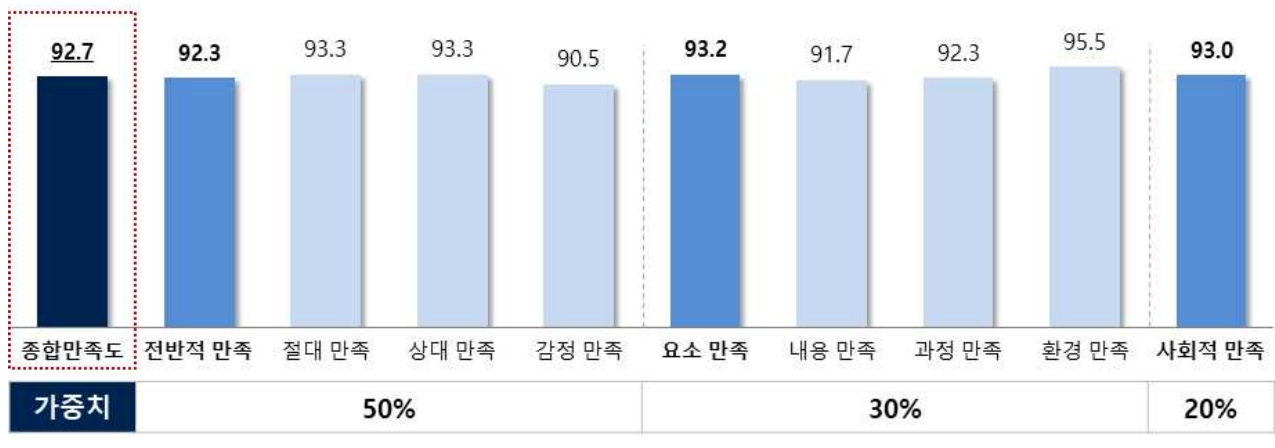
구 분		사례 수 (명)	종합 만족 도	서비스 품질	편의 성	전문 성	혁신 성	전달 품질	대응 성	지원 성	공감 성	환경 품질	쾌적 성	편리 성	심미 성	사회 품질	청렴 성	공익 성	안전 성
전체		(220)	92.7	87.5	88.9	86.8	86.2	88.6	87.9	87.8	89.7	94.7	94.9	94.8	94.4	91.2	88.0	91.5	93.9
차수	1차	(100)	92.8	88.5	89.7	88.0	87.3	87.6	85.8	87.9	88.3	94.6	94.5	94.6	94.6	90.6	88.0	90.7	93.0
	2차	(120)	92.6	86.7	88.3	85.8	85.3	89.4	89.6	87.6	91.0	94.8	95.3	94.9	94.3	91.7	88.1	92.2	94.7
성별	남성	(94)	91.6	86.5	87.6	86.0	85.1	87.7	86.5	87.3	88.6	93.5	94.3	93.0	93.7	91.1	87.9	90.8	94.5
	여성	(126)	93.6	88.3	89.9	87.4	87.0	89.3	88.9	88.1	90.6	95.5	95.4	96.1	95.0	91.2	88.1	92.1	93.5
연령	20대 이하	(139)	92.6	86.9	88.2	86.4	85.3	88.7	88.2	87.9	89.8	95.0	94.8	95.4	94.8	91.6	88.5	92.0	94.5
	30대	(40)	92.5	86.7	88.8	85.4	85.0	88.1	86.3	87.1	90.0	94.4	95.8	94.8	93.3	90.1	87.9	89.6	92.9
	40대	(24)	92.5	88.2	89.6	87.2	87.5	87.5	87.5	87.2	87.8	92.9	93.1	92.7	93.1	88.4	84.0	91.0	90.3
	50대 이상	(15)	93.7	93.6	92.8	93.9	94.4	88.9	87.8	88.3	90.0	94.0	95.6	91.7	95.6	92.6	88.9	92.2	96.7
국적	아시아	(27)	93.3	91.4	93.2	90.1	90.1	94.3	93.2	93.2	96.0	95.1	94.4	95.7	94.8	92.8	92.0	93.2	93.2
	미국	(93)	92.5	87.3	88.3	86.8	86.4	86.3	87.1	85.5	86.7	95.1	95.9	95.3	94.4	91.6	88.5	92.3	93.9
	유럽	(78)	92.2	85.1	87.1	84.1	83.1	87.6	85.0	87.1	89.5	93.8	93.4	93.6	94.2	89.4	84.6	89.5	94.0
	기타	(22)	94.8	92.4	92.8	92.4	91.7	94.4	94.7	93.2	95.5	95.6	97.0	95.8	94.7	93.7	93.2	93.2	94.7
방문 횟수	1회	(160)	92.3	86.8	88.4	86.0	85.0	88.6	87.7	87.9	89.8	94.6	95.1	94.6	94.3	91.2	87.9	91.3	94.4
	2~3회	(45)	93.5	89.4	90.2	88.7	89.3	89.2	89.3	88.3	90.0	95.1	95.2	95.2	95.0	91.4	88.9	92.6	92.6
	4회 이상	(15)	94.7	90.0	90.0	90.0	90.0	86.4	85.6	85.0	88.3	94.0	92.2	95.0	93.9	90.4	86.7	91.1	93.3

3) 만족지수

- [요소 만족](93.2점) > [사회적 만족](93.0점) > [전반적 만족](92.3점) 순으로 조사됨
- 만족지수의 모든 문항 및 차원의 만족도가 90점대의 높은 수준임
- 세부 항목별로 '환경 만족'이 95.5점으로 가장 높고, '절대 만족', '상대 만족' 93.3점 순임
- [전반적 만족] 차원의 '감정 만족'은 90.5점으로 상대적으로 낮음

<그림 4-5> 외국인 관람객 만족지수

(n: 220명, 단위: 점)



<표 4-3> 외국인 관람객 만족지수

(단위 : 100점 평균, 점)

구 분		사례수 (명)	종합 만족도	전반적 만족	절대 만족	상대 만족	감정 만족	요소 만족	내용 만족	과정 만족	환경 만족	사회적 만족
전체		(220)	92.7	92.3	93.3	93.3	90.5	93.2	91.7	92.3	95.5	93.0
차수	1차	(100)	92.8	92.5	94.0	93.8	89.7	93.4	92.5	92.7	95.2	92.7
	2차	(120)	92.6	92.2	92.6	92.8	91.1	93.0	91.1	91.9	95.8	93.3
성별	남성	(94)	91.6	91.4	92.2	92.6	89.4	91.6	89.2	91.0	94.7	92.0
	여성	(126)	93.6	93.0	94.0	93.8	91.3	94.4	93.7	93.3	96.2	93.8
연령	20대 이하	(139)	92.6	92.1	93.0	92.8	90.5	93.0	91.6	92.4	95.1	93.3
	30대	(40)	92.5	91.7	92.5	94.2	88.3	93.8	91.3	92.9	97.1	92.5
	40대	(24)	92.5	92.8	93.8	93.1	91.7	92.8	91.7	91.0	95.8	91.0
	50대 이상	(15)	93.7	94.1	95.6	94.4	92.2	92.6	93.3	90.0	94.4	94.4
국적	아시아	(27)	93.3	93.4	94.4	92.6	93.2	94.0	92.6	95.1	94.4	92.0
	미국	(93)	92.5	91.5	93.2	92.7	88.5	93.3	92.7	91.4	95.9	93.7
	유럽	(78)	92.2	92.5	92.3	93.8	91.5	91.7	88.9	91.2	94.9	92.3
	기타	(22)	94.8	93.9	95.5	94.7	91.7	97.0	97.0	96.2	97.7	93.9
방문 횟수	1회	(160)	92.3	91.9	92.5	92.5	90.6	92.5	90.5	91.6	95.5	93.0
	2~3회	(45)	93.5	92.7	94.8	95.2	88.1	95.6	95.9	94.8	95.9	92.6
	4회 이상	(15)	94.7	95.9	96.7	95.6	95.6	93.0	92.2	92.2	94.4	94.4

4) 성과지수

- [사회 성과](93.3점) > [기관 성과](92.0점) 순인 것으로 조사됨
- 기관 성과 내에서 '추천 의향'(93.4점)은 '재관람 의향'(90.7점) 보다 높음

<그림 4-6> 외국인 관람객 성과지수

(n: 220명, 단위: 점)



<표 4-4> 외국인 관람객 성과지수

(단위 : 100점 평균, 점)

구 분		사례수 (명)	종합 만족도	기관 성과			사회 성과	신뢰
					재관람 의향	추천 의향		
전체		(220)	92.7	92.0	90.7	93.4	93.3	93.3
차수	1차	(100)	92.8	91.3	89.3	93.2	94.0	94.0
	2차	(120)	92.6	92.7	91.8	93.6	92.8	92.8
성별	남성	(94)	91.6	90.5	89.0	92.0	92.2	92.2
	여성	(126)	93.6	93.2	91.9	94.4	94.2	94.2
연령	20대 이하	(139)	92.6	91.2	89.3	93.2	93.3	93.3
	30대	(40)	92.5	91.9	90.8	92.9	92.9	92.9
	40대	(24)	92.5	94.8	95.8	93.8	92.4	92.4
	50대 이상	(15)	93.7	94.4	93.3	95.6	95.6	95.6
국적	아시아	(27)	93.3	95.4	94.4	96.3	95.7	95.7
	미국	(93)	92.5	92.6	91.4	93.7	93.0	93.0
	유럽	(78)	92.2	88.8	87.0	90.6	91.9	91.9
	기타	(22)	94.8	97.3	96.2	98.5	97.0	97.0
방문 횟수	1회	(160)	92.3	90.3	88.9	91.8	92.5	92.5
	2~3회	(45)	93.5	96.1	94.8	97.4	95.2	95.2
	4회 이상	(15)	94.7	98.3	97.8	98.9	96.7	96.7

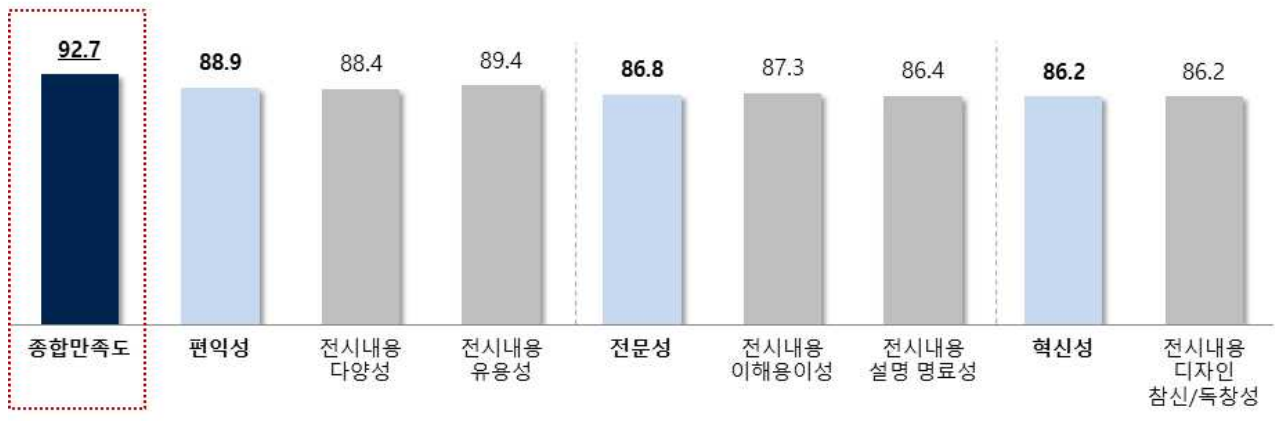
3. 세부 항목별 결과

1) 서비스 품질

- 서비스 품질의 '편의성'(88.9점), '전문성'(86.8점), '혁신성'(86.2점) 모두 종합만족도(92.7점) 보다 낮은 것으로 조사됨
- 서비스 품질 내 세부 항목을 살펴본 결과, '전시내용 유용성'이 89.4점으로 가장 높은 것으로 조사된 반면, '전시내용 디자인 참신/독창성'은 86.2점으로 가장 낮음

<그림 4-7> 외국인 관람객 서비스 품질

(n: 220명, 단위: 점)



<표 4-5> 외국인 관람객 서비스 품질

(단위 : 100점 평균, 점)

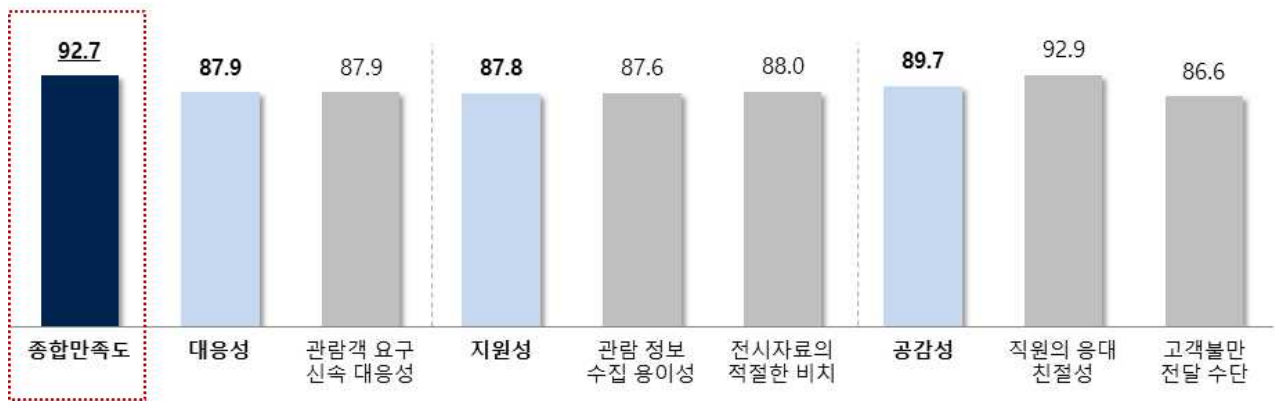
구 분		사례수 (명)	종합 만족도	편익성	전시 내용 다양성	전시 내용 유용성	전문성	전시 내용 이해 용이성	전시 내용 설명 명료성	혁신성	전시 내용 디자인 참신/ 독창성
전체		(220)	92.7	88.9	88.4	89.4	86.8	87.3	86.4	86.2	86.2
차수	1차	(100)	92.8	89.7	88.7	90.7	88.0	88.2	87.8	87.3	87.3
	2차	(120)	92.6	88.3	88.2	88.3	85.8	86.5	85.1	85.3	85.3
성별	남성	(94)	91.6	87.6	87.4	87.8	86.0	86.9	85.1	85.1	85.1
	여성	(126)	93.6	89.9	89.2	90.6	87.4	87.6	87.3	87.0	87.0
연령	20대 이하	(139)	92.6	88.2	87.3	89.2	86.4	86.8	86.0	85.3	85.3
	30대	(40)	92.5	88.8	87.9	89.6	85.4	86.3	84.6	85.0	85.0
	40대	(24)	92.5	89.6	91.7	87.5	87.2	86.8	87.5	87.5	87.5
	50대 이상	(15)	93.7	92.8	93.3	92.2	93.9	94.4	93.3	94.4	94.4
국적	아시아	(27)	93.3	93.2	92.0	94.4	90.1	89.5	90.7	90.1	90.1
	미국	(93)	92.5	88.3	87.3	89.2	86.8	87.6	86.0	86.4	86.4
	유럽	(78)	92.2	87.1	87.0	87.2	84.1	84.8	83.3	83.1	83.1
	기타	(22)	94.8	92.8	93.9	91.7	92.4	91.7	93.2	91.7	91.7
방문 횟수	1회	(160)	92.3	88.4	88.0	88.9	86.0	86.7	85.3	85.0	85.0
	2~3회	(45)	93.5	90.2	90.0	90.4	88.7	88.5	88.9	89.3	89.3
	4회 이상	(15)	94.7	90.0	87.8	92.2	90.0	90.0	90.0	90.0	90.0

2) 전달 품질

- 전달 품질의 '대응성'(87.9점), '지원성'(87.8점), '공감성'(89.7점) 모두 종합만족도(92.7점) 보다 낮은 것으로 조사됨
- 전달 품질 내 세부 항목을 살펴본 결과, '직원의 응대 친절성'이 92.9점으로 유일하게 90점대를 기록하여 가장 높은 것으로 조사된 반면, '고객불만 전달 수단'은 86.6점으로 가장 낮음

<그림 4-8> 외국인 관람객 전달 품질

(n: 220명, 단위: 점)



<표 4-6> 외국인 관람객 전달 품질

(단위: 100점 평균, 점)

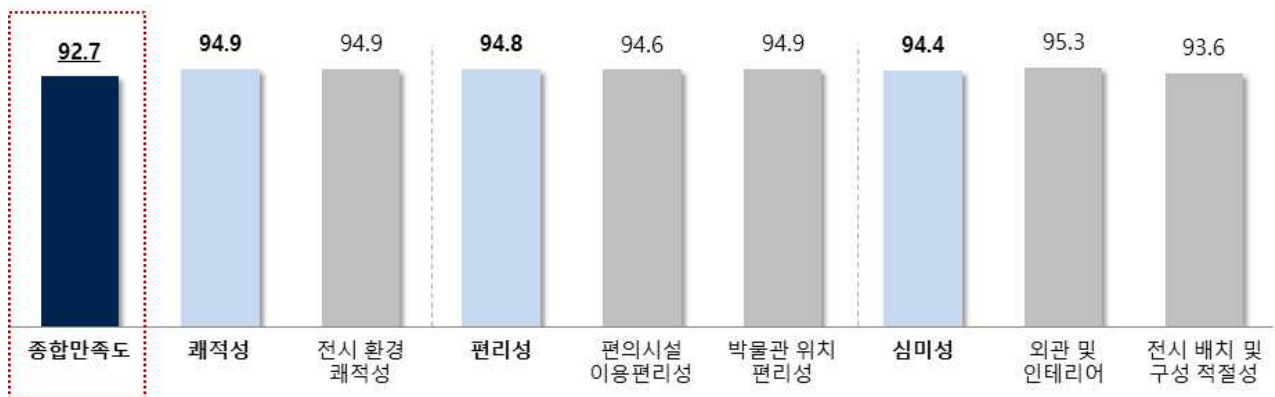
구 분		사례수 (명)	종합 만족도	대응성	관람객 요구 신속 대응성	지원성	관람 정보 수집 용이성	전시 자료의 적절한 비치	공감성	직원의 응대 친절성	고객 불만 전달 수단
전체		(220)	92.7	87.9	87.9	87.8	87.6	88.0	89.7	92.9	86.6
차수	1차	(100)	92.8	85.8	85.8	87.9	87.7	88.2	88.3	92.3	84.2
	2차	(120)	92.6	89.6	89.6	87.6	87.5	87.8	91.0	93.3	88.6
성별	남성	(94)	91.6	86.5	86.5	87.3	87.2	87.4	88.6	91.1	86.0
	여성	(126)	93.6	88.9	88.9	88.1	87.8	88.4	90.6	94.2	87.0
연령	20대 이하	(139)	92.6	88.2	88.2	87.9	87.1	88.7	89.8	93.5	86.1
	30대	(40)	92.5	86.3	86.3	87.1	89.2	85.0	90.0	92.9	87.1
	40대	(24)	92.5	87.5	87.5	87.2	86.8	87.5	87.8	88.2	87.5
	50대 이상	(15)	93.7	87.8	87.8	88.3	87.8	88.9	90.0	93.3	86.7
국적	아시아	(27)	93.3	93.2	93.2	93.2	93.2	93.2	96.0	96.9	95.1
	미국	(93)	92.5	87.1	87.1	85.5	86.0	84.9	86.7	90.5	83.0
	유럽	(78)	92.2	85.0	85.0	87.1	86.1	88.0	89.5	93.6	85.5
	기타	(22)	94.8	94.7	94.7	93.2	92.4	93.9	95.5	95.5	95.5
방문 횟수	1회	(160)	92.3	87.7	87.7	87.9	87.6	88.1	89.8	92.8	86.8
	2~3회	(45)	93.5	89.3	89.3	88.3	88.1	88.5	90.0	94.1	85.9
	4회 이상	(15)	94.7	85.6	85.6	85.0	85.6	84.4	88.3	90.0	86.7

3) 환경 품질

- 환경 품질의 '쾌적성'(94.9점), '편리성'(94.8점), '심미성'(94.4점) 모두 종합만족도(92.7점) 보다 높은 것으로 조사됨
- 환경 품질 내 세부 항목을 살펴본 결과, 모든 항목의 만족도가 90점을 넘는 것으로 조사됨

<그림 4-9> 외국인 관람객 환경 품질

(n: 220명, 단위: 점)



<표 4-7> 외국인 관람객 환경 품질

(단위: 100점 평균, 점)

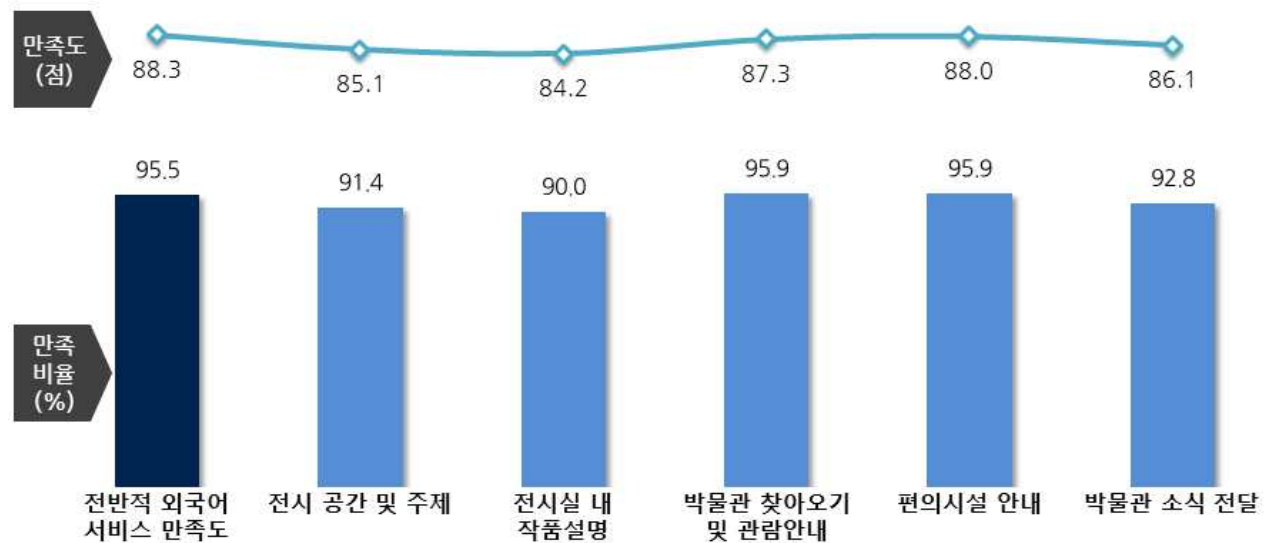
구 분		사례수 (명)	종합 만족도	쾌적성	전시 환경 쾌적성	편리성	편의 시설 이용 편리성	박물관 위치 편리성	심미성	외관 및 인테리어	전시 배치 및 구성 적절성
전체		(220)	92.7	94.9	94.9	94.8	94.6	94.9	94.4	95.3	93.6
차수	1차	(100)	92.8	94.5	94.5	94.6	94.3	94.8	94.6	95.5	93.7
	2차	(120)	92.6	95.3	95.3	94.9	94.9	95.0	94.3	95.1	93.5
성별	남성	(94)	91.6	94.3	94.3	93.0	93.1	92.9	93.7	95.2	92.2
	여성	(126)	93.6	95.4	95.4	96.1	95.8	96.4	95.0	95.4	94.6
연령	20대 이하	(139)	92.6	94.8	94.8	95.4	95.0	95.8	94.8	95.4	94.1
	30대	(40)	92.5	95.8	95.8	94.8	95.4	94.2	93.3	94.6	92.1
	40대	(24)	92.5	93.1	93.1	92.7	93.1	92.4	93.1	94.4	91.7
	50대 이상	(15)	93.7	95.6	95.6	91.7	91.1	92.2	95.6	96.7	94.4
국적	아시아	(27)	93.3	94.4	94.4	95.7	96.3	95.1	94.8	95.1	94.4
	미국	(93)	92.5	95.9	95.9	95.3	95.2	95.3	94.4	95.9	93.0
	유럽	(78)	92.2	93.4	93.4	93.6	92.7	94.4	94.2	94.7	93.8
	기타	(22)	94.8	97.0	97.0	95.8	97.0	94.7	94.7	95.5	93.9
방문 횟수	1회	(160)	92.3	95.1	95.1	94.6	94.3	95.0	94.3	95.2	93.4
	2~3회	(45)	93.5	95.2	95.2	95.2	95.6	94.8	95.0	95.9	94.1
	4회 이상	(15)	94.7	92.2	92.2	95.0	95.6	94.4	93.9	94.4	93.3

4. 외국어 서비스 만족도

- 국립중앙박물관의 외국어 서비스 전반적 만족도는 88.3점으로 조사됨
- 국절별로 '기타'의 외국어 서비스 전반적 만족도가 93.9점으로 가장 높았으며, '아시아' 88.9점, '미국' 88.4점, '유럽' 86.3점 순임
- 세부 항목별로 '편의시설 안내' 만족도가 88.0점으로 가장 높은 것으로 나타났으며, '박물관 찾아오기 및 관람안내' 87.3점, '박물관 소식 전달' 86.1점, '전시 공간 및 주제' 85.1점, '전시실 내 작품설명' 84.2점 순임
- 국립중앙박물관 외국어 서비스 모든 항목 및 응답자 특성에서 만족도가 80점을 넘는 것으로 조사됨

<그림 4-10> 외국인 관람객 외국어 서비스 만족도

(n: 220명, 단위: %, 점)



<표 4-8> 외국인 관람객 외국어 서비스 만족도

(단위 : 100점 평균, 점)

구 분		사례수 (명)	전반적 외국어 서비스 만족도	전시 공간 및 주제	전시실 내 작품설명	박물관 찾아오기 및 관람안내	편의시설 안내	박물관 소식 전달
전체		(220)	88.3	85.1	84.2	87.3	88.0	86.1
차수	1차	(100)	87.0	84.7	83.8	86.8	87.0	85.8
	2차	(120)	89.3	85.4	84.6	87.8	88.8	86.3
성별	남성	(94)	87.6	84.0	83.2	86.0	86.5	84.6
	여성	(126)	88.8	85.8	85.1	88.4	89.0	87.2
연령	20대 이하	(139)	87.3	83.3	83.6	87.3	87.3	86.8
	30대	(40)	89.6	87.5	84.6	87.1	91.7	83.8
	40대	(24)	90.3	87.5	84.7	88.9	86.1	85.4
	50대 이상	(15)	90.0	90.0	86.7	85.6	85.6	84.4
국적	아시아	(27)	88.9	88.9	87.0	92.0	92.0	89.5
	미국	(93)	88.4	85.5	85.1	86.7	87.5	85.5
	유럽	(78)	86.3	80.8	80.6	85.5	87.4	84.4
	기타	(22)	93.9	93.9	90.2	90.9	87.1	90.2
방문 횟수	1회	(160)	88.0	84.5	83.9	87.4	87.7	86.0
	2~3회	(45)	88.9	87.8	86.7	88.5	88.5	86.7
	4회 이상	(15)	88.9	83.3	81.1	83.3	88.9	84.4

제2절 관람객 방문 현황

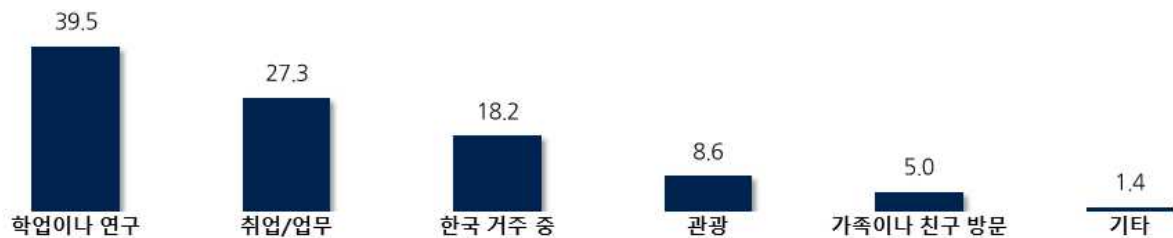
1. 방문 목적

1) 한국 방문 목적

- 외국인 관람객의 한국 방문 목적으로 '학업이나 연구'가 39.5%로 가장 높으며, '취업/업무' 27.3%, '한국 거주 중' 18.2% 순으로 조사됨
- 코로나19로 인해 '관광'(8.6%), '가족이나 친구 방문'(5.0%)의 비율은 낮은 것으로 조사됨
- 성별로 여성은 '학업이나 연구'의 비율이 높으며, 남성은 '취업/업무'의 비율이 높음
- 국적별로 아시아, 유럽은 '학업이나 연구'의 비율이 높으며, 미국, 기타는 '취업/업무'의 비율이 높음

<그림 4-12> 외국인 관람객 한국 방문 목적

(n: 220명, 단위: %)



<표 4-10> 외국인 관람객 한국 방문 목적

(단위 : %)

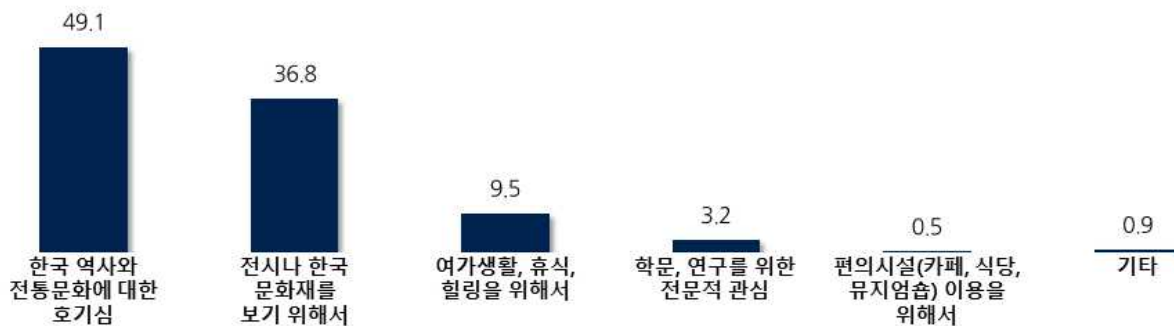
구 분		사례수 (명)	학업이나 연구	취업/업무	한국 거주 중	관광	가족이나 친구 방문	기타
전체		(220)	39.5	27.3	18.2	8.6	5.0	1.4
차수	1차	(100)	46.0	18.0	21.0	12.0	3.0	0.0
	2차	(120)	34.2	35.0	15.8	5.8	6.7	2.5
성별	남성	(94)	28.7	37.2	18.1	6.4	7.4	2.1
	여성	(126)	47.6	19.8	18.3	10.3	3.2	0.8
연령	20대 이하	(139)	56.1	19.4	14.4	7.9	2.2	0.0
	30대	(40)	17.5	32.5	17.5	12.5	12.5	7.5
	40대	(24)	0.0	66.7	29.2	4.2	0.0	0.0
	50대 이상	(15)	6.7	20.0	40.0	13.3	20.0	0.0
국적	아시아	(27)	55.6	7.4	22.2	0.0	14.8	0.0
	미국	(93)	20.4	34.4	23.7	15.1	5.4	1.1
	유럽	(78)	61.5	23.1	10.3	2.6	2.6	0.0
	기타	(22)	22.7	36.4	18.2	13.6	0.0	9.1
방문 횟수	1회	(160)	40.0	30.6	13.8	8.8	5.0	1.9
	2~3회	(45)	48.9	15.6	17.8	11.1	6.7	0.0
	4회 이상	(15)	6.7	26.7	66.7	0.0	0.0	0.0

2) 국립중앙박물관 방문 목적

- 국립중앙박물관 방문 목적으로 '한국 역사와 전통문화에 대한 호기심'이 49.1%로 가장 높으며, '전시나 한국 문화재를 보기 위해서'가 36.8%로 그 다음임
- 방문 목적 중 '한국 역사와 전통문화에 대한 호기심', '전시나 한국 문화재를 보기 위해서'의 비율이 85.9%로 대부분을 차지함
- 연령별로 30대 이하는 '한국 역사와 전통문화에 대한 호기심'의 비율이, 40대 이상은 '전시나 한국 문화재를 보기 위해서'의 비율이 높음

<그림 4-13> 외국인 관람객 국립중앙박물관 방문 목적

(n: 220명, 단위: %)



<표 4-11> 외국인 관람객 국립중앙박물관 방문 목적

(단위 : %)

구 분		사례수 (명)	한국 역사와 전통문화에 대한 호기심	전시나 한국 문화재를 보기 위해서	여가생활, 휴식, 힐링을 위해서	학문, 연구를 위한 전문적 관심	편의시설 (카페, 식당, 뮤지엄숍) 이용을 위해서	기타
전체		(220)	49.1	36.8	9.5	3.2	0.5	0.9
차수	1차	(100)	47.0	37.0	12.0	3.0	0.0	1.0
	2차	(120)	50.8	36.7	7.5	3.3	0.8	0.8
성별	남성	(94)	54.3	29.8	11.7	3.2	0.0	1.1
	여성	(126)	45.2	42.1	7.9	3.2	0.8	0.8
연령	20대 이하	(139)	52.5	33.8	8.6	3.6	0.7	0.7
	30대	(40)	45.0	40.0	15.0	0.0	0.0	0.0
	40대	(24)	41.7	45.8	12.5	0.0	0.0	0.0
	50대 이상	(15)	33.3	46.7	0.0	13.3	0.0	6.7
국적	아시아	(27)	48.1	29.6	3.7	14.8	3.7	0.0
	미국	(93)	48.4	34.4	11.8	3.2	0.0	2.2
	유럽	(78)	51.3	43.6	5.1	0.0	0.0	0.0
	기타	(22)	45.5	31.8	22.7	0.0	0.0	0.0
방문 횟수	1회	(160)	52.5	38.1	6.3	3.1	0.0	0.0
	2~3회	(45)	40.0	33.3	17.8	4.4	2.2	2.2
	4회 이상	(15)	40.0	33.3	20.0	0.0	0.0	6.7

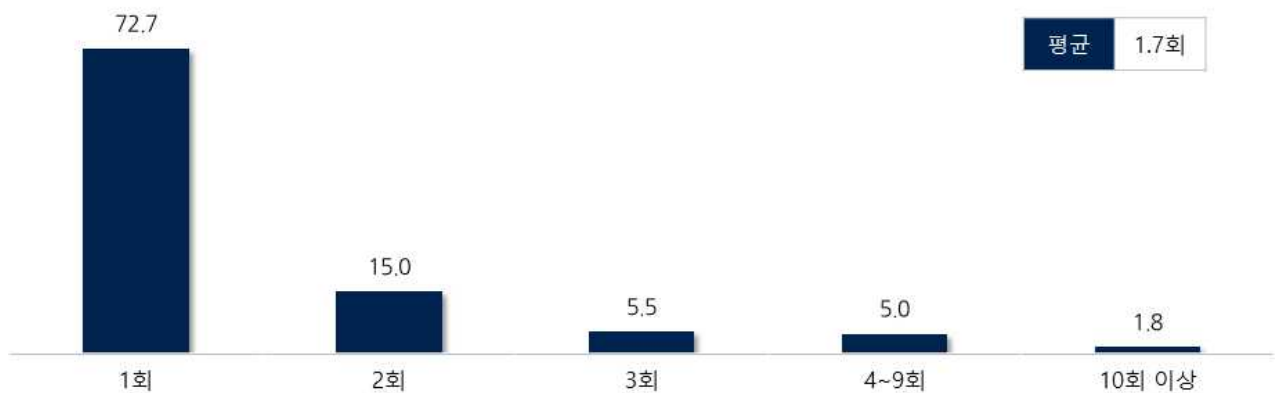
2. 방문 횟수

1) 방문 횟수

- 외국인 관람객의 평균 방문 횟수는 1.7회인 것으로 조사됨
- '1회' 방문 경험자의 비중이 72.7%로 가장 높은 것으로 나타남
- 차수별로 '1차'의 평균 방문 횟수는 2.1회로 '2차'의 1.4회 대비 높음
- 연령별로 '40대'의 평균 방문 횟수는 2.3회로 타 연령대 대비 높음

<그림 4-14> 외국인 관람객 방문 횟수

(n: 220명, 단위: %)



<표 4-12> 외국인 관람객 방문 횟수

(단위: %, 회)

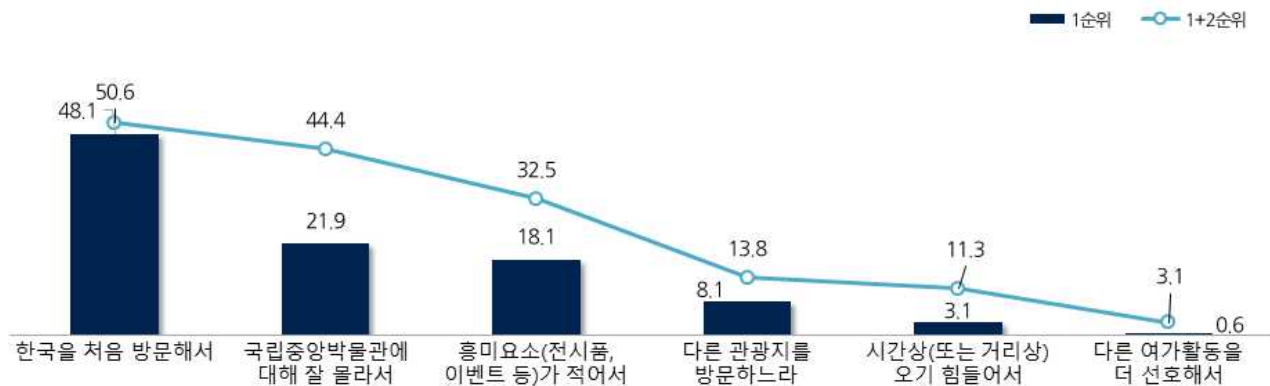
구 분		사례수 (명)	1회	2회	3회	4~9회	10회 이상	평균(회)
전체		(220)	72.7	15.0	5.5	5.0	1.8	1.7
차수	1차	(100)	64.0	20.0	5.0	7.0	4.0	2.1
	2차	(120)	80.0	10.8	5.8	3.3	0.0	1.4
성별	남성	(94)	74.5	11.7	5.3	5.3	3.2	1.8
	여성	(126)	71.4	17.5	5.6	4.8	0.8	1.6
연령	20대 이하	(139)	71.9	19.4	5.0	2.2	1.4	1.5
	30대	(40)	75.0	10.0	7.5	5.0	2.5	1.9
	40대	(24)	75.0	4.2	0.0	16.7	4.2	2.3
	50대 이상	(15)	66.7	6.7	13.3	13.3	0.0	1.9
국적	아시아	(27)	70.4	7.4	14.8	7.4	0.0	1.8
	미국	(93)	65.6	19.4	6.5	6.5	2.2	1.8
	유럽	(78)	82.1	10.3	2.6	2.6	2.6	1.6
	기타	(22)	72.7	22.7	0.0	4.5	0.0	1.4

2) 국립중앙박물관 미방문 이유

- 외국인 방문객을 대상으로 국립중앙박물관을 방문하지 않은 이유에 대해 물어본 결과, '한국을 처음 방문해서'가 50.6%로 가장 높았으며, '국립중앙박물관에 대해 잘 몰라서' 44.4%, '흥미요소(전시품, 이벤트 등)가 적어서' 32.5% 순으로 나타남(1+2순위 기준)
- 차수별로 '2차'의 응답자들은 '한국을 처음 방문해서'의 비율이 '1차' 대비 높은 것으로 나타남
- 국가별로 '기타'는 '국립중앙박물관에 대해 잘 몰라서'의 비율이 절반(50%) 이상임

<그림 4-15> 외국인 관람객 국립중앙박물관 미방문 이유

(n: 국립중앙박물관 처음 방문자 160명, 단위: %)



<표 4-13> 외국인 관람객 국립중앙박물관 미방문 이유(1+2순위 기준)

(단위 : %, 1+2순위 기준)

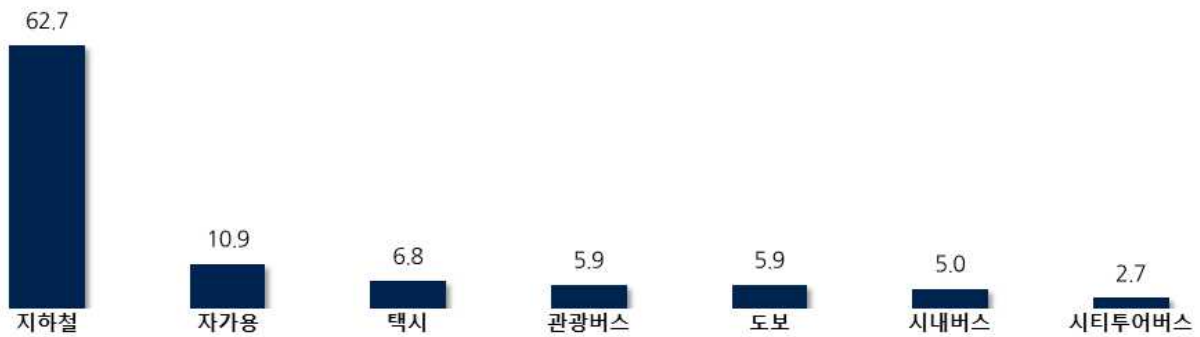
구 분		사례수 (명)	한국을 처음 방문해서	국립중앙박 물관에 대해 잘 몰라서	흥미요소 (전시품, 이벤트 등)가 적어서	다른 관광지를 방문하느라	시간상(또는 거리상) 오기 힘들어서	다른 여가활동을 더 선호해서
전체		(160)	50.6	44.4	32.5	13.8	11.3	3.1
차수	1차	(64)	46.9	43.8	35.9	18.8	9.4	0.0
	2차	(96)	53.1	44.8	30.2	10.4	12.5	5.2
성별	남성	(70)	50.0	35.7	28.6	11.4	14.3	2.9
	여성	(90)	51.1	51.1	35.6	15.6	8.9	3.3
연령	20대 이하	(100)	50.0	46.0	37.0	13.0	12.0	3.0
	30대	(30)	60.0	43.3	20.0	6.7	10.0	0.0
	40대	(18)	33.3	44.4	33.3	33.3	5.6	11.1
	50대 이상	(10)	70.0	30.0	20.0	10.0	20.0	0.0
국적	아시아	(19)	52.6	52.6	21.1	15.8	21.1	0.0
	미국	(61)	45.9	39.3	29.5	18.0	9.8	3.3
	유럽	(64)	57.8	43.8	35.9	9.4	10.9	1.6
	기타	(16)	37.5	56.3	43.8	12.5	6.3	12.5

3. 방문 시 주된 교통수단

- 방문 시 주된 교통수단으로 '지하철'이 62.7%로 가장 높으며, '자가용' 10.9%, '택시' 6.8% 순으로 조사됨
- 성별로 여성의 '지하철' 이용 비율이 '남성' 대비 높은 것으로 나타남
- 연령별로는 40대 응답자를 제외한 모든 응답자 특성에서 '지하철'의 비율이 가장 높음

<그림 4-16> 외국인 관람객 방문 시 주 교통수단

(n: 220명, 단위: %)



<표 4-14> 외국인 관람객 방문 시 주 교통수단

(단위 : %)

구 분		사례수 (명)	지하철	자가용	택시	관광버스	도보	시내버스	시티투어 버스
전체		(220)	62.7	10.9	6.8	5.9	5.9	5.0	2.7
차수	1차	(100)	61.0	10.0	5.0	13.0	6.0	2.0	3.0
	2차	(120)	64.2	11.7	8.3	0.0	5.8	7.5	2.5
성별	남성	(94)	52.1	18.1	11.7	8.5	3.2	2.1	4.3
	여성	(126)	70.6	5.6	3.2	4.0	7.9	7.1	1.6
연령	20대 이하	(139)	75.5	2.9	5.8	5.8	5.0	3.6	1.4
	30대	(40)	45.0	20.0	12.5	7.5	2.5	5.0	7.5
	40대	(24)	25.0	33.3	8.3	8.3	12.5	8.3	4.2
	50대 이상	(15)	46.7	26.7	0.0	0.0	13.3	13.3	0.0
국적	아시아	(27)	74.1	7.4	0.0	0.0	7.4	3.7	7.4
	미국	(93)	53.8	8.6	11.8	10.8	8.6	3.2	3.2
	유럽	(78)	70.5	12.8	2.6	2.6	2.6	7.7	1.3
	기타	(22)	59.1	18.2	9.1	4.5	4.5	4.5	0.0
방문 횟수	1회	(160)	63.1	8.8	8.1	6.9	5.6	4.4	3.1
	2~3회	(45)	62.2	15.6	0.0	4.4	6.7	8.9	2.2
	4회 이상	(15)	60.0	20.0	13.3	0.0	6.7	0.0	0.0

4. 정보 획득 경로

- 외국인 관람객의 정보 획득 경로로 '국립중앙박물관 웹사이트(홈페이지)'가 47.3%로 가장 높으며, '주변 사람 소개 및 추천' 36.8%, '국립중앙박물관 SNS(페이스북, 유튜브)' 12.7% 순으로 조사됨(1+2순위 기준)
- 정보 획득 경로 중 '국립중앙박물관 웹사이트(홈페이지)', '주변 사람 소개 및 추천'의 비율이 84.1%로 대부분을 차지함
- 모든 응답자 특성에서 정보 획득 경로로 '국립중앙박물관 웹사이트(홈페이지)'의 비율이 가장 높음
- 정보 획득 경로의 국적별로 유럽은 '국립중앙박물관 웹사이트(홈페이지)', 아시아는 '주변 사람 소개 및 추천', 기타는 '국립중앙박물관 SNS(페이스북, 유튜브)'의 비율이 타 국적 대비 높은 것을 조사됨

<그림 4-17> 외국인 관람객 정보 획득 경로

(n: 220명, 단위: %)



<표 4-15> 외국인 관람객 정보 획득 경로(1+2순위 기준)

(단위 : % 1+2순위 기준)

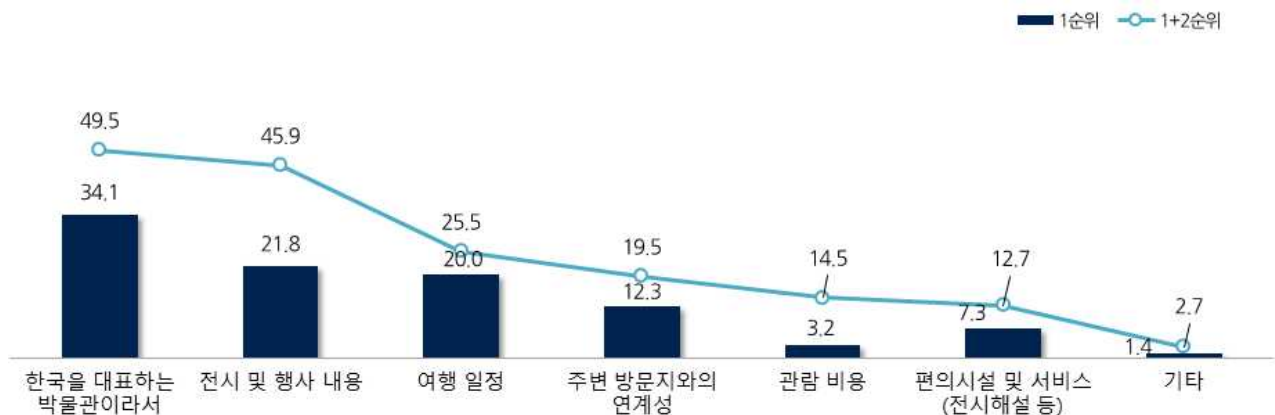
구 분		사례수 (명)	국립 중앙 박물관 웹 사이트 (홈페 이지)	주변 사람 소개 및 추천	국립 중앙 박물관 SNS (페이스 북, 유튜브)	여행/ 관광 관련 사이트 (PC&모 바일, tripadvi sor 등)	VISIT SEOUL 웹 사이트 &SNS(서울시 관광)	여행 안내책	VISIT KOREA 웹 사이트 &SNS(한국관 광공사)	공항 및 도심 관광안 내센터	호텔 및 방문지 (식당, 다른 관광지 등) 안내 /추천	기타
전체		(220)	47.3	36.8	12.7	11.8	10.5	7.3	6.8	4.5	2.3	10.0
차수	1차	(100)	45.0	42.0	7.0	14.0	9.0	13.0	6.0	4.0	4.0	8.0
	2차	(120)	49.2	32.5	17.5	10.0	11.7	2.5	7.5	5.0	0.8	11.7
성별	남성	(94)	44.7	35.1	9.6	16.0	6.4	5.3	7.4	4.3	3.2	4.3
	여성	(126)	49.2	38.1	15.1	8.7	13.5	8.7	6.3	4.8	1.6	14.3
연령	20대 이하	(139)	48.9	41.0	12.2	11.5	11.5	9.4	7.2	5.0	3.6	13.7
	30대	(40)	35.0	37.5	10.0	17.5	10.0	2.5	5.0	2.5	0.0	5.0
	40대	(24)	62.5	20.8	20.8	12.5	0.0	8.3	0.0	4.2	0.0	4.2
	50대 이상	(15)	40.0	26.7	13.3	0.0	20.0	0.0	13.3	6.7	0.0	0.0
국적	아시아	(27)	48.1	44.4	18.5	11.1	14.8	3.7	14.8	3.7	3.7	3.7
	미국	(93)	43.0	40.9	6.5	10.8	10.8	5.4	8.6	3.2	3.2	6.5
	유럽	(78)	52.6	32.1	14.1	11.5	10.3	10.3	3.8	5.1	1.3	15.4
	기타	(22)	45.5	27.3	27.3	18.2	4.5	9.1	0.0	9.1	0.0	13.6
방문 횟수	1회	(160)	43.8	35.6	15.0	13.1	7.5	7.5	6.9	4.4	3.1	12.5
	2~3회	(45)	57.8	37.8	6.7	11.1	17.8	4.4	8.9	4.4	0.0	4.4
	4회 이상	(15)	53.3	46.7	6.7	0.0	20.0	13.3	0.0	6.7	0.0	0.0

5. 박물관 방문 시 중요 고려 사항

- 국립중앙박물관 방문 시 중요 고려 사항으로 '한국을 대표하는 박물관이라서'가 49.5%로 가장 높았으며, '전시 및 행사 내용' 45.9%, '여행 일정' 25.5%, '주변 방문지와의 연계성' 19.5% 순임
- 성별로 여성은 '한국을 대표하는 박물관이라서'의 비율이 남성 대비 높은 것으로 조사됨
- 연령별로 30대 이하는 '한국을 대표하는 박물관이라서'의 비율이 52.5%로 절반 이상인 것으로 나타남
- 방문 횟수별로 4회 이상은 '전시 및 행사 내용'의 비율이 타 응답자 특성 대비 높은 수준임

<그림 4-18> 외국인 관람객 박물관 방문 시 중요 고려 사항

(n: 220명, 단위: %)



<표 4-16> 외국인 관람객 박물관 방문 시 중요 고려 사항(1+2순위)

(단위 : %, 1+2순위 기준)

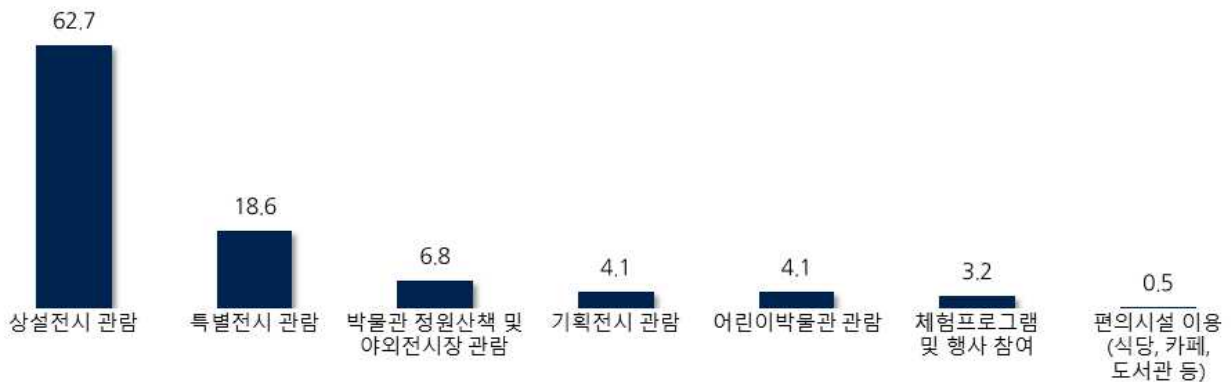
구 분		사례수 (명)	한국을 대표하는 박물관	전시 및 행사 내용	여행 일정	주변 방문지와 의 연계성	관람 비용	편의 시설 및 서비스 (전시해설 등)	기타
전체		(220)	49.5	45.9	25.5	19.5	14.5	12.7	2.7
차수	1차	(100)	47.0	44.0	24.0	19.0	17.0	15.0	1.0
	2차	(120)	51.7	47.5	26.7	20.0	12.5	10.8	4.2
성별	남성	(94)	45.7	41.5	36.2	16.0	8.5	14.9	3.2
	여성	(126)	52.4	49.2	17.5	22.2	19.0	11.1	2.4
연령	20대 이하	(139)	52.5	48.9	23.0	20.9	18.0	9.4	3.6
	30대	(40)	52.5	40.0	22.5	17.5	10.0	15.0	0.0
	40대	(24)	33.3	45.8	33.3	20.8	12.5	25.0	0.0
	50대 이상	(15)	33.3	40.0	40.0	13.3	0.0	20.0	6.7
국적	아시아	(27)	40.7	33.3	37.0	29.6	3.7	29.6	3.7
	미국	(93)	47.3	49.5	28.0	15.1	14.0	8.6	3.2
	유럽	(78)	59.0	41.0	19.2	19.2	20.5	11.5	2.6
	기타	(22)	36.4	63.6	22.7	27.3	9.1	13.6	0.0
방문 횟수	1회	(160)	50.6	40.6	27.5	21.9	17.5	10.0	2.5
	2~3회	(45)	51.1	57.8	20.0	17.8	2.2	17.8	2.2
	4회 이상	(15)	33.3	66.7	20.0	0.0	20.0	26.7	6.7

6. 방문계획 전시 프로그램

- 외국인 관람객의 방문계획 전시 프로그램으로 '상설전시 관람'이 62.7%로 과반 이상 가장 많은 것으로 나타났으며, '특별전시 관람' 18.6%, '박물관 정원산책 및 야외전시장 관람' 6.8% 순임
- '기획전시 관람', '어린이박물관 관람', '체험프로그램 및 행사 참여', '편의시설 이용(식당, 카페, 도서관 등)'의 비율은 5% 미만으로 낮은 수준임
 - 코로나19 이후 외국인의 국립중앙박물관 이용 활성화를 위해 기획전시, 야외전시, 체험 프로그램 및 행사 등에 대한 홍보 활동이 필요할 것으로 보임
- 방문 횟수별로 4회 이상은 '특별전시 관람'의 비율이 73.3%로 높은 수준임

<그림 4-20> 외국인 관람객 방문계획 전시 프로그램

(n: 220명, 단위: %)



<표 4-17> 외국인 관람객 방문계획 전시 프로그램

(단위 : %)

구 분		사례수 (명)	상설전시 관람	특별전시 관람	박물관 정원 산책 및 야외 전시장 관람	기획전시 관람	어린이 박물관 관람	체험 프로그램 및 행사 참여	편의시설 이용(식당, 카페, 도서관 등)
전체		(220)	62.7	18.6	6.8	4.1	4.1	3.2	0.5
차수	1차	(100)	64.0	22.0	3.0	2.0	4.0	5.0	0.0
	2차	(120)	61.7	15.8	10.0	5.8	4.2	1.7	0.8
성별	남성	(94)	61.7	17.0	6.4	5.3	6.4	3.2	0.0
	여성	(126)	63.5	19.8	7.1	3.2	2.4	3.2	0.8
연령	20대 이하	(139)	70.5	13.7	7.2	2.9	1.4	3.6	0.7
	30대	(40)	52.5	25.0	2.5	7.5	10.0	2.5	0.0
	40대	(24)	41.7	33.3	8.3	4.2	12.5	0.0	0.0
	50대 이상	(15)	53.3	26.7	6.7	6.7	0.0	6.7	0.0
국적	아시아	(27)	48.1	3.7	14.8	7.4	18.5	7.4	0.0
	미국	(93)	60.2	24.7	6.5	3.2	1.1	4.3	0.0
	유럽	(78)	75.6	9.0	5.1	5.1	2.6	1.3	1.3
	기타	(22)	45.5	45.5	4.5	0.0	4.5	0.0	0.0
방문 횟수	1회	(160)	68.8	10.6	7.5	3.8	4.4	4.4	0.6
	2~3회	(45)	60.0	28.9	4.4	6.7	0.0	0.0	0.0
	4회 이상	(15)	6.7	73.3	6.7	0.0	13.3	0.0	0.0

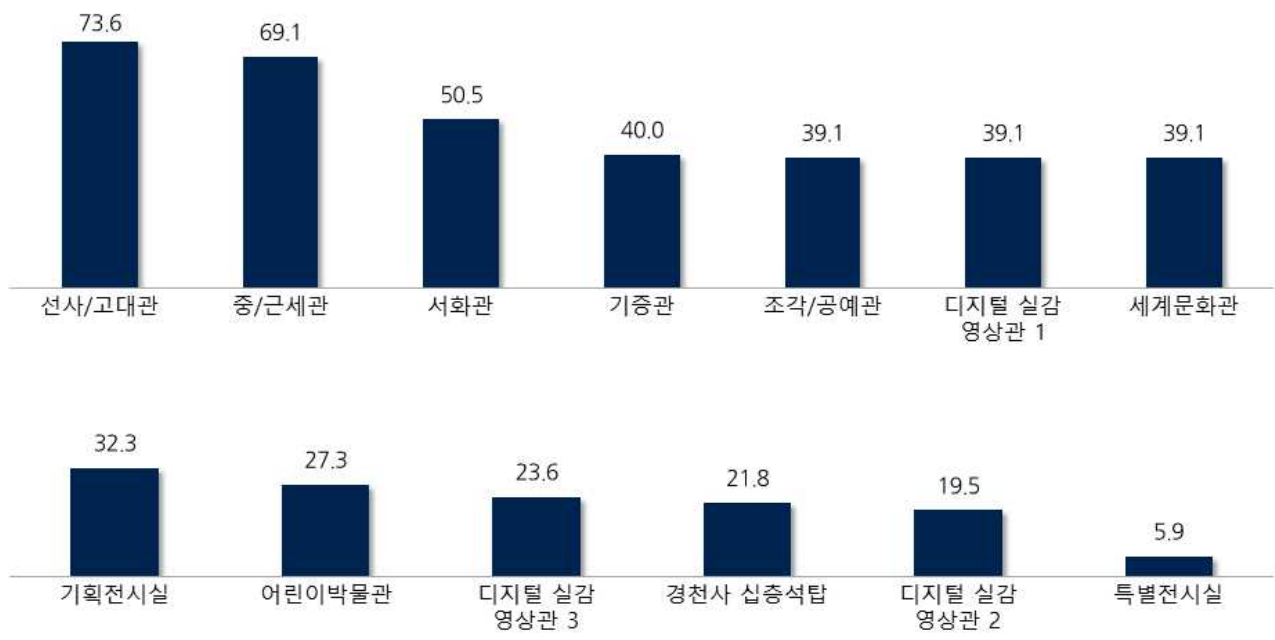
제3절 전시 관람 현황

1. 관람 전시 시설

- 외국인 관람객의 관람 전시 시설로 '선사/고대관'이 73.6%로 가장 높으며, '중/근세관' 69.1%, '서화관' 50.5%, '기증관' 40.0%, '조각/공예관' 39.1% 순으로 나타남
- 방문횟수별로 처음 방문자는 '선사/고대관', '중/근세관'의 비율이 높은 반면, 4회 이상 방문자는 '기획전시실'의 비율이 높은 것으로 나타남

<그림 4-21> 외국인 관람객 관람 전시 시설

(n: 220명, 단위: %, 중복 응답)



<표 4-19> 외국인 관람객 관람 전시 시설

(단위: %)

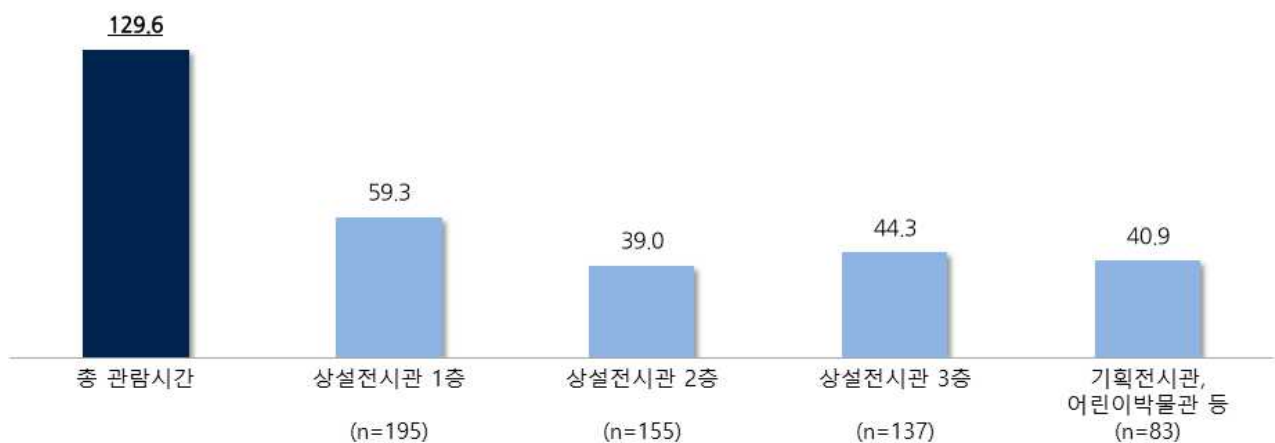
구 분		사례 수 (명)	선사/ 고대 관	중/근 세관	서화 관	기증 관	조각/ 공예 관	디지털 실감영상 관 1	세계 문화 관	기획 전시 실	어린이박 물관	디지털 실감영상 관 3	경천 사십층 석탑	디지털 실감영상 관 2	특별 전시 실
전체		(220)	73.6	69.1	50.5	40.0	39.1	39.1	39.1	32.3	27.3	23.6	21.8	19.5	5.9
차수	1차	(100)	71.0	66.0	52.0	36.0	35.0	45.0	34.0	38.0	27.0	33.0	22.0	20.0	7.0
	2차	(120)	75.8	71.7	49.2	43.3	42.5	34.2	43.3	27.5	27.5	15.8	21.7	19.2	5.0
성별	남성	(94)	71.3	66.0	41.5	34.0	28.7	38.3	28.7	27.7	21.3	24.5	22.3	22.3	8.5
	여성	(126)	75.4	71.4	57.1	44.4	46.8	39.7	46.8	35.7	31.7	23.0	21.4	17.5	4.0
연령	20대 이하	(139)	78.4	77.7	56.8	45.3	48.2	53.2	47.5	33.1	33.1	31.7	23.7	20.9	2.9
	30대	(40)	67.5	57.5	50.0	37.5	32.5	20.0	27.5	27.5	22.5	10.0	25.0	27.5	10.0
	40대	(24)	62.5	45.8	29.2	29.2	12.5	4.2	12.5	29.2	12.5	4.2	12.5	0.0	16.7
	50대 이상	(15)	73.3	66.7	33.3	20.0	20.0	20.0	26.7	40.0	13.3	20.0	13.3	20.0	6.7
국적	아시아	(27)	74.1	51.9	7.4	3.7	7.4	37.0	7.4	11.1	18.5	22.2	7.4	7.4	18.5
	미국	(93)	65.6	65.6	48.4	36.6	37.6	30.1	39.8	37.6	31.2	17.2	25.8	16.1	0.0
	유럽	(78)	88.5	85.9	70.5	53.8	50.0	52.6	50.0	34.6	29.5	34.6	20.5	29.5	9.0
	기타	(22)	54.5	45.5	40.9	50.0	45.5	31.8	36.4	27.3	13.6	13.6	27.3	13.6	4.5
방문 횟수	1회	(160)	81.3	73.8	57.5	42.5	43.1	46.3	41.9	30.0	28.1	26.9	25.0	21.3	6.9
	2~3회	(45)	62.2	68.9	33.3	37.8	31.1	24.4	31.1	35.6	20.0	17.8	13.3	17.8	0.0
	4회 이상	(15)	26.7	20.0	26.7	20.0	20.0	6.7	33.3	46.7	40.0	6.7	13.3	6.7	13.3

2. 전시관 관람 시간

- 외국인 관람객의 국립중앙박물관 총 관람 시간 평균은 129.6분인 것으로 조사됨
- 전시관별로 '상설전시관 1층'의 관람 시간이 59.3분으로 가장 많은 것으로 나타났으며, '상설전시관 3층' 44.3분, '기획전시관/어린이박물관/야외전시장 등' 40.9분, '상설전시관 2층' 39.0분 순으로 관람함
- 성별로 여성의 관람시간이 남성 대비 긴 것으로 조사됨
- 연령별로 20대 이하의 관람시간이 가장 긴 것으로 나타났으며, 40대는 100분 미만임
- 국가별로 유럽이 140.7분으로 관람 시간이 가장 긴 것으로 나타났으며, 아시아는 108분으로 타 국가 대비 짧은 것으로 조사됨

<그림 4-22> 외국인 관람객 관람 시간

(n: 220명, 단위: 분)



<표 4-20> 외국인 관람객 관람 시간

(단위: 분)

구 분		사례수 (명)	총 관람 시간	상설전시관 1층	상설전시관 2층	상설전시관 3층	기획전시관 /어린이박물관/ 야외전시장 등
전체		(220)	129.6	59.3	39.0	44.3	40.9
차수	1차	(100)	130.9	59.4	41.3	41.5	46.9
	2차	(120)	128.5	59.2	36.8	47.0	34.1
성별	남성	(94)	122.9	60.7	33.4	47.5	38.5
	여성	(126)	134.5	58.3	43.1	42.3	42.6
연령	20대 이하	(139)	140.1	63.2	41.7	44.8	41.0
	30대	(40)	113.0	47.8	34.8	31.3	38.7
	40대	(24)	98.8	53.6	28.9	53.5	48.6
	50대 이상	(15)	115.0	61.0	39.4	31.7	36.3
국적	아시아	(27)	108.0	57.9	31.1	28.3	30.5
	미국	(93)	127.1	59.9	39.9	50.5	49.4
	유럽	(78)	140.7	60.7	40.7	42.0	33.3
	기타	(22)	127.0	50.7	35.6	45.3	46.8
방문 횟수	1회	(160)	129.0	57.6	37.7	42.7	35.3
	2~3회	(45)	136.2	68.6	45.3	49.8	48.7
	4회 이상	(15)	115.3	49.4	35.0	47.0	70.0

3. 전시해설 지원항목 및 만족도

1) 전시해설 지원항목 이용 경험

- 박물관에서 제공되는 전시해설 지원항목 중에서 '전시 안내 인쇄물(리플릿)'의 이용 경험이 61.4%로 가장 높은 것으로 나타났으며, '전시관 상영 영상물(AR, VR)' 48.2%, '전시안내로봇 큐아이' 29.5%, '전시 안내 앱 서비스(개인 모바일)' 25.9%, '박물관 활동지' 21.4% 순으로 나타남
- 전체 응답자의 26.4%는 전시해설 지원항목을 이용한 경험이 없는 것으로 조사됨
- 성별로 여성은 '전시 안내 인쇄물(리플릿)'의 비율이 높은 반면, 남성은 '전시관 상영 영상물(AR, VR)'의 비율이 높음
- 국가별로 아시아의 전시해설 지원항목 이용 경험이 상대적으로 높은 수준인 반면, 유럽의 전시해설 지원항목 이용 경험은 낮은 수준임

<그림 4-23> 외국인 관람객 전시해설 지원항목 이용 경험

(n: 220명, 단위: %, 복수응답)



<표 4-21> 외국인 관람객 전시해설 지원항목 이용 경험

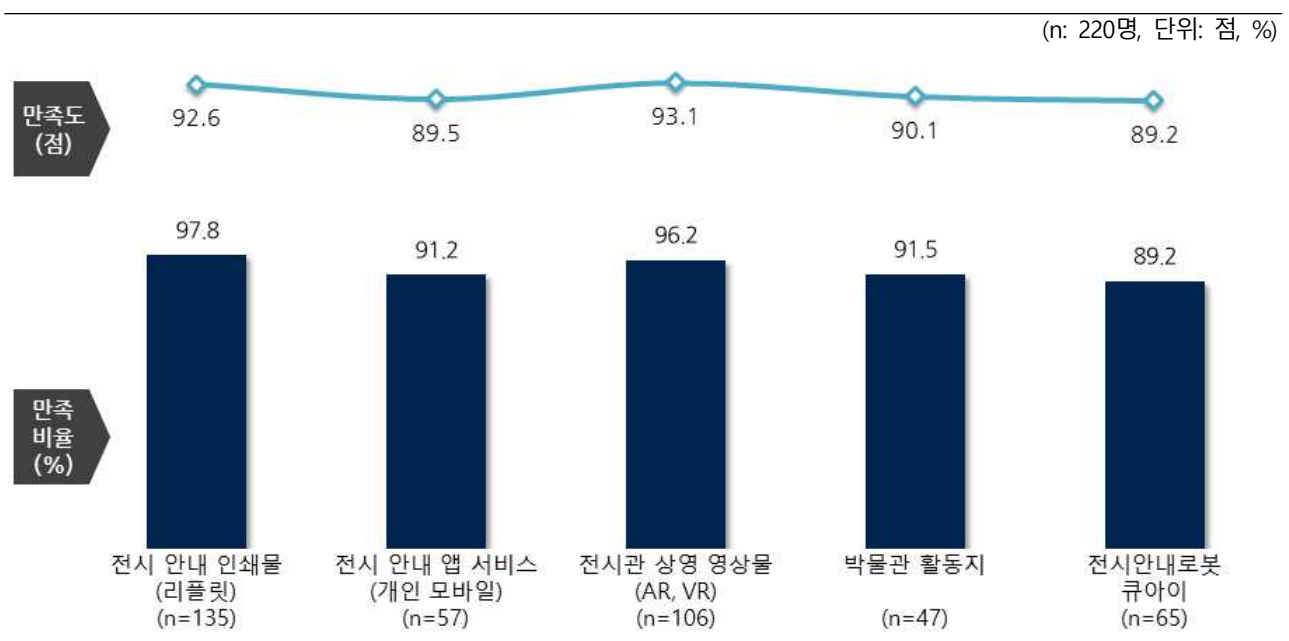
(단위: %)

구 분		사례수 (명)	전시 안내 인쇄물 (리플릿)	전시관 상영 영상물 (AR, VR)	전시안내 로봇 큐아이	전시안내 앱 서비스(개인 모바일)	박물관 활동지	이용 경험 없음
전체		(220)	61.4	48.2	29.5	25.9	21.4	26.4
차수	1차	(100)	58.0	48.0	30.0	28.0	23.0	31.0
	2차	(120)	64.2	48.3	29.2	24.2	20.0	22.5
성별	남성	(94)	58.5	50.0	31.9	27.7	29.8	25.5
	여성	(126)	63.5	46.8	27.8	24.6	15.1	27.0
연령	20대 이하	(139)	65.5	54.0	33.1	27.3	23.7	19.4
	30대	(40)	55.0	30.0	20.0	22.5	17.5	42.5
	40대	(24)	50.0	29.2	20.8	12.5	8.3	41.7
	50대 이상	(15)	60.0	66.7	33.3	46.7	33.3	26.7
국적	아시아	(27)	74.1	66.7	44.4	37.0	37.0	22.2
	미국	(93)	62.4	45.2	25.8	24.7	16.1	25.8
	유럽	(78)	53.8	44.9	30.8	21.8	21.8	28.2
	기타	(22)	68.2	50.0	22.7	31.8	22.7	27.3
방문 횟수	1회	(160)	63.1	51.3	31.9	27.5	25.0	23.1
	2~3회	(45)	66.7	42.2	28.9	20.0	13.3	26.7
	4회 이상	(15)	26.7	33.3	6.7	26.7	6.7	60.0

2) 이용 전시해설 지원항목 만족도

- 이용한 전시해설 지원항목의 만족도는 '전시관 상영 영상물(AR, VR)'이 93.1점으로 가장 높으며, '전시 안내 인쇄물(리플릿)' 92.6점, '박물관 활동지' 90.1점 순임
- '전시 안내 앱 서비스(개인 모바일)'(89.5점), '전시안내로봇 큐아이'(89.2점)은 80점대의 만족도를 보임
- 방문 횟수별로 4회 이상에서 전시해설 지원항목에 대한 만족도가 낮은 수준임

<그림 4-24> 외국인 관람객 이용 전시해설 지원항목 만족도



<표 4-22> 외국인 관람객 이용 전시해설 지원항목 만족도

(단위 : 100점 평균, 점)

구 분		사례수 (명)	전시 안내 인쇄물 (리플릿)	전시안내 앱 서비스(개인 모바일)	전시관 상영 영상물 (AR, VR)	박물관 활동지	전시안내 로봇 큐아이
전체		(220)	92.6	89.5	93.1	90.1	89.2
차수	1차	(100)	90.8	86.3	95.5	92.8	91.7
	2차	(120)	93.9	92.5	91.1	87.5	87.1
성별	남성	(94)	90.6	91.0	89.7	89.9	87.2
	여성	(126)	94.0	88.2	95.8	90.4	91.0
연령	20대 이하	(139)	92.7	89.5	94.9	92.4	90.2
	30대	(40)	92.4	87.0	87.5	85.7	91.7
	40대	(24)	91.7	83.3	83.3	66.7	73.3
	50대 이상	(15)	94.4	95.2	91.7	90.0	90.0
국적	아시아	(27)	95.8	96.7	94.4	93.3	94.4
	미국	(93)	90.8	80.4	90.9	83.3	84.0
	유럽	(78)	92.9	94.1	93.8	93.1	92.4
	기타	(22)	94.4	97.6	97.0	93.3	86.7
방문 횟수	1회	(160)	93.4	88.6	92.9	90.0	89.2
	2~3회	(45)	93.9	94.4	96.5	97.2	92.3
	4회 이상	(15)	62.5	87.5	83.3	50.0	50.0

3) 보완이 필요한 전시해설 지원항목

- 보완이 필요한 전시해설 지원항목으로 '전시 안내 앱 서비스(개인 모바일)'이 46.4%로 가장 높은 것으로 나타났으며, '전시 안내 인쇄물(리플릿)' 26.4%, '전시관 상영 영상물(AR, VR)' 20.9% 순임(1+2순위 기준)
- 보완이 필요하지 않거나 기타 의견을 제시한 응답자의 비율은 21.4%임
- 모든 국가에서 '전시 안내 앱 서비스(개인 모바일)'의 보완이 필요하다는 비율이 가장 높음

<그림 4-25> 보완이 필요한 전시해설 지원항목

(n: 220명, 단위: %)



<표 4-23> 보완이 필요한 전시해설 지원항목(1+2순위 기준)

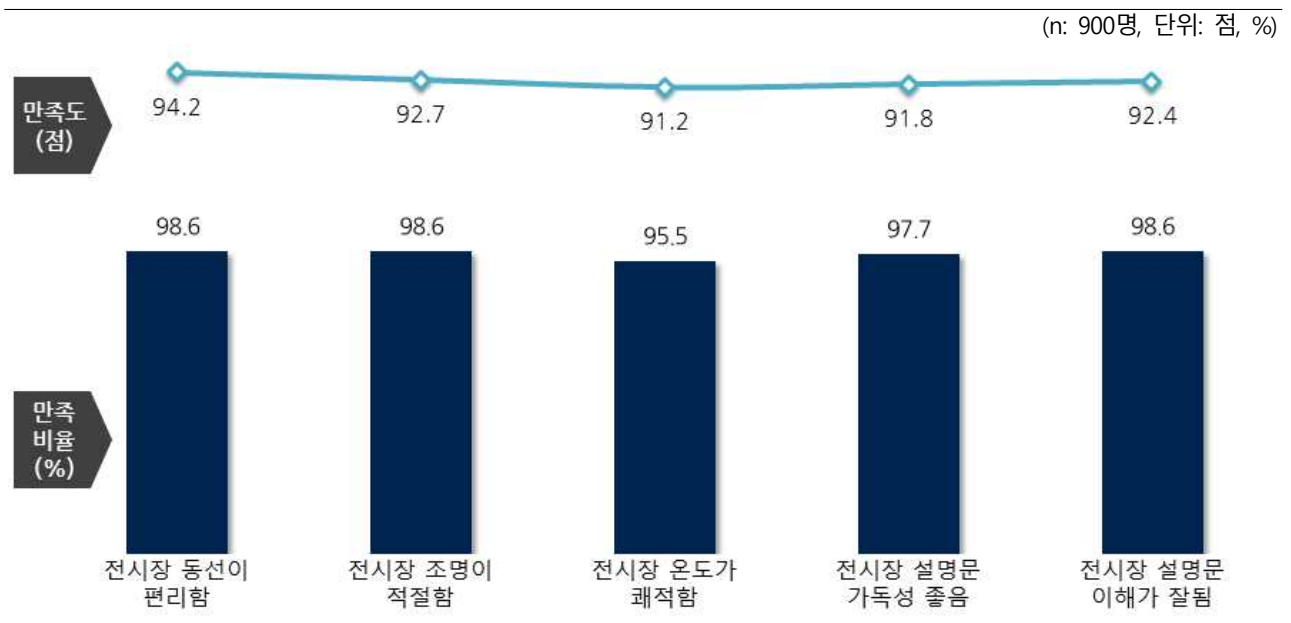
(단위 : %, 1+2순위 기준)

구 분		사례수 (명)	전시 안내 인쇄물 (리플릿)	전시 안내 앱 서비스 (개인 모바일)	전시관 상영 영상물 (AR, VR)	박물관 활동지	전시안내 로봇 큐아이	기타/없음
전체		(220)	46.4	26.4	20.9	20.5	13.6	21.4
차수	1차	(100)	52.0	27.0	25.0	24.0	18.0	14.0
	2차	(120)	41.7	25.8	17.5	17.5	10.0	27.5
성별	남성	(94)	48.9	27.7	19.1	14.9	10.6	24.5
	여성	(126)	44.4	25.4	22.2	24.6	15.9	19.0
연령	20대 이하	(139)	44.6	25.2	24.5	22.3	18.0	20.1
	30대	(40)	50.0	17.5	15.0	20.0	10.0	27.5
	40대	(24)	58.3	25.0	16.7	12.5	4.2	20.8
	50대 이상	(15)	40.0	53.3	13.3	20.0	0.0	20.0
국적	아시아	(27)	48.1	48.1	14.8	29.6	14.8	11.1
	미국	(93)	47.3	25.8	18.3	20.4	12.9	17.2
	유럽	(78)	44.9	17.9	26.9	19.2	12.8	30.8
	기타	(22)	45.5	31.8	18.2	13.6	18.2	18.2
방문 횟수	1회	(160)	45.0	22.5	23.1	18.8	15.0	23.8
	2~3회	(45)	48.9	33.3	13.3	22.2	11.1	13.3
	4회 이상	(15)	53.3	46.7	20.0	33.3	6.7	20.0

4. 전시 관람 환경 만족도

- 전시 관람 환경 만족도에 대해 '전시장 동선이 편리함'이 94.2점으로 가장 높으며, '전시장 조명이 적절함' 92.7점, '전시장 설명문 이해가 잘됨' 92.4점, '전시장 설명문 가독성 좋음' 91.8점, '전시장 온도가 쾌적함' 91.2점 순임
- 만족 비율로 보면, 전시 관람 환경 모든 항목에서 만족한다는 비율이 95.0% 이상으로 매우 높은 것으로 조사됨

<그림 4-26> 외국인 관람객 전시 관람환경 만족도



<표 4-24> 외국인 관람객 전시 관람환경 만족도

(단위 : 100점 평균, 점)

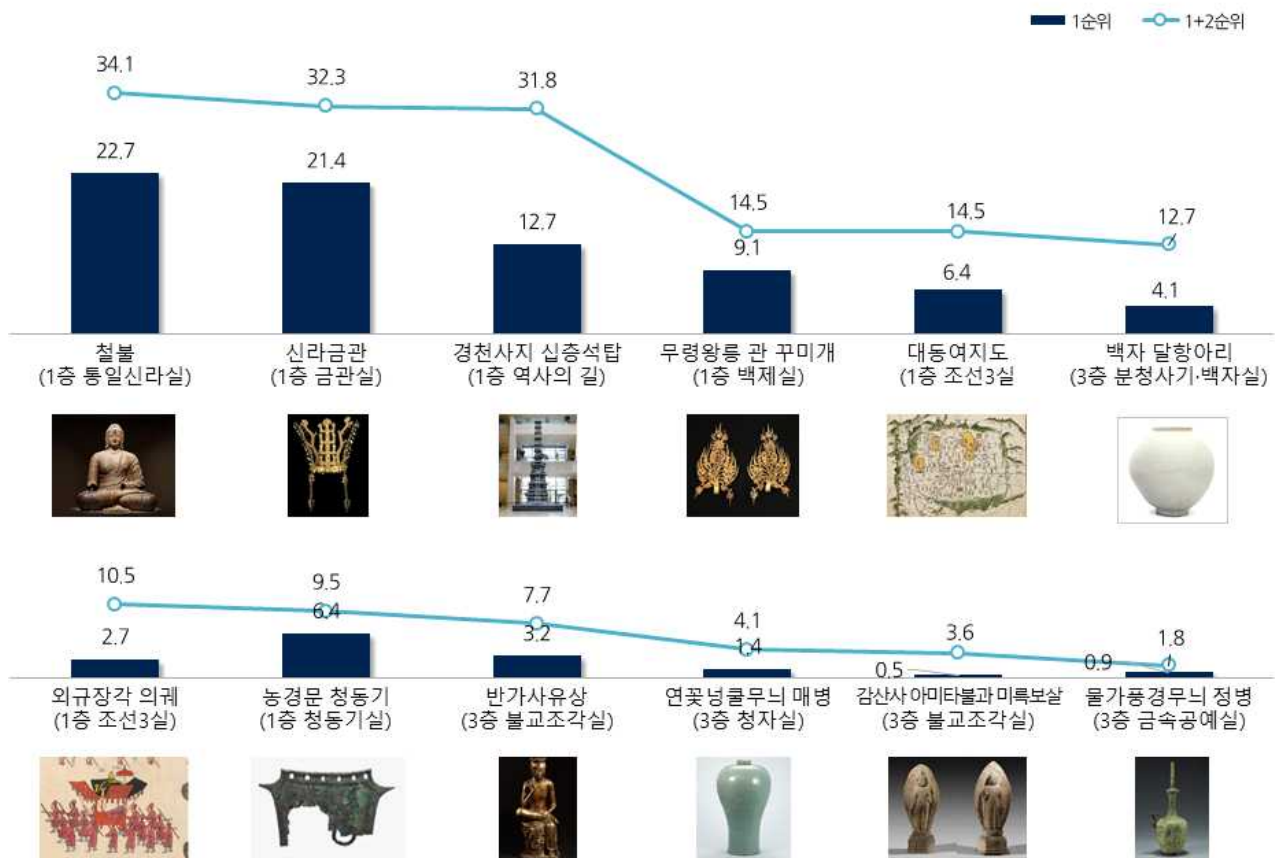
구 분		사례수 (명)	전시장 동선이 편리함	전시장 조명이 적절함	전시장 온도가 쾌적함	전시장 설명문 가독성 좋음	전시장 설명문 이해가 잘됨
전체		(220)	94.2	92.7	91.2	91.8	92.4
차수	1차	(100)	94.7	94.7	87.8	93.3	92.5
	2차	(120)	93.9	91.1	94.0	90.6	92.4
성별	남성	(94)	92.9	92.2	92.9	91.8	91.8
	여성	(126)	95.2	93.1	89.9	91.8	92.9
연령	20대 이하	(139)	94.4	93.5	90.4	92.8	92.2
	30대	(40)	93.3	91.3	91.7	92.5	92.5
	40대	(24)	93.8	90.3	95.1	88.2	92.4
	50대 이상	(15)	95.6	93.3	91.1	91.1	94.4
국적	아시아	(27)	93.8	90.1	95.1	92.6	90.1
	미국	(93)	93.5	91.8	90.7	90.5	91.0
	유럽	(78)	94.4	94.7	90.4	93.4	93.8
	기타	(22)	97.0	93.2	91.7	90.9	96.2
방문 횟수	1회	(160)	93.8	92.3	92.1	91.4	92.8
	2~3회	(45)	95.6	93.3	88.9	94.8	92.2
	4회 이상	(15)	95.6	95.6	88.9	87.8	88.9

5. 기억에 남는 전시 유물

- 박물관 전시 유물 중 다시 보고 싶거나 높이 평가하는 유물로 '철불'이 34.1%로 가장 높은 것으로 나타났으며, '신라금관' 32.3%, '경천사지 십층석탑' 31.8% '무령왕릉 관 꾸미개', '대동여지도' 14.5% 순으로 높음
- '연꽃넙쿨무늬 매병', '감산사아미타불과 미륵보살', '물가풍경무늬 정병'은 5.0% 미만으로 상대적으로 낮음
- 성별로 여성은 '철불', 남성은 '신라금관'이 기억에 남는 전시 유물이라고 응답한 비율이 높음
- 국가별로 아시아, 미국은 '철불', 유럽, 기타는 '경천사지 십층석탑'이 기억에 남는 전시 유물이라고 응답한 비율이 높음

<그림 4-27> 외국인 관람객 기억에 남는 전시 유물

(n: 220명, 단위: %)



<표 4-25> 외국인 관람객 기억에 남는 전시 유물(1+2순위 기준)

(단위: %)

구 분		사례 수 (명)	철불	신라 금관	경천 사지 십층 석탑	무령 왕릉 관 구미개	대동 여지도	백자 달 항아리	외규 장각 의궤	농경문 청동기	반가 사유상	연꽃클 무늬 매병	감산사 아미타불과 미륵 보살	물가 풍경 무늬 정병
전체		(220)	34.1	32.3	31.8	14.5	14.5	12.7	10.5	9.5	7.7	4.1	3.6	1.8
차수	1차	(100)	32.0	30.0	34.0	17.0	12.0	12.0	10.0	14.0	6.0	3.0	4.0	2.0
	2차	(120)	35.8	34.2	30.0	12.5	16.7	13.3	10.8	5.8	9.2	5.0	3.3	1.7
성별	남성	(94)	31.9	35.1	22.3	13.8	20.2	6.4	10.6	11.7	8.5	5.3	1.1	1.1
	여성	(126)	35.7	30.2	38.9	15.1	10.3	17.5	10.3	7.9	7.1	3.2	5.6	2.4
연령	20대 이하	(139)	37.4	30.9	34.5	18.0	14.4	15.8	12.9	9.4	7.2	2.9	5.0	2.2
	30대	(40)	22.5	30.0	25.0	7.5	12.5	7.5	5.0	12.5	10.0	5.0	0.0	2.5
	40대	(24)	41.7	41.7	25.0	12.5	16.7	4.2	4.2	4.2	12.5	8.3	0.0	0.0
	50대 이상	(15)	26.7	40.0	40.0	6.7	20.0	13.3	13.3	13.3	0.0	6.7	6.7	0.0
국적	아시아	(27)	33.3	25.9	22.2	14.8	25.9	3.7	18.5	14.8	0.0	11.1	7.4	0.0
	미국	(93)	34.4	33.3	31.2	12.9	7.5	15.1	6.5	11.8	8.6	3.2	4.3	3.2
	유럽	(78)	34.6	34.6	35.9	14.1	16.7	15.4	10.3	7.7	6.4	2.6	2.6	1.3
	기타	(22)	31.8	27.3	31.8	22.7	22.7	4.5	18.2	0.0	18.2	4.5	0.0	0.0
방문 횟수	1회	(160)	36.3	32.5	33.8	14.4	12.5	10.6	10.6	8.1	8.8	3.1	5.0	2.5
	2~3회	(45)	33.3	33.3	28.9	20.0	22.2	15.6	13.3	13.3	2.2	6.7	0.0	0.0
	4회 이상	(15)	13.3	26.7	20.0	0.0	13.3	26.7	0.0	13.3	13.3	6.7	0.0	0.0

7. 고객 VOC(국립중앙박물관 관련 의견)

- 외국인 관람객의 43명(19.5%)가 국립중앙박물관 관련 의견을 제시함
- 외국인 관람객의 고객 VOC로 '박물관이 매우 재미있었음'(8건), '매우 만족하고 다시 방문 예정임'(5건), '매우 만족한다'(4건)의 긍정적인 의견이 대부분 제시됨
- 개선 및 건의 사항으로는 다양한 국가의 외국어 설명 추가, 영어 설명 개선(문법, 설명 길이)등의 의견이 제시됨

<표 4-26> 외국인 관람객 고객 VOC

(n: 220, 단위 : 건, 복수응답)

내용	건수
박물관이 매우 재미있었음	8
매우 만족하고 다시 방문할 예정임	5
외국어 설명은 일부만 존재함	4
매우 만족한다	3
박물관이 깔끔하다	2
영어 또는 다른 언어로 된 전단지가 필요함	2
중국어 설명이 더 많았으면 좋겠다	2
영어 번역의 문법이 틀리기도 함	1
영어 설명이 약간 짧음	1
건물이 멋지다	1
너무 멋지고 좋음	1
너무 훌륭했고, 공간과 전시가 조화로움	1
다양한 경험을 많이 할 수 있어서 좋았음	1
매우 아름답고 장관이었음	1
매우 존경스럽고 아름다움	1
박물관이 역사적으로 많은 것들을 볼 수 있음	1
여태 본 곳 중에 제일 멋졌음	1
예쁘고 정보가 많아서 흥미롭다	1
올해 방문한 곳 중에 제일 멋졌다	1
정말 큰 곳이지만 여행하기엔 좋음	1
좀 더 상호 작용 할 수 있는 설명 필요	1
처음 방문했는데 놀라웠음 한국에서 가장 전통적인 곳이라고 생각함	1
컬렉션이 인상 깊었다	1
항목 주석의 크기를 쉽게 읽을 수 있었음	1
없음	177

제5장. 누리집 이용자 조사 결과

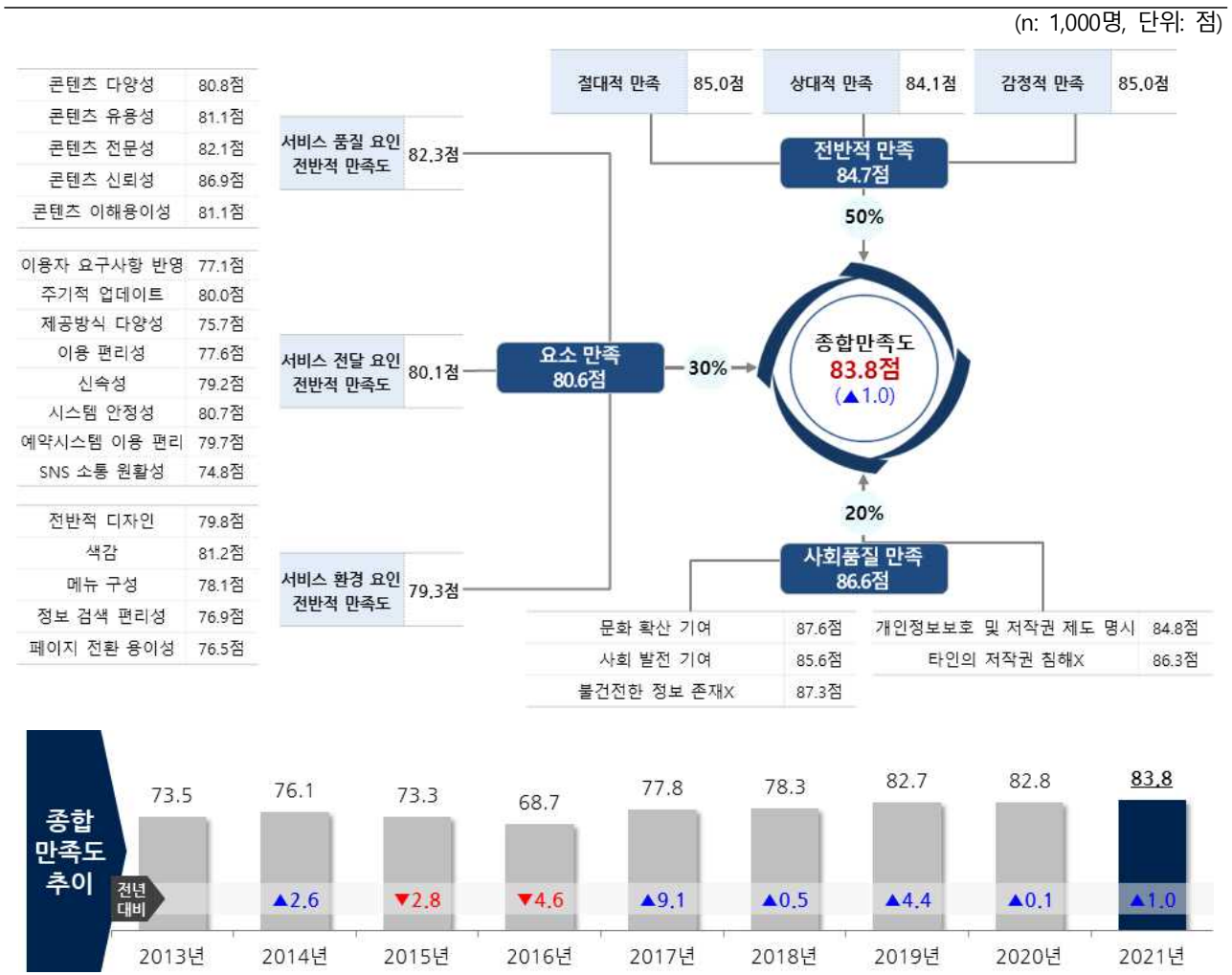
제1절 서비스 만족도 평가

1. 누리집 이용자 종합만족도

1) 종합만족도(PCSI)

- 2021년 국립중앙박물관 누리집 이용자 종합만족도(PCSI)는 83.8점으로 2020년 82.8점 대비 +1.0점 향상됨
- [사회품질 만족] 86.6점 > [전반적 만족] 84.7점 > [요소 만족] 80.6점 순으로 조사됨
- 요소 만족을 구성하는 서비스 품질 요인 82.3점 > 서비스 전달 요인 80.1점 > 서비스 환경 요인 79.3점임
- 세부 항목별로 '콘텐츠 신뢰성'이 86.9점으로 가장 높으며, '제공방식 다양성'이 75.7점으로 가장 낮음

<그림 5-1> 누리집 이용자 종합만족도(PCSI)

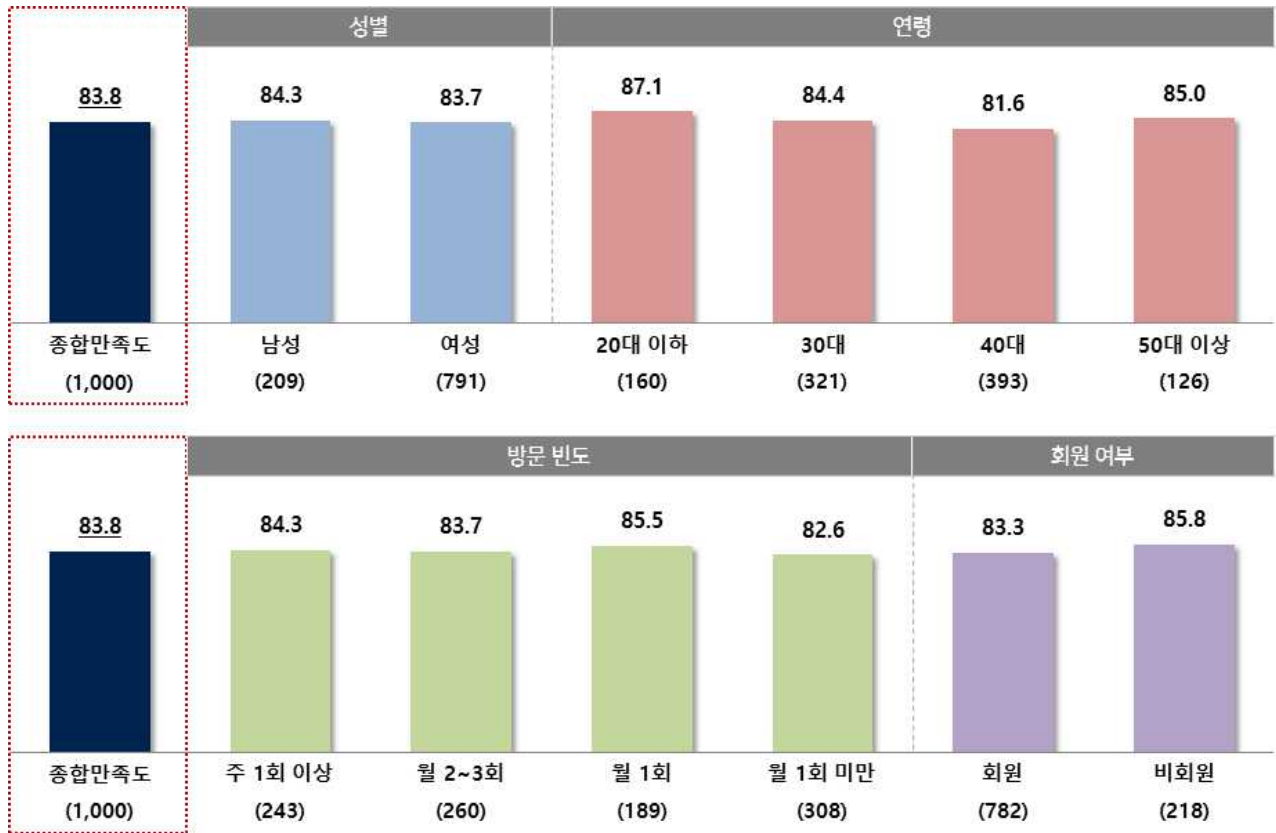


2) 응답자 특성별 종합만족도

- 성별로 '남성'(84.3점) > '여성'(83.7점)임
- 연령별로 '20대 이하' 87.1점 > '50대 이상' 85.0점 > '30대' 84.4점 > '40대' 81.6점 순임
- 방문 빈도별로 '월 1회' 85.5점 > '주 1회 이상' 84.3점 > '월 2~3회' 83.7점 > '월 1회 미만' 82.6점 순임
- 회원 여부별로 '비회원'(85.8점)이 '회원'(83.3점)보다 높음

<그림 5-2> 누리집 이용자 응답자 특성별 종합만족도

(n: 1,000명, 단위: 점)

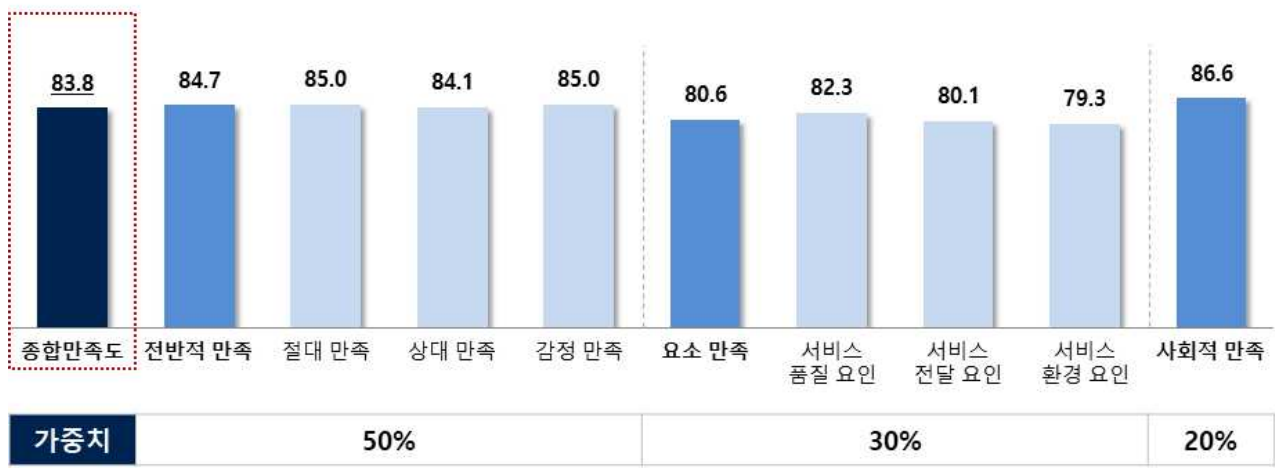


2. 차원 만족도

- 종합 만족도(83.8점)를 구성하는 차원별로 [사회적 만족] 86.6점 > [전반적 만족] 84.7점 > [요소 만족] 80.6점 순으로 조사됨
- [전반적 만족도]를 구성하는 절대 만족, 감정 만족이 85.0점으로 가장 높으며, 요소 만족을 구성하는 서비스 환경 요인이 79.3점으로 가장 낮음

<그림 5-3> 누리집 이용자 차원만족도

(n: 1,000명, 단위: 점)



<표 5-1> 누리집 이용자 차원만족도

(단위 : 100점 평균, 점)

구 분		사례수 (명)	종합 만족도	전반적 만족도	절대적 만족도	상대적 만족도	감정적 만족도	요소 만족도	서비스 품질 요인	서비스 전달 요인	서비스 환경 요인	사회 품질 만족도
전체		(1,000)	83.8	84.7	85.0	84.1	85.0	80.6	82.3	80.1	79.3	86.6
성별	남성	(209)	84.3	84.5	84.4	84.7	84.4	82.2	83.9	81.7	80.9	86.8
	여성	(791)	83.7	84.7	85.1	83.9	85.1	80.2	81.9	79.6	78.9	86.6
연령	20대 이하	(160)	87.1	88.0	87.4	87.7	89.0	84.3	86.7	83.5	82.7	89.2
	30대	(321)	84.4	85.3	86.2	84.2	85.5	80.5	83.2	79.4	78.9	88.1
	40대	(393)	81.6	82.4	82.5	81.9	82.8	78.6	79.8	78.5	77.4	84.4
	50대 이상	(126)	85.0	85.9	86.5	85.7	85.4	82.2	82.7	82.0	82.0	86.9
방문 빈도	주 1회 이상	(243)	84.3	85.1	84.8	85.0	85.6	81.3	84.1	81.8	78.1	86.6
	월 2~3회	(260)	83.7	84.6	84.7	83.8	85.1	80.0	82.1	78.5	79.4	87.2
	월 1회	(189)	85.5	86.4	87.2	85.7	86.3	83.0	84.3	82.4	82.4	86.8
	월 1회 미만	(308)	82.6	83.4	84.0	82.5	83.6	79.0	80.0	78.7	78.4	86.1
회원	회원	(782)	83.3	84.1	84.3	83.6	84.4	79.8	81.8	79.5	78.1	86.4
여부	비회원	(218)	85.8	86.7	87.5	85.6	86.9	83.3	84.1	82.3	83.6	87.3

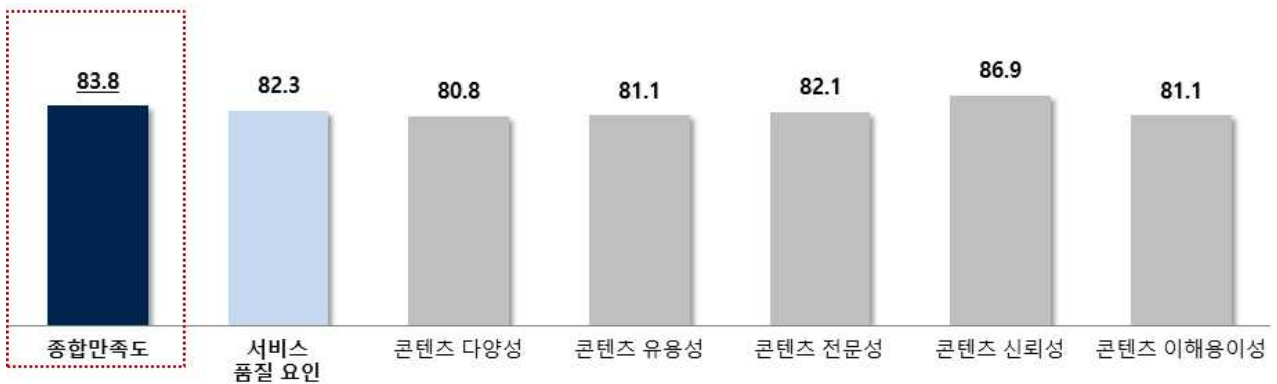
3. 요소 만족도

1) 서비스 품질 요인

- 서비스 품질 요인 만족도는 82.3점인 것으로 조사됨
- 서비스 품질 요인을 구성하는 요소 중 '콘텐츠 신뢰성'이 86.9점으로 가장 높으며, '콘텐츠 다양성'이 80.8점으로 가장 낮음
- '콘텐츠 유용성'(81.1점), '콘텐츠 전문성'(82.1점), '콘텐츠 이해용이성'(81.1점)은 80점대 초반의 점수대를 보임

<그림 5-5> 누리집 이용자 서비스 품질 요인

(n: 1,000명, 단위: 점)



<표 5-2> 누리집 이용자 서비스 품질 요인

(단위 : 100점 평균, 점)

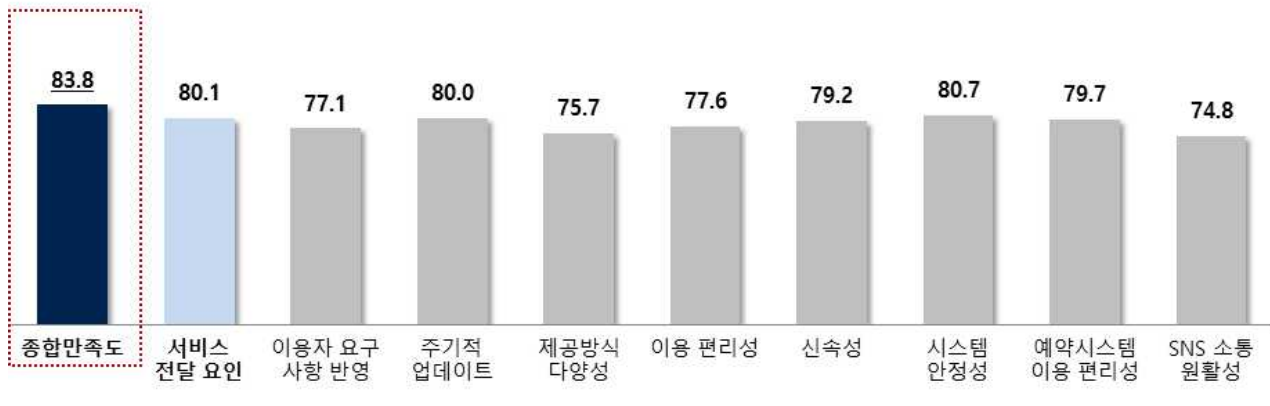
구 분		사례수 (명)	종합 만족도	전반적 만족도	콘텐츠 다양성	콘텐츠 유용성	콘텐츠 전문성	콘텐츠 신뢰성	콘텐츠 이해 용이성
전체		(1,000)	83.8	82.3	80.8	81.1	82.1	86.9	81.1
성별	남성	(209)	84.3	83.9	84.2	82.3	83.9	88.4	82.2
	여성	(791)	83.7	81.9	79.9	80.8	81.7	86.5	80.7
연령	20대 이하	(160)	87.1	86.7	81.0	81.4	85.4	87.8	79.6
	30대	(321)	84.4	83.2	80.9	81.3	81.7	85.9	82.3
	40대	(393)	81.6	79.8	79.1	79.6	80.0	86.1	79.3
	50대 이상	(126)	85.0	82.7	85.4	84.8	85.8	90.6	85.3
방문 빈도	주 1회 이상	(243)	84.3	84.1	83.5	83.0	85.1	88.7	80.9
	월 2~3회	(260)	83.7	82.1	80.2	81.3	82.3	86.4	81.7
	월 1회	(189)	85.5	84.3	83.6	84.4	83.1	88.4	82.5
	월 1회 미만	(308)	82.6	80.0	77.5	77.3	79.1	85.0	79.7
회원	회원	(782)	83.3	81.8	80.8	81.2	81.9	87.2	81.0
여부	비회원	(218)	85.8	84.1	80.8	80.6	83.0	85.7	81.3

2) 서비스 전달 요인

- 서비스 전달 요인 만족도는 80.1점인 것으로 조사됨
- 서비스 전달 요인을 구성하는 요소 중 '시스템 안정성'이 80.7점으로 가장 높으며, '제공방식 다양성'이 75.7점으로 가장 낮음
- '시스템 안정성'(80.7점), '주기적 업데이트'(80.0점)는 80점대이며, 나머지 항목들은 70점대의 점수대를 보임

<그림 5-6> 누리집 이용자 서비스 전달 요인

(n: 1,000명, 단위: 점)



<표 5-3> 누리집 이용자 서비스 전달 요인

(단위 : 100점 평균, 점)

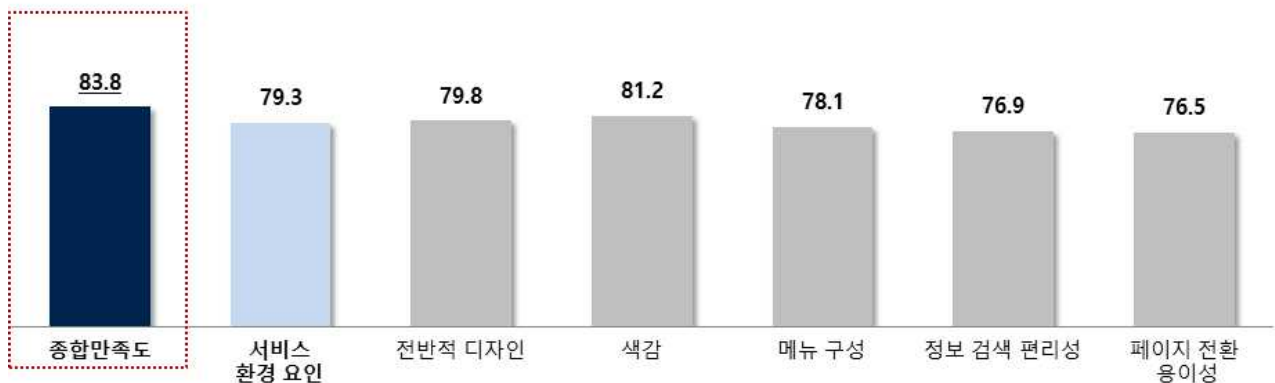
구 분		사례수 (명)	종합 만족도	전반적 만족도	이용자 요구 사항 반영	주기적 업데이 트	제공 방식 다양성	이용 편리성	신속성	시스템 안정성	예약 시스템 이용 편리성	SNS 소통 원활성
전체		(1,000)	83.8	80.1	77.1	80.0	75.7	77.6	79.2	80.7	79.7	74.8
성별	남성	(209)	84.3	81.7	79.4	80.9	78.9	78.2	78.5	82.0	80.7	78.7
	여성	(791)	83.7	79.6	76.4	79.7	74.9	77.4	79.4	80.4	79.4	73.7
연령	20대 이하	(160)	87.1	83.5	78.4	82.9	76.2	77.8	78.9	80.8	80.5	77.6
	30대	(321)	84.4	79.4	75.9	79.4	76.1	78.0	80.1	81.4	79.4	75.0
	40대	(393)	81.6	78.5	76.3	78.0	73.8	76.6	77.1	79.2	78.7	72.4
	50대 이상	(126)	85.0	82.0	81.0	83.6	80.0	78.8	83.9	83.7	82.5	77.9
방문 빈도	주 1회 이상	(243)	84.3	81.8	79.1	82.0	78.6	78.5	79.2	80.4	81.3	77.8
	월 2~3회	(260)	83.7	78.5	76.6	78.9	74.5	77.4	79.7	80.9	78.8	73.9
	월 1회	(189)	85.5	82.4	79.2	82.2	77.6	79.0	79.7	81.7	81.7	74.4
	월 1회 미만	(308)	82.6	78.7	74.5	77.9	73.3	76.1	78.4	80.2	78.0	73.3
회원	회원	(782)	83.3	79.5	77.2	79.5	75.0	77.2	78.6	80.3	79.9	74.4
여부	비회원	(218)	85.8	82.3	76.8	81.6	78.1	79.0	81.3	82.1	79.1	76.1

3) 서비스 환경 요인

- 서비스 환경 요인 만족도는 79.3점인 것으로 조사됨
- 서비스 전달 요인을 구성하는 요소 중 '색감'이 81.2점으로 가장 높으며, '페이지 전환 용이성'이 76.5점으로 가장 낮음
- 서비스 전달 요인의 구성 요소 중 '색감'은 유일하게 80점대로 조사됨

<그림 5-7> 누리집 이용자 서비스 환경 요인

(n: 1,000명, 단위: 점)



<표 5-4> 누리집 이용자 서비스 환경 요인

(단위 : 100점 평균, 점)

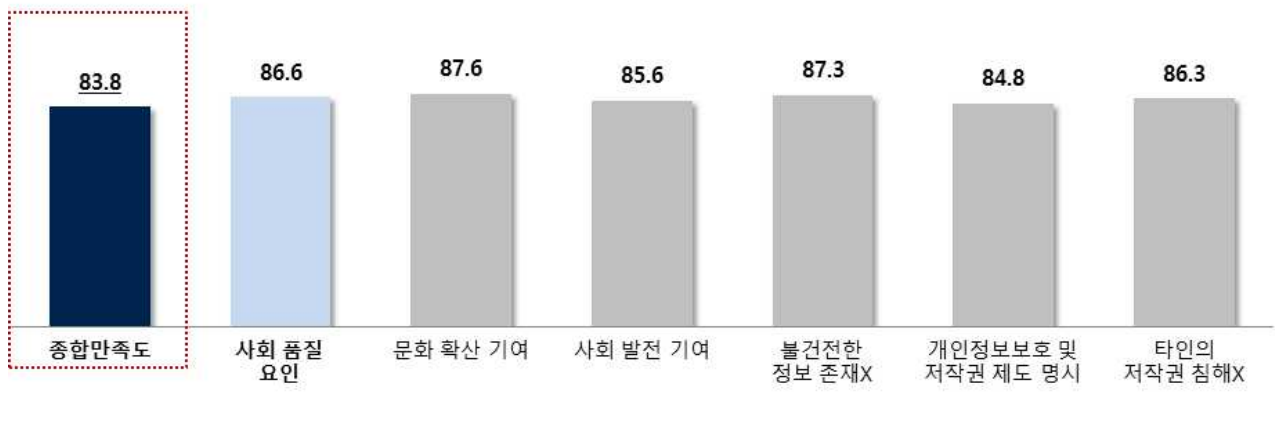
구 분		사례수 (명)	종합 만족도	전반적 만족도	전반적 디자인	색감	메뉴 구성	정보 검색 편리성	페이지 전환 용이성
전체		(1,000)	83.8	79.3	79.8	81.2	78.1	76.9	76.5
성별	남성	(209)	84.3	80.9	81.8	82.5	79.6	77.8	78.5
	여성	(791)	83.7	78.9	79.3	80.9	77.6	76.7	76.0
연령	20대 이하	(160)	87.1	82.7	81.4	85.2	82.0	79.1	80.1
	30대	(321)	84.4	78.9	79.2	81.5	78.1	76.8	76.5
	40대	(393)	81.6	77.4	78.8	78.5	75.5	74.9	74.1
	50대 이상	(126)	85.0	82.0	82.4	83.7	80.7	80.7	79.6
방문 빈도	주 1회 이상	(243)	84.3	78.1	78.3	80.1	76.3	75.0	74.3
	월 2~3회	(260)	83.7	79.4	81.5	81.7	77.9	76.7	75.8
	월 1회	(189)	85.5	82.4	82.1	84.4	82.5	80.2	78.3
	월 1회 미만	(308)	82.6	78.4	78.1	79.8	76.8	76.5	77.8
회원	회원	(782)	83.3	78.1	79.1	80.3	76.8	75.6	75.1
여부	비회원	(218)	85.8	83.6	82.4	84.5	82.6	81.7	81.4

4) 사회 품질 요인

- 사회 품질 요인 만족도는 86.6점인 것으로 조사됨
- 사회 품질 요인을 구성하는 요소 중 '문화 확산 기여'가 87.6점으로 가장 높으며, '개인정보보호 및 저작권 제도 명시'가 84.8점으로 가장 낮음
- 사회 품질 요인의 구성 요소들의 만족도는 모두 80점대 이상으로 높은 수준임

<그림 5-8> 누리집 이용자 사회 품질 요인

(n: 1,000명, 단위: 점)



<표 5-5> 누리집 이용자 사회 품질 요인

(단위 : 100점 평균, 점)

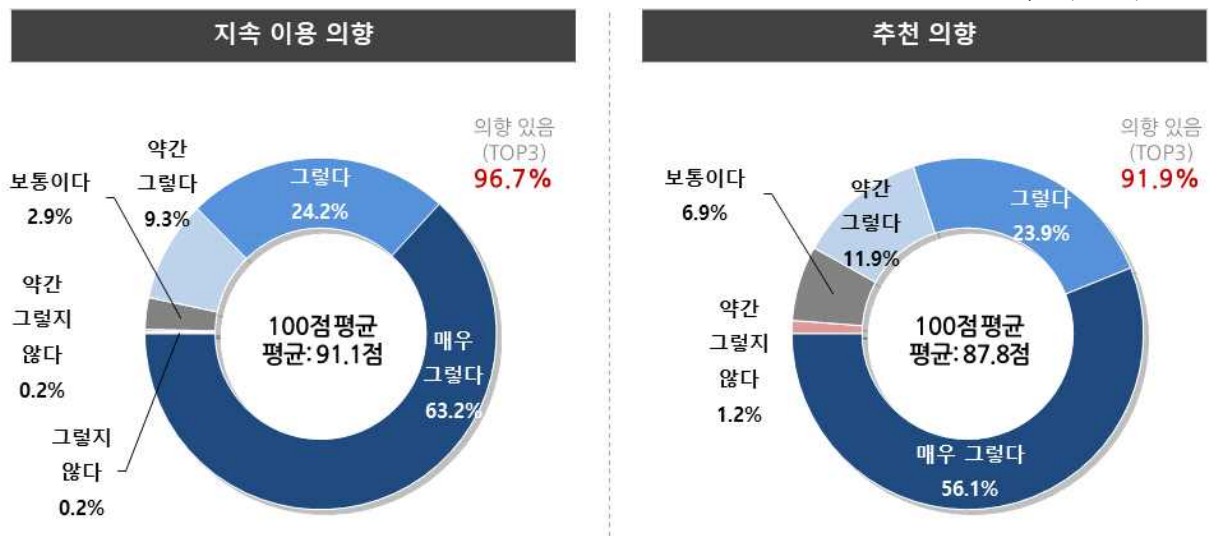
구 분		사례수 (명)	종합 만족도	전반적 만족도	문화 확산 기여	사회 발전 기여	불 건전한 정보 존재X	개인정보 보호 및 저작권 제도 명시	타인의 저작권 침해X
전체		(1,000)	83.8	86.6	87.6	85.6	87.3	84.8	86.3
성별	남성	(209)	84.3	86.8	88.3	86.4	86.6	86.1	86.8
	여성	(791)	83.7	86.6	87.4	85.4	87.5	84.4	86.1
연령	20대 이하	(160)	87.1	89.2	88.4	87.3	89.0	87.1	89.5
	30대	(321)	84.4	88.1	88.4	86.7	87.9	84.3	86.6
	40대	(393)	81.6	84.4	86.2	83.6	86.6	83.7	84.4
	50대 이상	(126)	85.0	86.9	88.9	86.9	85.7	86.4	87.3
방문 빈도	주 1회 이상	(243)	84.3	86.6	88.9	86.0	86.9	85.9	87.5
	월 2~3회	(260)	83.7	87.2	87.8	85.6	88.0	84.7	86.3
	월 1회	(189)	85.5	86.8	89.0	86.6	87.8	85.9	87.5
	월 1회 미만	(308)	82.6	86.1	85.5	84.6	86.6	83.3	84.5
회원 여부	회원	(782)	83.3	86.4	87.5	85.4	87.6	85.0	86.5
	비회원	(218)	85.8	87.3	87.8	86.2	86.3	83.9	85.3

4. 지속 이용 및 추천 의향

- 지속 이용 의향은 100점 만점 기준 91.1점으로,
Top-3(매우 그렇다 + 그렇다 + 약간 그렇다)기준 이용 의향 비율은 96.7%로 조사됨
- 추천 의향은 100점 만점 기준 87.8점으로,
Top-3(매우 그렇다 + 그렇다 + 약간 그렇다)기준 추천 의향 비율은 91.9%로 조사됨

<그림 5-9> 누리집 이용자 지속 이용 및 추천 의향

(n: 1,000명, 단위: 점)



<표 5-6> 누리집 이용자 지속 이용 및 추천 의향

(단위 : 100점 평균, 점)

구 분		사례수 (명)	지속 이용	추천 의향
전체		(1,000)	91.1	87.8
성별	남성	(209)	90.7	87.1
	여성	(791)	91.2	88.0
연령	20대 이하	(160)	92.7	88.2
	30대	(321)	90.8	87.6
	40대	(393)	90.2	87.4
	50대 이상	(126)	92.7	88.8
방문 빈도	주 1회 이상	(243)	93.1	89.5
	월 2~3회	(260)	93.1	88.8
	월 1회	(189)	92.2	90.6
회원 여부	월 1회 미만	(308)	87.2	83.9
	회원	(782)	91.3	87.9
비회원	비회원	(218)	90.4	87.6

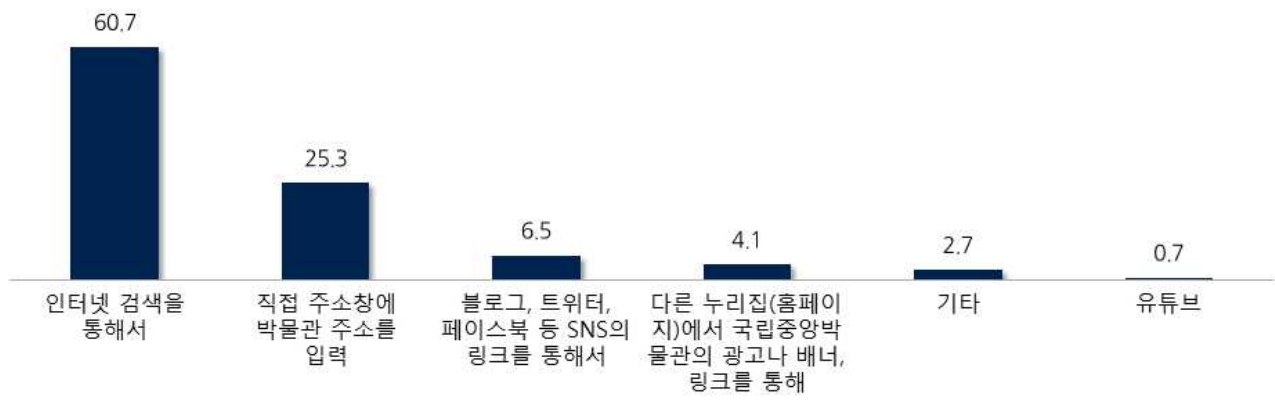
제2절 누리집 이용자 방문 현황

1. 방문 경로

- 누리집 방문 경로로 '인터넷 검색을 통해서'가 60.7%로 과반 이상임
- 다음으로 '직접 주소창에 박물관 주소를 입력'이 25.3%인 것을 조사됨
- 유튜브를 통해 방문하였다는 비율은 0.7%로 매우 낮음

<그림 5-10> 누리집 이용자 방문 경로

(n: 1,000명, 단위: %)



<표 5-8> 누리집 이용자 방문 경로

(단위 : %)

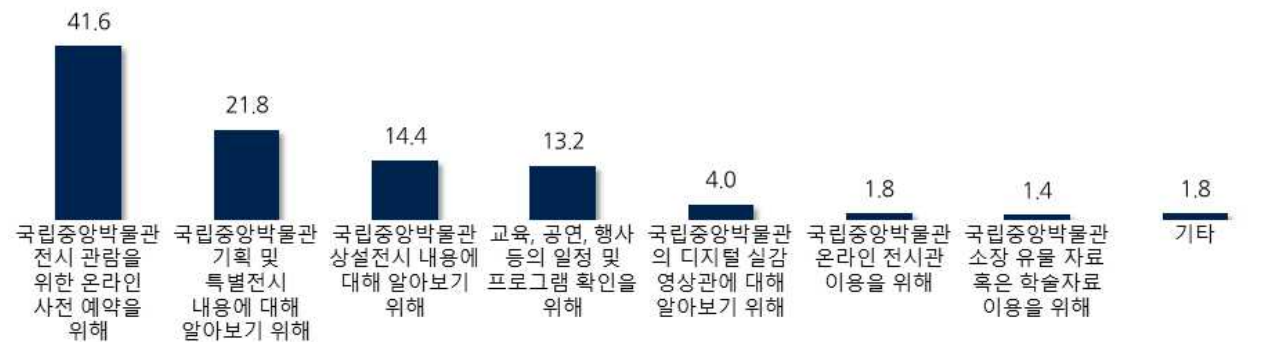
구 분		사례수 (명)	인터넷 검색을 통해서	직접 주소창에 박물관 주소를 입력	블로그, 트위터, 페이스북 등 SNS의 링크를 통해서	다른 누리집 (홈페이지) 국립중앙 박물관의 광고나 배너, 링크를 통해	기타	유튜브
전체		(1,000)	60.7	25.3	6.5	4.1	2.7	0.7
성별	남성	(209)	52.2	30.1	8.1	4.8	3.3	1.4
	여성	(791)	63.0	24.0	6.1	3.9	2.5	0.5
연령	20대 이하	(160)	53.1	30.6	8.1	5.6	1.3	1.3
	30대	(321)	66.7	19.6	7.5	3.4	2.2	0.6
	40대	(393)	60.1	28.2	3.8	3.8	3.8	0.3
	50대 이상	(126)	57.1	23.8	10.3	4.8	2.4	1.6
방문 빈도	주 1회 이상	(243)	56.0	28.8	4.5	3.7	7.0	0.0
	월 2~3회	(260)	58.5	28.5	7.7	4.6	0.8	0.0
회원 여부	월 1회	(189)	66.1	21.7	5.8	2.1	2.1	2.1
	월 1회 미만	(308)	63.0	22.1	7.5	5.2	1.3	1.0
회원		(782)	61.0	26.5	5.5	3.6	3.1	0.4
비회원		(218)	59.6	21.1	10.1	6.0	1.4	1.8

2. 방문 목적

- 누리집 방문 목적으로 '국립중앙박물관 전시 관람을 위한 온라인 사전 예약을 위해'가 41.6%로 가장 높으며, '국립중앙박물관의 기획 및 특별전시 내용에 대해 알아보기 위해'가 21.8%로 그 다음임
- 회원 구분별로 회원은 '국립중앙박물관 전시 관람을 위한 온라인 사전 예약을 위해', 비회원은 '국립중앙박물관의 상설전시 내용에 대해 알아보기 위해'의 비율이 상대적으로 높음
- 방문 빈도별로 주 1회 이상은 '국립중앙박물관의 기획 및 특별전시 내용에 대해 알아보기 위해'의 비율이 상대적으로 높음

<그림 5-11> 누리집 이용자 방문 목적

(n: 1,000명, 단위: %)



<표 5-9> 누리집 이용자 방문 목적

(단위 : %)

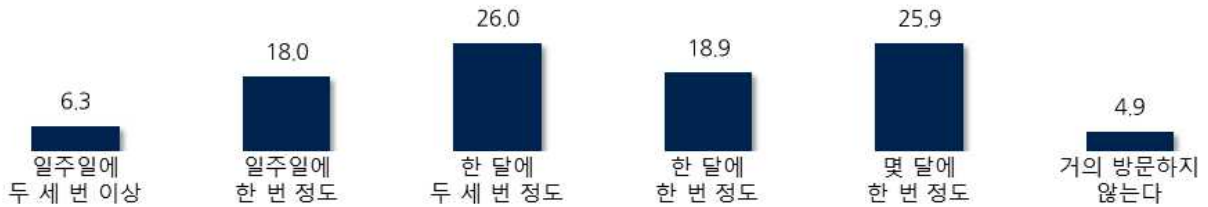
구 분		사례수 (명)	국립중앙 박물관 전시 관람을 위한 온라인 사전 예약을 위해	국립중앙 박물관의 기획 및 특별전시 내용에 대해 알아보기 위해	국립중앙 박물관의 상설전시 내용에 대해 알아보기 위해	교육, 공연, 행사 등의 일정 및 프로그램 확인을 위해	국립중앙 박물관의 디지털 실감 영상관에 대해 알아보기 위해	국립중앙 박물관 온라인 전시관 이용을 위해	국립중앙 박물관 소장 유물 자료 혹은 학술자료 이용을 위해	기타
전체		(1,000)	41.6	21.8	14.4	13.2	4.0	1.8	1.4	1.8
성별	남성	(209)	32.1	29.7	24.9	6.2	2.9	2.4	1.4	0.5
	여성	(791)	44.1	19.7	11.6	15.0	4.3	1.6	1.4	2.1
연령	20대 이하	(160)	32.5	33.8	13.1	6.9	8.8	1.9	1.9	1.3
	30대	(321)	46.7	18.1	16.2	10.6	2.5	0.6	2.2	3.1
	40대	(393)	43.8	16.5	13.2	18.3	4.3	2.0	0.8	1.0
	50대 이상	(126)	33.3	32.5	15.1	11.9	0.8	4.0	0.8	1.6
방문 빈도	주 1회 이상	(243)	27.2	34.2	12.3	12.8	4.9	4.1	4.1	0.4
	월 2~3회	(260)	40.4	20.0	14.2	16.2	5.8	0.4	1.2	1.9
	월 1회	(189)	42.9	26.5	12.7	12.2	4.8	1.1	0.0	0.0
	월 1회 미만	(308)	53.2	10.7	17.2	11.7	1.3	1.6	0.3	3.9
회원 여부	회원	(782)	44.9	21.2	10.6	14.7	4.5	1.5	1.4	1.2
	비회원	(218)	29.8	23.9	28.0	7.8	2.3	2.8	1.4	4.1

3. 방문 빈도

- 누리집 방문 빈도는 '한달에 두 세 번 정도'가 26.0%로 가장 높으며, '몇 달에 한번 정도' 25.9%, '한달에 한 번 정도' 18.9%, '일주일에 한 번 정도' 18.0% 순임
- '일주일에 두 세 번 이상' 6.3%, '거의 방문하지 않는다'의 비율은 4.9%로 낮음

<그림 5-12> 누리집 이용자 방문 빈도

(n: 1,000명, 단위: %)



<표 5-10> 누리집 이용자 방문 빈도

(단위 : %)

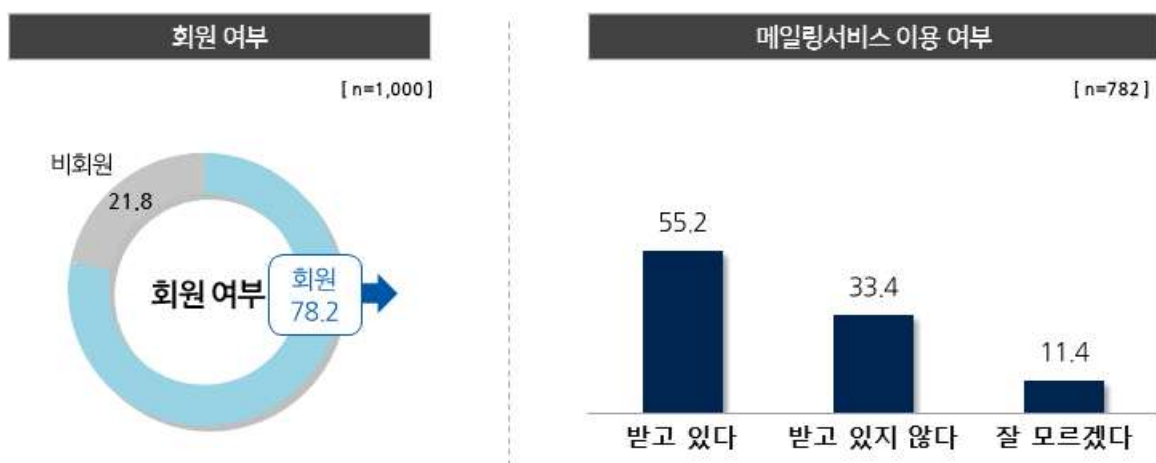
구 분		사례수 (명)	일주일에 두 세 번 이상	일주일에 한 번 정도	한 달에 두 세 번 정도	한 달에 한 번 정도	몇 달에 한 번 정도	거의 방문하지 않는다
전체		(1,000)	6.3	18.0	26.0	18.9	25.9	4.9
성별	남성	(209)	7.2	28.7	24.4	21.1	16.7	1.9
	여성	(791)	6.1	15.2	26.4	18.3	28.3	5.7
연령	20대 이하	(160)	9.4	14.4	22.5	20.0	26.3	7.5
	30대	(321)	5.3	20.2	24.6	17.1	27.7	5.0
	40대	(393)	6.4	11.7	29.8	19.1	28.0	5.1
	50대 이상	(126)	4.8	36.5	22.2	21.4	14.3	0.8
방문 빈도	주 1회 이상	(243)	25.9	74.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	월 2~3회	(260)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	월 1회	(189)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	월 1회 미만	(308)	0.0	0.0	0.0	0.0	84.1	15.9
회원	회원	(782)	7.5	21.0	29.3	16.5	22.6	3.1
여부	비회원	(218)	1.8	7.3	14.2	27.5	37.6	11.5

4. 회원 및 메일링서비스 가입 여부

- 전체 응답자의 78.2%가 국립중앙박물관 온라인 회원인 것으로 조사됨
- 온라인 회원에게 메일링 서비스 이용 여부에 대해 물어본 결과, 절반 이상인 55.2%가 메일링 서비스를 이용하고 있는 것으로 조사되었으며, 이용하지 않는다는 응답은 33.4%인 것으로 조사됨

<그림 5-13> 누리집 이용자 회원 및 메일링서비스 가입 여부

(n: 1,000명, 단위: %)



<표 5-11> 누리집 이용자 회원 및 메일링서비스 가입 여부

(단위 : %)

구 분		사례수 (명)	회원	비회원	사례수 (명)	받고 있다	받고 있지 않다	잘 모르겠다
전체		(1,000)	78.2	21.8	(782)	55.2	33.4	11.4
성별	남성	(209)	80.4	19.6	(168)	60.7	31.5	7.7
	여성	(791)	77.6	22.4	(614)	53.7	33.9	12.4
연령	20대 이하	(160)	65.0	35.0	(104)	47.1	49.0	3.8
	30대	(321)	75.7	24.3	(243)	51.0	36.2	12.8
	40대	(393)	87.3	12.7	(343)	56.6	29.7	13.7
	50대 이상	(126)	73.0	27.0	(92)	70.7	21.7	7.6
방문 빈도	주 1회 이상	(243)	91.8	8.2	(223)	65.0	27.4	7.6
	월 2~3회	(260)	88.1	11.9	(229)	60.7	27.9	11.4
	월 1회	(189)	68.3	31.7	(129)	43.4	43.4	13.2
회원 여부	월 1회 미만	(308)	65.3	34.7	(201)	45.8	39.8	14.4
	회원	(782)	100.0	0.0	(782)	55.2	33.4	11.4
	비회원	(218)	0.0	100.0	-	-	-	-

제3절 누리집 이용 현황

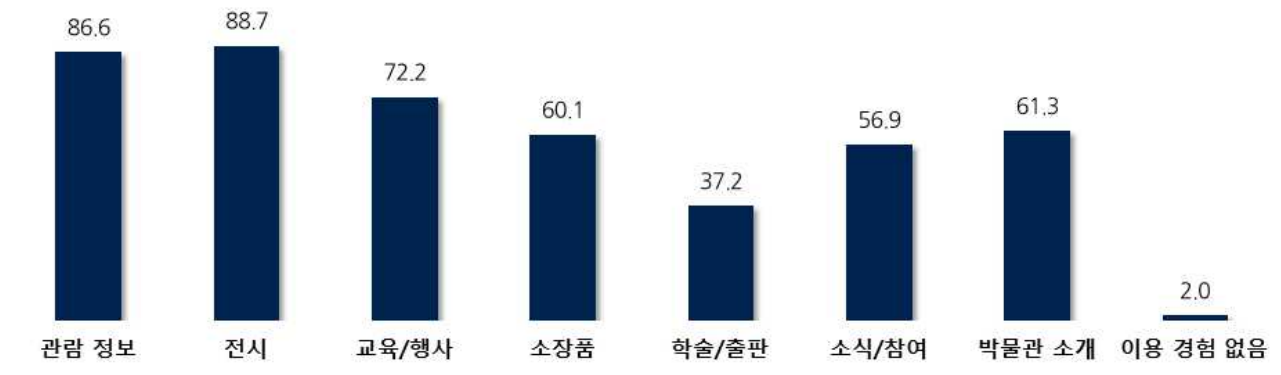
1. 메뉴 이용 경험 및 만족도

1) 메뉴 이용 경험

- 누리집 메뉴 중에서 '전시'의 이용 경험이 88.7%로 가장 높은 것으로 나타났으며, '관람 정보'(86.6%), '교육/행사'(72.2%) 순으로 높음
- '학술/출판' 메뉴의 이용 경험률은 37.2%로 '전시' 및 '관람 정보' 이용률의 절반 수준보다 낮음
- 전체 응답자의 2.0%는 누리집을 이용한 경험이 없는 것으로 조사됨

<그림 5-14> 누리집 이용자 메뉴 이용 경험

(n: 1,000명, 단위: %, 복수응답)



<표 5-13> 누리집 이용자 메뉴 이용 경험

(단위: %)

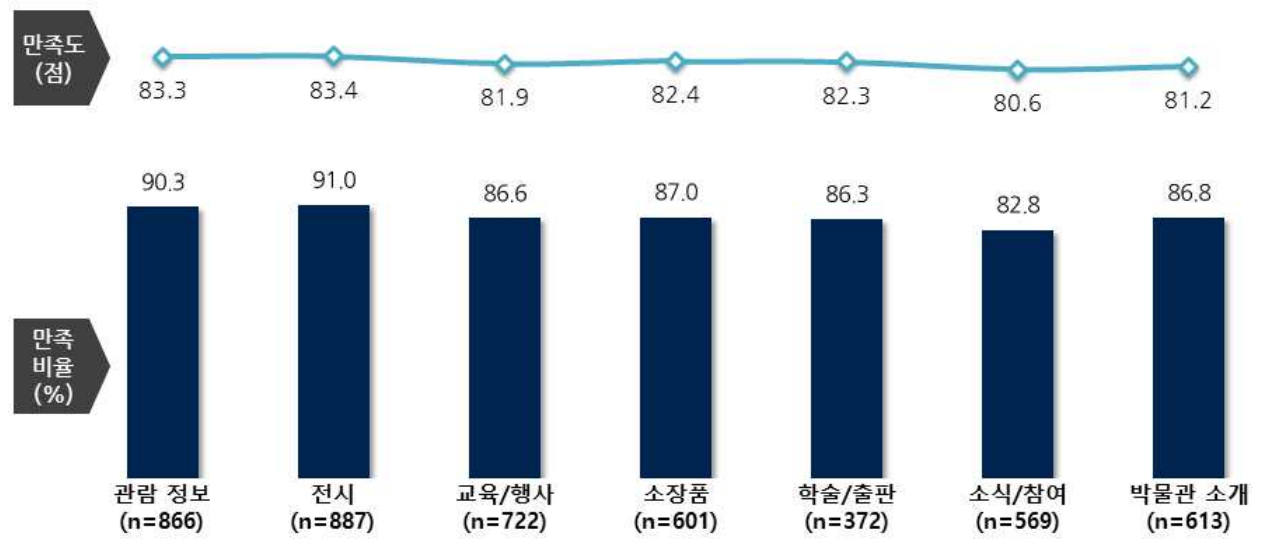
구 분		사례수 (명)	관람 정보	전시	교육 /행사	소장품	학술 /출판	소식 /참여	박물관 소개	이용 경험 없음
전체		(1,000)	86.6	88.7	72.2	60.1	37.2	56.9	61.3	2.0
성별	남성	(209)	81.8	89.5	73.2	69.4	45.5	63.2	72.2	1.9
	여성	(791)	87.9	88.5	71.9	57.6	35.0	55.2	58.4	2.0
연령	20대 이하	(160)	90.0	93.1	49.4	53.8	29.4	55.6	60.6	0.0
	30대	(321)	87.9	89.7	73.8	60.7	34.6	54.8	58.3	3.7
	40대	(393)	84.5	84.2	78.6	55.2	36.9	55.5	59.0	2.0
	50대 이상	(126)	85.7	94.4	77.0	81.7	54.8	68.3	77.0	0.0
방문 빈도	주 1회 이상	(243)	91.8	95.1	84.4	81.1	59.3	78.2	74.5	1.2
	월 2~3회	(260)	91.5	93.1	78.8	66.9	41.5	64.6	69.6	1.2
	월 1회	(189)	85.2	91.0	69.3	58.7	28.0	49.2	64.0	0.0
회원 여부	월 1회 미만	(308)	79.2	78.6	58.8	38.6	21.8	38.3	42.2	4.5
	회원	(782)	88.2	89.3	77.1	62.1	39.1	58.1	60.7	2.3
	비회원	(218)	80.7	86.7	54.6	52.8	30.3	52.8	63.3	0.9

2) 이용 메뉴 만족도

- 이용한 메뉴에 대한 만족도는 '전시'가 83.4점으로 가장 높으며, '관람 정보' 83.3점, '소장품' 82.4점 순임
- '소식/참여'의 만족도는 80.6점으로 가장 낮은 것을 조사됨
- 메뉴 이용 경험률이 높을수록 만족도가 높아지는 경향을 보임

<그림 5-15> 누리집 이용자 이용 메뉴 만족도

(n: 1,000명, 단위: 점, %)



<표 5-14> 누리집 이용자 이용 메뉴 만족도

(단위 : 100점 평균, 점)

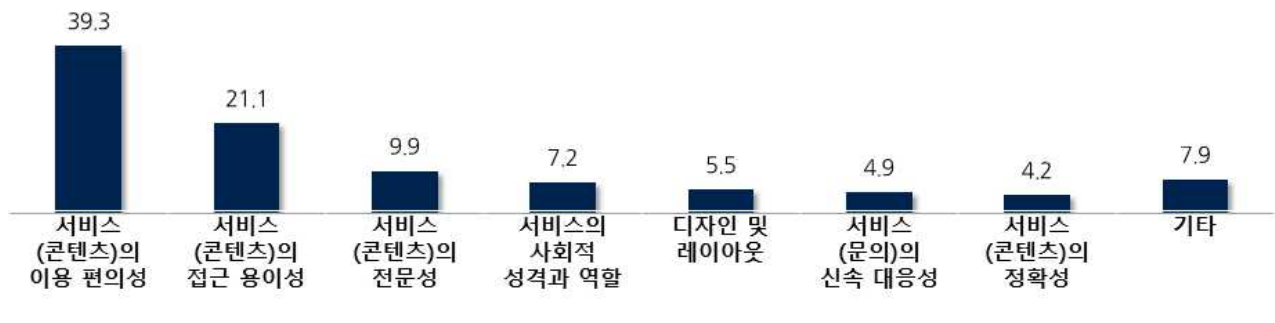
구 분		사례수 (명)	관람 정보	전시	교육/행사	소장품	학술/출판	소식/참여	박물관 소개
전체		(1,000)	83.3	83.4	81.9	82.4	82.3	80.6	81.2
성별	남성	(209)	85.1	84.2	81.2	80.8	83.9	80.8	83.0
	여성	(791)	82.9	83.2	82.0	82.9	81.8	80.5	80.6
연령	20대 이하	(160)	83.3	83.4	81.9	74.2	81.2	79.0	82.6
	30대	(321)	83.3	82.9	80.7	83.5	83.5	80.8	80.1
	40대	(393)	82.8	83.3	81.5	83.2	80.7	79.9	80.6
	50대 이상	(126)	84.7	85.2	85.9	85.4	84.5	83.5	83.3
방문 빈도	주 1회 이상	(243)	83.3	82.0	79.8	79.4	80.3	78.7	78.1
	월 2~3회	(260)	82.6	84.1	81.9	81.4	79.8	81.0	78.9
	월 1회	(189)	86.0	84.6	84.9	85.1	88.7	84.9	86.4
회원 여부	월 1회 미만	(308)	82.2	83.4	82.0	86.1	85.6	79.7	84.0
	회원	(782)	82.8	82.9	81.5	81.1	81.5	79.9	79.8
	비회원	(218)	85.3	85.4	83.8	88.0	85.9	83.3	86.2

2. 누리집 개선 및 강화 부분

- 누리집 개선 및 강화 부분으로 '서비스(콘텐츠)의 이용 편의성'이 39.3%로 가장 높으며, '서비스(콘텐츠)의 접근 용이성' 21.1% 순임
- '서비스(콘텐츠)의 정확성'에 대한 개선 의견은 4.2%로 낮은 편임
- 연령별로 50대 이상에서 '서비스(콘텐츠)의 전문성' 개선 의견이 상대적으로 높음
- 회원여부별로 비회원은 '서비스(콘텐츠)의 접근 용이성'에 대한 개선 의견이 높음

<그림 5-16> 누리집 개선 및 강화 부분

(n: 1,000명, 단위: %)



<표 5-15> 누리집 개선 및 강화 부분

(단위 : %)

구 분		사례수 (명)	서비스(콘텐츠)의 이용 편의성	서비스(콘텐츠)의 접근 용이성	서비스(콘텐츠)의 전문성	서비스(콘텐츠)의 사회적 성격과 역할	디자인 및 레이아웃	서비스(문의)의 신속 대응성	서비스(콘텐츠)의 정확성	기타
전체		(1,000)	39.3	21.1	9.9	7.2	5.5	4.9	4.2	7.9
성별	남성	(209)	34.9	22.5	12.4	2.4	7.7	6.7	4.8	8.6
	여성	(791)	40.5	20.7	9.2	8.5	4.9	4.4	4.0	7.7
연령	20대 이하	(160)	30.0	22.5	10.6	8.8	11.9	6.9	1.3	8.1
	30대	(321)	41.4	22.7	8.4	6.9	5.6	3.4	3.4	8.1
	40대	(393)	44.8	20.9	7.1	5.9	2.0	4.8	5.1	9.4
	50대 이상	(126)	28.6	15.9	21.4	10.3	7.9	6.3	7.1	2.4
방문 빈도	주 1회 이상	(243)	38.3	15.2	17.7	4.1	5.3	4.9	4.1	10.3
	월 2~3회	(260)	42.7	14.6	10.8	10.0	3.1	4.6	5.0	9.2
	월 1회	(189)	38.1	26.5	4.2	5.8	9.0	4.8	3.2	8.5
	월 1회 미만	(308)	38.0	27.9	6.5	8.1	5.5	5.2	4.2	4.5
회원 여부	회원	(782)	42.2	18.7	9.6	7.3	4.6	5.0	4.7	7.9
	비회원	(218)	28.9	29.8	11.0	6.9	8.7	4.6	2.3	7.8

7. 고객 VOC(국립중앙박물관 관련 의견)

- 누리집 이용자의 330명(33.3%)가 국립중앙박물관 관련 의견을 제시함
- 고객 VOC로 전반적으로 만족한다는 의견이 38건으로 가장 많은 것을 조사됨
- 다음으로 '누리집이 느림(화면전환, 페이지 로딩이 오래 걸림)' 21건, '누리집의 다양한 전시 및 프로그램에 대한 홍보 필요' 17건, '좀 더 직관적이고 간결한 화면 구성이 필요' 17건, '글씨 폰트 등을 디자인과 고려하여 UI,UX 개선(가독성)' 16건, '다양한 콘텐츠 및 프로그램 제공이 필요' 16건 등의 의견이 제시됨

<표 3-16> 누리집 이용자 VOC(1)

(n: 1,000, 단위 : 건, 복수응답)

내용	건수
전반적으로 만족함	38
누리집이 느림(화면전환, 페이지 로딩이 오래 걸림)	21
누리집의 다양한 전시 및 프로그램에 대한 홍보 필요	17
좀 더 직관적이고 간결한 화면 구성이 필요	17
글씨 폰트 등을 디자인과 고려하여 UI,UX 개선(가독성)	16
다양한 콘텐츠 및 프로그램 제공이 필요	16
소장, 전시품에 대한 자세하고 전문적인 설명 필요	11
원하는 정보 검색이 쉽지 않음	11
메뉴의 간결한 구성이 필요함	10
모바일 앱 접근성 및 신속성 개선	9
아이들을 위한 쉬운 전용 페이지 구성이 필요(키즈판)	8
홈페이지 전반적인 디자인 개선	8
다양한 연령대를 위한 홈페이지 접근성 개선	7
어린이들도 흥미롭게 참여할만한 온라인 콘텐츠가 많았으면 함	7
온라인 예약 과정이 어려움(불편함)	7
유물 검색이 불편함(위치 정보 추가)	7
공지사항 등 정보 업데이트가 느림	6
메뉴 탭 구분이 어려움	6
모바일 UI, UX 개선 필요(가독성)	6
코로나 시기에 비대면에 온라인 행사 제공 필요	6
전체 메뉴를 한눈에 볼 수 있게 페이지 구성	6

<표 3-17> 누리집 이용자 VOC(2)

(n: 1,000, 단위 : 건, 복수응답)

내용	건수
교육 프로그램 이용 및 예약 절차가 불편함	5
로그인 과정 없이 예약이 필요함	5
예약 메뉴를 찾기 어려움	5
예약 페이지 이용 시 시간이 다소 걸린다	5
다양한 이벤트 제공을 통한 이용 활성화	4
전시 교육 등 일정의 신속한 업데이트 필요	4
SNS를 활용한 홍보 활성화	3
달력 형식으로 구성하여 일정 및 이벤트 한눈에 파악	3
박물관 출판물(박물관 도록 등)을 공개해서 전자매체로도 접근성 확대	3
로그인 과정이 불편함	2
상설 전시 내용 부각	2
어려운 용어에 대한 주석 필요	2
전시 관련된 내용을 좀 더 노출이 잘되도록 변경	2
조직 및 업무 항목의 업데이트 필요	2
홈페이지 접속 용이성 개선이 필요	2
MD 상품 안내(뮤지엄 숍 판매상품)	1
관람 편의시설 안내 - 층 별 안내 : 호수와 주제 표기	1
관람객의 질문에 대한 체계적인 답변 시스템	1
굿즈 구매 후 안내 메일에서 정보가 누락되거나 제대로 표기되지 않는 문제가 있음	1
굿즈 구매하기 쉽게 홈페이지에 노출 해주셨으면 좋겠음	1
기획 전시의 경우 어떤 기관과 협업해서 하는지 정확한 설명이 있으면 좋을 듯	1
담당 학예사가 누구인지 알게 해주면 좋겠음	1
디자인을 한국적인 요소를 더해서 제작했으면 좋을 것 같음	1
많이 사용되는 메뉴 바로가기 배너 추가	1
모바일 앱 디자인 개선 필요	1
문화 해설사 확충	1
비대면 프로그램 확대	1
상설전시실 소개 때 시대별로 마우스를 대면 해당 전시실이 확대되어 보이면 좋을 듯	1
상품 재입고 요청 버튼이 있었으면 좋겠음	1
성인 일반 관람자(직장인) 대상으로 한 행사나 기획	1

<표 3-18> 누리집 이용자 VOC(3)

(n: 1,000, 단위 : 건, 복수응답)

내용	건수
신규 전시 소개 필요	1
실시간 질의응답 추가	1
안정적인 시스템 필요	1
연령별 콘텐츠가 유아부터 초등까지 체험활동 위주 또는 관련 자료를 쉽게 열람	1
예약 변경이나 취소, 다양한 예약 관련 궁금증을 FAQ로 제공해주면 좋을 것 같음	1
예정 전시 관련 정보가 있어야 함	1
온라인 동영상으로 전시 내용 설명이 더 많았으면 좋겠음	1
온라인을 통해서도 온택트 시대에 맞는 충분한 자료를 얻을 수 있었으면 좋겠음	1
외국인에게 우리 문화재 쉽게 소개하는 페이지가 있으면 좋겠음	1
우리나라의 모든 박물관에서 보유하고 있는 소장품에 대해서 조회할 수 있는 기능	1
유물 이름이 통일되지 않거나 유물 사진이 저화질인 경우가 있는데 개선되면 좋겠음	1
이용안내 물품보관함 등 편의시설 안내	1
인기 프로그램 예약 시 모바일에서 스크롤 하느라 시간 소요 하다 매진되는 경우 발생	1
전시와 관련된 BGM이 깔리면 좋을 것 같음	1
전시품 전문가 영상 해설, 유튜브 강의 영상 강화	1
카톡 친구로 추천하는 기능으로 더 많은 정보를 공유 필요	1
큐레이터 추천 소장품에 대한 이유 제시	1
타 사이트(예매)로의 연결 버튼이 눈에 확 띄게 명시적으로 개선되었으면 좋겠음	1
특별, 기획 전시에 대한 온라인 홍보 강화	1
학예사 자격증 제도를 보다 세세하게 알려주었으면 좋겠음	1
현재 진행중인 이벤트를 찾아볼 수 있는 화면이 보이면 좋겠음	1
홈페이지 교육신청이 불편함(과천과학관 참고)	1
홈페이지 첫 화면에 중앙박물관 전시와 그 외 박물관의 전시를 나눠서 보여줘야 함	1
홈페이지의 다양한 언어 추가	1

부록. 설문지

2021년 국립중앙박물관 만족도 조사(내국인)	ID						
---------------------------	----	--	--	--	--	--	--

안녕하십니까?

본 조사는 국립중앙박물관에서 제공하는 전시, 서비스에 대한 만족도와 이용행태 조사를 통해 더 나은 서비스를 제공하는 데 활용하고자 실시하고 있습니다.

본 설문에서 응답해주시는 정보는 법률 제11690호 개인정보보호법과 제15조(개인정보 수집/이용)에 의거 보호 받을 수 있으며, 동법 제21조(개인정보의 파기)에 의거 조사 종료 후 파기되오니 안심하시고 원활한 연구 진행이 될 수 있도록 모든 문항을 빠짐없이 응답해 주시면 감사하겠습니다.

- 주관기관 : 국립중앙박물관
- 조사기관 : 효성ITX(주) (문의 : 김준하 연구원, TEL) 02-2102-8589)

2021년 6월

주관기관



조사수행기관



<응답 시 유의사항>

- 질문에 응답하실 때 특별한 안내문이 없으면 보기번호 중 한 개만 골라 주시기 바랍니다.
- 의견을 직접 기입하는 주관식 문항에 대해서는 자세하게 의견을 적어주시길 부탁드립니다.
- 설문 내용을 잘 읽고 해당하는 보기번호를 기입해 주십시오.

면접원 기록사항

면접 일시	2021년 ____월 ____일	면접원 성명	
오전/오후	① 오전 ② 오후(12시 이후)	주중/주말	① 주중 ② 주말

응답자 일반사항

SQ1. 귀하의 연령대는 어떻게 되십니까?

- ① 만19세 미만 (→ 조사중단) ② 만19~29세 ③ 30대
④ 40대 ⑤ 50대 ⑥ 만 60세 이상

SQ2. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

- ① 남성 ② 여성

SQ3. 귀하의 거주지역은 어떻게 되십니까?

- ① 서울 (____구) ② 경기 (____시/군) ③ 인천
④ 대전 ⑤ 대구 ⑥ 울산 ⑦ 광주 ⑧ 부산 ⑨ 강원 ⑩ 충북
⑪ 충남/세종 ⑫ 전북 ⑬ 전남 ⑭ 경북 ⑮ 경남 ⑯ 제주 ⑰ 해외거주

Part A **방문 현황**

A01. 국립중앙박물관을 방문하신 목적은 무엇입니까? 순서대로 2개를 골라 주세요.

1순위() 2순위()

- | | |
|-------------------|----------------------|
| ① 여가, 휴식을 위해 | ② 가족, 지인과 시간을 보내기 위해 |
| ③ 문화적 체험을 위해 | ④ 자녀 교육을 위해 |
| ⑤ 지식이나 정보를 얻기 위해 | ⑥ 축제/과제를 위해 |
| ⑦ 학교 또는 기관의 단체 관람 | ⑧ 기타(구체적으로 : _____) |

A02. 어느 분과 함께 방문하셨습니다? 해당되는 보기에 모두 응답해주세요.

- | | | |
|---------------|-------------|------|
| ① 가족 | ② 친구동료 | ③ 혼자 |
| ④ 학교/기관의 단체관람 | ⑧ 기타(_____) | |

A03. 국립중앙박물관을 오늘까지 포함하여 모두 몇 번 방문하셨나요?

- | | |
|------------------------|---------------------|
| ① 오늘 첫 방문 (→ A031로 이동) | ② 2회 |
| ③ 3회 | ④ 4회 이상 (약 _____ 회) |

A031. 오늘 처음 방문하신 이유는 무엇입니까? 순서대로 2개를 골라 주세요.

1순위() 2순위()

- | | |
|---------------------|-----------------------|
| ① 국립중앙박물관에 대해 잘 몰라서 | ② 시간상(또는 거리상) 오기 힘들어서 |
| ③ 특별한 전시물이 없을 것 같아서 | ④ 다른 관광지를 방문하느라 |
| ⑤ 다른 여가활동을 더 선호해서 | ⑥ 기타(구체적으로 : _____) |

A04. 방문하기 전, 국립중앙박물관과 관련한 정보는 어떤 경로로 얻으셨습니까? 순서대로 2개를 골라 주세요.

1순위() 2순위()

- | | |
|---------------------------|-----------------------------|
| ① 박물관 누리집(홈페이지)나 뉴스레터 | ② 인터넷 게시물(카페, 블로그 등) |
| ③ SNS(페이스북, 트위터, 인스타그램 등) | ④ 포털 등 인터넷 뉴스 |
| ⑤ 유튜브 | ⑥ 관광 정보 관련 스마트폰 어플리케이션(App) |
| ⑦ TV 방송 | ⑧ 종이신문이나 잡지의 기사 |
| ⑨ 현수막이나 인쇄 홍보물 | ⑩ 주변 사람의 소개 |
| ⑪ 학교 등 소속 기관 안내 | ⑫ 기타(구체적으로 : _____) |
| ⑬ 정보를 찾아보지 않음 (→ A05로 이동) | |

A041. 방문하기 전, 박물관에 대한 어떤 정보를 주로 알아보셨나요? 순서대로 2개를 골라 주세요.

1순위() 2순위()

- ① 박물관 위치, 교통관련 정보 ② 상설전시 내용 ③ 기획·특별전시 내용
④ 극장 '용' 프로그램 ⑤ 교육·체험프로그램 ⑥ 식당 및 편의시설
⑦ 관람 소요 시간 ⑧ 박물관 주변 시설 및 편의시설(쇼핑, 여가 등)
⑨ 기타(구체적으로 : _____)

A05. 귀하께서는 오늘 어떤 전시·프로그램에 주로 참여하시기 위해 방문하셨나요? 하나만 선택 하세요. (아래 보기카드 참고)

- ① 상설전시 ② 디지털 실감 영상관 ③ 기획전시
④ 특별전시 ⑤ 교육프로그램 또는 행사 ⑥ 야외전시장
⑦ 극장 '용' 공연 ⑧ 도서관 ⑨ 어린이박물관
⑩ 기타(구체적으로 : _____)

보기카드				
① 상설 전시	② 디지털 실감 영상관	③ 기획 전시		
	<p>2층</p> <p>1층</p>			
		④ 특별 전시		
⑤ 교육 프로그램	⑥ 야외 전시	⑦ 극장 '용'	⑧ 도서관	⑨ 어린이 박물관

Part B 전시·서비스 만족도 평가

B01. 다음은 국립중앙박물관의 **전시 내용 및 품질 요인**에 대한 질문입니다. 각 질문에 동의하시는 정도에 따라 7점 '매우 그렇다'부터 1점 '전혀 그렇지 않다' 까지 평가해 주시기 바랍니다.

	전시 내용 및 품질 요인	매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1	전시물과 내용이 다양하다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2	전시 내용이(여가나 교육 목적으로) 유용하다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3	전시 내용이 이해하기 쉽다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4	전시 내용과 설명이 명료하다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
5	전시 내용과 디자인이 참신하고, 독창적이다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
6	위 내용을 모두 고려했을 때, 전시의 내용과 품질 요인에 대해 전반적으로 만족한다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

B02. 다음은 국립중앙박물관의 **서비스 전달 요인**에 대한 질문입니다. 각 질문에 동의하시는 정도에 따라 7점 '매우 그렇다'부터 1점 '전혀 그렇지 않다' 까지 평가해 주시기 바랍니다.

	서비스 전달 요인	매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1	관람객의 요구사항에 신속하게 대응한다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2	관람 정보를 수집하기 쉽다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3	전시(설명 또는 보조) 자료가 적절하게 비치돼 있다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4	고객 문의사항에 대한 직원의 응대가 친절하다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
5	고객의 소리, 민원창구(안내데스크) 등 고객 불만전달 수단이 있다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
6	위 내용을 모두 고려했을 때, 서비스 전달 요인에 대해 전반적으로 만족한다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

B03. 다음은 국립중앙박물관의 **서비스 환경 요인**에 대한 질문입니다. 각 질문에 동의하시는 정도에 따라 7점 '매우 그렇다'부터 1점 '전혀 그렇지 않다' 까지 평가해 주시기 바랍니다.

	서비스 환경 요인	매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1	박물관의 시설 및 전시환경은 쾌적하다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2	편의시설(화장실 등) 이용이 편리하다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3	박물관 위치를 찾아오기 편리하다 (도로/보도 표지판, 버스/지하철 등의 안내 표지판 등)	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4	시설 외관 및 인테리어가 잘 되어있다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
5	전시장 및 전시물 배치 및 구성이 적절하다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
6	위 내용을 모두 고려했을 때, 서비스 환경 요인에 대해 전반적으로 만족한다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

B04. 다음은 국립중앙박물관이 공공기관으로서 수행하는 **사회 품질 요인**에 대한 질문입니다. 각 질문에 동의하시는 정도에 따라 7점 '매우 그렇다'부터 1점 '전혀 그렇지 않다' 까지 평가해 주시기 바랍니다.

	사회 품질 요인	매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1	국립중앙박물관의 업무수행은 공정하고 투명하게 이루어진다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2	국립중앙박물관은 우리 역사와 문화, 나아가 세계문화를 이해하고 체험하는데 도움이 된다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3	국립중앙박물관 시설물은 이용자를 위해 안전하게 관리 된다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4	위 내용을 모두 고려했을 때, 사회 품질 요인에 대해 전반적으로 만족한다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

B05. 다음은 국립중앙박물관의 **전반적 만족도**에 대한 질문입니다. 각 질문에 동의하시는 정도에 따라 7점 '매우 그렇다'부터 1점 '전혀 그렇지 않다' 까지 평가해 주시기 바랍니다.

	전반적 만족도	매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1	전시 내용 및 품질, 전달, 환경, 사회 측면 등을 모두 고려할 때, 전반적으로 만족한다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2	서비스를 이용하기 위해 들인 시간, 비용 등을 고려할 때 기대한 것에 비해 전반적으로 만족한다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3	전시 내용 및 품질, 전달, 환경, 사회 측면 등을 모두 고려할 때, 서비스에 호감을 갖게 되었다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

B06. 다음은 국립중앙박물관이 **재관람/추천 의향 및 성과**에 대한 질문입니다. 각 질문에 동의하시는 정도에 따라 7점 '매우 그렇다'부터 1점 '전혀 그렇지 않다' 까지 평가해 주시기 바랍니다.

	재관람/추천 의향 및 성과	매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1	국립중앙박물관의 전시를 다시 관람할 의향이 있다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2	다른 사람들에게 국립중앙박물관의 전시를 추천할 의향이 있다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3	국립중앙박물관의 전시 및 서비스를 신뢰할 수 있다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4	국립중앙박물관의 전시 및 서비스는 국민의 삶의 질 향상 및 행복에 기여한다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

Part C 전시 관람 현황

C01. 국립중앙박물관에는 6개의 상설전시관을 비롯하여 디지털 실감 영상관, 기획전시실, 어린이 박물관 및 야외석조물공원 등의 전시공간이 있습니다. 오늘 관람하신 곳을 모두 체크해 주세요. (아래 보기카드 참고)

- | | |
|-------------------------------|---------------------------------|
| ① 선사·고대관(구석기~통일신라시대) (전시관 1층) | ② 중·근세관(고려~조선시대) (전시관 1층) |
| ③ 서화관(전시관 2층) | ④ 기증관(전시관 2층) |
| ⑤ 조각·공예관(전시관 3층) | ⑥ 세계문화관(전시관 3층) |
| ⑦ 디지털 실감 영상관 1(중·근세관 내) | ⑧ 디지털 실감 영상관 2(기증관 동편) |
| ⑨ 디지털 실감 영상관 3(선사·고대관) | ⑩ 경천사 십층석탑(하늘 빛 탑 관람, 증강현실(VR)) |
| ⑪ 기획전시실(서관 전시 1층) | ⑫ 특별전시실(전시관 1층) |
| ⑬ 어린이박물관(서관 1층) | ⑭ 야외전시실(야외석조물 공원) |

보기카드			
①~⑥ 상설 전시	⑦~⑩ 디지털 실감 영상관	⑪ 기획전시실	⑫ 특별전시실
		⑬ 어린이 박물관	⑭ 야외 전시관

C02. 다음은 국립중앙박물관에서 머무른 시간에 대한 질문입니다.

분야별 활동		머무른 시간
1	상설전시관 1층(선사·고대관, 중·근세관 등)을 관람하는데 걸린 대략적인 시간	()시간 ()분
2	상설전시관 2층(서화관, 기증관 등)을 관람하는데 걸린 대략적인 시간	()시간 ()분
3	상설전시관 3층(조각·공예관, 세계문화관 등)을 관람하는데 걸린 대략적인 시간	()시간 ()분
4	기획전시관, 어린이박물관, 야외전시장 등의 관람시설에서 관람하는데 걸린 대략적인 시간	()시간 ()분
5	전시 관람과 휴식 등을 포함해 박물관에 머무른 총 시간	()시간 ()분

C03. 다음 중 전시를 관람하실 때 이용하신 전시해설 지원항목에 대해 만족하신 정도를 표시해 주세요.

전시해설 지원 항목	이용여부	이용여부에서 '① 이용'에 응답한 경우만 작성						
		매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1 전시 안내 인쇄물(리플릿)	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2 국립중앙박물관 전시안내 앱 서비스(개인 모바일)	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3 전시관에서 상영되는 영상물(VR, AR 등)	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4 박물관 활동지	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
5 전시안내로봇 '큐아이'	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

C04. 전시를 보다 쉽게 이해하기 위해서 어떤 서비스를 늘리는 게 필요하다고 생각하시나요? 순서대로 2개를 골라 주세요.

1순위() 2순위()

- ① 전시 안내 인쇄물(리플릿) ② 국립중앙박물관 전시안내 앱 서비스(개인 모바일)
 ③ 전시관에서 상영되는 영상물(VR, AR 등) ④ 박물관 활동지
 ⑤ 전시안내로봇 '큐아이' ⑥ 기타(구체적으로 :)

C05. 다음 전시 관람 환경에 대해 만족하신 정도를 표시해 주세요.

관람 환경		매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1	전시장 관람 동선이 편리하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2	전시장의 조명이 관람하기에 적절하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3	전시장의 온도가 관람하기에 쾌적하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4	전시물 설명문(글씨 크기나 글꼴 등)이 읽기에 좋다(가독성이 높다)	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
5	전시물 설명문 내용이 이해하기 쉽다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

C06. 오늘 보신 유물 중에 다시 보고 싶거나 높이 평가하는 유물은 무엇입니까? 아래의 보기카드를 보고 순서대로 2개를 골라 주세요.

1순위() 2순위()

- | | |
|------------------------|----------------------------|
| ① 농경문 청동기(1층 청동기실) | ② 무령왕릉 관 꾸미개(1층 백제실) |
| ③ 신라금관(1층 금관실) | ④ 철불(1층 통일신라실) |
| ⑤ 경천사지 십층석탑(1층 역사의 길) | ⑥ 외규장각 의궤(1층 조선3실) |
| ⑦ 대동여지도(1층 조선3실) | ⑧ 연꽃넙쿨무늬 매병(3층 청자실) |
| ⑨ 백자 달항아리(3층 분청사기·백자실) | ⑩ 물가풍경무늬 정병(3층 금속공예실) |
| ⑪ 반가사유상(3층 불교조각실) | ⑫ 감산사 아미타불과 미륵보살(3층 불교조각실) |
| ⑬ 없음 | |

보기카드

<p>1. 농경문 청동기</p> 	<p>2. 무령왕릉 관 꾸미개</p> 	<p>3. 신라금관</p> 	<p>4. 철불</p> 
<p>5. 경천사지 십층석탑</p> 	<p>6. 외규장각 의궤</p> 	<p>7. 대동여지도</p> 	<p>8. 연꽃넙쿨무늬 매병</p> 
<p>9. 백자 달항아리</p> 	<p>10. 물가풍경무늬 정병</p> 	<p>11. 반가사유상</p> 	<p>12. 감산사 아미타불과 미륵보살</p> 

Part D **기타 이용 현황**

D01. 다음 중 이용해 보신 시설에 대해 만족하신 정도를 표시해 주세요.

이용 시설	이용여부	이용여부에서 '① 이용'에 응답한 경우만 작성							
		매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다	
1 실외 안내시설/표지판	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	
2 안내데스크	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	
3 카페/식당	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	
4 편의점	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	
5 문화상품점	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	
6 물품보관소	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	
7 주차시설	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	
8 실내 편의시설(의자, 휴게공간 등)	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	
9 실외 편의시설(벤치, 휴게공간 등)	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	
10 유모차/휠체어 대여	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	
11 화장실	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	

D02. 국립중앙박물관 시설 중 만족하지 않았던 시설이 있었다면, 그 이유는 무엇입니까?

D03. 이전에 방문한 박물관들과 비교하시거나, 방문 이전에 기대하신 것에 비해 국립중앙박물관이 향후 개선해야 할 부분에 대해 말씀해 주세요.

※ 응답하신 분께 연락할 수 있는 번호를 기입하여 주시기 바랍니다. 연락번호는 응답하신 내용에 대해 추가로 질문 사항이 있을 경우 질의하기 위한 것으로, 다른 목적으로 사용되지 않습니다.

성함		연락처	
----	--	-----	--

♣ 끝까지 성의 있게 응답해 주셔서 진심으로 감사드립니다. ♣

2021년 국립중앙박물관 만족도 조사(외국인)	ID						
---------------------------	----	--	--	--	--	--	--

안녕하십니까?

본 조사는 국립중앙박물관에서 제공하는 전시, 서비스에 대한 만족도와 이용행태 조사를 통해 더 나은 서비스를 제공하는 데 활용하고자 실시하고 있습니다.

본 설문에서 응답해주시는 정보는 법률 제11690호 개인정보보호법과 제15조(개인정보 수집/이용)에 의거 보호 받을 수 있으며, 동법 제21조(개인정보의 파기)에 의거 조사 종료 후 파기되오니 안심하시고 원활한 연구 진행이 될 수 있도록 모든 문항을 빠짐없이 응답해 주시면 감사하겠습니다.

- 주관기관 : 국립중앙박물관
- 조사기관 : 효성ITX(주) (문의 : 김준하 연구원 TEL) 02-2102-8589)

2021년 6월

주관기관

조사수행기관



<응답 시 유의사항>

1. 질문에 응답하실 때 특별한 안내문이 없으면 보기번호 중 한 개만 골라 주시기 바랍니다.
2. 의견을 직접 기입하는 주관식 문항에 대해서는 자세하게 의견을 적어주시길 부탁드립니다.
3. 설문 내용을 잘 읽고 해당하는 보기번호를 기입해 주십시오.

면접원 기록사항

면접 일시	2021년 ____월 ____일	면접원 성명	
오전/오후	① 오전 ② 오후(12시 이후)	주중/주말	① 주중 ② 주말

응답자 일반사항

SQ1. 귀하의 국적은 어떻게 되십니까?

- ① 중국 ② 일본 ③ 미국
④ 베트남 ⑤ 러시아 ⑥ 기타()

SQ2. 귀하의 연령대는 어떻게 되십니까?

- ① 19세 이하(1~19세) ② 20대 ③ 30대 ④ 40대
⑤ 50대 ⑥ 60대 ⑦ 70대 이상

SQ3. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

- ① 남 ② 여 ③ 기타

Part A **방문 현황**

A01. 한국을 방문하신 주된 목적은 무엇입니까? 다음 중 하나만 선택해 주십시오.

- | | |
|-----------|---------------------|
| ① 취업/업무 | ② 학업이나 연구 |
| ③ 관광 | ④ 가족이나 친구 방문 |
| ⑤ 한국 거주 중 | ⑥ 기타(구체적으로 : _____) |

A02. 국립중앙박물관을 방문하신 목적은 무엇입니까? 순서대로 2개를 골라 주세요.

- | | |
|------------------------------|-----------------------|
| ① 전시나 한국 문화재를 보기 위해서 | ② 한국 역사와 전통문화에 대한 호기심 |
| ③ 학문, 연구를 위한 전문적 관심 | ④ 여가생활, 휴식, 힐링을 위해서 |
| ⑤ 편의시설(카페, 식당, 뮤지엄숍) 이용을 위해서 | ⑥ 기타(구체적으로 : _____) |

A03. 국립중앙박물관을 오늘까지 포함하여 모두 몇 번 방문하셨나요?

- | | |
|------------------------|---------------------|
| ① 오늘 첫 방문 (→ A031로 이동) | ② 2회 |
| ③ 3회 | ④ 4회 이상 (약 _____ 회) |

A031. 오늘 처음 방문하신 이유는 무엇입니까? 순서대로 2개를 골라 주세요.

1순위() 2순위()

- | | |
|-----------------------|-------------------------|
| ① 한국을 처음 방문해서 | ② 국립중앙박물관에 대해 잘 몰라서 |
| ③ 시간상(또는 거리상) 오기 힘들어서 | ④ 흥미요소(전시품, 이벤트 등)가 적어서 |
| ⑤ 다른 관광지를 방문하느라 | ⑥ 다른 여가활동을 더 선호해서 |
| ⑦ 기타(구체적으로 : _____) | |

A032. 국립중앙박물관을 방문하실 때 이용한 주된 교통수단은 무엇입니까?

- | | |
|----------|---------------------|
| ① 지하철 | ② 시내버스 |
| ③ 시티투어버스 | ④ 관광버스 |
| ⑤ 자가용 | ⑥ 도보 |
| ⑦ 택시 | ⑧ 기타(구체적으로 : _____) |

A04. 방문하기 전, 국립중앙박물관과 관련한 정보는 어떤 경로로 얻으셨습니까? 순서대로 2개를 골라 주세요.

1순위() 2순위()

- | | |
|--------------------------------|---------------------------------------|
| ① 국립중앙박물관 웹사이트(홈페이지) | ② 국립중앙박물관 SNS(페이스북, 유튜브) |
| ③ VISIT KOREA 웹사이트&SNS(한국관광공사) | ④ VISIT SEOUL 웹사이트&SNS(서울시 관광) |
| ⑤ 공항 및 도심 관광안내센터 | ⑥ 여행/관광 관련 사이트(PC&모바일, tripadvisor 등) |
| ⑦ 주변 사람 소개 및 추천 | ⑧ 여행 안내책 |
| ⑨ 호텔 및 방문지(식당, 다른 관광지 등) 안내·추천 | ⑩ 기타(구체적으로 :) |
| ⑪ 정보를 찾아보지 않음 | |

A05. 국립중앙박물관을 방문하실 때 가장 중요하게 고려했던 점은 무엇입니까? 순서대로 2개를 골라 주세요.

1순위() 2순위()

- | | |
|-----------------------|----------------|
| ① 여행 일정 | ② 주변 방문지와의 연계성 |
| ③ 한국을 대표하는 박물관이라서 | ④ 전시 및 행사 내용 |
| ⑤ 편의시설 및 서비스(전시해설 등) | ⑥ 관람 비용 |
| ⑦ 기타(구체적으로 :) | |

A06. 귀하께서는 오늘 무엇을 하기 위해(또는 어느 장소를 방문하기 위해) 박물관을 방문하셨나요?

- | | |
|--------------------------|-----------------------|
| ① 상설전시 관람 | ② 특별전시 관람 |
| ③ 기획전시 관람 | ④ 체험프로그램 및 행사 참여 |
| ⑤ 박물관 정원산책 및 야외전시장 관람 | ⑥ 어린이박물관 관람 |
| ⑦ 편의시설 이용(식당, 카페, 도서관 등) | ⑧ 기타(구체적으로 :) |

Part B 전시·서비스 만족도 평가

B01. 다음은 국립중앙박물관의 **전시 내용 및 품질 요인**에 대한 질문입니다. 각 질문에 동의하시는 정도에 따라 7점 '매우 그렇다'부터 1점 '전혀 그렇지 않다' 까지 평가해 주시기 바랍니다.

전시 내용 및 품질 요인	매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1 전시물과 내용이 다양하다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2 전시 내용이(여가나 교육 목적으로) 유용하다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3 전시 내용이 이해하기 쉽다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4 전시 내용과 설명이 명료하다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
5 전시 내용과 디자인이 참신하고, 독창적이다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
6 위 내용을 모두 고려했을 때, 전시의 내용과 품질 요인에 대해 전반적으로 만족한다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

B02. 다음은 국립중앙박물관의 **서비스 전달 요인**에 대한 질문입니다. 각 질문에 동의하시는 정도에 따라 7점 '매우 그렇다'부터 1점 '전혀 그렇지 않다' 까지 평가해 주시기 바랍니다.

서비스 전달 요인	매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1 관람객의 요구사항에 신속하게 대응한다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2 관람 정보를 수집하기 쉽다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3 전시(설명 또는 보조) 자료가 적절하게 비치돼 있다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4 고객 문의사항에 대한 직원의 응대가 친절하다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
5 고객의 소리, 민원창구(안내데스크) 등 고객 불만전달 수단이 있다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
6 위 내용을 모두 고려했을 때, 서비스 전달 요인에 대해 전반적으로 만족한다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

B03. 다음은 국립중앙박물관의 **서비스 환경 요인**에 대한 질문입니다. 각 질문에 동의하시는 정도에 따라 7점 '매우 그렇다'부터 1점 '전혀 그렇지 않다' 까지 평가해 주시기 바랍니다.

서비스 환경 요인	매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1 박물관의 시설 및 전시환경은 쾌적하다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2 편의시설(화장실 등) 이용이 편리하다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3 박물관 위치를 찾아오기 편리하다. (도로/보도 표지판, 버스/지하철 등의 안내 표지판 등)	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4 시설 외관 및 인테리어가 잘 되어있다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
5 전시장 및 전시물 배치 및 구성이 적절하다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
6 위 내용을 모두 고려했을 때, 서비스 환경 요인에 대해 전반적으로 만족한다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

B04. 다음은 국립중앙박물관이 공공기관으로서 수행하는 **사회 품질 요인**에 대한 질문입니다. 각 질문에 동의하시는 정도에 따라 7점 '매우 그렇다'부터 1점 '전혀 그렇지 않다' 까지 평가해 주시기 바랍니다.

	사회 품질 요인	매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1	국립중앙박물관의 업무수행은 공정하고 투명하게 이루어진다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2	국립중앙박물관은 한국의 문화, 나아가 세계문화를 이해하고 체험하는데 도움이 된다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3	국립중앙박물관 시설물은 이용자를 위해 안전하게 관리 된다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4	위 내용을 모두 고려했을 때, 사회 품질 요인에 대해 전반적으로 만족한다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

B05. 다음은 국립중앙박물관의 **전반적 만족도**에 대한 질문입니다. 각 질문에 동의하시는 정도에 따라 7점 '매우 그렇다'부터 1점 '전혀 그렇지 않다' 까지 평가해 주시기 바랍니다.

	전반적 만족도	매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1	전시 내용 및 품질, 전달, 환경, 사회 측면 등을 모두 고려할 때, 전반적으로 만족한다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2	서비스를 이용하기 위해 들인 시간, 비용 등을 고려할 때 기대한 것에 비해 전반적으로 만족한다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3	전시 내용 및 품질, 전달, 환경, 사회 측면 등을 모두 고려할 때, 서비스에 호감을 갖게 되었다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

B06. 다음은 국립중앙박물관이 **재관람/추천 의향 및 성과**에 대한 질문입니다. 각 질문에 동의하시는 정도에 따라 7점 '매우 그렇다'부터 1점 '전혀 그렇지 않다' 까지 평가해 주시기 바랍니다.

	재관람/추천 의향 및 성과	매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1	국립중앙박물관의 전시를 다시 관람할 의향이 있다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2	다른 사람들에게 국립중앙박물관의 전시를 추천할 의향이 있다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3	국립중앙박물관의 전시 및 서비스를 신뢰할 수 있다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

B07. 다음은 국립중앙박물관의 외국어 서비스에 대한 질문입니다. 각 질문에 동의하시는 정도에 따라 7점 '매우 그렇다'부터 1점 '전혀 그렇지 않다' 까지 평가해 주시기 바랍니다.

재관람/추천 의향 및 성과		매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1	전시 공간 및 주제에 대한 외국어 서비스가 적절하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2	전시실 내 작품 설명에 대한 외국어 서비스가 적절하다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3	박물관 찾아오기 및 관람안내 외국어 서비스가 잘 되어 있다.(표지판, 웹사이트, 안내데스크 등)	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4	편의시설(식당, 카페 등) 안내 외국어 서비스가 편리하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
5	박물관 소식(전시, 행사) 외국어 서비스가 원활하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
6	위 내용을 모두 고려했을 때, 외국어 서비스에 대해 전반적으로 만족한다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

Part C 전시 관람 현황

C01. 국립중앙박물관에는 6개의 상설전시관을 비롯하여 디지털 실감 영상관, 기획전시실, 어린이 박물관 및 야외석조물공원 등의 전시공간이 있습니다. 오늘 관람하신 곳을 모두 체크해 주세요. (아래 보기카드 참고)

- ① 선사·고대관(구석기~통일신라시대) (전시관 1층) ② 중·근세관(고려~조선시대) (전시관 1층)
③ 서화관(전시관 2층) ④ 기증관(전시관 2층)
⑤ 조각·공예관(전시관 3층) ⑥ 세계문화관(전시관 3층)
⑦ 디지털 실감 영상관 1(중·근세관 내) ⑧ 디지털 실감 영상관 2(기증관 동편)
⑨ 디지털 실감 영상관 3(선사·고대관) ⑩ 경천사 십층석탑(하늘 빛 탑 관람, 증강현실(VR))
⑪ 기획전시실(서관 전시 1층) ⑫ 특별전시실(전시관 1층)
⑬ 어린이박물관(서관 1층) ⑭ 야외전시실(야외석조물 공원)

보기카드			
①~⑥ 상설 전시	⑦~⑩ 디지털 실감 영상관	⑪ 기획전시실	⑫ 특별전시실

C02. 다음은 국립중앙박물관에서 머무른 시간에 대한 질문입니다.

분야별 활동		머무른 시간
1	상설전시관 1층(선사·고대관, 중·근세관 등)을 관람하는데 걸린 대략적인 시간	()시간 ()분
2	상설전시관 2층(서화관, 기증관 등)을 관람하는데 걸린 대략적인 시간	()시간 ()분
3	상설전시관 3층(조각·공예관, 세계문화관 등)을 관람하는데 걸린 대략적인 시간	()시간 ()분
4	기획전시관, 어린이박물관, 야외전시장 등의 관람시설에서 관람하는데 걸린 대략적인 시간	()시간 ()분
5	전시 관람과 휴식 등을 포함해 박물관에 머무른 총 시간	()시간 ()분

C03. 다음 중 전시를 관람하실 때 이용하신 전시해설 지원항목에 대해 만족하신 정도를 표시해 주세요.

전시해설 지원 항목	이용여부	이용여부에서 '① 이용'에 응답한 경우만 작성						
		매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1 전시 안내 인쇄물(리플릿)	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2 국립중앙박물관 전시안내 앱 서비스(개인 모바일)	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3 전시관에서 상영되는 영상물(VR, AR 등)	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4 박물관 활동지	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
5 전시안내로봇 '큐아이'	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

C04. 전시를 보다 쉽게 이해하기 위해서 어떤 서비스를 늘리는 게 필요하다고 생각하시나요? 순서대로 2개를 골라 주세요.

1순위() 2순위()

- ① 전시 안내 인쇄물(리플릿) ② 국립중앙박물관 전시안내 앱 서비스(개인 모바일)
 ③ 전시관에서 상영되는 영상물(VR, AR 등) ④ 박물관 활동지
 ⑤ 전시안내로봇 '큐아이' ⑥ 기타(구체적으로 :)

C05. 다음 전시 관람 환경에 대해 만족하신 정도를 표시해 주세요.

관람 환경		매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1	전시장 관람 동선이 편리하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2	전시장의 조명이 관람하기에 적절하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3	전시장의 온도가 관람하기에 쾌적하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4	전시물 설명문(글씨 크기나 글꼴 등)이 읽기에 좋다(가독성이 높다)	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
5	전시물 설명문 내용이 이해하기 쉽다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

C06. 오늘 보신 유물 중에 다시 보고 싶거나 높이 평가하는 유물은 무엇입니까? 아래의 보기카드를 보고 순서대로 2개를 골라 주세요.

1순위() 2순위()

- | | |
|-----------------------|----------------------------|
| ① 농경문 청동기(1층 청동기실) | ② 무령왕릉 관 꾸미개(1층 백제실) |
| ③ 신라금관(1층 금관실) | ④ 철불(1층 통일신라실) |
| ⑤ 경천사지 십층석탑(1층 역사의 길) | ⑥ 외규장각 의궤(1층 조선3실) |
| ⑦ 대동여지도(1층 조선3실) | ⑧ 연꽃넙쿨무늬 매병(3층 청자실) |
| ⑨ 백자 달항아리(3층 백자실) | ⑩ 물가풍경무늬 정병(3층 금속공예실) |
| ⑪ 반가사유상(3층 불교조각실) | ⑫ 감산사 아미타불과 미륵보살(3층 불교조각실) |
| ⑬ 없음 | |

보기카드

<p>1. 농경문 청동기</p> 	<p>2. 무령왕릉 관 꾸미개</p> 	<p>3. 신라금관</p> 	<p>4. 철불</p> 
<p>5. 경천사지 십층석탑</p> 	<p>6. 외규장각 의궤</p> 	<p>7. 대동여지도</p> 	<p>8. 연꽃넙쿨무늬 매병</p> 
<p>9. 백자 달항아리</p> 	<p>10. 물가풍경무늬 정병</p> 	<p>11. 반가사유상</p> 	<p>12. 감산사 아미타불과 미륵보살</p> 

Part D	기타 이용 현황
--------	----------

D01. 다음 중 이용해 보신 시설에 대해 만족하신 정도를 표시해 주세요.

이용 시설	이용여부	이용여부에서 '① 이용'에 응답한 경우만 작성							
		매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다	
1 실외 안내시설/표지판	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	
2 안내데스크	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	
3 카페/식당	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	
4 편의점	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	
5 문화상품점	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	
6 물품보관소	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	
7 주차시설	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	
8 실내 편의시설(의자, 휴게공간 등)	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	
9 실외 편의시설(벤치, 휴게공간 등)	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	
10 유모차/휠체어 대여	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	
11 화장실	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	

D02. 국립중앙박물관 시설 중 만족하지 않았던 시설이 있었다면, 그 이유는 무엇입니까?

--

D03. [D01에서 ⑤ 문화상품점 응답자만] 문화상품점에서 기념품을 구매하셨습니까?

- ① 구매 ② 비구매 (→ D031로 이동)

D031. (D03의 ② 응답자) 문화상품점에서 기념품을 구매하지 않으신 이유는 무엇입니까?

- ① 기념품이 필요하지 않아서 ② 기념품이 구매할 만큼 매력적이지 않아서
③ 가격이 비싸서 ④ 품질이 나빠서
⑤ 기념품이 한국적이지 않아서 ⑥ 박물관을 대표하는 상품이 없어서
⑦ 기타(구체적으로 :)

D04. 이전에 방문한 박물관들과 비교하시거나, 방문 이전에 기대하신 것에 비해 국립중앙박물관이 향후 개선해야 할 부분에 대해 말씀해 주세요.

※ 응답하신 분께 연락할 수 있는 번호를 기입하여 주시기 바랍니다. 연락번호는 응답하신 내용에 대해 추가로 질문 사항이 있을 경우 질의하기 위한 것으로, 다른 목적으로 사용되지 않습니다.

성함		연락처	
----	--	-----	--

♣ 끝까지 성의 있게 응답해 주셔서 진심으로 감사드립니다. ♣

2021년 국립중앙박물관 만족도 조사(누리집)	ID						
---------------------------	----	--	--	--	--	--	--

안녕하십니까?

본 조사는 국립중앙박물관에서 제공하는 누리집(홈페이지)에 대한 만족도와 이용행태 조사를 통해 더 나은 서비스를 제공하는 데 활용하고자 실시하고 있습니다.

본 설문에서 응답해주시는 정보는 법률 제11690호 개인정보보호법과 제15조(개인정보 수집/이용)에 의거 보호 받을 수 있으며, 동법 제21조(개인정보의 파기)에 의거 조사 종료 후 파기되오니 안심하시고 원활한 연구 진행이 될 수 있도록 모든 문항을 빠짐없이 응답해 주시면 감사하겠습니다.

- 주관기관 : 국립중앙박물관
- 조사기관 : 효성ITX(주) (문의 : 김준하 연구원, TEL) 02-2102-8589)

2021년 6월

주관기관	조사수행기관
 국립중앙박물관 National Museum of Korea	 HYOSUNG ITX

Part A	방문 현황
---------------	--------------

A01. 국립중앙박물관 누리집(홈페이지)은 주로 어떤 경로로 방문하셨습니까? 하나만 선택해 주세요.

- ① 인터넷 검색을 통해서(사용한 검색어:)
- ② 직접 주소창에 박물관 주소를 입력
- ③ 다른 누리집(홈페이지)에서 국립중앙박물관의 광고나 배너, 링크를 통해
- ④ 블로그, 트위터, 페이스북 등 SNS의 링크를 통해서
- ⑤ 유튜브
- ⑥ 기타(구체적으로:)

A02. 국립중앙박물관 누리집(홈페이지)을 방문하신 주된 이유는 무엇입니까? 하나만 선택해 주세요.

- ① 국립중앙박물관 전시 관람을 위한 온라인 사전 예약을 위해
- ② 국립중앙박물관의 상설전시 내용에 대해 알아보기 위해
- ③ 국립중앙박물관의 디지털 실감 영상관에 대해 알아보기 위해
- ④ 국립중앙박물관의 기획 및 특별전시 내용에 대해 알아보기 위해
- ⑤ 국립중앙박물관 온라인 전시관 이용을 위해
- ⑥ 교육, 공연, 행사 등의 일정 및 프로그램 확인을 위해
- ⑦ 국립중앙박물관 소장 유물 자료 혹은 학술자료 이용을 위해
- ⑧ 국립중앙박물관 소개/연혁/위치/이용안내 등을 알아보려고
- ⑨ 의견개진 또는 민원을 위해
- ⑩ 우연히 검색하게 되어서
- ⑪ 기타(구체적으로:)

A03. 국립중앙박물관 누리집(홈페이지)을 얼마나 자주 방문하시나요?

- ① 일주일에 두 세 번 이상 ② 일주일에 한 번 정도
 ③ 한 달에 두 세 번 정도 ④ 한 달에 한 번 정도
 ⑤ 몇 달에 한 번 정도 ⑥ 거의 방문하지 않는다

A04. 국립중앙박물관을 직접 방문하신 적이 있으십니까?

- ① 있다 ② 없다

A05. 국립중앙박물관 누리집(홈페이지)의 회원이십니까?

- ① 회원 (→ A06로 이동) ② 비회원

A06. [A05에서 ① 응답자만]국립중앙박물관에서 제공하는 메일링서비스를 받고 계십니까?

- ① 받고 있다 ② 받고 있지 않다 ③ 잘 모르겠다

Part B	박물관 누리집(홈페이지) 만족도 평가
---------------	-----------------------------

B01. 다음은 국립중앙박물관 누리집(홈페이지)의 서비스 품질(콘텐츠 품질) 요인에 대한 질문입니다. 각 질문에 동의하시는 정도에 따라 7점 '매우 그렇다'부터 1점 '전혀 그렇지 않다' 까지 평가해 주시기 바랍니다.

	서비스 품질 요인	매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1	제공하는 서비스(콘텐츠)가 다양하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2	유용한 서비스(콘텐츠)를 제공한다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3	전문화된 서비스(콘텐츠)를 제공한다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4	신뢰할 수 있는 서비스(콘텐츠)를 제공한다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
5	제공하는 서비스(콘텐츠)가 이해하기 쉽다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
6	위의 내용을 모두 고려했을 때, '국립중앙박물관 누리집'의 서비스 품질 요인에 전반적으로 만족한다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

B02. 다음은 국립중앙박물관 누리집(홈페이지)의 **서비스 전달 요인**에 대한 질문입니다. 각 질문에 동의하시는 정도에 따라 7점 '매우 그렇다'부터 1점 '전혀 그렇지 않다' 까지 평가해 주시기 바랍니다.

서비스 전달 요인		매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1	이용자의 요구사항을 서비스에 반영하고자 노력한다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2	제공하는 서비스(콘텐츠)가 주기적으로 업데이트 된다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3	서비스(콘텐츠)의 제공방식이 다양하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4	서비스 이용과정이 복잡하지 않고 편리하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
5	접속 및 페이지 이동, 정보검색 속도가 빠르다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
6	시스템이 안정적이다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
7	예약 시스템 이용은 편리하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
8	SNS를 활용한 이용자와의 소통이 원활히 이뤄지고 있다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
9	위의 내용을 모두 고려했을 때, '국립중앙박물관 누리집'의 서비스 전달 요인 에 전반적으로 만족한다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

B03. 다음은 국립중앙박물관 누리집(홈페이지)의 **서비스 환경 요인**에 대한 질문입니다. 각 질문에 동의하시는 정도에 따라 7점 '매우 그렇다'부터 1점 '전혀 그렇지 않다' 까지 평가해 주시기 바랍니다.

서비스 환경 요인		매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1	전반적인 디자인이 보기에 편안하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2	전반적인 색감이 편안하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3	메뉴 구성이 사용하기 편리하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4	정보 검색이 편리하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
5	다른 페이지로 전환이 용이하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
6	위의 내용을 모두 고려했을 때, '국립중앙박물관 누리집'의 서비스 환경 요인 에 전반적으로 만족한다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

B04. 다음은 국립중앙박물관이 공공기관으로서 수행하는 **사회적 책임과 역할**에 대한 질문입니다. 각 질문에 동의하시는 정도에 따라 7점 '매우 그렇다'부터 1점 '전혀 그렇지 않다' 까지 평가해 주시기 바랍니다.

사회적 책임과 역할		매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1	우리나라 문화를 알리는데 기여하고 있다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2	국가나 사회의 지속적인 발전에 기여한다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3	광고 혹은 불건전한 정보는 존재하지 않는다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4	개인정보보호 및 저작권 보호 제도가 명시되어 있다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
5	서비스(콘텐츠)는 타인의 저작권을 침해하고 있지 않다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
6	위의 내용을 모두 고려했을 때, '국립중앙박물관 누리집'의 서비스 사회 품질 요인에 전반적으로 만족한다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

B05. 다음은 국립중앙박물관의 **전반적인 만족도**에 대한 질문입니다. 각 질문에 동의하시는 정도에 따라 7점 '매우 그렇다'부터 1점 '전혀 그렇지 않다' 까지 평가해 주시기 바랍니다.

전반적 만족도		매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1	서비스 품질, 전달, 환경, 사회 측면 등을 모두 고려할 때, 전반적으로 만족한다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2	서비스를 이용하기 위해 들인 시간, 비용 등을 고려할 때 기대한 것에 비해 전반적으로 만족한다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3	서비스 품질, 전달, 환경, 사회 측면 등을 모두 고려할 때, 서비스에 호감을 갖게 되었다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

B06. 다음은 국립중앙박물관이 **재관람/추천 의향**에 대한 질문입니다. 각 질문에 동의하시는 정도에 따라 7점 '매우 그렇다'부터 1점 '전혀 그렇지 않다' 까지 평가해 주시기 바랍니다.

재관람/추천 의향		매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1	국립중앙박물관의 누리집(홈페이지)를 다시 이용할 의향이 있다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2	다른 사람들에게 국립중앙박물관 누리집(홈페이지)를 추천할 의향이 있다	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

- ① 관람정보 (전시 관람, 전시 해설, 예약, 관람·편의시설 등)
- ② 전시 (상설전시, 특별전시, 국외전시, 소속박물관, 전시도록 등)
- ③ 교육·행사 (교육신청, 교육자료, 이러닝, 문화·학습행사 등)
- ④ 소장품 (큐레이터 추천 소장품, 소장품·국보·보물 검색 등)
- ⑤ 학술·출판 (정기간행물, 조사연구현황, 연구보고서 등)
- ⑥ 소식·참여 (소식, 자원봉사, 학예사자격증, 전자민원 등)
- ⑦ 박물관 소개 (연혁 및 발자취, 조직 및 업무, 수장고 등)

재관람/추천 의향		매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1	관람정보 (전시 관람, 전시 해설, 예약, 관람·편의시설 등)	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2	전시 (상설전시, 특별전시, 국외전시, 소속박물관, 전시도록 등)	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3	교육·행사 (교육신청, 교육자료, 이러닝, 문화·학술행사 등)	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4	소장품 (규레이터 추천 소장품, 소장품·국보·보물 검색 등)	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
5	학술·출판 (정기간행물, 조사연구현황, 연구보고서 등)	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
6	소식·참여 (소식, 자원봉사, 학예사자격증, 전자민원 등)	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
7	박물관 소개 (연혁 및 발자취, 조직 및 업무, 수장고 등)	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

① 서비스(콘텐츠)의 접근 용이성 ② 서비스(콘텐츠)의 이용 편의성 ③ 서비스(콘텐츠)의 정확성
④ 서비스(콘텐츠)의 전문성 ⑤ 서비스의 사회적 성격과 역할 ⑥ 서비스(문의)의 신속 대응성
⑦ 디자인 및 레이아웃 ⑧ 기타()

- 5 -

--

응답자 일반사항

SQ1. 귀하의 연령대는 어떻게 되십니까?

- ① 만19세 미만 ② 만19~29세 ③ 30대
④ 40대 ⑤ 50대 ⑥ 만 60세 이상

SQ2. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

- ① 남성 ② 여성

SQ3. 귀하의 직업은 어떻게 되십니까?

- ① 학생 ② 취업준비생 ③ 직장인 ④ 주부
⑤ 전문직 ⑥ 자영업 ⑦ 은퇴 ⑧ 기타()

SQ4. 귀하의 거주지역은 어떻게 되십니까?

- ① 서울 ② 경기 ③ 인천
④ 대전 ⑤ 대구 ⑥ 울산 ⑦ 광주 ⑧ 부산 ⑨ 강원 ⑩ 충북
⑪ 충남/세종 ⑫ 전북 ⑬ 전남 ⑭ 경북 ⑮ 경남 ⑯ 제주 ⑰ 해외거주

※ 설문에 응해주셔서 감사합니다. 설문에 응해주신 분들을 대상으로 추첨을 통해 소정의 답례를 제공하고 있습니다. 본인 확인을 위해 간단한 개인정보를 기입해주시면, 확인 후 발송토록 하겠습니다.

성함		연락처	
----	--	-----	--

♣ 끝까지 성의 있게 응답해 주셔서 진심으로 감사드립니다. ♣

**2021년 국립중앙박물관 고객만족도 조사
결과 보고서**

발 행 처
국립중앙박물관

발 행 월
2021. 11.

조사기관
효성ITX(주)
