

2022년 국립중앙박물관 고객만족도 조사 보고서



2022년 10월



문화체육관광부
국립중앙박물관

C 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	6
5. 조사 방법	7
6. 응답자 특성	8

제 2장 주요 조사 결과

1. 국립중앙박물관 종합만족도 추이	13
2. 고객 유형별 종합만족도 추이	14
3. 고객 유형별 세부 만족도 결과	15
4. 고객 유형별 개선 과제 발굴	16

제 3장 내국인 관람객 조사 결과

제1절 전시·서비스 만족도 평가	38
1. 내국인 관람객 종합만족도	38
2. 구성 요소별 결과	40
3. 세부 항목별 결과	48

제2절 관람객 방문 현황	54
1. 방문 목적	54
2. 동반 방문객	56
3. 방문 횟수	58
4. 정보 획득 경로	62
5. 사전 검색 정보	64
6. 방문계획 전시 프로그램	66

제3절 전시 관람 현황	68
1. 관람 전시 시설	68
2. 전시관 관람 시간	70
3. 기증관 만족도 및 개선사항	72
4. 디지털 실감 영상관 인지 경로	75
5. 디지털 실감 영상관 만족도 및 개선사항	77
6. 전시해설 지원항목 및 만족도	80
7. 전시 관람 환경 만족도	86
8. 기억에 남는 전시 유물	88
9. 고객 VOC(국립중앙박물관 관련 의견)	90

제 4장 외국인 관람객 조사 결과

제1절 전시·서비스 만족도 평가	93
1. 외국인 관람객 종합만족도	93
2. 구성 요소별 결과	95
3. 세부 항목별 결과	103
4. 외국어 서비스 만족도	109
제2절 관람객 방문 현황	111
1. 방문 목적	111
2. 방문 횟수	119
3. 방문 시 주된 교통수단	123
4. 국립중앙박물관 방문 목적	125
5. 박물관 방문 시 중요 고려 사항	127
6. 방문계획 전시 프로그램	129
제3절 전시 관람 현황	131
1. 관람 전시 시설	131
2. 전시관 관람 시간	133
3. 기증관 만족도	135
4. 디지털 실감 영상관 인지 경로	137
5. 디지털 실감 영상관 만족도	139
6. 전시해설 지원항목 및 만족도	141
7. 전시 관람 환경 만족도	147
8. 기억에 남는 전시 유물	149
9. 고객 VOC(국립중앙박물관 관련 의견)	151

제 5장 내국인 단체 인솔자 조사 결과

제1절 전시·서비스 만족도 평가	154
1. 내국인 단체 인솔자 종합만족도	154
2. 구성 요소별 결과	156
3. 세부 항목별 결과	164
제2절 내국인 단체 관람 이용	170
1. 체험학습(방문) 선택 이유	170
2. 사전예약제 인지 여부 및 사전예약제 정보 획득 경로	172
3. 사전예약제 만족도 및 불만족 이유	174
4. 사전 답사 여부 및 사전 답사 시 직원의 안내	175
5. 사전 답사를 하지 않은 이유	176
6. 박물관 에티켓 영상 이용 여부 및 의견	177
7. 예약사항 확인 절차 관련 개선 의견	178
8. 청년멘토 전시해설 서비스 이용여부 및 만족도	179
9. 향후 국립중앙박물관 개선 의견	180

제 6장 전시해설 이용자 조사 결과

제1절 전시·서비스 만족도 평가	183
1. 전시해설 이용자 종합만족도	183
2. 구성 요소별 결과	185
3. 세부 항목별 결과	193
제2절 전시해설 이용자의 박물관 방문 현황	199
1. 방문 목적	199
2. 동반 방문객	201
3. 방문 횟수	203
4. 소요시간	207
제3절 전시해설 이용자의 전시해설 정보, 안내 활용	209
1. 이용한 전시해설 종류	209
2. 전시해설 인지 여부	210
3. 전시해설 정보 획득 경로	211
4. 전시해설 이용 계기	213
5. 전시해설 이용 관련 만족도	214
6. 전시해설 기본사항 이행률	215
7. 전시해설 시간 적절 여부 및 적절한 전시해설 시간	216
8. 전시해설 관련 좋았던 점이나 개선 의견	217

제 7장 누리집 이용자 조사 결과

제1절 전시·서비스 만족도 평가	219
1. 누리집 이용자 종합만족도	219
2. 구성 요소별 결과	221
3. 세부 항목별 결과	229
제2절 누리집 이용 배경 정보	235
1. 방문 경로	235
2. 방문 목적	237
3. 방문 빈도	239
4. 국립중앙박물관 방문 경험	241
5. 회원 및 메일링서비스 가입 여부	242
제3절 누리집 이용 현황	244
1. 메뉴 이용 경험 및 만족도	244
2. 누리집 개선 및 강화 부분	247
3. 고객 VOC(국립중앙박물관 관련 의견)	249

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) 내국인 단체인솔자 조사, 4) 전시해설 이용자, 5) 누리집 이용자 만족도 조사를 실시하였음

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	▪ 1078명 - 1차: 510명, 2차: 568명 - 현장: 319명, 온라인: 759명
표본 추출 방법	▪ 계통추출법(매 K번째에 해당하는 추출 단위를 뽑는 추출법)
표본 오차	▪ 95% 신뢰수준에서 $\pm 2.64\%p$
조사 기간	▪ 1차: 2022년 5월 23일 ~ 6월 08일 ▪ 2차: 2022년 8월 09일 ~ 8월 25일
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)
조사 기간	▪ 1차: 2022년 5월 25일 ~ 5월 31일 ▪ 2차: 2022년 8월 09일 ~ 8월 14일
조사 기관	▪ 효성ITX(주)

3) 내국인 단체인솔자 만족도 조사 설계

구 분	세 부 사 항
조사 대상	▪ 국립중앙박물관 내국인 단체인솔자
조사 방법	▪ 구조화된 설문지를 이용한 현장 면접 조사
조사 규모	▪ 150명 - 1차: 108명, 2차: 42명
표본 추출 방법	▪ 계통추출법(매 K번째에 해당하는 추출 단위를 뽑는 추출법)
조사 기간	▪ 1차: 2022년 5월 25일 ~ 5월 31일 ▪ 2차: 2022년 8월 09일 ~ 8월 14일
조사 기관	▪ 효성ITX(주)

4) 전시해설 이용자 만족도 조사 설계

구 분	세 부 사 항
조사 대상	▪ 국립중앙박물관 전시해설 이용자
조사 방법	▪ 구조화된 설문지를 이용한 현장 면접 조사
조사 규모	▪ 160명 - 1차: 80명, 2차: 80명
표본 추출 방법	▪ 계통추출법(매 K번째에 해당하는 추출 단위를 뽑는 추출법)
조사 기간	▪ 1차: 2022년 5월 25일 ~ 5월 31일 ▪ 2차: 2022년 8월 09일 ~ 8월 14일
조사 기관	▪ 효성ITX(주)

5) 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: 500명, 2차: 500명
표본 오차	▪ 95% 신뢰수준에서 $\pm 3.08\%p$
조사 기간	▪ 1차: 2022년 5월 23일 ~ 6월 12일 ▪ 2차: 2022년 8월 10일 ~ 8월 22일
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	편익성	✓ 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

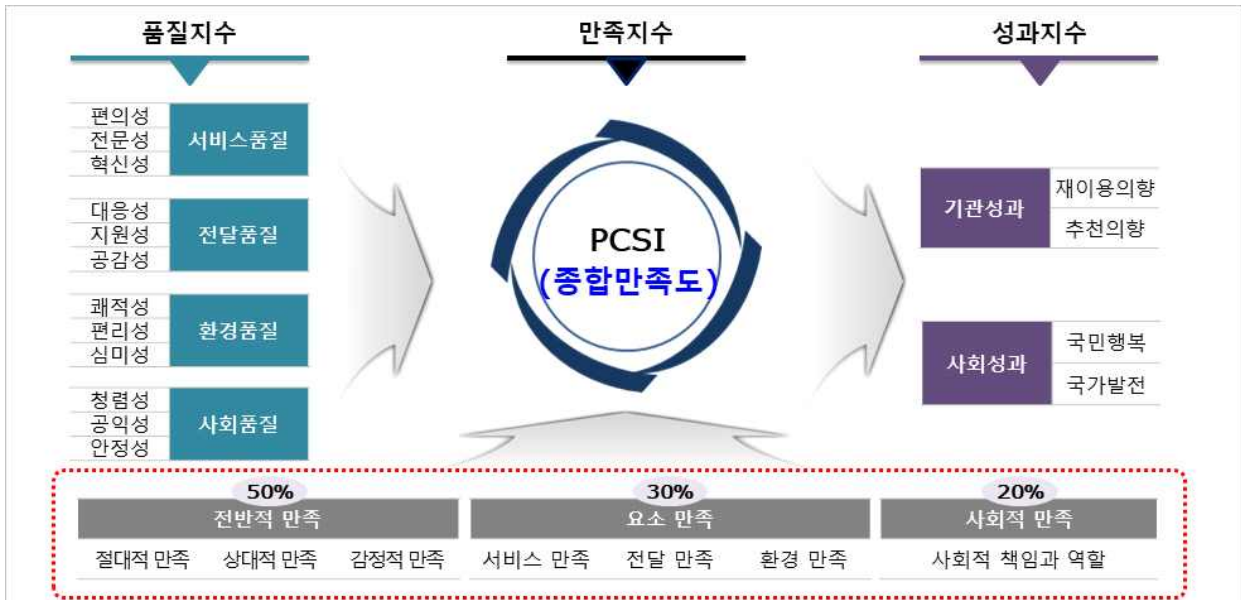
차원	요소	정의
내국인	관람객 방문 현황	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 내국인 관람객 배경 정보 ✓ 방문 목적 ✓ 동반 방문객 ✓ 방문 횟수(첫 방문시 그동안 미방문 이유) ✓ 정보 획득 경로 ✓ 사전 검색 정보 ✓ 방문계획 전시 프로그램
	전시 관람 현황	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 관람 전시 시설 ✓ 전시관 관람 시간 ✓ 전시해설 지원항목 및 만족도 ✓ 전시 관람 환경 만족도 ✓ 기억에 남는 전시 유물 ✓ 개선 의견
	기타 이용 현황	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 편의시설 이용 및 만족도 ✓ 향후 국립중앙박물관 개선 방안
외국인	관람객 방문 현황	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 외국인 관람객 배경 정보 ✓ 한국 방문 목적 ✓ 국립중앙박물관 최초인지 경로 ✓ 정보 획득 경로(홈페이지 접속 경로) ✓ 방문 횟수(첫 방문시 그동안 미방문 이유) ✓ 방문시 이용한 교통편 ✓ 박물관 방문 목적 ✓ 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
	기타 이용 현황	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 편의시설 이용 및 만족도 ✓ 문화상품점 기념품 구매 여부(기념품 비구매 이유) ✓ 향후 국립중앙박물관 개선 방안

차원	요소	정의
내국인 단체인솔자	단체 관람 이용 관련	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 내국인 단체인솔자 배경 정보 ✓ 체험학습(방문) 선택 이유 ✓ 사전예약제 인지 여부 ✓ 사전예약제 정보 획득 경로 및 만족도 ✓ 인터넷 예약 시 불편한 점 ✓ 사전 답사 여부 ✓ 사전 답사 시 직원의 안내 및 만족도 ✓ 사전 답사를 하지 않은 이유 ✓ 박물관 에티켓 영상 이용 여부 ✓ 박물관 에티켓 영상 관련 의견 ✓ 예약사항 확인 절차 관련 개선사항 ✓ 청년멘토 전시해설 서비스 이용여부 및 만족도 ✓ 청년멘토 전시해설 서비스 개선 방안 ✓ 향후 국립중앙박물관 개선 방안
전시해설 이용자	방문 현황	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 전시해설 이용자 배경 정보 ✓ 방문 목적 ✓ 동반 방문객 ✓ 방문 횟수(첫 방문시 그동안 미방문 이유) ✓ 박물관에 머무른 시간 ✓ 전시해설 이용 시간
	전시해설에 대한 정보, 안내 활용	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 전시해설 유형 ✓ 전시해설 사전 인지 여부 ✓ 전시해설 관련 정보 획득 경로 ✓ 전시해설 이용 계기 ✓ 전시해설 이용 관련 만족도 ✓ 전시해설 동선 불편 이유 ✓ 전시해설 기본사항 이행률 ✓ 전시해설 시간 적절 여부 ✓ 향후 국립중앙박물관 개선 방안
누리집 이용자	배경정보	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 누리집 이용자 배경 정보 ✓ 누리집 방문 경로 ✓ 누리집 방문 이유 ✓ 누리집 방문 빈도 ✓ 국립중앙박물관 직접 방문 경험 ✓ 누리집 온라인 회원 여부 ✓ 국립중앙박물관 제공 메일링 서비스 이용 여부
	누리집 이용 관련	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 누리집 메뉴 이용 및 만족도 ✓ 누리집 우선 개선 필요 영역 ✓ 향후 국립중앙박물관 누리집 개선 방안

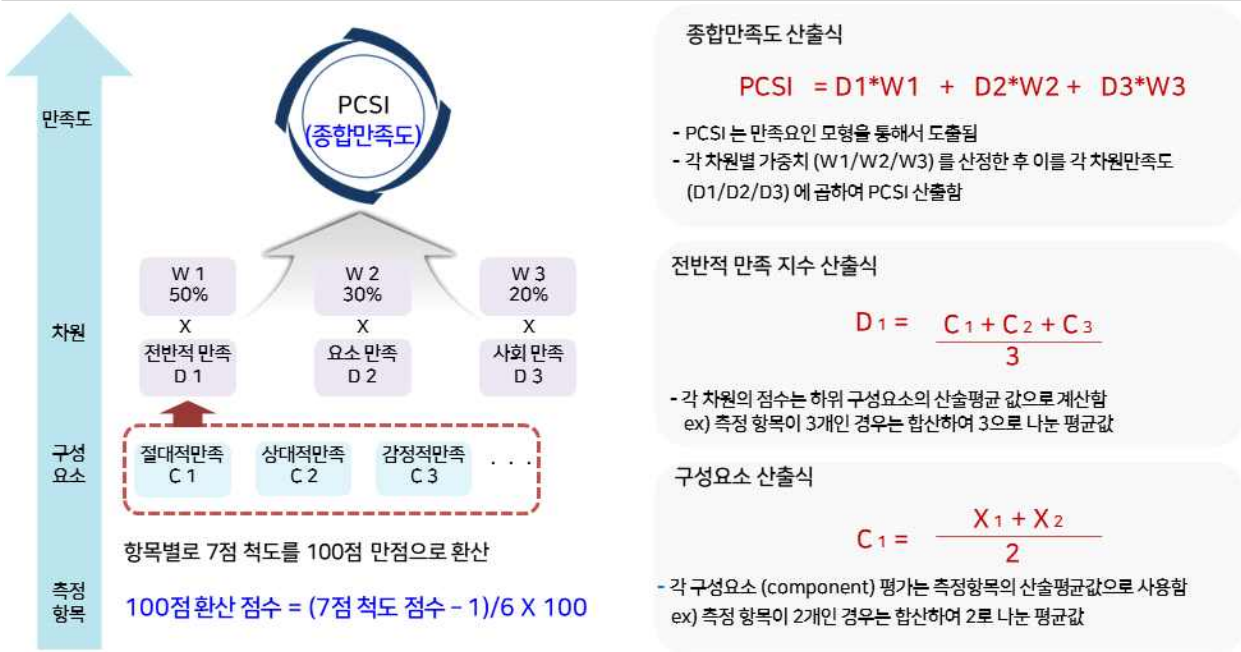
4. 평가 모델 및 산출 방법

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 응답여부 및 내용을 검증 후 기록상의 오류 및 누락 검증을 확인하는 에디팅(Editing) 과정을 거쳐, 부호화 과정(코딩 과정)을 거쳐 검증됨
- 전체적인 데이터는 전산분석 과정에 의한 Logic Check 및 분석상 Error 추적 및 수정을 통하여 입력 자료의 오류를 검색하는 데이터 검증(Data Cleaning) 과정을 거쳐 분석에 활용됨
- 데이터의 분석 처리는 사회과학 전문통계 프로그램인 SPSS(Statistics Package for Social Science)을 이용하여 통계 분석을 실시함
- 결과표 숫자의 경우, 반올림 한 값의 평균이 아닌 실제 값들의 평균을 사용하였음. ('반올림 값들의 합'과 '실제 값의 합을 반올림 한 값'은 다를 수 있음)
-A항목 :19.89991, B항목 :59.94997, C항목 :20.14992 => 반올림 값들의 합 : 99.9, 실제값들의 합 : 100.0

6. 응답자 특성

1) 내국인 관람객

구 분		내국인	
		사례수(명)	비율(%)
전체		(1,078)	100.0
차수별	1차	(510)	47.3
	2차	(568)	52.7
구분	현장	(319)	29.6
	온라인	(759)	70.4
성별	남성	(285)	26.4
	여성	(793)	73.6
연령	20대 이하	(128)	11.9
	30대	(308)	28.6
	40대	(396)	36.7
	50대 이상	(246)	22.8
방문목적	문화적 체험	(458)	42.5
	지식/교육	(319)	29.6
	여가/휴식	(281)	26.1
	단체/기타	(20)	1.9
방문빈도	1회	(119)	11.0
	2~3회	(431)	40.0
	4회 이상	(528)	49.0

2) 외국인 관람객

구 분		외국인	
		사례수(명)	비율(%)
전체		(215)	100.0
차수	1차	(107)	49.8
	2차	(108)	50.2
성별	남성	(84)	39.1
	여성	(131)	60.9
연령	20대 이하	(133)	61.9
	30대	(40)	18.6
	40대	(18)	8.4
	50대 이상	(24)	11.2
국적	아시아/기타	(68)	31.6
	미국	(67)	31.2
	유럽	(80)	37.2
방문빈도	1회	(184)	85.6
	2회	(21)	9.8
	3회 이상	(10)	4.7

3) 내국인 단체 인솔자

구 분		내국인 단체 인솔자	
		사례수(명)	비율(%)
전체		(150)	100.0
차수별	1차	(108)	72.0
	2차	(42)	28.0
성별	남성	(23)	15.3
	여성	(127)	84.7
연령대	20대 이하	(15)	10.0
	30대	(37)	24.7
	40대	(52)	34.7
	50대 이상	(46)	30.7
인솔 단체	초등학교	(89)	59.3
	중학교	(33)	22.0
	고등학교 이상 학교	(11)	7.3
	회사 및 기타	(17)	11.3

4) 전시해설 이용자

구 분		전시해설 이용자	
		사례수(명)	비율(%)
전체		(160)	100.0
차수별	1차	(80)	50.0
	2차	(80)	50.0
연령대	20대 이하	(59)	36.9
	30대	(29)	18.1
	40대	(41)	25.6
	50대 이상	(31)	19.4
성별	남성	(40)	25.0
	여성	(120)	75.0
전시해설 유형	대표유물해설	(60)	37.5
	박물관 명품해설	(30)	18.8
	전시관 꼼꼼히 보기	(33)	20.6
	스마트 큐레이터	(37)	23.1

5) 누리집 이용자

구 분		누리집 이용자	
		사례수(명)	비율(%)
전체		(1000)	100.0
차수별	1차	(500)	50.0
	2차	(500)	50.0
성별	남성	(270)	27.0
	여성	(730)	73.0
연령	20대 이하	(120)	12.0
	30대	(302)	30.2
	40대	(403)	40.3
	50대 이상	(175)	17.5
직업	학생/취업준비생	(69)	6.9
	직장인	(460)	46.0
	주부	(195)	19.5
	전문직	(173)	17.3
	자영업/은퇴/기타	(103)	10.3
방문빈도	주 1회 이상	(205)	20.5
	월 2~3회	(199)	19.9
	월 1회	(246)	24.6
	월 1회 미만	(350)	35.0
회원여부	회원	(774)	77.4
	비회원	(226)	22.6

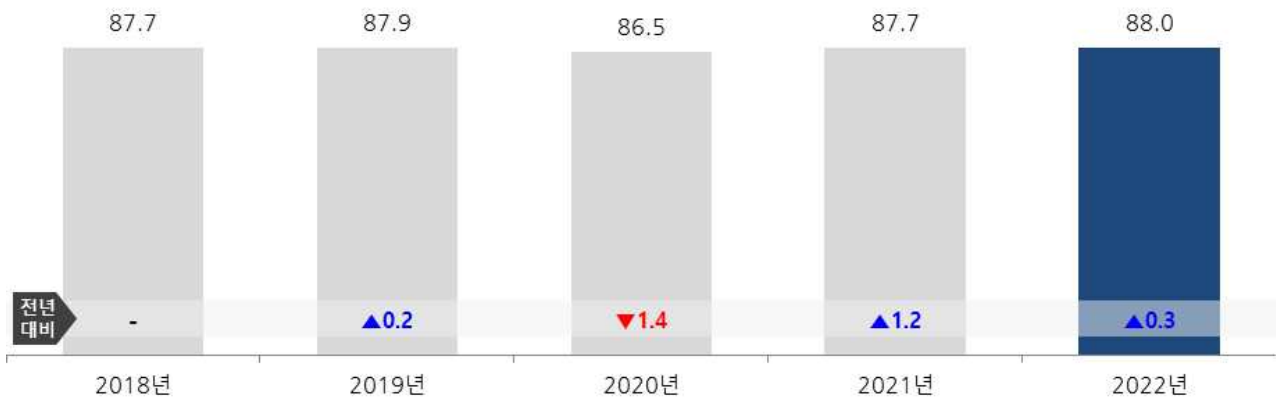
제2장. 주요 조사 결과

1. 국립중앙박물관 종합만족도 추이

2022년 국립중앙박물관 종합만족도는 88.0점으로 전년 대비 +0.3점 상승함

- 2022년 국립중앙박물관 종합만족도는 88.0점으로 2021년 대비 +0.3점 상승한 것으로 나타남
- 2022년 종합만족도는 코로나19로 인한 사회적 거리두기 시행 전의 방식으로 분석되어, 전년 대비 종합만족도 시계열 분석 시 주의가 필요함

(단위 : 점)



*2022년 국립중앙박물관 종합만족도 =

$[(\text{내국인 관람객} \times 0.90) + (\text{외국인 관람객} \times 0.03) + (\text{단체 인솔자} \times 0.07)] \times 0.8 + [(\text{전시해설} \times 0.35) + (\text{누리집 이용자} \times 0.65)] \times 0.2$

2. 고객 유형별 종합만족도 추이

사회적 거리두기 시점에도 불구하고 이전 조사 대비 만족도가 향상됨

- 2022년 내국인 관람객 만족도는 88.1점으로 전년 대비 +0.1점 상승하였으며, 외국인 관람객 만족도는 93.7점으로 전년 대비 +1.0점 상승함
- 누리집 이용자 만족도는 81.5점으로 전년 대비 -2.3점 하락함



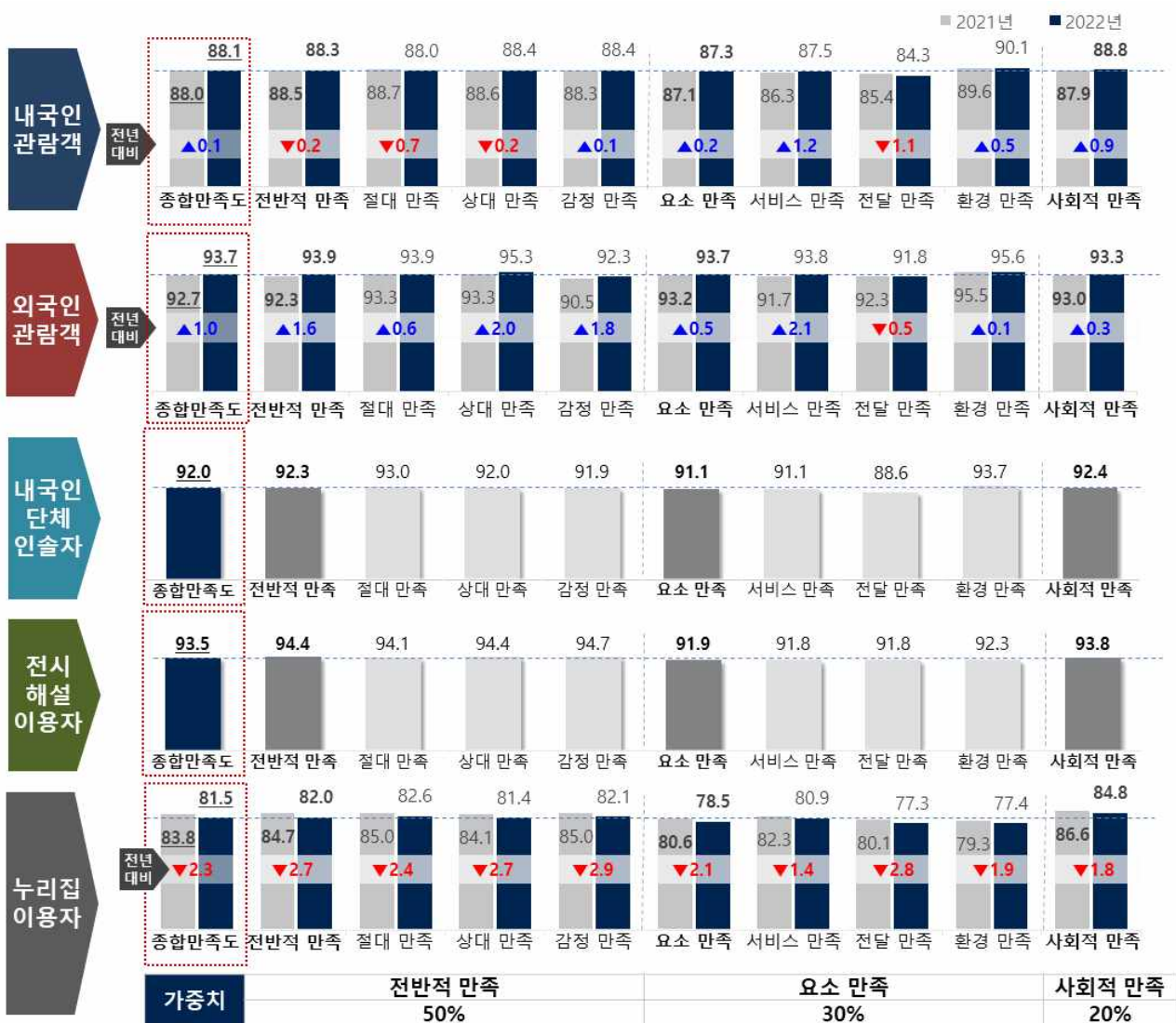
*2020년-외국인 관람객, 내국인 단체 인솔자, 전시해설 이용자, 2021년-내국인 단체 인솔자, 전시해설 이용자 유형이 제외됨

3. 고객 유형별 세부 만족도 결과

고객 유형별로 내국인 관람객, 내국인 단체 인솔자, 누리집 이용자는 [사회적 만족], 외국인 관람객, 전시 해설 이용자는 [전반적 만족]이 가장 높음

- 내국인 관람객 : [사회적 만족](88.8점) > [전반적 만족](88.3점) > [요소 만족](87.3점)
- 외국인 관람객 : [전반적 만족](93.9점) > [요소 만족](93.7점) > [사회적 만족](93.3점)
- 내국인 단체 인솔자 : [사회적 만족](92.4점) > [전반적 만족](92.3점) > [요소 만족](91.1점)
- 전시 해설 이용자 : [전반적 만족](94.4점) > [사회적 만족](93.8점) > [요소 만족](91.9점)
- 누리집 이용자 : [사회적 만족](84.8점) > [전반적 만족](82.0점) > [요소 만족](78.5점)

(단위 : 점)

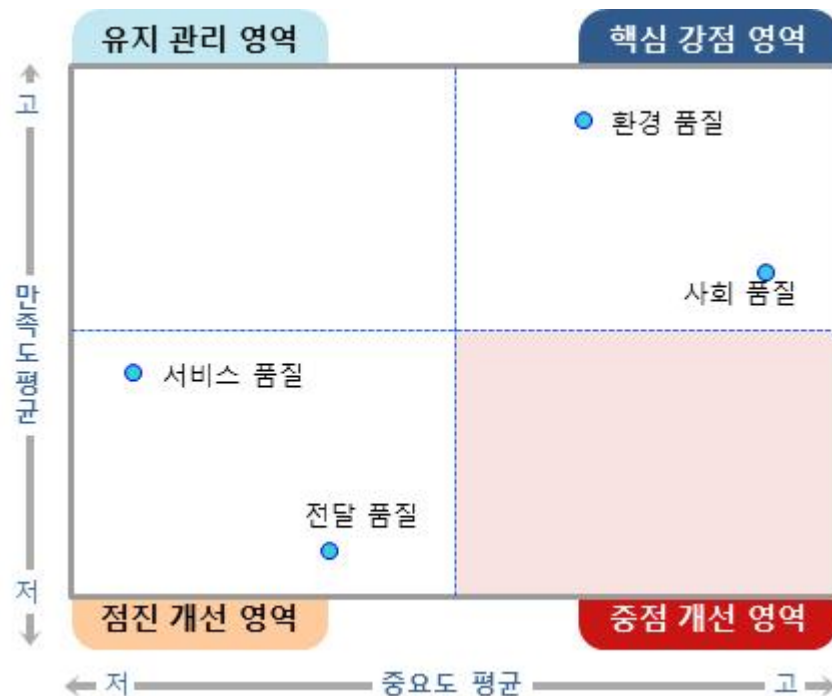


4. 고객 유형별 개선 과제 발굴

1) 내국인 관람객

① 전체 IPA¹⁾ 분석

- 내국인 관람객의 만족도-중요도 IPA 분석 결과 중요도와 만족도가 낮은 점진 개선 영역으로 [서비스 품질], [전달 품질]이 도출됨
- 중요도, 만족도가 모두 높은 핵심 강점 영역으로 [사회 품질], [환경 품질]이 도출됨



※ 중요도 : 전반적 만족도에 대한 개별 선행품질요인의 영향력을 상관분석으로 도출

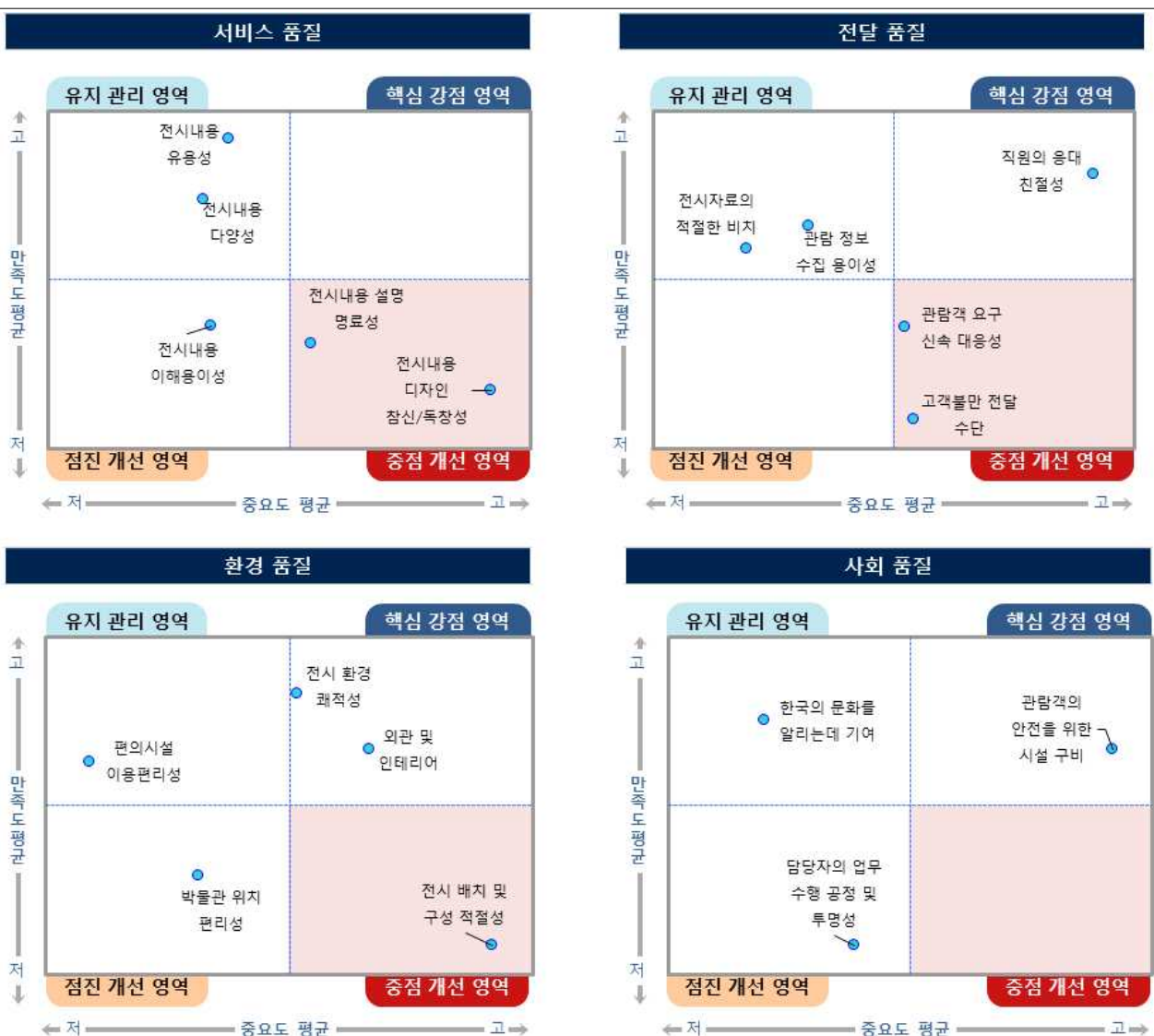
※ 만족도 : 각 차원의 전반적 만족도

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

- IPA 분석을 실시한 결과 중점 개선 영역으로 [서비스 품질]의 '전시내용 설명 명료성', '전시내용 디자인 참신/독창성', [전달 품질]의 '관람객 요구 신속 대응성', '고객불만 전달 수단', [환경 품질]의 '전시 배치 및 구성 적절성'이 각각 도출됨
- 핵심 강점 영역으로는 [전달 품질]의 '직원의 응대 친절성', [환경 품질]의 '전시 환경 쾌적성', '외관 및 인테리어', [사회 품질]의 '관람객의 안전을 위한 시설 구비'가 각각 도출됨



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

※ 만족도 : 각 차원의 항목별 만족도

③ 관람객 이용행태

- 방문 목적은 '문화적 체험을 위해'가 70.5%로 가장 많고, 다음으로 '자녀 교육을 위해'(39.2%) > '여가, 휴식을 위해'(32.8%) 등의 순으로 나타남
- 정보획득 경로는 '온라인 검색(포털사이트, 유튜브 등)'이 50.6%로 가장 많고, 다음으로 '박물관 누리집(홈페이지)나 뉴스레터'(35.6%) > '인터넷 게시물(카페, 블로그 등)'(27.2%) 등의 순으로 나타남
- 사전검색 정보로는 '기획/특별전시 내용'이 68.4%로 가장 많고, 다음으로 '상설전시 내용'(46.6%) > '박물관 위치, 교통관련 정보'(31.4%) 등의 순으로 나타남
- 전시해설 지원항목의 이용은 '전시 안내 인쇄물(리플릿)'이 74.0%로 가장 많고, 이용에 따른 만족도는 '전시관에서 상영되는 영상물(VR, AR 등)'이 83.8점으로 가장 높음
- 관람 전시실은 '선사/고대관'이 57.5%로 가장 많고, 다음으로 '중/근세관'(50.6%) > '기증관'(48.2%) 등의 순으로 나타남

방문 목적 (1+2순위%)	문화적 체험을 위해	자녀 교육을 위해	여가, 휴식을 위해	가족, 지인과 시간을 보내기 위해	지식이나 정보를 얻기 위해	학교 또는 기관의 단체 관람	기타								
	71.5	39.2	32.8	25.3	21.8	2.1	1.3								
정보획득 경로 (1+2순위%)	온라인 검색 (포털사이트, 유튜브 등)	박물관 누리집 (홈페이지)나 뉴스레터	인터넷 게시물 (카페, 블로그 등)	박물관 공식 SNS (인스타그램, 트위터, 페이스북, 블로그 등)	주변 사람의 소개	기타	정보를 찾아보지 않음								
	50.6	35.6	27.2	23.7	12.3	12.2	15.9								
사전검색 정보 (%)	기획/특별전시 내용	상설전시 내용	박물관 위치, 교통관련 정보	교육/체험프로그램	브랜드관 사유의 방	기타									
	68.4	46.6	31.4	26.9	11.3	12.7									
전시해설 지원항목 이용	전시 안내 인쇄물(리플릿)	해설사의 전시해설	국립중앙박물관 전시 안내 앱 서비스 (개인 모바일)	전시관에서 상영되는 영상물(VR, AR 등)	전시안내로봇 큐아이	이용 경험 없음									
	74.0	19.9	32.3	42.8	23.7	15.3									
이용률(%)	74.0	19.9	32.3	42.8	23.7	15.3									
만족도(점)	81.9	82.6	81.0	83.8	75.5	-									
관람 전시실 (%)	선사/ 고대관	중/ 근세관	기증관	브랜드관 사유방	기획 전시실	특별 전시실	디지털 실감 영상관 1	세계 문화관	조각/ 공예관	서화관	어린이 박물관	야외 전시실	디지털 실감 영상관 3	경천사 십층석탑	디지털 실감 영상관 2
	57.5	50.6	48.2	44.4	39.9	37.8	33.0	32.3	29.0	28.0	26.6	19.8	16.2	16.0	14.7

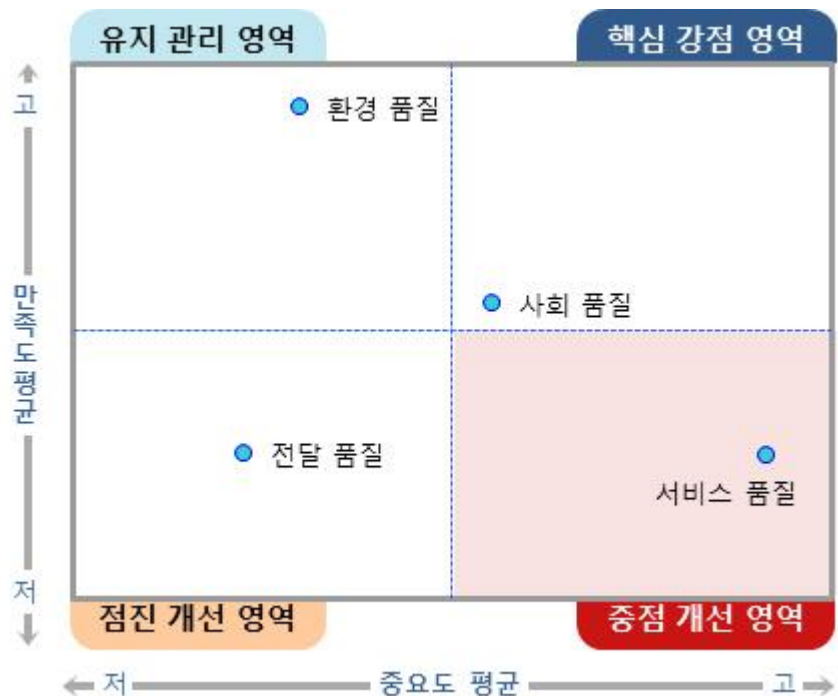
④ 시사점

- 내국인 관람객의 특성은 여성과 40대의 비중이 높음. 문화적 체험을 위한 방문이 71.5%임
- 동반 방문객의 경우 가족이 64.3%로 가장 많음. 방문 경험은 10회 이상이 26.3%이며, 평균 7.4회 방문하는 것으로 나타남
- 방문 전 정보 획득 경로는 온라인 검색, 박물관 누리집(홈페이지)나 뉴스레터 등이 높게 나타났으며, 주로 기획/특별전시 내용과 상설전시 내용을 사전에 검색하는 것으로 나타남
- 관람객의 전시 관련은 '전시내용 설명 명료성'과 '전시내용 디자인 참신/독창성'이 전달 관련은 '관람객 요구 신속 대응성', '고객불만 전달 수단', 환경 관련은 '전시 배치 및 구성 적절성'이 중점 개선 사항으로 도출됨
- 전시해설 지원항목은 전시 안내 인쇄물(리플릿)의 이용률이 가장 높으나, 만족도는 타 지원항목 대비 낮게 나타나 개선이 필요함
- 보강이 필요한 개선사항으로 해설사의 전시해설, 국립중앙박물관 전시안내 앱 서비스(개인 모바일) 관련 사항이 많이 나타남
- 현재 박물관 서비스에 만족하는 경우가 많으나, 다양한 개선요구 사항이 나타남
 - 다양한 콘텐츠 필요 : 다양한 특별전, 테마전, 기증전 등이 필요함
 - 휴게공간 필요 : 카페 및 식당 부족, 야외 그늘 부족(휴일 고려), 메뉴 개선 필요
 - 체험 프로그램 활성화 필요 : 직접 체험할 기회 부족(모형물 부족, 안내 부족)
 - 홍보 부족/홍보 활동 필요 : 주 정보 획득 경로인 온라인에 관한 홍보 필요
 - 안내 부족 : 시설물/관람방법 관련 안내 부족, 전시물 설명 보충 필요

2) 외국인 관람객

① 전체 IPA 분석

- 외국인 관람객의 만족도-중요도 IPA 분석 결과 중요도가 높은 반면, 만족도가 낮은 중점 개선 영역으로 [서비스 품질]이 도출됨
- 중요도, 만족도가 모두 높은 핵심 강점 영역으로 [사회 품질]이 도출됨
- 유지 관리 영역은 [환경 품질], 점진 개선 영역은 [전달 품질]이 도출됨

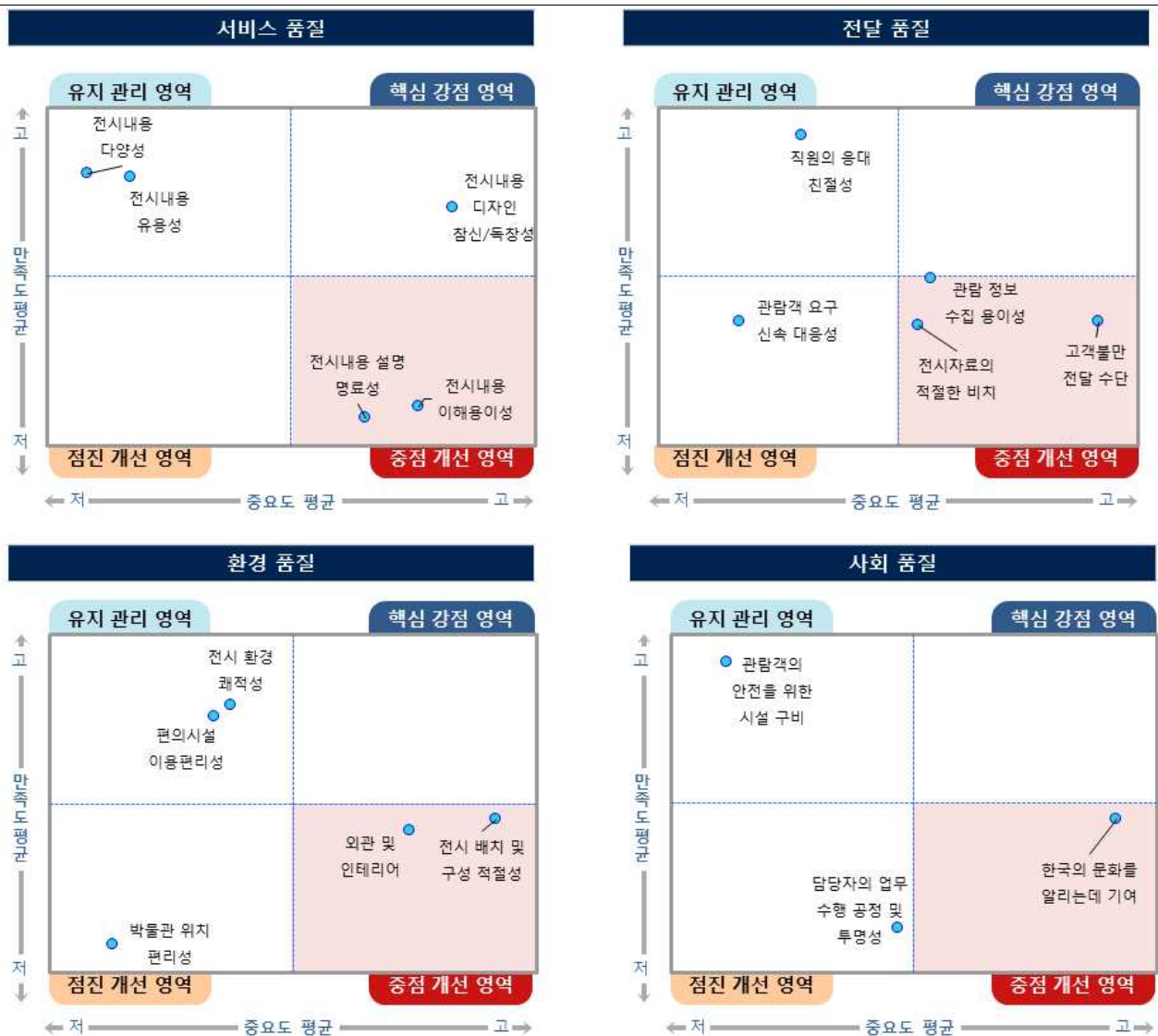


※ 중요도 : 전반적 만족도에 대한 개별 선행품질요인의 영향력을 상관분석으로 도출

※ 만족도 : 각 차원의 전반적 만족도

② 차원별 IPA 분석

- IPA 분석을 실시한 결과 중점 개선 영역으로 [서비스 품질]의 '전시내용 설명 명료성', '전시내용 이해용이성', [전달 품질]의 '관람 정보 수집 용이성', '전시자료의 적절한 비치', '고객불만 전달 수단', [환경 품질]의 '외관 및 인테리어', '전시 배치 및 구성 적절성', [사회 품질]의 '한국의 문화를 알리는데 기여'가 각각 도출됨
- 핵심 강점 영역으로는 [서비스 품질]의 '전시내용 디자인 참신/독창성'이 도출됨



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

※ 만족도 : 각 차원의 항목별 만족도

③ 관람객 이용행태

- 방문 목적은 '한국 역사와 전통문화에 대한 호기심'이 91.2%로 가장 많음
- 정보획득 경로는 '국립중앙 박물관 웹사이트(홈페이지)'가 40.5%로 가장 많고, 다음으로 '주변 사람 소개 및 추천'(31.2%) 등의 순으로 나타남
- 방문 시 고려 요소로는 '한국을 대표하는 박물관이라서'가 66.5%로 가장 많고, 다음으로 '전시 및 행사 내용'(55.8%) 등의 순으로 나타남
- 외국어 서비스 관련 전반적 만족도는 85.7점으로 나타났으며, 항목별로는 '박물관 찾아오기 및 관람안내'가 86.1점으로 가장 높은 반면, '전시실 내 작품설명'은 81.6점으로 가장 낮음
- 전시해설 지원항목의 이용은 '전시 안내 인쇄물(리플릿)'이 55.8%로 가장 많으며, 이용에 따른 만족도 역시 '전시 안내 인쇄물(리플릿)'이 91.8점으로 가장 높음
- 관람 전시실의 경우 '선사/고대관'이 87.4%로 가장 많고, 다음으로 '중/근세관'(69.8%) > '기증관'(66.5%) > '서화관'(65.6%) 등의 순으로 나타남

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							
	91.2		85.6		11.6		2.8		0.9		0.5							
정보획득 경로 (1+2순위%)	국립중앙 박물관 웹사이트 (홈페이지)		주변 사람 소개 및 추천		여행/관광 관련 사이트 (PC&모바일, tripadvisor 등)		국립중앙 박물관 SNS (페이스북, 유튜브)		VISIT KOREA 웹사이트&SNS (한국관광공사)		VISIT SEOUL 웹사이트&SNS (서울시 관광)		여행 안내책		기타		정보를 찾아보지 않음	
	40.5		31.2		27.4		16.7		12.6		7.4		5.6		11.2		6.5	
방문 시 고려 요소 (1+2순위%)	한국을 대표하는 박물관이라서		전시 및 행사 내용		여행 일정		주변 방문지와의 연계성		관람 비용		편의시설 및 서비스 (전시해설 등)		기타					
	66.5		55.8		29.8		24.2		11.6		1.9		0.5					
외국어 서비스 만족도(점)	전반적 외국어 서비스 만족도		전시 공간 및 주제		전시실 내 작품설명		박물관 찾아오기 및 관람안내		편의시설 안내		박물관 소식 전달							
	85.7		83.6		81.6		86.1		85.7		84.5							
전시해설 지원항목	전시 안내 인쇄물 (리플릿)		전시관에서 상영되는 영상물(VR, AR 등)		전시안내로봇 큐아이		해설사의 전시해설		국립중앙박물관 전시 안내 앱 서비스 (개인 모바일)		이용 경험 없음							
	55.8		28.4		15.3		11.6		9.8		33.5							
만족도(점)	91.8		90.7		90.4		87.3		85.7		-							
	관람 전시실 (%)	선사/ 고대관	중/ 근세관	기증관	서화관	브랜드관 사유의 방	조각/ 공예관	경천사 십층석탑	세계 문화관	디지털 실감 영상관 1	디지털 실감 영상관 2	야외 전시실	디지털 실감 영상관 3	특별 전시실	기획 전시실	어린이 박물관		
87.4		69.8	66.5	65.6	58.6	54.4	46.5	43.3	43.3	40.0	35.8	34.4	20.0	17.7	4.7			

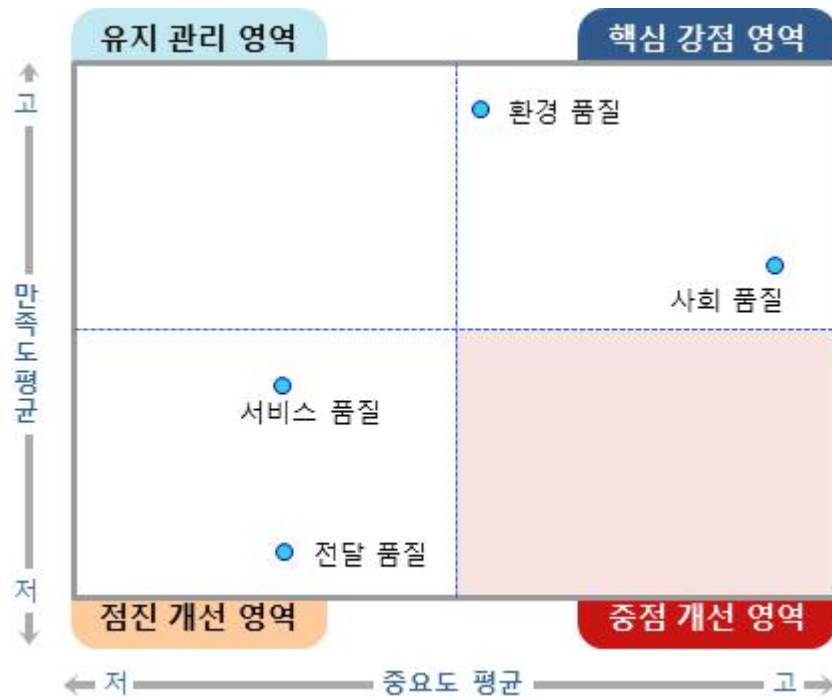
④ 시사점

- 외국인 관람객 특성은 여성과 20대 이하의 비중이 높음
- 관광 목적으로 한국을 방문하는 경우가 많으며, 관광지 검색 중 인지하는 것으로 나타남
- 관련 정보는 국립중앙박물관웹사이트(홈페이지)에서 주로 얻는 것으로 나타났고, 정보를 찾아보지 않는 경우도 6.5%로 나타남
- 최초 방문 비율이 높게 나타나며, 방문 시 지하철을 많이 이용하는 것으로 나타남
- 한국 역사와 전통문화에 대한 호기심 때문에 방문하는 것으로 나타남
- 전체 관람시간은 152.6분으로 상설전시관 1층에서 1시간 이상 관람하는 것으로 나타남
- 전시해설 지원항목은 전시 안내 인쇄물(리플릿)의 이용률과 만족도가 가장 높게 나타남 하지만, 전시 안내 인쇄물(리플릿)에 대한 보강이 필요하다는 의견이 많이 나타남(51.6%)
- 관람객의 전시 관련은 '전시내용 설명 명료성', '전시내용 이해용이성', 전달 관련은 '관람 정보 수집 용이성', '전시자료의 적절한 비치', '고객불만 전달 수단', 환경 관련은 '외관 및 인테리어', '전시 배치 및 구성 적절성', 사회 관련은 '한국의 문화를 알리는데 기여'가 중점 개선 사항으로 도출됨
- 전시 관람 환경에 대한 만족도는 90점 이상으로 높게 나타남
- 기념품을 구매하는 경우가 83.1%로 높게 나타남.
 - 기념품을 사지 않는 이유로는 필요치 않아서, 가격이 비싸서 등이 나타남
- 현재 박물관 서비스에 만족하는 경우가 많음
 - 전시물품별 안내 필요 : 전시와 관련된 설명 개선 필요
 - 시대별 콘텐츠 필요 : 시대별 콘텐츠가 잘 구분되어 있음에도 홍보/안내가 부족함

3) 내국인 단체 인솔자

① 전체 IPA 분석

- 내국인 단체 인솔자의 만족도-중요도 IPA 분석 결과 중요도와 만족도가 낮은 점진 개선 영역으로 [서비스 품질], [전달 품질]이 도출됨
- 중요도, 만족도가 모두 높은 핵심 강점 영역으로 [환경 품질], [사회 품질]이 도출됨



※ 중요도 : 전반적 만족도에 대한 개별 선행품질요인의 영향력을 상관분석으로 도출

※ 만족도 : 각 차원의 전반적 만족도

② 차원별 IPA 분석

- IPA 분석을 실시한 결과 중점 개선 영역으로 [서비스 품질]의 '전시내용 설명 명료성', '전시내용 디자인 참신/독창성', [전달 품질]의 '고객불만 전달 수단', [환경 품질]의 '전시 배치 및 구성 적절성', [사회 품질]의 '담당자의 업무 수행 공정 및 투명성'이 각각 도출됨
- 핵심 강점 영역으로는 [전달 품질]의 '직원의 응대 친절성', [환경 품질]의 '외관 및 인테리어', '전시 환경 쾌적성', [사회 품질]의 '관람객의 안전을 위한 시설 구비'가 각각 도출됨



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

※ 만족도 : 각 차원의 항목별 만족도

③ 이용자 이용행태

- 국립중앙박물관 선택 이유로는 '교육적 효과 때문에'(91.3%)가 가장 많이 나타남
- 사전예약제 운영에 대한 인지도는 78.7%로 나타났고, 정보 획득 경로는 '박물관 누리집을 보고'(34.7%)가 가장 많고, 만족도는 82.9점으로 나타남
- 사전 답사를 진행한 경우는 41.3%이며, 직원의 안내 만족도는 81.0점으로 나타남
- 사전 답사 시 직원의 안내에 대해서는 '충분한 자료제공과 설명에 만족스러웠다'가 43.5%로 가장 많음
- 박물관 에티켓 영상 이용은 34.7%로 나타났고, '대체로 만족함'이라는 의견이 84.6%로 나타남
- 청년멘토 전시해설 서비스에 대한 이용은 18.0%로 나타났고, 만족도는 87.7점임

선택 이유 (1+2순위 %)	교육적 효과 때문에	많은 학생 또는 인원을 수용할 수 있기 때문에	저렴한 비용 때문에	교통과 주차의 편리성 때문에	단체장 또는 기관장의 의사결정에 따라	기타
	91.3	48.0	23.3	22.7	10.0	2.0

사전예약제 운영 및 정보 획득 (%, 점)	인지	사전예약제 정보 획득 경로						비인지	만족도(점)
		박물관 누리집을 보고	기존에 이미 알고 있었음	동료 또는 주변 사람을 통해	방송이나 신문, 인터넷 등 언론매체를 통해	교육부, 교육청 또는 여행업협회 등의 공문을 통해	기타		
	78.7	34.7	33.9	11.9	10.2	7.6	1.7	21.3	82.9

사전 답사 여부 및 안내 (%, 점)	답사함	사전 답사 시 직원의 안내					답사 안함	만족도(점)
		충분한 자료제공과 설명에 만족스러웠다	요청하는 내용에 대해서만 대응해 수동적이었다	별 도움이 안됐다	기타	직원의 안내를 받지 않았다		
	41.3	43.5	21.0	3.2	1.6	30.6	58.7	81.0

박물관 에티켓 영상 이용 (%, 점)	이용	박물관 에티켓 영상에 대한 의견			비이용
		대체로 만족함	내용이 상투적이고 일반적임	학생들이 보기에 재미없음	
	34.7	84.6	11.5	3.8	65.3

청년멘토 전시해설 서비스 이용여부 및 만족도 (%, 점)	이용	비이용	만족도(점)
	18.0	65.3	87.7

④ 시사점

- 내국인 단체 인솔자 특성은 여성과 초등학교 인솔 단체의 비중이 높음
- 단체 인솔자의 전시 관련은 '전시내용 설명 명료성', '전시내용 디자인 참신/독창성', 전달 관련은 '고객불만 전달 수단', 환경 관련은 '전시 배치 및 구성 적절성', 사회 관련은 '담당자의 업무 수행 공정 및 투명성'이 중점 개선 사항으로 도출됨
- 국립중앙박물관 선택이유로는 교육적 효과(91.3%) 때문인 것으로 나타남
- 사전예약제에 관해 잘 모르고 있는 비율이 21.3%로 나타나, 박물관 누리집 및 각종 매체를 통한 홍보가 필요함
- 사전 예약제에 대해서는 직원 응대, 비회원 예약 가능, 변경사항 수정에 대한 개선이 필요
- 직원 안내를 통한 사전 답사의 경우는 41.3% 수준임.
사전 답사 시 직원의 안내를 받지 않은 경우는 30.6%로 나타남(방문 경험 비율이 높음)
- 박물관 에티켓 영상은 65.3%가 이용하지 않는 것으로 나타났으나, 이용객들은 대체로 만족하고 있는 것으로 나타남
- 청년멘토의 전시해설은 이용하지 않는 비율이 82.0%로 높게 나타남
 - 불만족에 대한 개선 의견이 나타나지 않았고, 이용 비율이 낮기 때문에 홍보가 필요함
- 현재 박물관 서비스에 만족하는 경우가 많으나, 다양한 개선요구 사항이 나타남
 - 휴게공간 필요 : 카페 등 휴게 공간 필요, 단체인원이 편안하게 느낄 수 있는 공간 필요
 - 안내 부족 : 시설물/관람방법 관련 안내 부족(동선), 전시물 설명 보충 필요

4) 전시해설 이용자

① 전체 IPA 분석

- 전시해설 이용자의 만족도-중요도 IPA 분석 결과 중요도와 만족도가 낮은 점진 개선 영역으로 [서비스 품질], [전달 품질]이 도출됨
- 중요도, 만족도가 모두 높은 핵심 강점 영역으로 [사회 품질], [환경 품질]이 도출됨



※ 중요도 : 전반적 만족도에 대한 개별 선행품질요인의 영향력을 상관분석으로 도출

※ 만족도 : 각 차원의 전반적 만족도

② 차원별 IPA 분석

- IPA 분석을 실시한 결과 중점 개선 영역으로 [서비스 품질]의 '전시유물 선정 적절성', [사회 품질]의 '담당자의 업무 수행 공정 및 투명성'이 각각 도출됨
- 핵심 강점 영역으로는 [서비스 품질]의 '전시해설 정보 제공 적절성', [전달 품질]의 '고객의 입장 배려 정도', '담당자 응대 친절성', [환경 품질]의 '서비스 이용 편리성'이 각각 도출됨



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

※ 만족도 : 각 차원의 항목별 만족도

③ 이용자 이용행태

- 방문 목적은 '문화적 체험을 위해'가 75.0%로 가장 많은 것으로 나타남
- 방문 전 전시해설에 대한 인지는 65.6%로 나타났으며, 이에 따른 정보 획득 경로는 '국립중앙박물관 방문 경험으로'가 62.9%로 가장 많음
- 전시해설 관련 정보 획득 경로는 '전시실에서 우연하게'가 50.9%로 가장 많고, 다음으로 '안내직원의 추천'(18.2%) > '박물관 브로슈어를 보고'(12.7%) 등의 순으로 나타남
- 전시해설 이용에 관한 만족도는 '전시해설 이용 편리성'이 87.9점, '전시해설 정보 획득 편리성'이 87.1점으로 나타남
- 전시해설과 관련된 기본사항에 대해서는 '정해진 장소에서 해설이 시작되었다'가 98.8%, '정해진 시간에 해설사가 대기하고 있었으며, 정시에 해설이 시작되었다' / '설명이 유익하고 흥미로웠다'(각각 98.1%) 등의 순으로 나타남

방문목적 (1+2순위, %)	문화적 체험을 위해		여가, 휴식을 위해		가족, 지인과 시간을 보내기 위해		지식이나 정보를 얻기 위해		학교 또는 기관의 단체 관람		자녀 교육을 위해		기타	
	75.0		40.6		25.0		21.9		17.5		16.3		1.3	
방문 전 전시해설 인지 여부 및 정보 획득 경로 (1+2순위,%)	인지	정보 획득 경로												비인지
		국립중앙 박물관 방문 경험으로	박물관 누리집 (홈페이지) 나 뉴스레터	인터넷 게시물 (카페, 블로그 등)	SNS (페이스북, 트위터, 인스타 그램 등)	주변 사람 의 소개	TV 방송	학교 등 소속 기관 안내	현수막 이나 인쇄 홍보물	포털 등 인터넷 뉴스	관광 정보 관련 스마트폰 어플리케 이션(App)	종이신문 이나 잡지의 기사	기타	
65.6	62.9	40.0	33.3	14.3	8.6	7.6	7.6	5.7	3.8	3.8	1.0	1.0	34.4	
전시해설 관련 정보획득 경로(%)	전시실에서 우연하게		안내직원의 추천			박물관 브로슈어를 보고			박물관 내 홍보영상			기타		
	50.9		18.2			12.7			7.3			10.9		
전시해설 이용 및 평가(점)	전시해설 정보 획득 편리성 만족도(점)							전시해설 이용 편리성 만족도(점)						
	87.1							87.9						
전시해설 기본사항 이행률 (%)	정해진 시간에 해설사가 대기하고 있었으며, 정시에 해설이 시작되었다		정해진 장소에서 해설이 시작되었다			시작 전 전시해설사의 자기소개 및 박물관 전반에 대한 소개가 있었다			정해진 해설시간(1시간) 동안 진행되었다			설명이 유익하고 흥미로웠다		
	98.1		98.8			92.5			95.6			98.1		

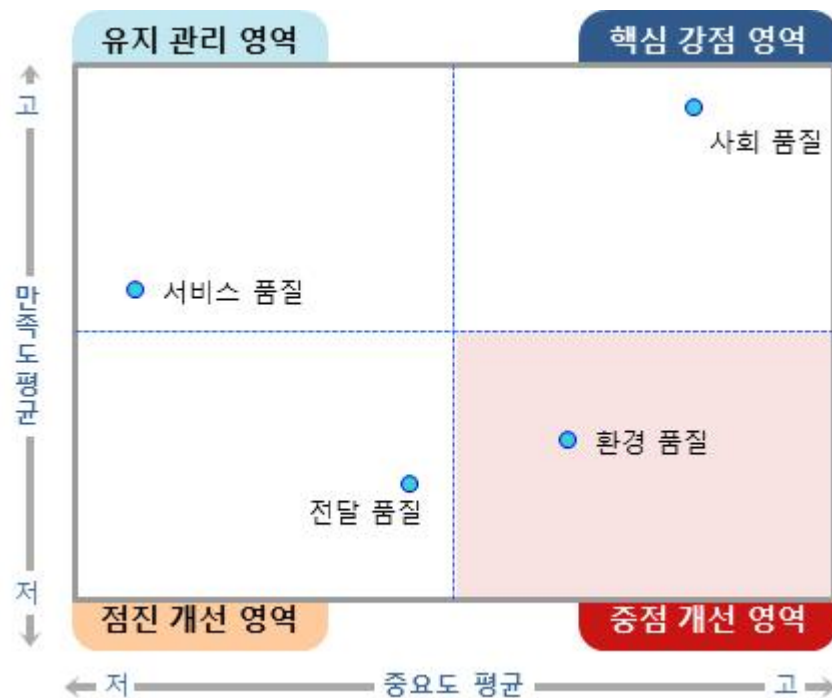
④ 시사점

- 전시해설 이용자 특성은 20대 이하와 여성, 대표유물해설의 비중이 높음
- 문화적 체험과 여가, 휴식을 위해 주로 방문하며, 가족과 동행하는 비중이 높음
- 4회 이상 방문하는 비율이 높게 나타남
- 관련 정보는 기존 방문 경험으로 인지하는 경우가 많으며, 누리집(홈페이지)나 뉴스레터, 인터넷 게시물, SNS 등을 통해 얻는 비중도 높음
- 처음 방문의 경우 시간상(또는 거리상) 오기 힘들거나, 국립중앙박물관에 대해 잘 모르는 경우가 많은 것으로 나타남
 - 접근성 개선, 누리집(홈페이지)나 뉴스레터, 인터넷 게시물, SNS 등 다양한 홍보 필요
- 전시해설의 경우 현재 진행되고 있는 시간에 대해 94.4%가 적정하다고 인지
- 전시해설 이용자의 전시 관련은 '전시유물 선정 적정성', 사회 관련은 '담당자의 업무 수행 공정 및 투명성'이 중점 개선 사항으로 도출됨
- 전시해설과 관련한 기타사항으로는
 - 좋았던 점 : 이해하기 쉬운 해설, 친절한 설명/응대, 지금도 만족스러움
 - 개선사항 : 홍보 부족/홍보 활동 필요, 앱/오디오 해설 개선 필요, 인원/시간 확대 필요

5) 누리집 이용자

① 전체 IPA 분석

- 누리집 이용자의 만족도-중요도 IPA 분석 결과 중요도가 높은 반면, 만족도가 낮은 중점 개선 영역으로 [환경 품질]이 도출됨
- 중요도, 만족도가 모두 높은 핵심 강점 영역으로 [사회 품질]이 도출됨
- 유지 관리 영역은 [서비스 품질], 점진 개선 영역은 [전달 품질]이 도출됨



※ 중요도 : 전반적 만족도에 대한 개별 선행품질요인의 영향력을 상관분석으로 도출

※ 만족도 : 각 차원의 전반적 만족도

② 차원별 IPA 분석

- IPA 분석을 실시한 결과 중점 개선 영역으로 [서비스 품질]의 '콘텐츠 유용성', '콘텐츠 다양성', [전달 품질]의 '제공방식 다양성', '이용자 요구사항 반영', 'SNS 소통 원활성', [환경 품질]의 '메뉴 구성', '페이지 전환 용이성', '정보 검색 편리성', [사회 품질]의 '사회 발전 기여', '타인의 저작권 침해X', '개인정보보호 및 저작권 제도 명시'가 각각 도출됨
- 핵심 강점 영역으로는 [서비스 품질]의 '콘텐츠 이해용이성', [전달 품질]의 '신속성'이 각각 도출됨



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

※ 만족도 : 각 차원의 항목별 만족도

③ 이용자 이용행태

- 방문 경로는 '인터넷 검색을 통해서'가 56.6%로 가장 많고, 다음으로 '직접 주소창에 박물관 주소를 입력'(26.7%) > '블로그, 트위터, 페이스북 등 SNS의 링크를 통해서'(6.6%) 등의 순으로 나타남
- 방문 이유로는 '국립중앙박물관 전시 관람을 위한 온라인 사전 예약을 위해'가 44.3%로 가장 많고, 다음으로 '국립중앙박물관의 기획 및 특별전시 내용에 대해 알아보기 위해'(22.9%) 등의 순으로 나타남
- 방문빈도는 '몇 달에 한 번 정도'가 29.7%로 가장 많고, 다음으로 '한 달에 한 번 정도'(24.6%) > '한 달에 두 세 번 정도'(19.9%) > '일주일에 한 번 정도'(13.1%) 등의 순임
- 메뉴별 이용은 '전시'가 88.1%로 가장 많고, 다음으로 '관람정보'(84.6%) > '소장품'(57.8%) 등의 순으로 나타남
- 메뉴별 만족도는 '전시'가 82.6점으로 가장 높고, 다음으로 '소장품'(82.1점) > '관람정보'(81.6점) 등의 순으로 나타남

방문경로 (%)	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								
	56.6		26.7		6.6		5.2		1.0		3.9								
방문이유 (%)	국립중앙 박물관 전시 관람을 위한 온라인 사전 예약을 위해	국립중앙 박물관의 기획 및 특별전시 내용에 대해 알아보기 위해	교육, 공연, 행사 등의 일정 및 프로그램 확인을 위해	국립중앙 박물관의 상설전시 내용에 대해 알아보기 위해	국립중앙 박물관 소장 유물 자료 혹은 학술자료 이용을 위해	국립중앙 박물관 소개/연혁/위치/이용안내 등을 알아보려고	국립중앙 박물관의 디지털 실감 영상관에 대해 알아보기 위해	국립중앙 박물관 온라인 전시관 이용을 위해	우연히 검색하게 되어서	기타									
44.3		22.9		12.9		11.9		2.5		1.8		1.1		1.0		0.5		1.1	
방문빈도 (%)	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								
	7.4		13.1		19.9		24.6		29.7		5.3								
메뉴별 이용 및 만족도	전시		관람정보		소장품		박물관 소개		소식/참여		학술/출판		이용경험 없음						
이용률(%)	88.1		84.6		57.8		54.9		47.7		36.1		3.4						
만족도(점)	82.6		81.6		82.1		80.5		79.5		80.8		-						

④ 시사점

- 누리집 이용자 특성은 여성과 40대, 직장인의 비중이 높음
- 누리집 방문 경로는 주로 인터넷 검색을 통한 것으로 나타남
- 주 방문 이유로는 관람을 위한 사전 예약을 위한 것으로 나타났고, 기획 및 특별전시 내용, 일정 및 프로그램을 확인하기 위해서도 많은 것으로 나타남
- 방문 빈도는 몇 달에 한 번 정도, 한 달에 한 번 정도 찾는 비중이 높음
- 누리집 이용자 중 직접 박물관을 방문한 경험은 96.0%로 나타남
- 누리집 회원의 경우는 77.4%이며, 그중 메일링서비스 이용은 69.6%로 나타남
- 누리집 이용자의 전시 관련은 '콘텐츠 다양성', '콘텐츠 유용성', 전달 관련은 '제공방식 다양성', '이용자 요구사항 반영', 'SNS 소통 원활성', 환경 관련은 '페이지 전환 용이성', '메뉴 구성', '정보 검색 편리성', 사회 관련은 '사회 발전 기여', '타인의 저작권 침해X', '개인정보보호 및 저작권 제도 명시'가 중점 개선 사항으로 도출됨
- 누리집의 전시와 관람정보 메뉴를 주로 이용하는 것으로 나타났고, 전시, 관람정보, 소장품에 대한 만족도가 타 메뉴 대비 높게 나타남
- 누리집 서비스(콘텐츠)의 이용 편리성과 접근용이성에 대한 개선의견에 대한 비중이 높음
- 기타의견으로는 전반적으로 만족한다는 비중이 높았으나, 개선의견도 도출됨
 - 디자인 개선 : 교육 프로그램 이용 및 예약 절차 불편, 메뉴/디자인 개선 필요
 - 시스템 개선 : 검색 시스템 개선, 속도/접근성 개선, 업데이트 느낌, 알림 설정
 - 설명 부족 : 자세하고 전문적인 설명 필요
 - 홍보 부족 : 다양한 이벤트를 활용한 홍보 필요

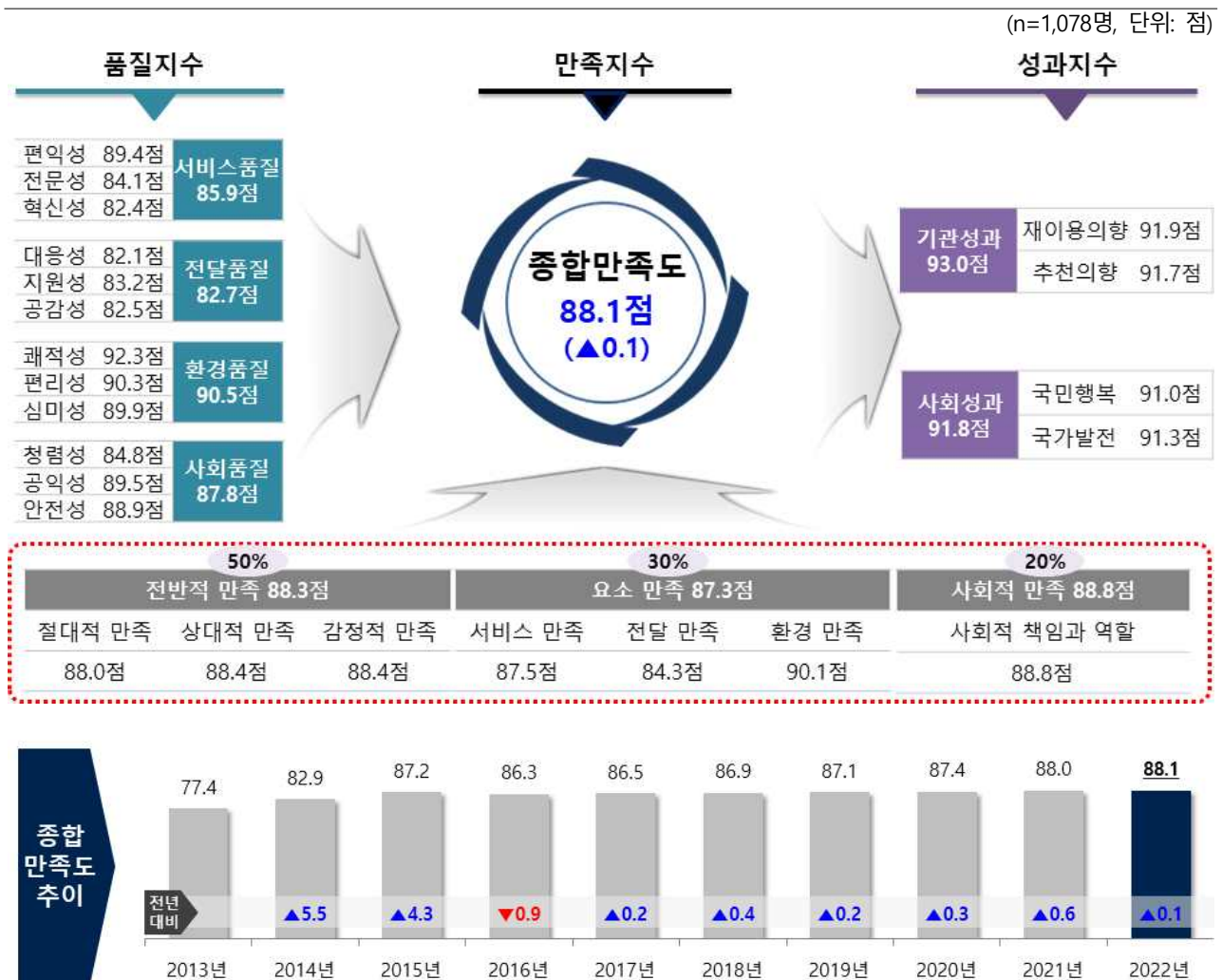
제3장. 내국인 관람객 조사 결과

제1절 전시·서비스 만족도 평가

1. 내국인 관람객 종합만족도

1) 종합만족도(PCSI)

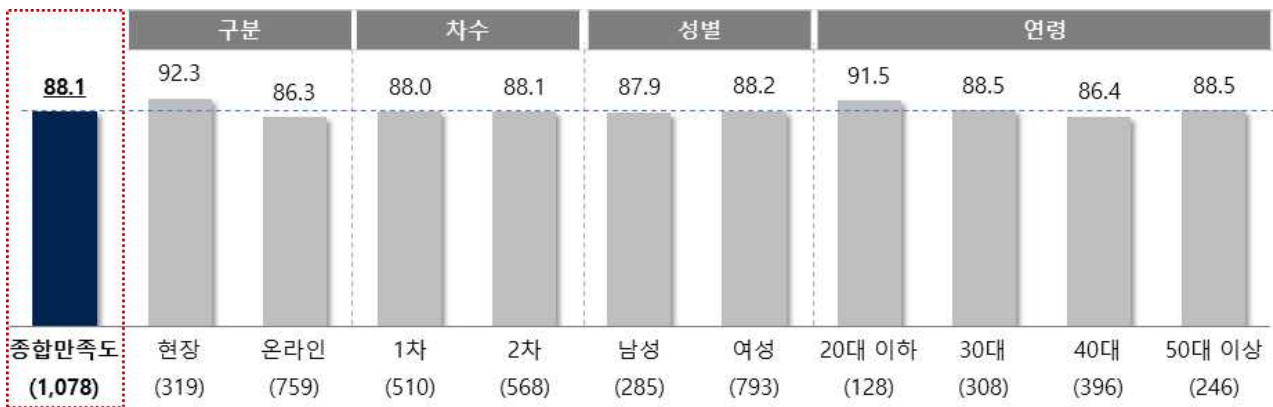
- 2022년 국립중앙박물관 내국인 관람객 종합만족도(PCSI)는 88.1점으로 전년 대비 +0.1점 향상됨
- 종합만족도를 구성하는 만족지수는 [사회적 만족] 88.8점 > [전반적 만족] 88.3점 > [요소 만족] 87.3점 순으로 나타남
- 품질지수는 [환경 품질]이 90.5점으로 가장 높으며, 다음으로 [사회 품질] 87.8점 > [서비스 품질] 85.9점 > [전달 품질] 82.7점 순이며, 세부 항목별로 '쾌적성'이 92.3점으로 가장 높은 반면, '대응성'은 82.1점으로 가장 낮음



2) 응답자 특성별 종합만족도

- 구분 별로 살펴보면 '현장'이 92.3점으로 '온라인'(86.3점) 대비 높게 나타남
- 차수별로 '1차'와 '2차'가 각각 88.0점, 88.1점으로 비슷한 수준임
- 성별로는 '여성'이 88.2점으로 '남성'(87.9점) 대비 높게 나타남
- 연령별로 '20대 이하'가 91.5점으로 가장 높은 반면, '40대'는 86.4점으로 가장 낮음
- 방문 목적별로는 '여가/휴식'(88.9점)이 가장 높은 반면, '단체/기타'(86.7점)는 가장 낮음
- 방문 빈도별로 '1회'(91.1점) > '4회 이상'(88.0점) > '2~3회'(87.3점) 순으로 나타남

(n=1,078명, 단위: 점)

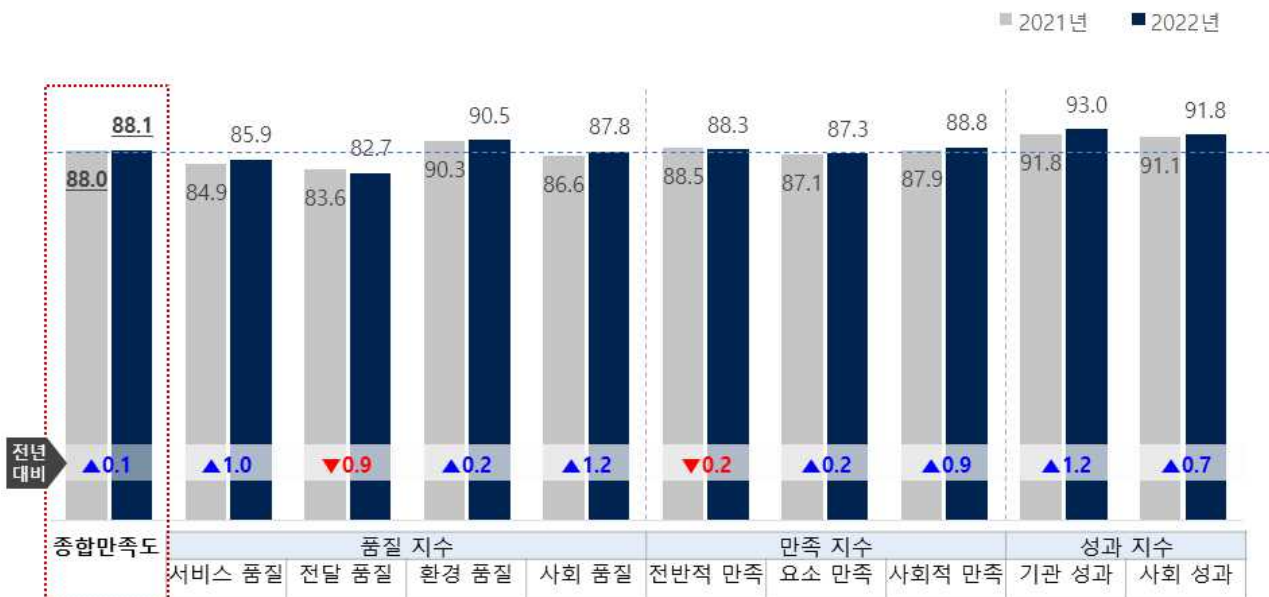


2. 구성 요소별 결과

1) 차원만족도

- 차원만족도 분석 결과, 품질 지수는 [환경 품질]이 90.5점으로 가장 높고, 다음으로 [사회 품질](87.8점) > [서비스 품질](85.9점) > [전달 품질](82.7점) 순으로 나타남
- 전년 대비 [전달 품질]을 제외한 모든 품질 지수가 상승한 가운데, 특히 [사회 품질]이 +1.2점 가장 큰 폭으로 상승함
- 만족 지수에서는 [사회적 만족]이 88.8점으로 가장 높고, 다음으로 [전반적 만족](88.3점) > [요소 만족](87.3점) 순으로 나타남
- 전년 대비 [사회적 만족]이 +0.9점 가장 큰 폭으로 상승한 반면, [전반적 만족]은 -0.2점 하락함
- 성과 지수에서는 [기관 성과]가 93.0점으로 [사회 성과](91.8점) 대비 높게 나타남
- 전년 대비 성과 지수의 모든 지수가 상승한 가운데, 특히 [기관 성과]가 +1.2점 가장 큰 폭으로 상승함

(n=1,078명, 단위: 점)



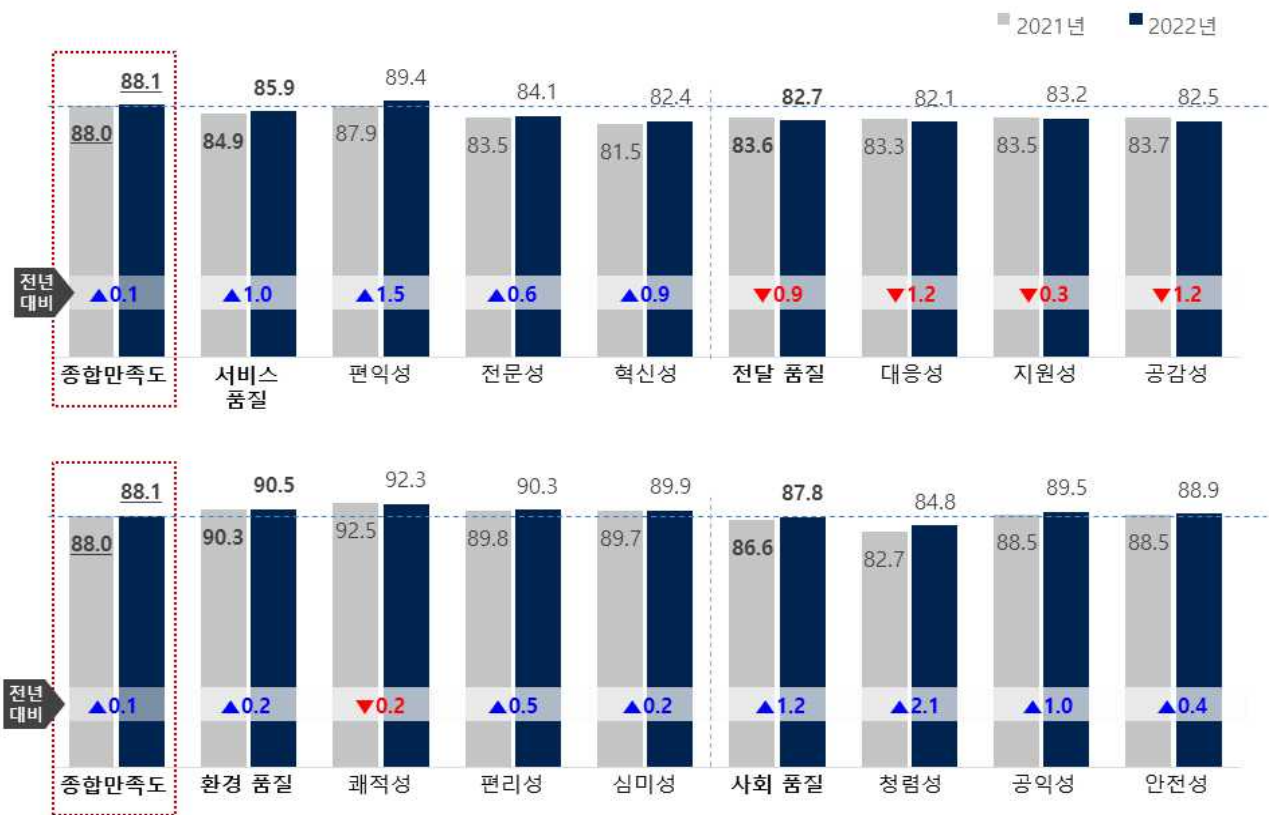
(n=1,078명, 단위: 점)

구 분		사례수 (명)	종합 만족도	품질 지수				만족 지수			성과 지수	
				서비스 품질	전달 품질	환경 품질	사회 품질	전반적 만족	요소 만족	사회적 만족	기관 성과	사회 성과
전체		(1,078)	88.1	85.9	82.7	90.5	87.8	88.3	87.3	88.8	93.0	91.8
구분	현장	(319)	92.3	89.9	88.0	94.0	92.1	92.3	91.8	93.2	95.8	94.5
	온라인	(759)	86.3	84.2	80.5	89.1	85.9	86.6	85.4	87.0	91.8	90.6
차수 별	1차	(510)	88.0	85.9	82.1	90.7	87.5	88.2	87.4	88.4	93.2	91.9
	2차	(568)	88.1	85.9	83.2	90.4	88.0	88.3	87.2	89.1	92.8	91.7
성별	남성	(285)	87.9	84.8	82.8	90.2	88.3	87.8	87.0	89.3	91.1	90.4
	여성	(793)	88.2	86.3	82.6	90.6	87.6	88.4	87.4	88.6	93.7	92.3
연령	20대 이하	(128)	91.5	88.7	88.0	93.3	91.0	91.6	90.8	92.4	94.5	93.7
	30대	(308)	88.5	85.2	82.0	90.6	87.4	88.9	87.4	89.0	92.7	92.1
	40대	(396)	86.4	84.3	80.9	89.4	86.2	86.6	85.5	87.2	92.0	90.5
	50대 이상	(246)	88.5	87.8	83.7	90.9	89.1	88.3	88.3	89.2	94.0	92.4
방문 목적	문화적 체험	(458)	88.2	86.5	82.6	90.2	87.9	88.4	87.5	89.0	93.4	92.1
	지식/교육	(319)	87.2	84.7	81.4	90.1	86.9	87.6	86.2	87.8	92.3	91.2
	여가/휴식	(281)	88.9	86.3	84.1	91.6	88.5	88.9	88.4	89.8	93.2	92.0
	단체/기타	(20)	86.7	86.0	83.2	88.2	88.1	86.9	86.4	86.7	91.3	90.0
방문 빈도	1회	(119)	91.1	88.1	88.2	92.3	90.7	91.1	90.4	91.9	94.3	93.8
	2~3회	(431)	87.3	85.2	82.4	89.8	87.0	87.4	86.7	88.0	91.2	90.4
	4회 이상	(528)	88.0	86.0	81.7	90.7	87.7	88.3	87.1	88.7	94.1	92.4

2) 품질지수

- 품질 지수는 [환경 품질]이 90.5점으로 가장 높고, 다음으로 [사회 품질](87.8점) > [서비스 품질](85.9점) > [전달 품질](82.7점) 순으로 나타남
- 전년 대비 [전달 품질]을 제외한 모든 품질 지수가 상승한 가운데, 특히 [사회 품질]이 +1.2점 가장 큰 폭으로 상승함
- [서비스 품질]의 경우 '편익성'이 89.4점으로 가장 높고, 다음으로 '전문성'(84.1점) > '혁신성'(82.4점) 순으로 나타남
- [전달 품질]의 경우 '지원성'이 83.2점으로 가장 높고, 다음으로 '공감성'(82.5점) > '대응성'(82.1점) 순으로 나타남
- [환경 품질]의 경우 '쾌적성'이 92.3점으로 가장 높고, 다음으로 '편리성'(90.3점) > '심미성'(89.9점) 순으로 나타남
- [사회 품질]의 경우 '공익성'이 89.5점으로 가장 높고, 다음으로 '안전성'(88.9점) > '청렴성'(84.8점) 순으로 나타남
- 전년 대비 [사회 품질]의 '청렴성'이 +2.1점 가장 큰 폭으로 상승한 반면, [전달 품질]의 '대응성'과 '공감성'은 -1.2점 가장 큰 폭으로 하락함

(n=1,078명, 단위: 점)



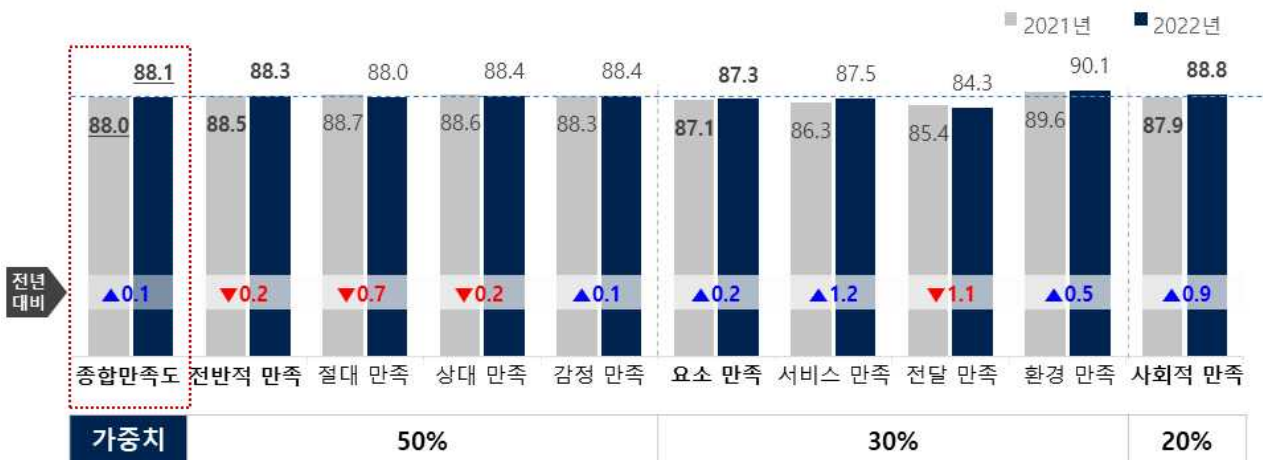
(n=1,078명, 단위: 점)

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		(1,078)	88.1	85.9	89.4	84.1	82.4	82.7	82.1	83.2	82.5	90.5	92.3	90.3	89.9	87.8	84.8	89.5	88.9
차수별	1차	(510)	88.0	85.9	89.2	84.5	82.4	82.1	81.9	82.7	81.5	90.7	92.4	90.8	89.7	87.5	84.3	89.6	88.5
	2차	(568)	88.1	85.9	89.6	83.8	82.4	83.2	82.3	83.7	83.3	90.4	92.2	89.9	90.1	88.0	85.3	89.5	89.3
구분	현장	(319)	92.3	89.9	92.9	88.2	87.6	88.0	87.6	88.1	88.1	94.0	95.1	93.5	93.9	92.1	90.6	92.7	93.0
	온라인	(759)	86.3	84.2	88.0	82.4	80.2	80.5	79.8	81.1	80.1	89.1	91.1	89.0	88.2	85.9	82.4	88.2	87.2
성별	남성	(285)	87.9	84.8	88.2	83.1	81.2	82.8	82.0	82.6	83.5	90.2	92.1	90.1	89.3	88.3	86.0	89.9	89.1
	여성	(793)	88.2	86.3	89.8	84.5	82.8	82.6	82.1	83.4	82.1	90.6	92.3	90.4	90.1	87.6	84.4	89.4	88.9
연령	20대 이하	(128)	91.5	88.7	91.6	87.4	85.7	88.0	86.8	87.6	88.9	93.3	94.8	93.0	92.8	91.0	89.1	91.4	92.6
	30대	(308)	88.5	85.2	89.5	83.0	81.3	82.0	81.3	82.7	81.5	90.6	92.1	90.0	90.4	87.4	83.8	89.7	88.6
	40대	(396)	86.4	84.3	88.3	82.5	79.9	80.9	80.5	81.4	80.7	89.4	91.4	89.1	88.7	86.2	82.7	88.5	87.4
	50대 이상	(246)	88.5	87.8	90.0	86.6	86.0	83.7	83.1	84.5	83.1	90.9	92.5	91.3	89.7	89.1	87.4	90.0	89.9
방문목적	문화적 체험	(458)	88.2	86.5	89.7	85.1	82.8	82.6	81.8	83.4	82.3	90.2	92.3	90.0	89.5	87.9	84.8	90.1	88.8
	지식/교육	(319)	87.2	84.7	89.2	81.8	81.3	81.4	81.2	81.6	81.3	90.1	92.0	90.0	89.2	86.9	83.7	88.8	88.3
	여가/휴식	(281)	88.9	86.3	89.4	85.0	83.0	84.1	83.4	84.6	84.0	91.6	92.8	91.3	91.4	88.5	85.9	89.6	89.9
	단체/기타	(20)	86.7	86.0	87.9	86.3	81.7	83.2	84.2	83.8	82.1	88.2	88.3	88.8	87.5	88.1	88.3	87.5	88.3
방문빈도	1회	(119)	91.1	88.1	91.6	85.6	86.1	88.2	88.5	87.8	88.4	92.3	93.6	92.0	92.0	90.7	89.2	91.9	91.0
	2~3회	(431)	87.3	85.2	88.3	83.6	82.1	82.4	82.1	82.7	82.2	89.8	91.6	89.2	89.4	87.0	84.0	88.7	88.3
	4회 이상	(528)	88.0	86.0	89.9	84.3	81.8	81.7	80.6	82.6	81.3	90.7	92.5	90.8	89.8	87.7	84.5	89.7	89.0

3) 만족지수

- 만족지수를 살펴보면, [사회적 만족]이 88.8점으로 가장 높고,
다음으로 [전반적 만족](88.3점) > [요소 만족](87.3점) 순으로 나타남
- 전년 대비 [요소 만족]과 [사회적 만족]이 각각 +0.2점, +0.9점 상승한 반면,
[전반적 만족]은 -0.2점 하락함
- 세부 항목별로는 '환경 만족'이 90.1점으로 가장 높은 반면, '전달 만족'은 84.3점으로
가장 낮게 나타남
- 전년 대비 [요소 만족]의 '서비스 만족'이 +1.2점 가장 큰 폭으로 상승한 반면,
[요소 만족]의 '전달 만족'은 -1.1점 가장 큰 폭으로 하락함

(n=1,078명, 단위: 점)



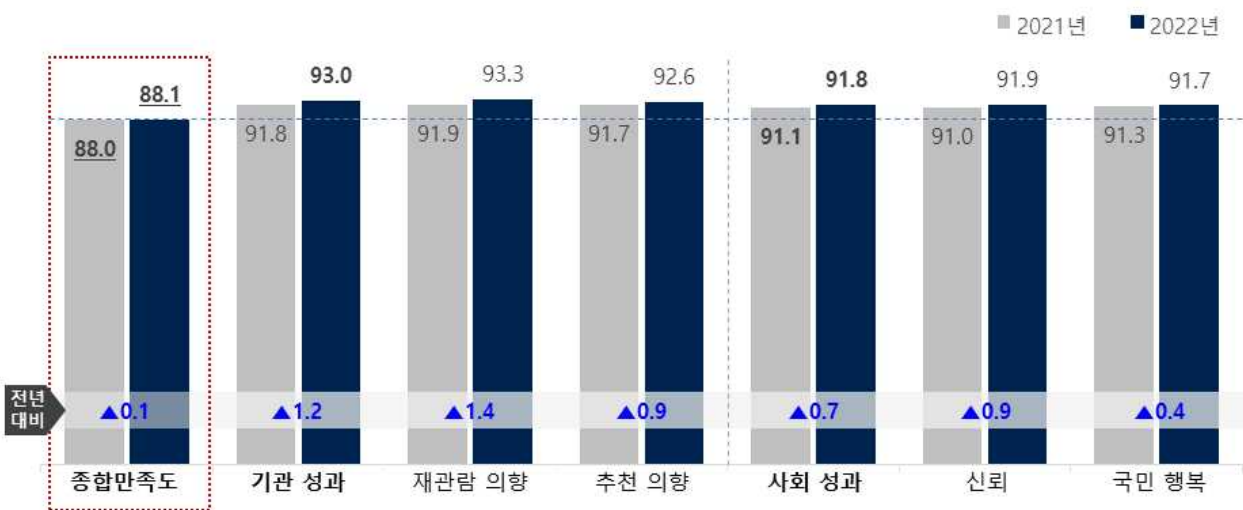
(n=1,078명, 단위: 점)

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		(1,078)	88.1	88.3	88.0	88.4	88.4	87.3	87.5	84.3	90.1	88.8
차수 별	1차	(510)	88.0	88.2	88.1	88.3	88.2	87.4	87.6	84.5	90.2	88.4
	2차	(568)	88.1	88.3	88.0	88.4	88.6	87.2	87.4	84.2	90.0	89.1
구분	현장	(319)	92.3	92.3	92.3	92.4	92.2	91.8	91.4	89.6	94.3	93.2
	온라인	(759)	86.3	86.6	86.3	86.6	86.8	85.4	85.9	82.1	88.3	87.0
성별	남성	(285)	87.9	87.8	87.9	87.8	87.7	87.0	86.8	84.4	89.7	89.3
	여성	(793)	88.2	88.4	88.1	88.5	88.7	87.4	87.8	84.3	90.2	88.6
연령	20대 이하	(128)	91.5	91.6	91.7	91.5	91.5	90.8	90.1	89.6	92.8	92.4
	30대	(308)	88.5	88.9	88.3	89.1	89.4	87.4	87.4	84.0	90.6	89.0
	40대	(396)	86.4	86.6	86.5	86.7	86.7	85.5	85.8	82.4	88.4	87.2
	50대 이상	(246)	88.5	88.3	88.2	88.5	88.3	88.3	89.1	85.1	90.7	89.2
방문 목적	문화적 체험	(458)	88.2	88.4	88.4	88.3	88.5	87.5	88.3	84.4	89.7	89.0
	지식/교육	(319)	87.2	87.6	87.1	87.8	87.8	86.2	86.2	83.0	89.3	87.8
	여가/휴식	(281)	88.9	88.9	88.4	89.2	89.1	88.4	87.8	85.6	91.8	89.8
	단체/기타	(20)	86.7	86.9	87.5	85.8	87.5	86.4	87.5	83.3	88.3	86.7
방문 빈도	1회	(119)	91.1	91.1	91.0	90.9	91.5	90.4	88.9	89.9	92.4	91.9
	2~3회	(431)	87.3	87.4	87.5	87.3	87.4	86.7	87.2	83.9	89.1	88.0
	4회 이상	(528)	88.0	88.3	87.8	88.7	88.5	87.1	87.5	83.4	90.3	88.7

4) 성과지수

- 성과 지수를 살펴보면, [기관 성과]가 93.0점으로 [사회 성과](91.8점) 대비 높게 나타남
- 전년 대비 [기관 성과]와 [사회 성과]는 각각 +1.2점, +0.7점 상승함
- 기관 성과 내에서는 '재관람 의향'이 93.3점으로 '추천 의향'(92.6점) 대비 높게 나타남
- 사회 성과 내에서는 '신뢰'가 91.9점으로 '국민 행복'은 91.7점 대비 높게 나타남
- 전년 대비 성과 지수 내 모든 항목이 상승한 가운데, 특히 [기관 성과]의 '재관람 의향'이 +1.4점 가장 큰 폭으로 상승함

(n=1,078명, 단위: 점)



(n=1,078명, 단위: 점)

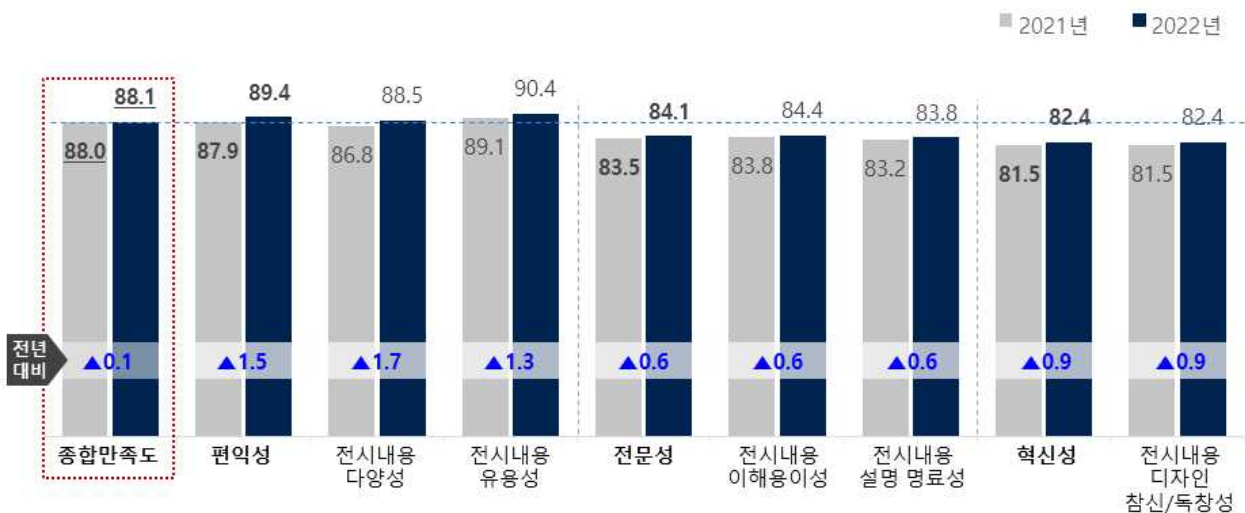
구 분		사례수 (명)	종합 만족도	기관 성과	재관람 의향	추천 의향	사회 성과	신뢰	국민 행복
전체		(1,078)	88.1	93.0	93.3	92.6	91.8	91.9	91.7
차수 별	1차	(510)	88.0	93.2	93.4	92.9	91.9	91.8	92.0
	2차	(568)	88.1	92.8	93.3	92.4	91.7	91.9	91.5
구분	현장	(319)	92.3	95.8	96.1	95.6	94.5	94.7	94.4
	온라인	(759)	86.3	91.8	92.2	91.4	90.6	90.7	90.6
성별	남성	(285)	87.9	91.1	91.6	90.6	90.4	90.2	90.6
	여성	(793)	88.2	93.7	93.9	93.4	92.3	92.4	92.1
연령	20대 이하	(128)	91.5	94.5	95.2	93.8	93.7	93.4	94.0
	30대	(308)	88.5	92.7	92.8	92.7	92.1	92.3	92.0
	40대	(396)	86.4	92.0	92.5	91.6	90.5	90.7	90.2
	50대 이상	(246)	88.5	94.0	94.3	93.7	92.4	92.4	92.5
방문 목적	문화적 체험	(458)	88.2	93.4	93.6	93.2	92.1	92.1	92.1
	지식/교육	(319)	87.2	92.3	92.9	91.7	91.2	91.5	91.0
	여가/휴식	(281)	88.9	93.2	93.5	92.9	92.0	91.9	92.1
	단체/기타	(20)	86.7	91.3	90.0	92.5	90.0	90.8	89.2
방문 빈도	1회	(119)	91.1	94.3	94.4	94.1	93.8	94.1	93.6
	2~3회	(431)	87.3	91.2	91.3	91.1	90.4	90.5	90.3
	4회 이상	(528)	88.0	94.1	94.8	93.5	92.4	92.4	92.4

3. 세부 항목별 결과

1) 서비스 품질

- 서비스 품질은 '편의성'이 89.4점으로 가장 높고,
다음으로 '전문성'(84.1점) > '혁신성'(82.4점) 순으로 나타남
- 전년 대비 모든 요소가 상승한 가운데, 특히 '편의성'이 +1.5점 가장 큰 폭으로 상승함
- 세부 항목을 살펴보면, '전시내용 유용성'이 90.4점으로 가장 높고,
다음으로 '전시내용 다양성'(88.5점) > '전시내용 이해용이성'(84.4점) 등의 순으로 나타남
- 전년 대비 모든 세부 항목이 상승한 가운데,
특히 '전시내용 다양성'이 +1.7점 가장 큰 폭으로 상승함

(n=1,078명, 단위: 점)



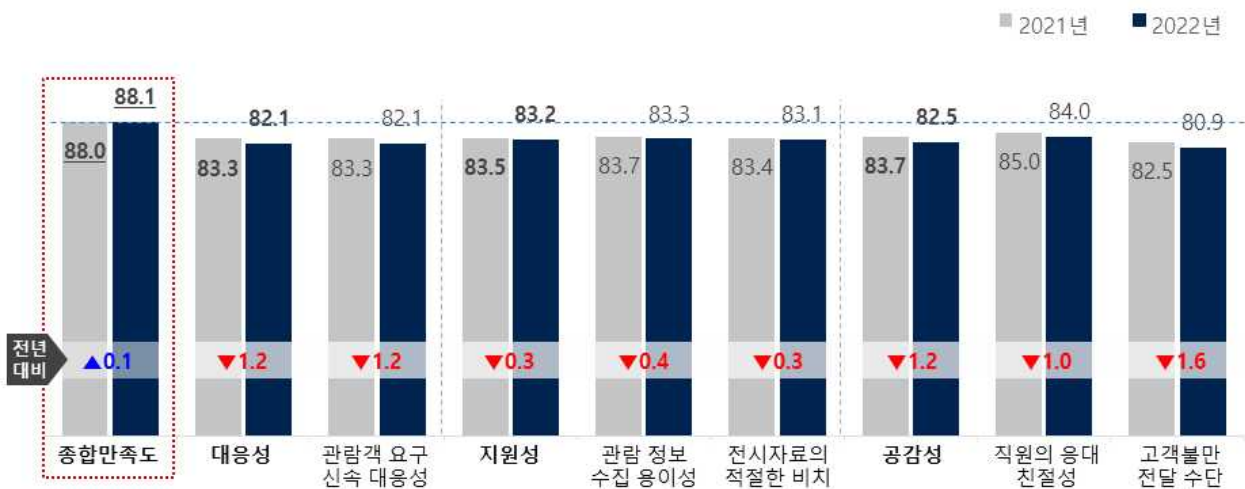
(n=1,078명, 단위: 점)

구 분		사례수 (명)	종합 만족도	편의성	전시 내용 다양성	전시 내용 유용성	전문성	전시 내용 이해 용이성	전시 내용 설명 명료성	혁신성	전시 내용 디자인 참신/ 독창성
전체		(1,078)	88.1	89.4	88.5	90.4	84.1	84.4	83.8	82.4	82.4
차수 별	1차	(510)	88.0	89.2	88.1	90.3	84.5	84.9	84.0	82.4	82.4
	2차	(568)	88.1	89.6	88.8	90.5	83.8	84.0	83.7	82.4	82.4
구분	현장	(319)	92.3	92.9	92.7	93.1	88.2	88.3	88.0	87.6	87.6
	온라인	(759)	86.3	88.0	86.7	89.3	82.4	82.8	82.1	80.2	80.2
성별	남성	(285)	87.9	88.2	87.5	88.9	83.1	83.2	82.9	81.2	81.2
	여성	(793)	88.2	89.8	88.8	90.9	84.5	84.9	84.2	82.8	82.8
연령	20대 이하	(128)	91.5	91.6	91.1	92.1	87.4	88.7	86.1	85.7	85.7
	30대	(308)	88.5	89.5	88.4	90.6	83.0	82.7	83.3	81.3	81.3
	40대	(396)	86.4	88.3	87.4	89.2	82.5	82.7	82.3	79.9	79.9
	50대 이상	(246)	88.5	90.0	89.0	91.1	86.6	87.3	85.8	86.0	86.0
방문 목적	문화적 체험	(458)	88.2	89.7	88.5	90.9	85.1	85.8	84.5	82.8	82.8
	지식/교육	(319)	87.2	89.2	88.5	90.0	81.8	81.4	82.2	81.3	81.3
	여가/휴식	(281)	88.9	89.4	88.6	90.1	85.0	85.3	84.7	83.0	83.0
	단체/기타	(20)	86.7	87.9	86.7	89.2	86.3	88.3	84.2	81.7	81.7
방문 빈도	1회	(119)	91.1	91.6	91.5	91.7	85.6	86.0	85.2	86.1	86.1
	2~3회	(431)	87.3	88.3	87.4	89.2	83.6	83.4	83.7	82.1	82.1
	4회 이상	(528)	88.0	89.9	88.7	91.0	84.3	84.9	83.6	81.8	81.8

2) 전달 품질

- 전달 품질은 '지원성'이 83.2점으로 가장 높고,
다음으로 '공감성'(82.5점) > '대응성'(82.1점) 순으로 나타남
- 전년 대비 모든 요소가 하락한 가운데,
특히 '대응성'과 '공감성'이 각각 -1.2점 큰 폭으로 하락함
- 세부 항목을 살펴보면, '직원의 응대 친절성'이 84.0점으로 가장 높고,
다음으로 '관람 정보 수집 용이성'(83.3점) > '전시자료의 적절한 비치'(83.1점) 등의
순으로 나타남
- 전년 대비 모든 세부 항목이 하락한 가운데,
특히 '고객 불만 전달 수단'이 -1.6점 가장 큰 폭으로 하락함

(n=1,078명, 단위: 점)



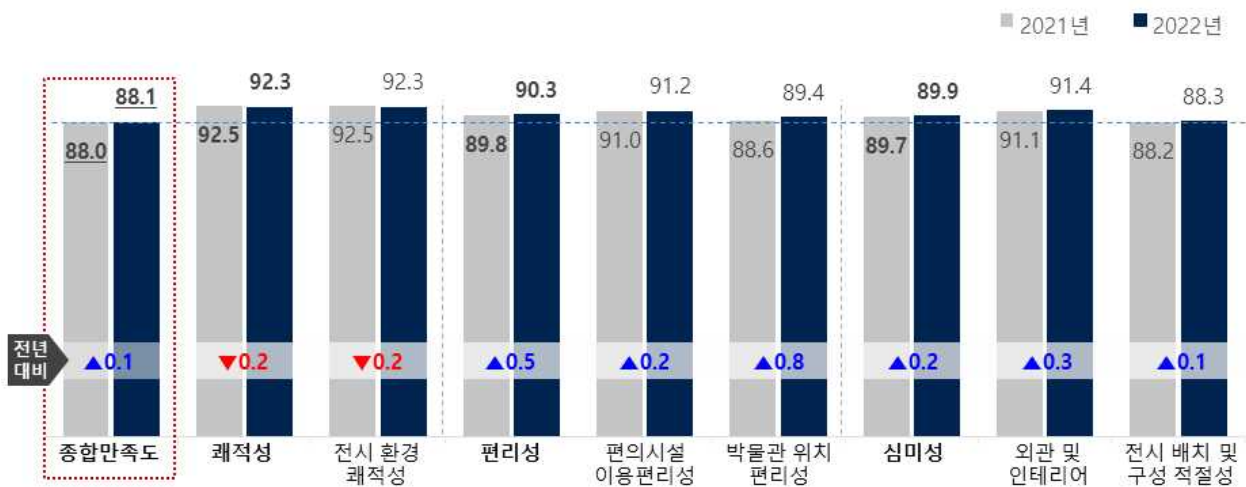
(n=1,078명, 단위: 점)

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		(1,078)	88.1	82.1	82.1	83.2	83.3	83.1	82.5	84.0	80.9
차수 별	1차	(510)	88.0	81.9	81.9	82.7	82.9	82.4	81.5	83.4	79.7
	2차	(568)	88.1	82.3	82.3	83.7	83.7	83.6	83.3	84.5	82.0
구분	현장	(319)	92.3	87.6	87.6	88.1	88.2	87.9	88.1	89.4	86.8
	온라인	(759)	86.3	79.8	79.8	81.1	81.3	81.0	80.1	81.7	78.5
성별	남성	(285)	87.9	82.0	82.0	82.6	82.5	82.7	83.5	84.7	82.2
	여성	(793)	88.2	82.1	82.1	83.4	83.6	83.2	82.1	83.7	80.5
연령	20대 이하	(128)	91.5	86.8	86.8	87.6	88.5	86.7	88.9	90.2	87.5
	30대	(308)	88.5	81.3	81.3	82.7	82.5	82.9	81.5	82.7	80.4
	40대	(396)	86.4	80.5	80.5	81.4	81.6	81.1	80.7	81.9	79.5
	50대 이상	(246)	88.5	83.1	83.1	84.5	84.6	84.4	83.1	85.7	80.5
방문 목적	문화적 체험	(458)	88.2	81.8	81.8	83.4	83.4	83.4	82.3	83.9	80.8
	지식/교육	(319)	87.2	81.2	81.2	81.6	82.1	81.1	81.3	82.9	79.8
	여가/휴식	(281)	88.9	83.4	83.4	84.6	84.6	84.7	84.0	85.3	82.6
	단체/기타	(20)	86.7	84.2	84.2	83.8	85.0	82.5	82.1	85.0	79.2
방문 빈도	1회	(119)	91.1	88.5	88.5	87.8	87.3	88.4	88.4	88.7	88.1
	2~3회	(431)	87.3	82.1	82.1	82.7	82.8	82.5	82.2	83.9	80.5
	4회 이상	(528)	88.0	80.6	80.6	82.6	82.9	82.3	81.3	83.0	79.7

3) 환경 품질

- 환경 품질은 '쾌적성'이 92.3점으로 가장 높고,
다음으로 '편리성'(90.3점) > '심미성'(89.9점) 순으로 나타남
- 전년 대비 '편리성'과 '심미성'이 각각 +0.5점, +0.2점 상승한 반면,
'쾌적성'은 -0.2점 하락함
- 세부 항목을 살펴보면, '전시환경 쾌적성'이 92.3점으로 가장 높고,
다음으로 '외관 및 인테리어'(91.4점) > '편의시설 이용편리성'(91.2점) 등의 순으로 나타남
- 전년 대비 '전시환경 쾌적성'을 제외한 모든 세부 항목이 상승한 가운데,
특히 '박물관 위치 편리성'이 +0.8점 가장 큰 폭으로 상승함

(n=1,078명, 단위: 점)



(n=1,078명, 단위: 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		(1,078)	88.1	92.3	92.3	90.3	91.2	89.4	89.9	91.4	88.3
차수 별	1차	(510)	88.0	92.4	92.4	90.8	91.5	90.1	89.7	91.4	87.9
	2차	(568)	88.1	92.2	92.2	89.9	90.9	88.8	90.1	91.4	88.7
구분	현장	(319)	92.3	95.1	95.1	93.5	94.1	93.0	93.9	94.8	92.9
	온라인	(759)	86.3	91.1	91.1	89.0	90.0	87.9	88.2	89.9	86.4
성별	남성	(285)	87.9	92.1	92.1	90.1	91.1	89.2	89.3	90.9	87.6
	여성	(793)	88.2	92.3	92.3	90.4	91.3	89.5	90.1	91.6	88.6
연령	20대 이하	(128)	91.5	94.8	94.8	93.0	93.4	92.6	92.8	94.1	91.4
	30대	(308)	88.5	92.1	92.1	90.0	91.0	89.0	90.4	92.0	88.7
	40대	(396)	86.4	91.4	91.4	89.1	90.2	88.0	88.7	90.1	87.2
	50대 이상	(246)	88.5	92.5	92.5	91.3	91.9	90.6	89.7	91.3	88.1
방문 목적	문화적 체험	(458)	88.2	92.3	92.3	90.0	91.0	88.9	89.5	91.0	87.9
	지식/교육	(319)	87.2	92.0	92.0	90.0	90.9	89.2	89.2	91.0	87.5
	여가/휴식	(281)	88.9	92.8	92.8	91.3	92.1	90.6	91.4	92.6	90.1
	단체/기타	(20)	86.7	88.3	88.3	88.8	88.3	89.2	87.5	87.5	87.5
방문 빈도	1회	(119)	91.1	93.6	93.6	92.0	91.9	92.2	92.0	94.0	90.1
	2~3회	(431)	87.3	91.6	91.6	89.2	90.4	88.1	89.4	90.6	88.1
	4회 이상	(528)	88.0	92.5	92.5	90.8	91.7	89.9	89.8	91.4	88.1

제2절 관람객 방문 현황

1. 방문 목적

- 내국인 관람객의 국립중앙박물관 방문 목적으로는 '문화적 체험을 위해'가 71.5%로 가장 많고, 다음으로 '자녀 교육을 위해'(39.2%) > '여가, 휴식을 위해'(32.8%) 등의 순으로 나타남(1+2순위 기준)
- 응답자 특성별로는 '여성', '50대 이상', '4회 이상'에서 '문화적 체험을 위해'의 비중이 높음
- 방문 빈도가 많을수록 '문화적 체험을 위해' 국립중앙박물관을 이용한다는 비중이 높아지는 것으로 나타남

(n=1,078명, 단위: %)



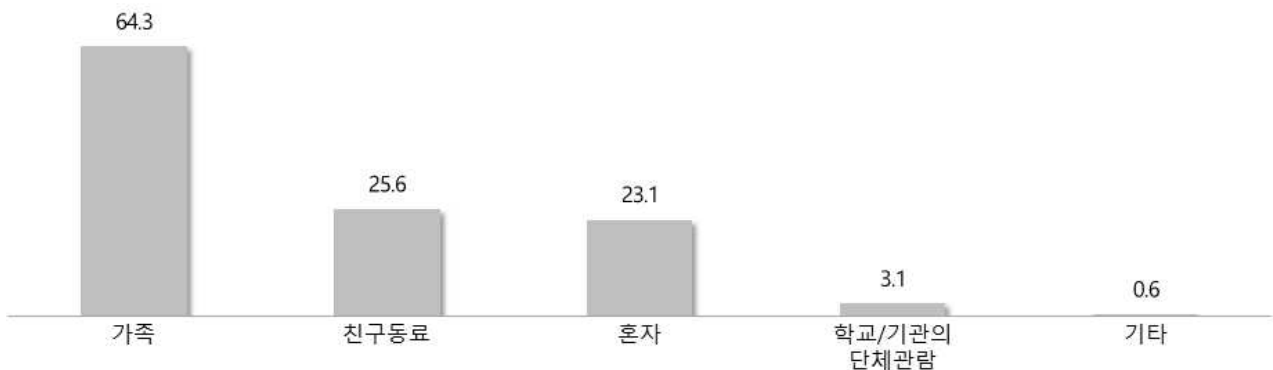
(n=1,078명, 1+2순위 기준, 복수응답, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	문화적 체험을 위해	자녀 교육을 위해	여가, 휴식을 위해	가족, 지인과 시간을 보내기 위해	지식이나 정보를 얻기 위해	학교 또는 기관의 단체 관람	기타
전체		(1,078)	71.5	39.2	32.8	25.3	21.8	2.1	1.3
차수 별	1차	(510)	71.8	35.3	35.9	26.1	22.4	1.6	2.0
	2차	(568)	71.3	42.8	30.1	24.6	21.3	2.6	0.7
구분	현장	(319)	73.7	16.9	52.7	33.2	16.3	3.4	2.8
	온라인	(759)	70.6	48.6	24.5	22.0	24.1	1.6	0.7
성별	남성	(285)	65.6	29.8	40.4	29.1	23.9	2.5	2.1
	여성	(793)	73.6	42.6	30.1	24.0	21.1	2.0	1.0
연령	20대 이하	(128)	71.9	4.7	52.3	28.1	28.1	8.6	3.9
	30대	(308)	69.2	47.1	27.6	30.5	18.5	1.9	0.6
	40대	(396)	69.2	62.4	22.2	22.5	15.9	1.0	0.5
	50대 이상	(246)	78.0	10.2	46.3	22.0	32.1	0.8	2.0
방문 목적	문화적 체험	(458)	100.0	22.1	33.4	12.4	26.2	1.7	0.2
	지식/교육	(319)	51.1	86.5	6.6	15.7	29.2	1.3	0.0
	여가/휴식	(281)	50.5	16.4	62.6	58.7	6.8	0.4	1.1
	단체/기타	(20)	40.0	0.0	20.0	5.0	15.0	50.0	50.0
방문 빈도	1회	(119)	61.3	42.0	46.2	27.7	10.1	3.4	4.2
	2~3회	(431)	71.9	42.7	29.0	29.7	18.6	2.3	0.0
	4회 이상	(528)	73.5	35.8	33.0	21.2	27.1	1.7	1.7

2. 동반 방문객

- 내국인 관람객의 국립중앙박물관 동반 방문객은 '가족'이 64.3%로 가장 많으며, 다음으로 '친구, 동료'(25.6%) > '혼자'(23.1%) > '학교/기관의 단체관람'(3.1%) 등의 순으로 나타남
- 연령별로 살펴보면, 20대 이하는 '친구, 동료'(50.8%)의 비중이 높은 반면, 30대 이상은 '가족'의 비중이 가장 높은 것으로 나타남
- 방문 목적별로 살펴보면, '가족' 동반 방문객들이 문화적 체험, 지식/교육, 여가/휴식을 위해 방문하고 있는 것으로 나타남

(n=1,078명, 복수응답, 단위: %)



(n=1,078명, 복수응답, 단위: %)

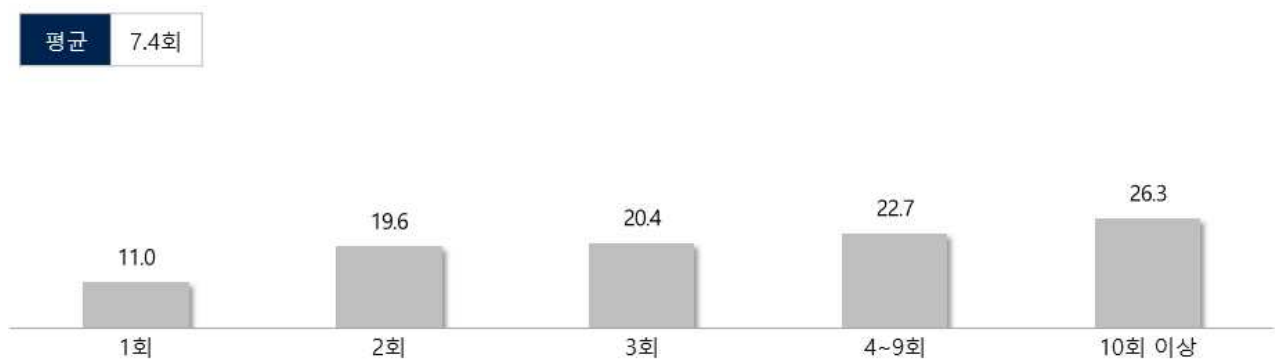
구 분		사례수 (명)	가족	친구, 동료	혼자	학교/기관의 단체관람	기타
전체		(1,078)	64.3	25.6	23.1	3.1	0.6
차수 별	1차	(510)	61.0	28.8	24.9	3.5	0.2
	2차	(568)	67.3	22.7	21.5	2.6	0.9
구분	현장	(319)	47.6	31.0	21.6	2.2	0.3
	온라인	(759)	71.3	23.3	23.7	3.4	0.7
성별	남성	(285)	60.4	26.0	28.1	1.4	0.0
	여성	(793)	65.7	25.5	21.3	3.7	0.8
연령	20대 이하	(128)	25.8	50.8	33.6	6.3	0.8
	30대	(308)	69.8	22.1	24.7	3.6	0.3
	40대	(396)	83.6	15.7	12.4	2.0	0.8
	50대 이상	(246)	46.3	32.9	32.9	2.4	0.4
방문 목적	문화적 체험	(458)	54.8	30.6	32.5	2.0	0.4
	지식/교육	(319)	87.1	13.8	9.7	3.4	0.6
	여가/휴식	(281)	57.7	29.9	23.8	2.1	0.4
	단체/기타	(20)	10.0	40.0	10.0	35.0	5.0
방문 빈도	1회	(119)	67.2	21.8	10.9	1.7	0.0
	2~3회	(431)	66.1	23.2	18.3	2.1	0.2
	4회 이상	(528)	62.1	28.4	29.7	4.2	0.9

3. 방문 횟수

1) 방문 횟수

- 내국인 관람객의 평균 방문 횟수는 7.4회인 것으로 나타남
- '10회 이상' 방문 경험자의 비중이 26.3%로 가장 높게 나타났으며,
다음으로 '4~9회'(22.7%) > '3회'(20.4%) > '2회'(19.6%) > '1회'(11.0%) 순으로 나타남
- 성별로는 '여성'의 평균 방문 횟수가 7.6회로 '남성'(6.9회) 대비 높게 나타남
- 연령별로 '50대 이상'의 평균 방문 횟수는 10.1회로 타 연령대 대비 높게 나타남

(n=1,078명, 단위: %, 회)



(n=1,078명, 단위: %, 회)

구 분		사례수 (명)	1회	2회	3회	4~9회	10회 이상	평균(회)
전체		(1,078)	11.0	19.6	20.4	22.7	26.3	7.4
차수별	1차	(510)	12.2	15.9	20.8	19.0	32.2	9.6
	2차	(568)	10.0	22.9	20.1	26.1	21.0	5.5
구분	현장	(319)	21.3	24.8	12.5	16.0	25.4	8.0
	온라인	(759)	6.7	17.4	23.7	25.6	26.6	7.2
성별	남성	(285)	14.4	19.6	19.6	24.2	22.1	6.9
	여성	(793)	9.8	19.5	20.7	22.2	27.7	7.6
연령	20대 이하	(128)	14.8	26.6	18.0	23.4	17.2	7.9
	30대	(308)	11.4	23.1	22.4	19.5	23.7	6.1
	40대	(396)	9.8	17.9	21.5	23.2	27.5	6.7
	50대 이상	(246)	10.6	14.2	17.5	25.6	32.1	10.1
방문목적	문화적 체험	(458)	7.9	17.7	20.5	23.8	30.1	7.2
	지식/교육	(319)	11.0	20.7	22.6	22.6	23.2	6.8
	여가/휴식	(281)	14.9	22.4	18.1	20.6	23.8	8.0
	단체/기타	(20)	30.0	5.0	15.0	30.0	20.0	15.3
방문빈도	1회	(119)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0
	2~3회	(431)	0.0	49.0	51.0	0.0	0.0	2.5
	4회 이상	(528)	0.0	0.0	0.0	46.4	53.6	12.9

2) 국립중앙박물관 미방문 이유

- 처음 방문객들이 국립중앙박물관을 방문하지 않은 이유로는, '시간상(또는 거리상) 오기 힘들어서'가 67.2%로 가장 많았으며, 다음으로 '국립중앙박물관에 대해 잘 몰라서'(56.3%) > '다른 관광지를 방문하느라'(21.8%) 등의 순으로 나타남(1+2순위 기준)
- 연령별로 살펴보면, 40대 이하의 경우 '시간상(또는 거리상) 오기 힘들어서'의 비율이 높게 나타난 반면, 50대 이상의 경우는 '국립중앙박물관에 대해 잘 몰라서'의 비율이 80%이상 높게 나타남

(국립중앙박물관 처음 방문자 n=119명, 복수응답, 단위: %)



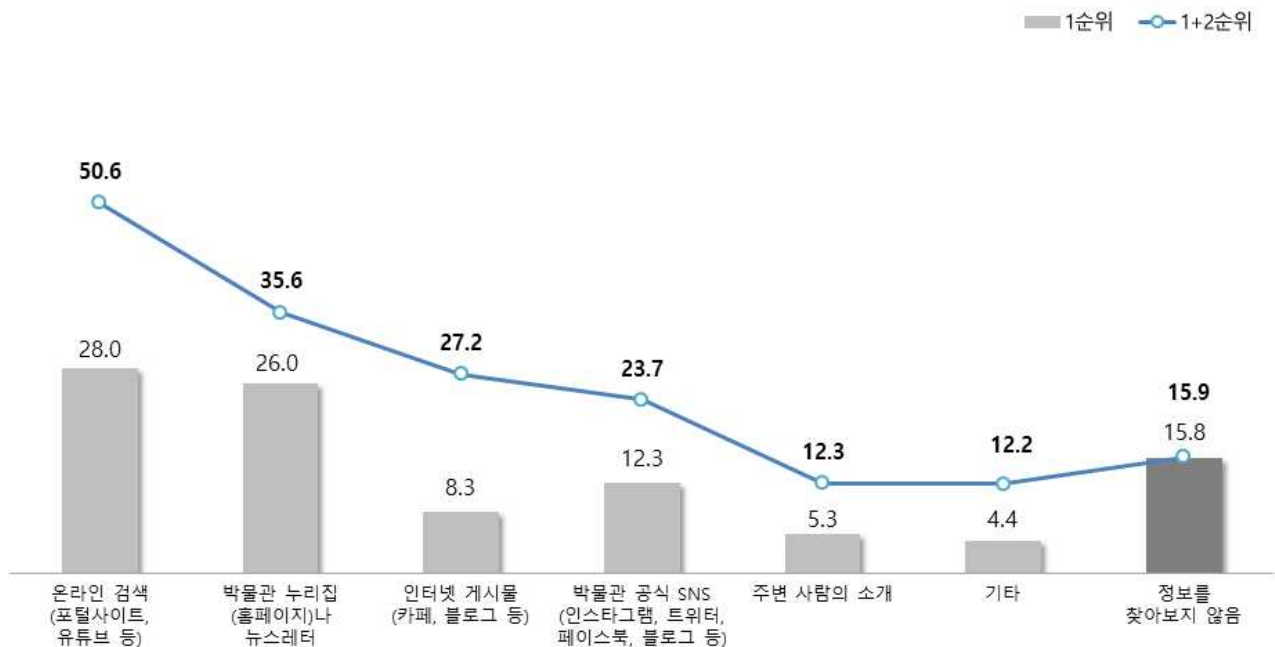
(국립중앙박물관 처음 방문자 n=119명, 1+2순위 기준, 복수응답, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	시간상 (또는 거리상) 오기 힘들어서	국립중앙 박물관에 대해 잘 몰라서	다른 관광지를 방문하느라	다른 여가활동을 더 선호해서	특별한 전시물이 없을 것 같아서	기타
전체		(119)	67.2	56.3	21.8	16.0	6.7	8.4
차수 별	1차	(62)	64.5	56.5	16.1	19.4	6.5	11.3
	2차	(57)	70.2	56.1	28.1	12.3	7.0	5.3
구분	현장	(68)	67.6	54.4	23.5	14.7	8.8	5.9
	온라인	(51)	66.7	58.8	19.6	17.6	3.9	11.8
성별	남성	(41)	63.4	63.4	22.0	19.5	7.3	7.3
	여성	(78)	69.2	52.6	21.8	14.1	6.4	9.0
연령	20대 이하	(19)	78.9	52.6	21.1	15.8	10.5	10.5
	30대	(35)	74.3	45.7	20.0	14.3	8.6	11.4
	40대	(39)	64.1	51.3	25.6	17.9	5.1	10.3
	50대 이상	(26)	53.8	80.8	19.2	15.4	3.8	0.0
방문 목적	문화적 체험	(36)	66.7	50.0	16.7	19.4	11.1	5.6
	지식/교육	(35)	71.4	54.3	37.1	17.1	5.7	5.7
	여가/휴식	(42)	64.3	66.7	16.7	11.9	4.8	9.5
	단체/기타	(6)	66.7	33.3	0.0	16.7	0.0	33.3
방문 빈도	1회	(119)	67.2	56.3	21.8	16.0	6.7	8.4

4. 정보 획득 경로

- 내국인 관람객의 정보 획득 경로로는 '온라인 검색(포털사이트, 유튜브 등)'이 50.6%로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 '박물관 누리집(홈페이지)나 뉴스레터'(35.6%) > '인터넷 게시물(카페, 블로그 등)'(27.2%) 등의 순으로 나타남(1+2순위 기준)
- 연령별로 살펴보면, 모든 연령에서 '온라인 검색(포털사이트, 유튜브 등)'의 비율이 높게 나타남
- 다음으로 40대 이상이 '박물관 누리집(홈페이지)나 뉴스레터'를 많이 이용하는 것으로 나타난 반면, 20대 이하의 '박물관 공식SNS(인스타그램, 트위터, 페이스북, 블로그 등)'를 많이 이용하는 것으로 나타남
- 전체 대상자의 15.9%는 정보를 찾아보지 않고 국립중앙박물관을 방문한 것으로 나타남

(n=1,078명, 복수응답, 단위: %)



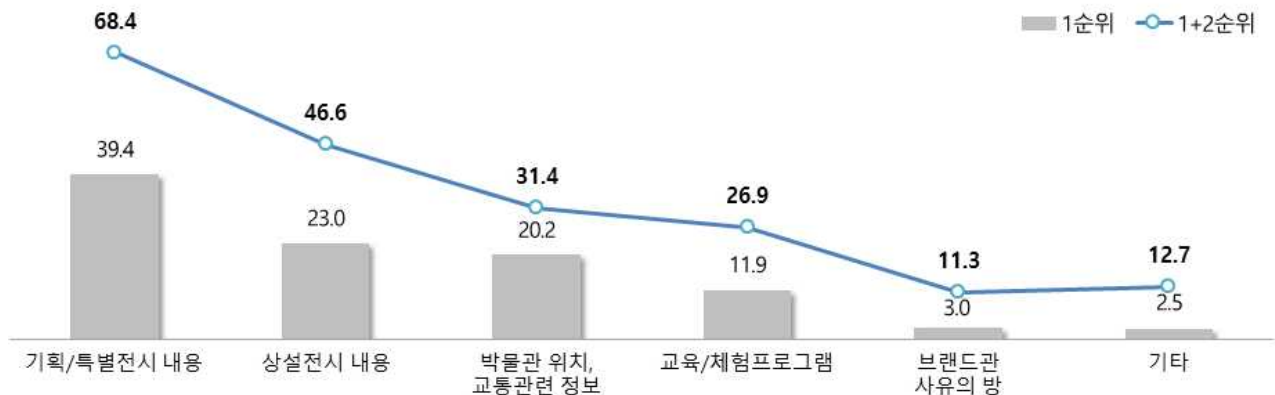
(n=1,078명, 1+2순위 기준, 복수응답, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	온라인 검색(포털 사이트, 유튜브 등)	박물관 누리집 (홈페이지) 나 뉴스레터	인터넷 게시물 (카페, 블로그 등)	박물관 공식 SNS(인스 타그램, 트위터, 페이스북, 블로그 등)	주변 사람의 소개	기타	정보를 찾아보지 않음
전체		(1,078)	50.6	35.6	27.2	23.7	12.3	12.2	15.9
차수 별	1차	(510)	45.9	35.1	24.7	25.1	12.0	11.0	19.2
	2차	(568)	54.9	36.1	29.4	22.5	12.7	13.2	12.9
구분	현장	(319)	48.0	25.1	26.0	22.6	28.5	26.6	7.5
	온라인	(759)	51.8	40.1	27.7	24.2	5.5	6.1	19.4
성별	남성	(285)	47.0	35.4	21.4	20.4	11.2	16.8	21.1
	여성	(793)	52.0	35.7	29.3	25.0	12.7	10.5	14.0
연령	20대 이하	(128)	49.2	28.1	19.5	30.5	21.1	17.2	14.8
	30대	(308)	54.2	33.1	35.4	19.8	10.4	7.5	16.9
	40대	(396)	51.3	37.6	30.1	24.7	8.6	8.6	16.9
	50대 이상	(246)	45.9	39.4	16.3	23.6	16.3	21.1	13.4
방문 목적	문화적 체험	(458)	49.1	38.6	23.8	29.9	12.0	12.9	12.9
	지식/교육	(319)	53.0	35.7	35.1	18.8	10.0	8.8	17.2
	여가/휴식	(281)	50.5	31.0	24.2	19.6	14.9	13.2	19.6
	단체/기타	(20)	50.0	30.0	20.0	20.0	20.0	35.0	10.0
방문 빈도	1회	(119)	44.5	27.7	33.6	14.3	23.5	19.3	13.4
	2~3회	(431)	53.8	29.9	32.9	18.6	13.9	12.1	16.2
	4회 이상	(528)	49.4	42.0	21.0	30.1	8.5	10.6	16.1

5. 사전 검색 정보

- 국립중앙박물관 사전 검색 정보로는 '기획/특별전시 내용'이 68.4%로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 '상설전시 내용'(46.6%) > '박물관 위치, 교통관련 정보'(31.4%) 등의 순으로 나타남(1+2순위 기준)
- 연령별로는 50대 이상에서 '기획/특별전시 내용'의 정보 검색이 80.3%로 높게 나타남
- 방문 빈도가 많을수록 '기획·특별 전시 내용'에 대한 정보 검색이 많은 것으로 나타남

(사전 정보 검색 응답자 n=908명, 복수응답, 단위: %)



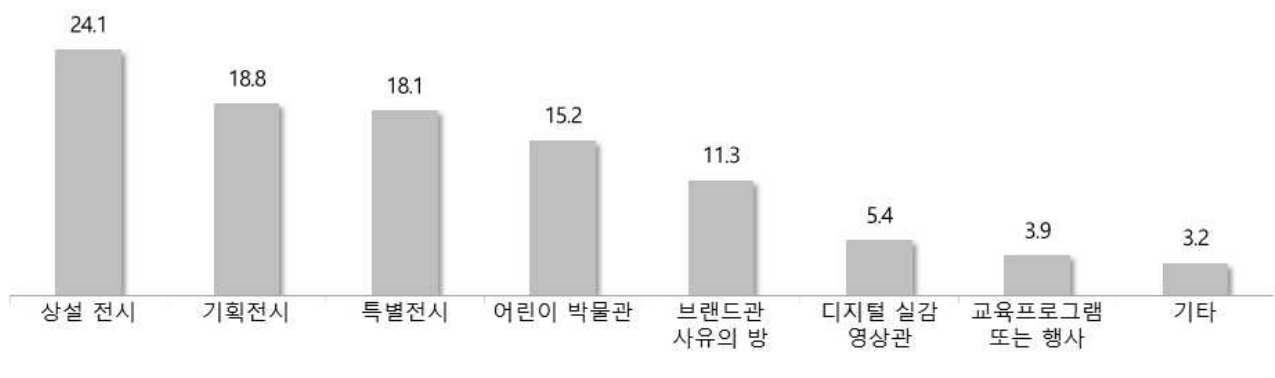
(사전 정보 검색 응답자 n=908명, 1+2순위, 복수응답, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	기획/ 특별전시 내용	상설전시 내용	박물관 위치, 교통관련 정보	교육/체험 프로그램	브랜드관 사유의 방	기타
전체		(908)	68.4	46.6	31.4	26.9	11.3	12.7
차수 별	1차	(412)	69.4	48.5	29.9	24.5	13.3	10.4
	2차	(496)	67.5	45.0	32.7	28.8	9.7	14.5
구분	현장	(296)	62.5	39.5	47.6	14.2	16.6	14.5
	온라인	(612)	71.2	50.0	23.5	33.0	8.8	11.8
성별	남성	(225)	69.8	48.0	34.7	19.1	10.2	14.7
	여성	(683)	67.9	46.1	30.3	29.4	11.7	12.0
연령	20대 이하	(110)	69.1	44.5	47.3	6.4	12.7	19.1
	30대	(256)	58.6	40.2	34.8	35.5	10.9	18.0
	40대	(329)	68.1	48.0	28.3	37.1	8.2	10.0
	50대 이상	(213)	80.3	53.1	23.9	11.3	16.0	7.0
방문 목적	문화적 체험	(400)	77.5	50.5	28.8	16.5	14.5	10.5
	지식/교육	(264)	55.7	39.0	29.5	54.9	5.7	13.6
	여가/휴식	(226)	66.8	50.0	37.6	12.8	12.8	14.6
	단체/기타	(18)	72.2	27.8	38.9	22.2	5.6	22.2
방문 빈도	1회	(103)	40.8	40.8	67.0	25.2	9.7	10.7
	2~3회	(362)	59.4	44.8	39.5	29.3	10.8	13.8
	4회 이상	(443)	82.2	49.4	16.5	25.3	12.2	12.2

6. 방문계획 전시 프로그램

- 내국인 관람객의 방문계획 전시 프로그램으로 '상설 전시'가 24.1%로 가장 많고, 다음으로 '기획전시'(18.8%) > '특별전시'(18.1%) > '어린이 박물관'(15.2%) 등의 순으로 나타남
- 연령별로 살펴보면,
20대 이하는 '상설 전시', '기획전시', '특별전시'의 비율이 높게 나타났고,
30대와 40대는 '어린이 박물관', '상설 전시', '기획전시'의 비율이 높게 나타났고,
50대 이상은 '특별전시', '기획전시', '상설 전시'의 비율이 높게 나타남
- 방문 빈도가 적을수록 '상설전시' 방문 계획이 높은 것으로 나타났으며,
빈도가 많을수록 '기획전시' 방문 계획이 높은 것으로 조사됨

(n=1,078명, 단위: %)



(n=1,078명, 단위: %)

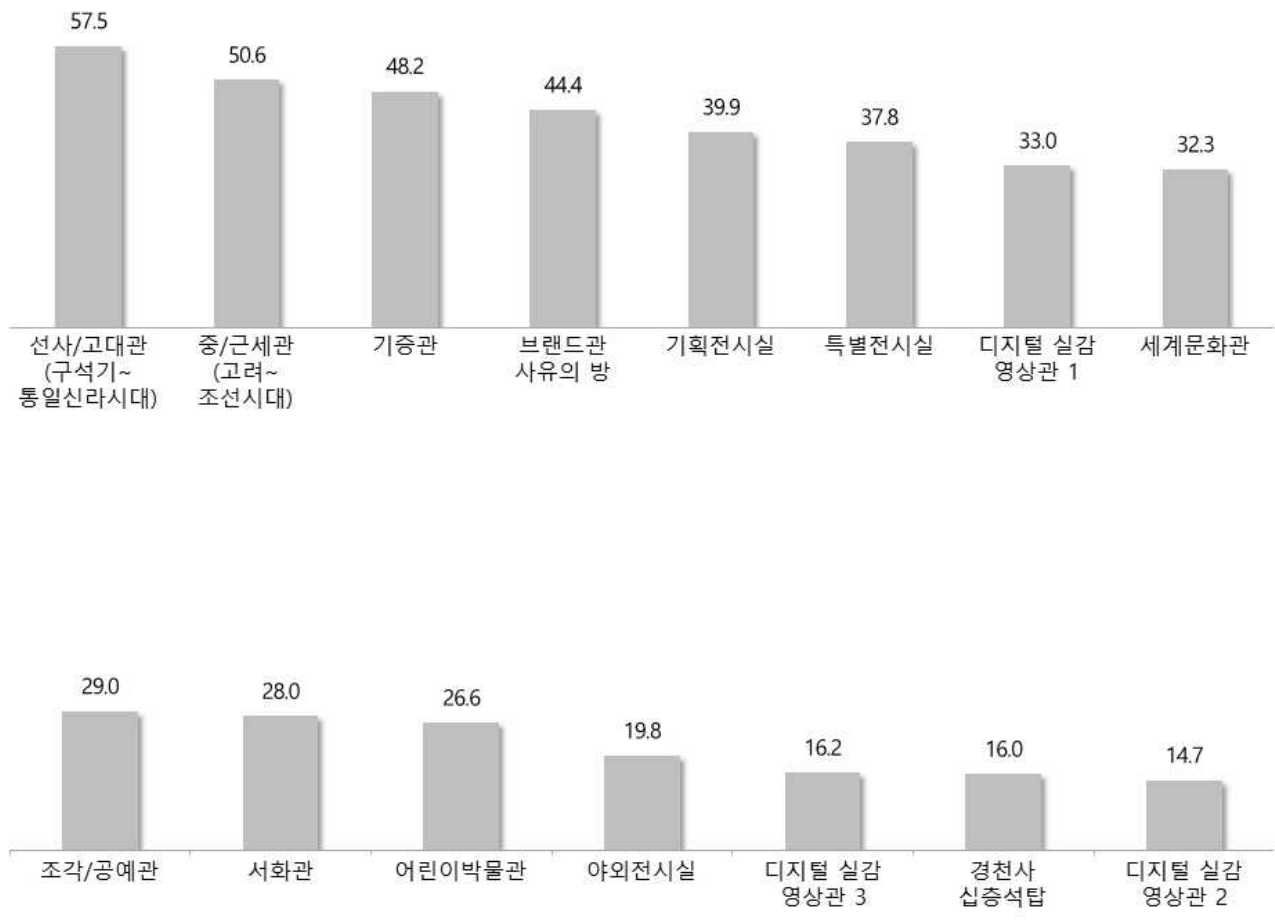
구 분		사례수 (명)	상설 전시	기획전시	특별전시	어린이 박물관	브랜드관 사유의 방	디지털 실감 영상관	교육 프로그램 또는 행사	기타
전체		(1,078)	24.1	18.8	18.1	15.2	11.3	5.4	3.9	3.2
차수 별	1차	(510)	22.4	16.7	20.6	15.1	13.1	4.9	4.7	2.5
	2차	(568)	25.7	20.8	15.8	15.3	9.7	5.8	3.2	3.7
구분	현장	(319)	24.8	27.6	21.6	2.8	16.3	3.1	2.2	1.6
	온라인	(759)	23.8	15.2	16.6	20.4	9.2	6.3	4.6	3.8
성별	남성	(285)	34.0	17.9	17.9	8.4	11.9	5.3	2.5	2.1
	여성	(793)	20.6	19.2	18.2	17.7	11.1	5.4	4.4	3.5
연령	20대 이하	(128)	26.6	25.0	25.8	2.3	11.7	6.3	0.0	2.3
	30대	(308)	21.8	16.9	13.6	27.6	9.1	3.2	3.6	4.2
	40대	(396)	28.3	13.1	12.6	18.4	9.1	9.1	6.3	3.0
	50대 이상	(246)	19.1	27.2	28.5	1.2	17.5	1.6	2.4	2.4
방문 목적	문화적 체험	(458)	18.3	24.2	24.0	7.4	14.6	5.0	2.2	4.1
	지식/교육	(319)	26.6	11.3	8.8	29.8	5.3	6.0	8.5	3.8
	여가/휴식	(281)	29.2	18.5	19.2	12.5	12.5	5.3	1.8	1.1
	단체/기타	(20)	45.0	20.0	15.0	0.0	15.0	5.0	0.0	0.0
방문 빈도	1회	(119)	36.1	10.1	18.5	16.0	9.2	5.9	2.5	1.7
	2~3회	(431)	24.1	18.1	16.2	18.1	9.5	7.0	3.2	3.7
	4회 이상	(528)	21.4	21.4	19.5	12.7	13.3	4.0	4.7	3.0

제3절 전시 관람 현황

1. 관람 전시 시설

- 내국인 관람객의 관람 전시 시설을 살펴보면, '선사/고대관(구석기~통일신라시대)'가 57.5%로 가장 많고, 다음으로 '중/근세관(고려~조선시대)'(50.6%) > '기증관'(48.2%) 등의 순으로 나타남
- 방문빈도별로 살펴보면, 빈도가 적을수록 '선사/고대관(구석기~통일신라시대)'의 비율이 높아지는 것으로 나타남

(n=1,078명, 복수응답, 단위: %)



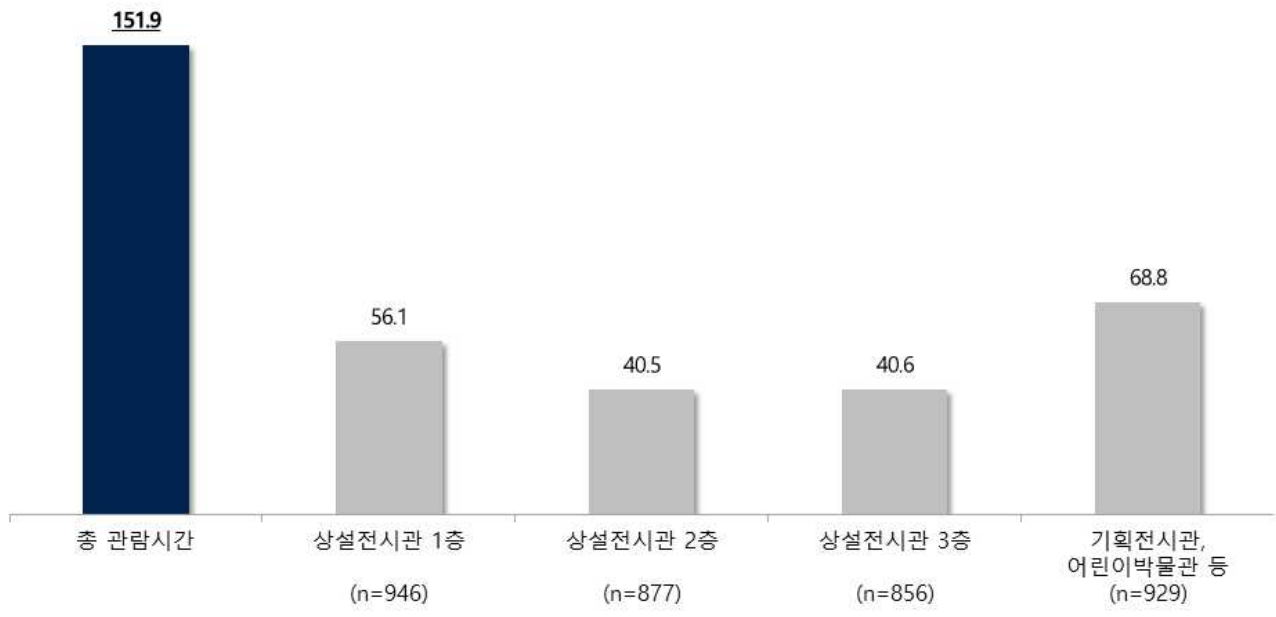
(n=1,078명, 복수응답, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	선사/ 고대관 (구석기~ 통일신라 시대)	중/근 세관 (고려~ 조선 시대)	기증관	브랜드 관 사유의 방	기획 전시실	특별 전시실	디지털 실감 영상관 1	세계 문화관	조각/ 공예관	서화관	어린이 박물관	야외 전시실	디지털 실감 영상관 3	경천사 십층 석탑	디지털 실감 영상관 2
전체		(1,078)	57.5	50.6	48.2	44.4	39.9	37.8	33.0	32.3	29.0	28.0	26.6	19.8	16.2	16.0	14.7
차수별	1차	(510)	58.0	48.8	47.6	43.7	38.0	37.1	31.8	31.0	29.2	27.5	26.9	22.9	15.3	16.5	17.5
	2차	(568)	57.0	52.1	48.8	45.1	41.5	38.6	34.2	33.5	28.9	28.5	26.4	16.9	17.1	15.5	12.1
구분	현장	(319)	68.0	45.8	54.2	59.2	37.0	37.6	26.0	22.9	26.0	27.3	5.6	11.9	15.4	25.1	11.6
	온라인	(759)	53.1	52.6	45.7	38.2	41.1	37.9	36.0	36.2	30.3	28.3	35.4	23.1	16.6	12.1	15.9
성별	남성	(285)	64.6	57.2	55.1	50.9	40.4	41.8	36.1	37.9	35.8	32.6	17.9	18.6	20.0	18.6	15.4
	여성	(793)	55.0	48.2	45.8	42.1	39.7	36.4	31.9	30.3	26.6	26.4	29.8	20.2	14.9	15.0	14.4
연령	20대 이하	(128)	67.2	57.8	57.8	43.0	45.3	43.0	36.7	43.0	35.2	36.7	5.5	10.2	25.0	11.7	17.2
	30대	(308)	51.6	49.4	40.9	41.9	37.0	31.5	30.5	28.2	26.6	22.4	40.3	21.1	16.2	13.6	14.9
	40대	(396)	61.4	53.5	47.7	42.2	34.8	32.6	38.1	30.6	28.8	27.5	36.4	19.9	16.9	15.4	16.4
	50대 이상	(246)	53.7	43.5	53.3	52.0	48.8	51.6	26.0	34.6	29.3	31.3	4.9	22.8	10.6	22.0	10.2
방문목적	문화적 체험	(458)	50.0	46.3	47.4	47.8	48.9	44.3	30.8	31.4	28.8	27.9	17.5	19.7	16.2	14.8	14.6
	지식/교육	(319)	61.4	53.6	44.5	34.2	32.0	32.3	37.0	34.8	26.3	24.8	50.5	22.3	16.9	15.0	14.1
	여가/휴식	(281)	64.8	53.7	53.0	50.5	34.2	33.5	32.4	32.0	33.5	32.0	16.0	17.4	14.6	18.1	14.2
	단체/기타	(20)	65.0	55.0	60.0	45.0	40.0	40.0	30.0	15.0	15.0	25.0	5.0	15.0	30.0	25.0	30.0
방문빈도	1회	(119)	74.8	56.3	47.9	43.7	22.7	28.6	28.6	27.7	26.1	30.3	24.4	18.5	19.3	16.8	16.0
	2~3회	(431)	57.5	51.3	44.8	41.3	39.0	35.3	33.2	30.6	27.1	27.4	29.7	18.3	15.3	12.3	11.6
	4회 이상	(528)	53.6	48.7	51.1	47.2	44.5	42.0	33.9	34.7	31.3	28.0	24.6	21.2	16.3	18.8	16.9

2. 전시관 관람 시간

- 내국인 관람객의 국립중앙박물관 총 관람 시간 평균은 151.9분인 것으로 나타남
- 전시관별로 살펴보면, '기획전시관, 어린이박물관 등'이 68.8분으로 가장 많고, 다음으로 '상설전시관 1층'(56.1분) > '상설전시관 3층'(40.6분) > '상설전시관 2층'(40.5분) 순으로 나타남
- 차수별로 살펴보면 1차의 총 관람 시간이 2차 대비 30분 정도 더 긴 것으로 나타남
- 방문목적별로 살펴보면, '문화적 체험'이 목적일 때 관람시간이 더 긴 것으로 나타남
- 방문빈도별로 살펴보면, 빈도가 많을수록 관람시간이 더 긴 것으로 나타남

(n=1,078명, 단위: 분)



(n=1,078명, 단위: 분)

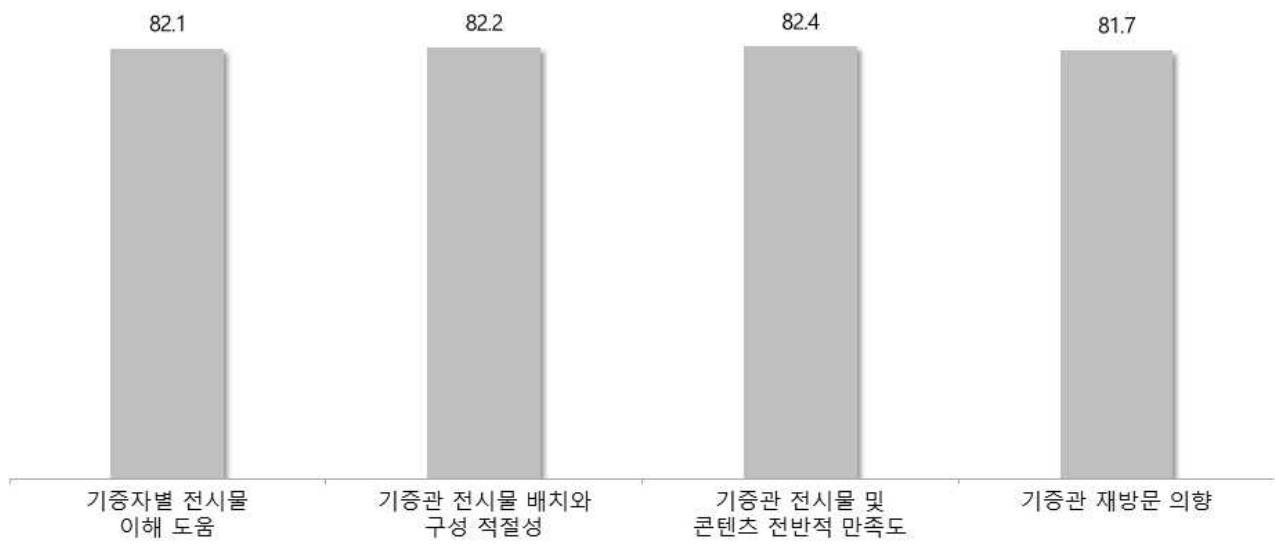
구 분		사례수 (명)	총 관람 시간	상설전시관 1층	상설전시관 2층	상설전시관 3층	기획전시관 /어린이박물관/ 야외전시장 등
전체		(1,078)	151.9	56.1	40.5	40.6	68.8
차수 별	1차	(510)	167.6	56.6	45.7	41.8	71.0
	2차	(568)	137.8	55.6	36.3	39.5	66.8
구분	현장	(319)	154.1	58.6	45.2	41.6	61.7
	온라인	(759)	150.9	54.8	37.8	40.2	71.9
성별	남성	(285)	147.4	54.7	40.1	41.9	61.4
	여성	(793)	153.5	56.6	40.7	40.1	71.1
연령	20대 이하	(128)	158.7	55.1	42.7	44.1	70.6
	30대	(308)	142.4	51.2	35.9	36.3	77.2
	40대	(396)	154.4	59.9	37.5	39.5	64.2
	50대 이상	(246)	156.1	55.5	48.3	45.0	63.9
방문 목적	문화적 체험	(458)	156.6	54.8	42.5	42.4	69.2
	지식/교육	(319)	148.5	56.8	36.2	37.9	75.1
	여가/휴식	(281)	148.1	57.4	41.5	40.6	61.9
	단체/기타	(20)	150.5	52.6	42.1	35.8	50.0
방문 빈도	1회	(119)	133.8	51.6	37.9	32.2	59.9
	2~3회	(431)	142.6	56.3	39.5	36.7	68.0
	4회 이상	(528)	163.5	57.1	42.0	45.0	71.2

3. 기증관 만족도 및 개선사항

1) 기증관 만족도

- 내국인 관람객의 기증관에 대한 만족도를 살펴보면,
 '기증관 전시물 및 콘텐츠 전반적 만족도'가 82.4점으로 가장 높고, 다음으로
 '기증관 전시물 배치와 구성 적절성'(82.2점) > '기증자별 전시물 이해 도움'(82.1점) >
 '기증관 재방문 의향'(81.7점) 순으로 나타남
- 기증관 전시물 및 콘텐츠 전반적 만족도를 응답자 특성별로 살펴보면,
 '여성', '20대 이하', '1회' 방문객에서 높게 나타남

(기증관 관람자 n=520명, 단위: 점)



(기증관 관람자 n=520명, 단위: 점)

구 분		사례수 (명)	기증자별 전시물 이해 도움	기증관 전시물 배치와 구성 적절성	기증관 전시물 및 콘텐츠 전반적 만족도	기증관 재방문 의향
전체		(520)	82.1	82.2	82.4	81.7
차수 별	1차	(243)	81.3	81.5	81.3	80.5
	2차	(277)	82.7	82.9	83.5	82.9
구분	현장	(173)	85.5	86.0	87.5	87.6
	온라인	(347)	80.3	80.3	79.9	78.8
성별	남성	(157)	81.1	80.5	80.1	80.6
	여성	(363)	82.5	83.0	83.4	82.2
연령	20대 이하	(74)	83.8	85.1	86.0	84.0
	30대	(126)	80.0	81.3	80.7	79.4
	40대	(189)	79.9	80.1	79.9	79.0
	50대 이상	(131)	86.1	84.5	85.8	86.6
방문 목적	문화적 체험	(217)	81.9	82.2	82.5	83.3
	지식/교육	(142)	80.9	81.6	81.3	79.0
	여가/휴식	(149)	83.6	83.3	83.8	82.4
	단체/기타	(12)	80.6	76.4	77.8	77.8
방문 빈도	1회	(57)	88.0	88.0	88.9	87.1
	2~3회	(193)	82.0	82.1	82.6	80.7
	4회 이상	(270)	80.9	81.0	81.0	81.3

2) 기증관 개선사항

- 기증관과 관련된 개선사항으로는 '자세한 설명 필요'가 43건(20.0%),
'다양한 콘텐츠 필요' 17건(7.9%), '짜임새 있는 구성 필요' 14건(6.5%) 등이 나타남
- '지금도 만족스러움'이라는 만족 의견도 18건(8.4%)으로 많이 나타남

(개선사항 응답자 n=215, 복수응답)

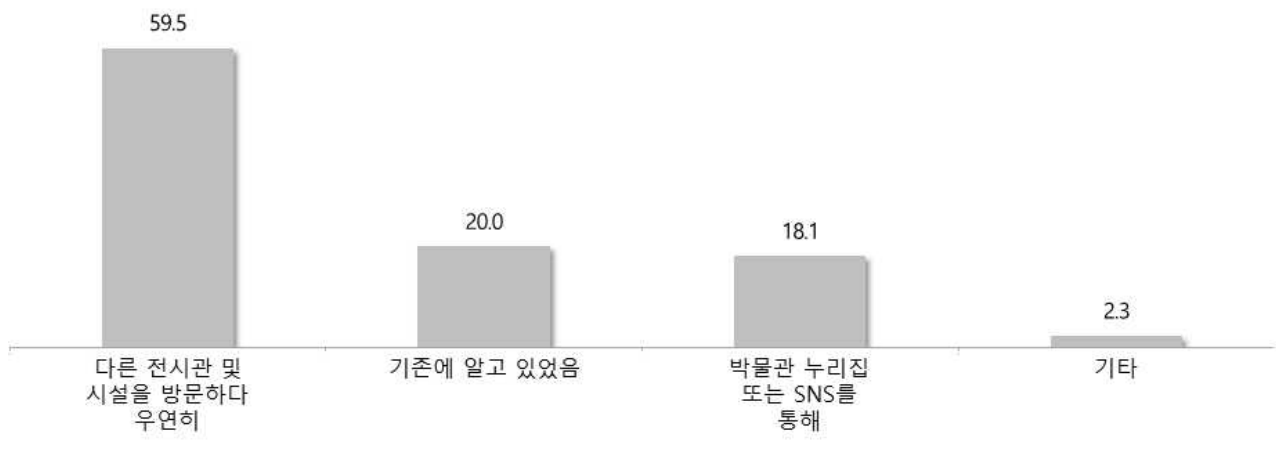
내용	사례수	비율(%)
자세한 설명 필요	43	20.0
지금도 만족스러움	18	8.4
다양한 콘텐츠 필요	17	7.9
짜임새 있는 구성 필요	14	6.5
테마별 분류 필요	12	5.6
주기적인 전시물 교체/전시물 관리 필요	12	5.6
다양한 특별전 필요	11	5.1
다양한 기증 필요	8	3.7
홍보 부족/홍보 활동 필요	7	3.3
카페 등 휴게공간 필요	6	2.8
체험 프로그램 활성화 필요	5	2.3
흥미로운 콘텐츠 필요	4	1.9
주제의식 부족	4	1.9
전시/관람 인원 조절 필요	4	1.9
관람 시 동선 개선 필요	4	1.9
일관성 있는 스토리 필요	3	1.4
관람방법에 대한 안내/서술 개선 필요	3	1.4
내/외부 환경 개선 필요	3	1.4
많은 작품 전시 필요	2	0.9
전시물품별 안내 필요	2	0.9
전시공간이 협소함	2	0.9
설명 문구 가시성 증대 필요	2	0.9
소수 기증 유물도 전시 필요	2	0.9
야외 그늘 부족	2	0.9

주) 상위 비율만 제시함

4. 디지털 실감 영상관 인지 경로

- 내국인 관람객의 디지털 실감 영상관의 인지 경로를 살펴보면,
‘다른 전시관 및 시설을 방문하다 우연히’가 59.5%로 가장 많고, 다음으로 ‘기존에 알고 있었음’(20.0%) > ‘박물관 누리집 또는 SNS를 통해’(18.1%) 등의 순으로 나타남
- 모든 응답자 특성별에서 ‘다른 전시관 및 시설을 방문하다 우연히’의 비율이 매우 높게 나타남

(디지털 실감 영상관 이용자 n=474명, 단위: %)



(디지털 실감 영상관 이용자 n=474명, 단위: %)

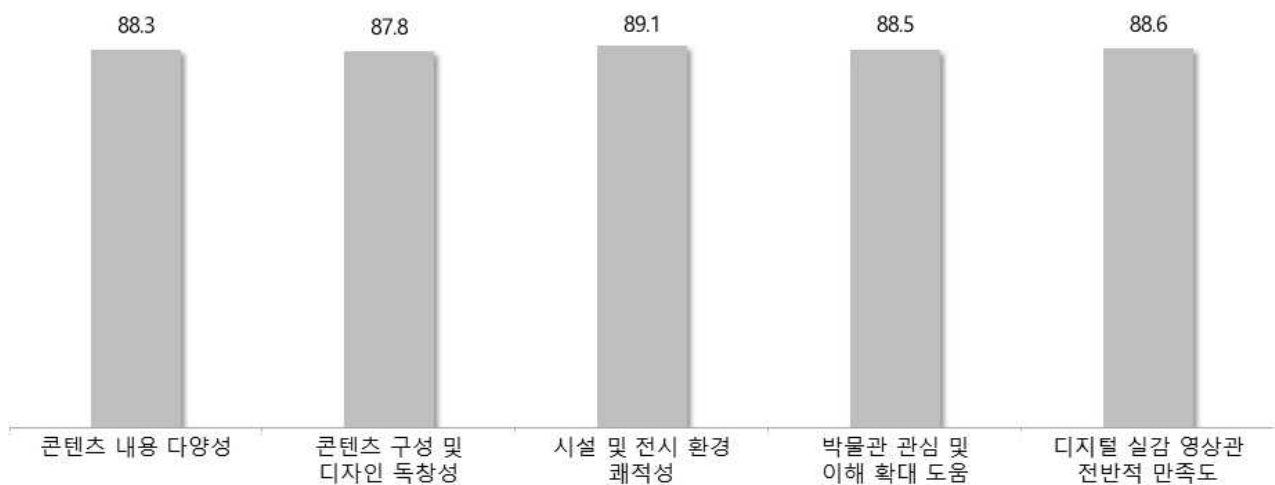
구 분		사례수 (명)	다른 전시관 및 시설을 방문하다 우연히	기존에 알고 있었음	박물관 누리집 또는 SNS를 통해	기타
전체		(474)	59.5	20.0	18.1	2.3
차수 별	1차	(217)	53.5	25.8	18.9	1.8
	2차	(257)	64.6	15.2	17.5	2.7
구분	현장	(151)	57.0	26.5	12.6	4.0
	온라인	(323)	60.7	17.0	20.7	1.5
성별	남성	(135)	63.7	17.8	16.3	2.2
	여성	(339)	57.8	20.9	18.9	2.4
연령	20대 이하	(61)	55.7	18.0	18.0	8.2
	30대	(122)	63.1	18.0	18.9	0.0
	40대	(191)	60.2	16.8	20.9	2.1
	50대 이상	(100)	56.0	30.0	12.0	2.0
방문 목적	문화적 체험	(189)	52.9	23.8	20.6	2.6
	지식/교육	(155)	64.5	12.9	20.0	2.6
	여가/휴식	(121)	65.3	24.0	9.9	0.8
	단체/기타	(9)	33.3	11.1	44.4	11.1
방문 빈도	1회	(50)	62.0	14.0	20.0	4.0
	2~3회	(185)	65.9	14.6	17.3	2.2
	4회 이상	(239)	54.0	25.5	18.4	2.1

5. 디지털 실감 영상관 만족도 및 개선사항

1) 디지털 실감 영상관 만족도

- 내국인 관람객의 디지털 실감 영상관 관련 만족도를 살펴보면,
'시설 및 전시 환경 쾌적성'이 89.1점으로 가장 높고, 다음으로 '디지털 실감 영상관 전반적 만족도'(88.6점) > '박물관 관심 및 이해 확대 도움'(88.5점) > '콘텐츠 내용 다양성'(88.3점) > '콘텐츠 구성 및 디자인 독창성'(87.8점) 순으로 나타남
- 응답자 특성별로 '디지털 실감 영상관 전반적 만족도'를 살펴보면,
성별로는 '여성', 연령별로는 '20대 이하', 방문목적별로는 '문화적 체험'/'지식/교육', 방문빈도별로는 '1회'에서 높게 나타남

(디지털 실감 영상관 이용자 n=474명, 단위: 점)



(디지털 실감 영상관 이용자 n=474명, 단위: 점)

구 분		사례수 (명)	콘텐츠 내용 다양성	콘텐츠 구성 및 디자인 독창성	시설 및 전시 환경 쾌적성	박물관 관심 및 이해 확대 도움	디지털 실감 영상관 전반적 만족도
전체		(474)	88.3	87.8	89.1	88.5	88.6
차수 별	1차	(217)	87.6	87.3	88.9	88.0	87.9
	2차	(257)	88.8	88.3	89.3	88.8	89.3
구분	현장	(151)	89.5	88.9	90.5	90.3	90.6
	온라인	(323)	87.7	87.4	88.5	87.6	87.7
성별	남성	(135)	87.0	86.8	88.4	87.5	87.2
	여성	(339)	88.7	88.2	89.4	88.8	89.2
연령	20대 이하	(61)	91.3	89.6	89.9	89.9	89.3
	30대	(122)	87.8	86.7	87.8	86.5	87.3
	40대	(191)	88.3	88.4	89.4	88.7	89.1
	50대 이상	(100)	86.8	87.0	89.8	89.5	89.0
방문 목적	문화적 체험	(189)	87.6	88.1	88.7	88.0	88.9
	지식/교육	(155)	89.5	88.4	89.4	89.5	88.9
	여가/휴식	(121)	88.3	87.3	89.7	88.3	88.4
	단체/기타	(9)	81.5	79.6	87.0	83.3	81.5
방문 빈도	1회	(50)	91.0	90.0	89.7	90.7	91.7
	2~3회	(185)	87.5	87.6	88.0	88.2	87.7
	4회 이상	(239)	88.3	87.6	89.9	88.2	88.7

2) 디지털 실감 영상관 개선사항

- 디지털 실감 영상관과 관련된 개선사항으로는 '증강현실' 14건(7.3%),
'체험 프로그램 활성화 필요' 8건(4.2%), '다양한 콘텐츠 필요'/'체험하는 느낌의 디지털
콘텐츠'/'현실적인 디지털 영상' 각7건(3.7%) 등이 나타남
- '지금도 만족스러움'이라는 만족 의견도 6건(3.1%)으로 나타남

(개선사항 응답자 n=191, 복수응답)

내용	사례수	비율(%)
증강현실	14	7.3
체험 프로그램 활성화 필요	8	4.2
다양한 콘텐츠 필요	7	3.7
체험하는 느낌의 디지털 콘텐츠	7	3.7
현실적인 디지털 영상	7	3.7
현대 역사	6	3.1
지금도 만족스러움	6	3.1
조선 궁궐 내 모습	5	2.6
시대별 콘텐츠 필요	5	2.6
흥미로운 콘텐츠 필요	4	2.1
독립 관련 콘텐츠	4	2.1
전쟁 관련 도구전 필요	3	1.6
유물의 복원모습	3	1.6
조선/각국의 임금들	3	1.6
정조의 화성행궁 행차	3	1.6
이해하기 쉬운 콘텐츠 필요	3	1.6
공예 세공/제작 과정	3	1.6

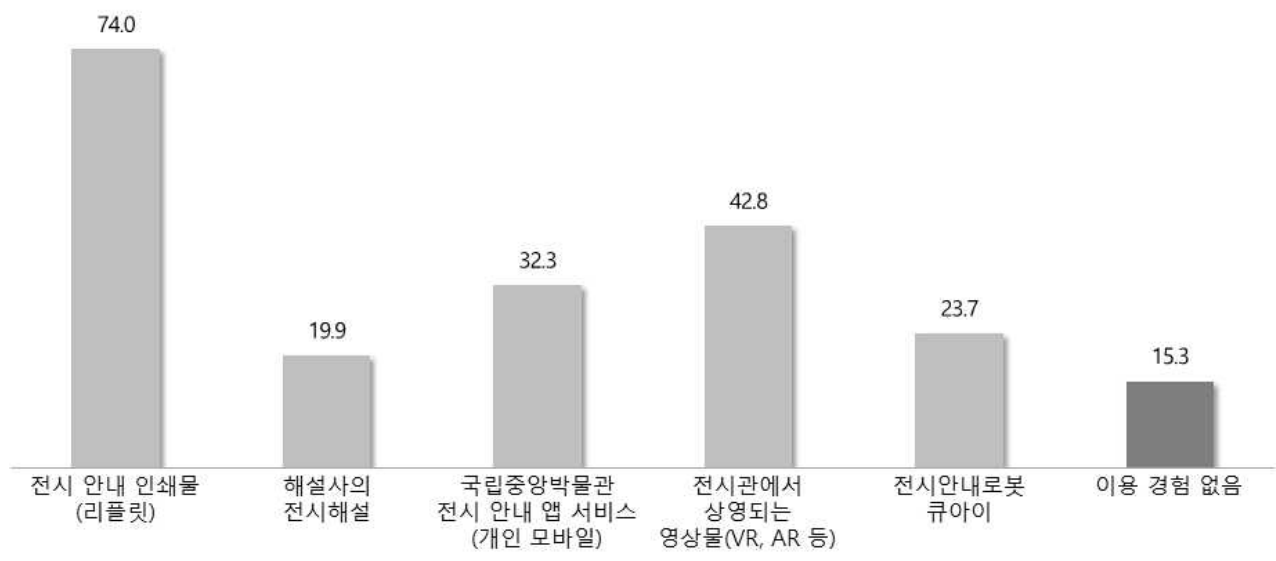
주) 없음/잘모름 제외, 상위 비율만 제시함.

6. 전시해설 지원항목 및 만족도

1) 전시해설 지원항목 이용 경험

- 박물관에서 제공되는 전시해설 지원항목 중에서 '전시 안내 인쇄물(리플릿)'이 74.0%로 가장 많고, 다음으로 '전시관에서 상영되는 영상물(VR, AR 등)'(42.8%) > '국립중앙박물관 전시 안내 앱 서비스(개인 모바일)'(32.3%) 등의 순으로 나타남
- 전체 응답자의 15.3%는 전시해설 지원항목을 이용한 경험이 없는 것으로 나타남
- 차수별, 구분별, 성별, 연령별, 방문빈도의 응답자 특성에서 '전시 안내 인쇄물(리플릿)'이 가장 많고, 다음으로 '전시관에서 상영되는 영상물(VR, AR 등)', '국립중앙박물관 전시 안내 앱 서비스(개인 모바일)' 순으로 이용하는 것으로 나타남

(n=1,078명, 복수응답 단위: %)



(n=1,078명, 복수응답 단위: %)

구 분		사례수 (명)	전시 안내 인쇄물 (리플릿)	해설사의 전시해설	국립중앙 박물관 전시 안내 앱 서비스(개인 모바일)	전시관에서 상영되는 영상물(VR, AR 등)	전시안내로 봇 큐아이	이용 경험 없음
전체		(1,078)	74.0	19.9	32.3	42.8	23.7	15.3
차수 별	1차	(510)	71.0	18.2	33.3	41.6	21.8	17.6
	2차	(568)	76.8	21.3	31.3	43.8	25.5	13.2
구분	현장	(319)	68.0	20.7	33.5	41.7	23.8	20.4
	온라인	(759)	76.5	19.5	31.8	43.2	23.7	13.2
성별	남성	(285)	71.6	19.6	33.7	39.3	17.5	19.3
	여성	(793)	74.9	19.9	31.8	44.0	26.0	13.9
연령	20대 이하	(128)	75.0	19.5	28.9	48.4	28.1	14.8
	30대	(308)	67.9	12.7	27.3	36.0	22.4	21.1
	40대	(396)	77.8	20.5	33.6	45.7	26.0	11.6
	50대 이상	(246)	75.2	28.0	38.2	43.5	19.5	14.2
방문 목적	문화적 체험	(458)	78.4	21.4	38.6	45.4	21.2	11.8
	지식/교육	(319)	75.2	20.7	27.9	44.5	28.8	13.5
	여가/휴식	(281)	65.8	15.3	26.3	36.3	21.7	22.8
	단체/기타	(20)	70.0	35.0	40.0	45.0	30.0	20.0
방문 빈도	1회	(119)	57.1	16.8	26.1	27.7	18.5	32.8
	2~3회	(431)	73.3	14.2	28.8	35.5	20.6	16.0
	4회 이상	(528)	78.4	25.2	36.6	52.1	27.5	10.8

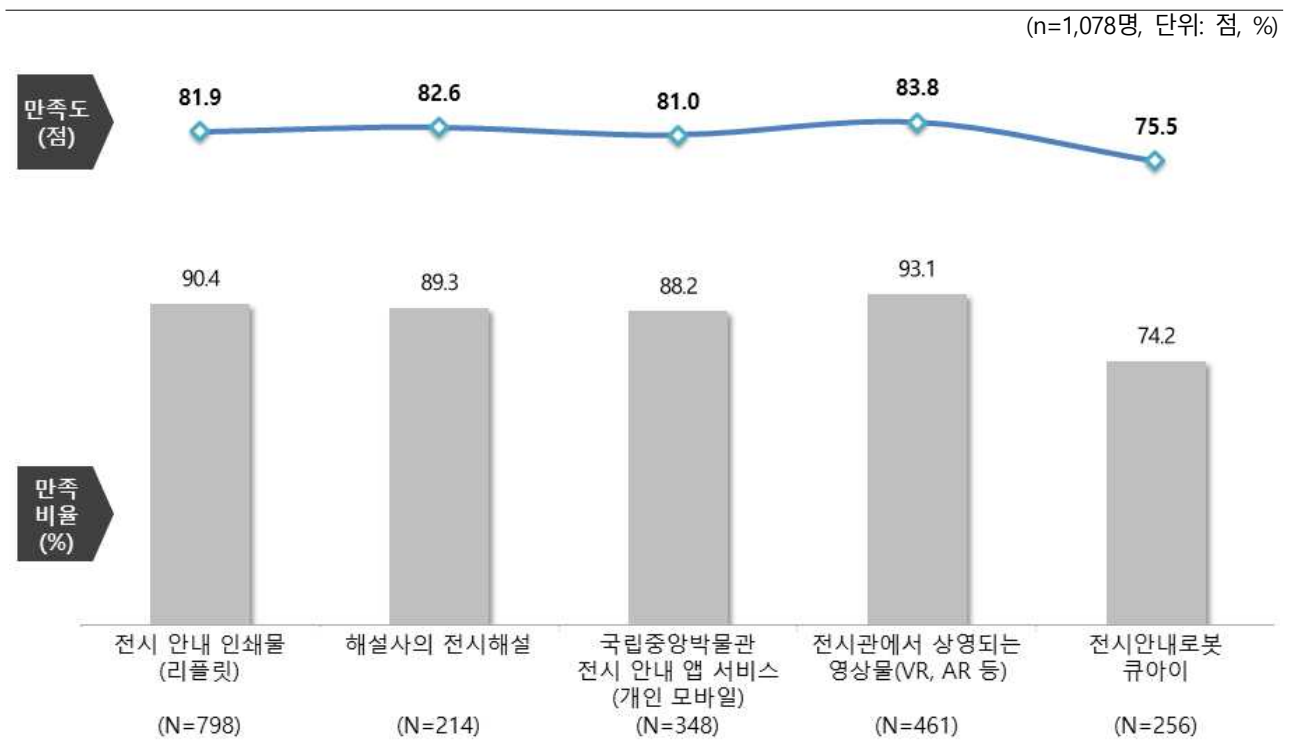
2) 이용 전시해설 지원항목 만족도

○ 이용한 전시해설 지원항목의 만족도는

'전시관에서 상영되는 영상물(VR, AR 등)'이 83.8점으로 가장 높으며, 다음으로 '해설사의 전시해설'(82.6점) > '전시 안내 인쇄물(리플릿)'(81.9점) > '국립중앙박물관 전시 안내 앱 서비스(개인 모바일)'(81.0점) > '전시안내로봇 큐아이'(75.5점) 순으로 나타남

○ 연령별로 살펴보면, 20대 이하와 50대 이상에서 모든 지원항목 관련 만족도가 높게 나타났으며, 방문빈도별로는 1회 방문 시의 '전시 안내 인쇄물(리플릿)', '해설사의 전시해설', '국립중앙박물관 전시 안내 앱 서비스(개인 모바일)', '전시관에서 상영되는 영상물(VR, AR 등)'의 만족도가 높게 나타남

○ '전시안내로봇 큐아이'의 경우 대부분의 응답자 특성에서 70점대로 낮게 나타남



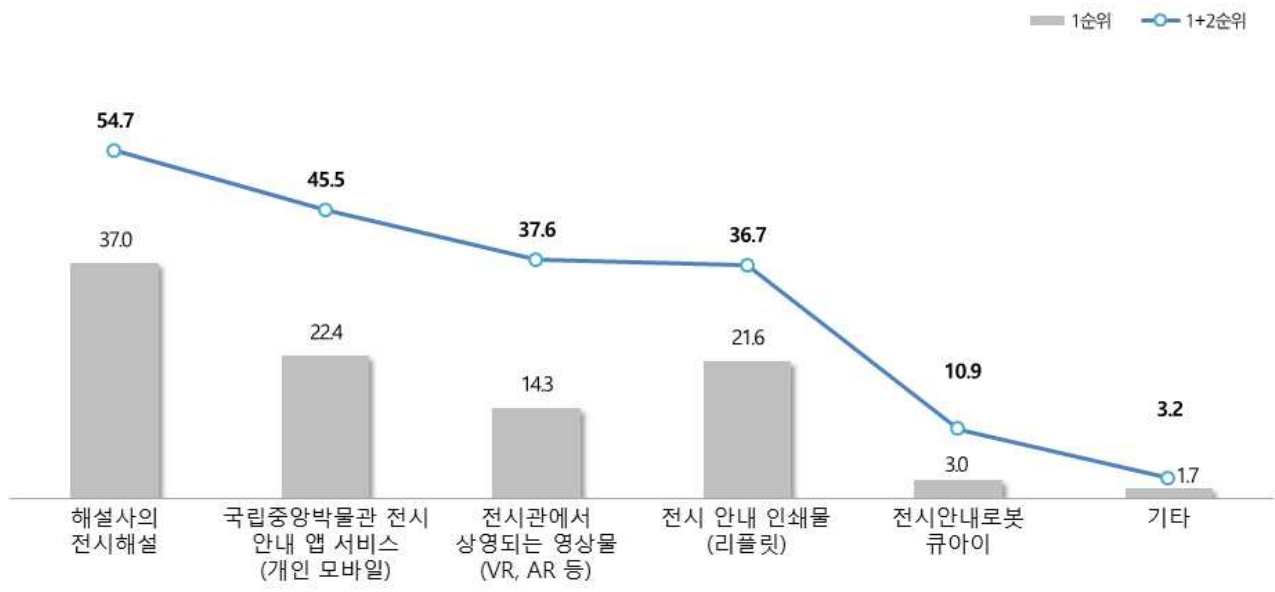
(n=1,078명, 단위: 점)

구 분		사례수 (명)	전시 안내 인쇄물 (리플릿)	해설사의 전시해설	국립중앙박물관 전시 안내 앱 서비스(개인 모바일)	전시관에서 상영되는 영상물 (VR, AR 등)	전시안내로봇 큐아이
전체		(1,078)	81.9	82.6	81.0	83.8	75.5
차수 별	1차	(510)	80.8	81.2	80.1	82.5	71.0
	2차	(568)	82.7	83.7	81.8	84.9	78.9
구분	현장	(319)	89.6	84.6	84.9	88.6	82.7
	온라인	(759)	78.9	81.8	79.3	81.9	72.4
성별	남성	(285)	81.9	83.9	81.3	82.1	80.3
	여성	(793)	81.8	82.2	80.9	84.3	74.3
연령	20대 이하	(128)	87.7	83.3	82.4	86.8	80.1
	30대	(308)	81.5	83.3	80.0	83.3	72.2
	40대	(396)	79.1	80.9	79.3	83.8	75.2
	50대 이상	(246)	83.9	84.1	83.7	82.6	77.1
방문 목적	문화적 체험	(458)	81.9	82.5	81.5	84.1	76.1
	지식/교육	(319)	81.1	82.6	80.1	83.0	75.5
	여가/휴식	(281)	82.9	84.1	80.9	84.8	73.2
	단체/기타	(20)	79.8	76.2	81.3	77.8	86.1
방문 빈도	1회	(119)	88.5	88.3	84.9	87.9	76.5
	2~3회	(431)	82.3	84.2	81.5	84.2	78.7
	4회 이상	(528)	80.4	81.1	80.1	83.1	73.3

3) 보완이 필요한 전시해설 지원항목

- 보완이 필요한 전시해설 지원항목은 '해설사의 전시해설'이 54.7%로 가장 많고, 다음으로 '국립중앙박물관 전시 안내 앱 서비스(개인 모바일)'(45.5%) > '전시관에서 상영되는 영상물(VR, AR 등)'(37.6%) 등의 순으로 나타남(1+2순위 기준)
- 모든 응답자 특성에서 '해설사의 전시해설'에 대한 개선 의견이 약 50.0%로 높게 나타남
- 연령별로 20대 이하는 '전시 안내 인쇄물(리플릿)'에 대한 개선 의견이 높게 나타남

(n=1,078명, 복수응답, 단위: %)

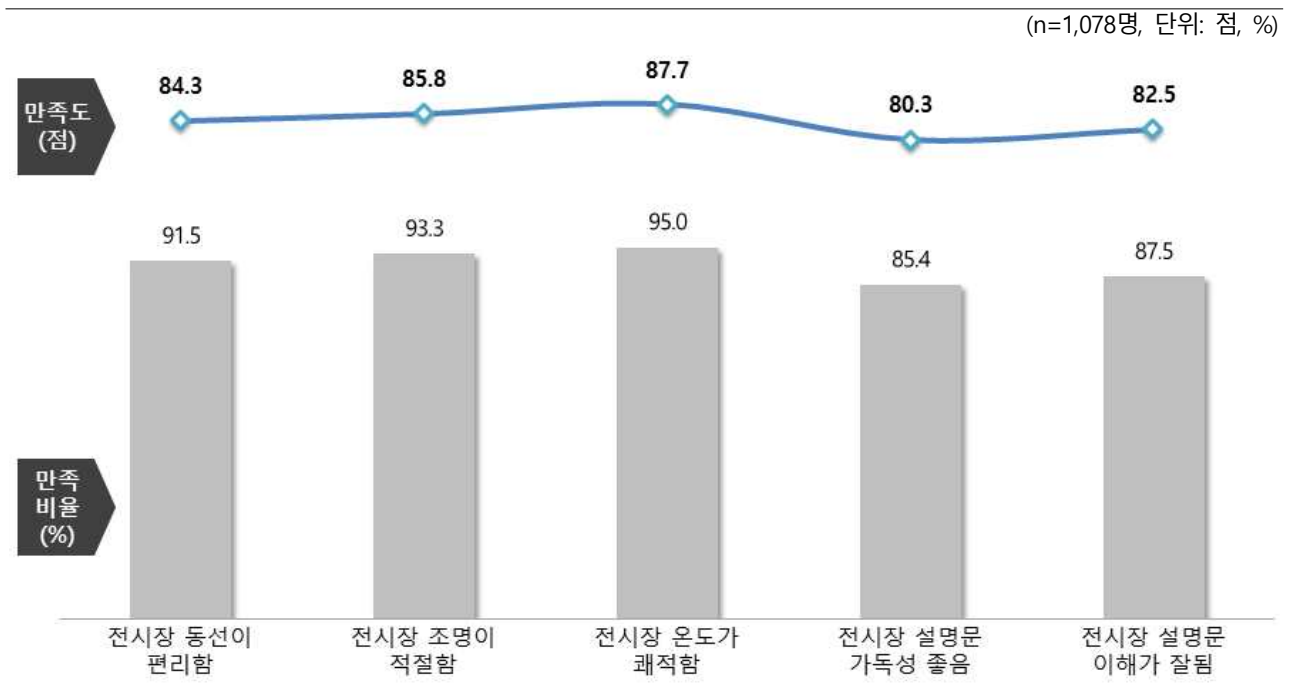


(n=1,078명, 1+2순위 기준, 복수응답, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	해설사의 전시해설	국립중앙 박물관 전시안내 앱 서비스(개인 모바일)	전시관에서 상영되는 영상물(VR, AR 등)	전시 안내 인쇄물 (리플릿)	전시안내로 봇 큐아이	기타
전체		(1,078)	54.7	45.5	37.6	36.7	10.9	3.2
차수 별	1차	(510)	54.7	46.1	34.5	37.6	10.4	4.1
	2차	(568)	54.8	44.9	40.3	35.9	11.4	2.5
구분	현장	(319)	53.3	44.5	32.9	46.1	10.3	3.8
	온라인	(759)	55.3	45.8	39.5	32.8	11.2	3.0
성별	남성	(285)	53.0	45.3	30.9	40.7	10.5	4.9
	여성	(793)	55.4	45.5	40.0	35.3	11.1	2.6
연령	20대 이하	(128)	48.4	37.5	35.2	50.8	12.5	6.3
	30대	(308)	52.9	46.1	36.4	32.8	14.9	3.6
	40대	(396)	56.3	49.0	43.2	27.5	9.6	2.5
	50대 이상	(246)	57.7	43.1	31.3	49.2	7.3	2.4
방문 목적	문화적 체험	(458)	54.4	46.3	33.2	40.6	9.8	3.9
	지식/교육	(319)	55.8	45.5	45.1	27.3	15.7	1.9
	여가/휴식	(281)	54.4	44.5	35.9	41.6	7.5	2.8
	단체/기타	(20)	50.0	40.0	40.0	30.0	10.0	15.0
방문 빈도	1회	(119)	52.9	42.9	31.9	42.9	15.1	4.2
	2~3회	(431)	55.0	43.2	39.0	37.4	11.4	2.1
	4회 이상	(528)	54.9	47.9	37.7	34.8	9.7	4.0

7. 전시 관람 환경 만족도

- 전시 관람 환경 만족도는 '전시장 온도가 쾌적함'이 87.7점으로 가장 높고, 다음으로 '전시장 조명이 적절함'(85.8점) > '전시장 동선이 편리함'(84.3점) > '전시장 설명문 이해가 잘됨'(82.5점) > '전시장 설명문 가독성 좋음'(80.3점) 순으로 나타남
- 연령별로 살펴보면, 20대 이하에서 모든 항목의 만족도가 높게 나타난 반면, 40대에서는 모든 항목의 만족도가 낮게 나타남
- 방문빈도별로 살펴보면, '1회' 방문의 경우가 '2회 이상' 방문 대비 환경에 대한 만족도가 높게 나타남



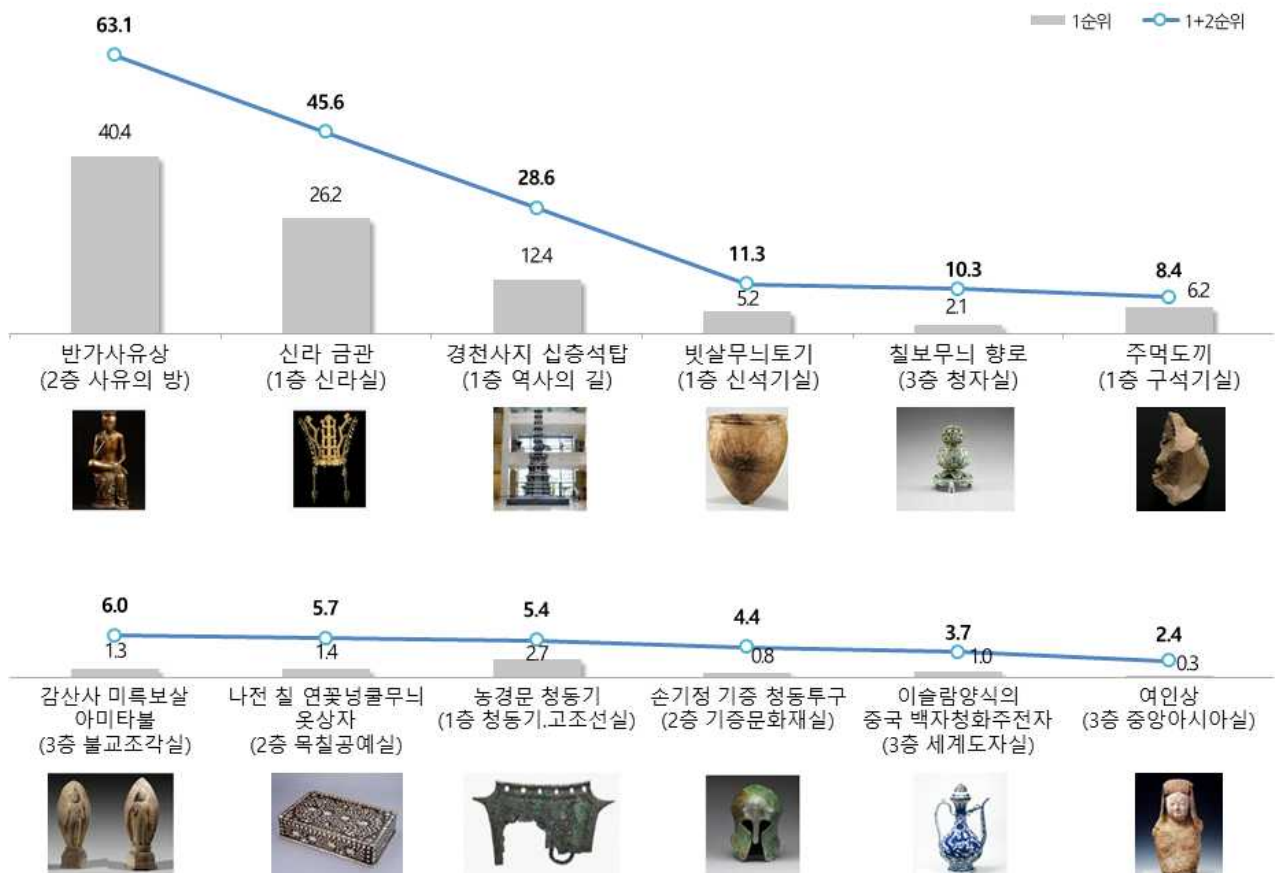
(n=1,078명, 단위: 점)

구 분		사례수 (명)	전시장 동선이 편리	전시장 조명이 적절	전시장 온도가 쾌적	전시장 설명문 가독성 좋음	전시장 설명문 이해가 잘됨
전체		(1,078)	84.3	85.8	87.7	80.3	82.5
차수 별	1차	(510)	84.4	85.4	87.6	79.6	81.8
	2차	(568)	84.2	86.2	87.8	81.0	83.1
구분	현장	(319)	88.5	88.9	90.2	84.5	87.3
	온라인	(759)	82.6	84.5	86.7	78.5	80.5
성별	남성	(285)	83.6	85.8	86.8	79.8	82.0
	여성	(793)	84.6	85.8	88.0	80.5	82.7
연령	20대 이하	(128)	87.0	89.1	90.6	83.7	88.4
	30대	(308)	83.5	86.1	86.9	79.7	81.0
	40대	(396)	82.7	84.6	86.9	79.5	80.0
	50대 이상	(246)	86.5	85.7	88.6	80.6	85.3
방문 목적	문화적 체험	(458)	83.2	84.9	88.3	78.4	82.7
	지식/교육	(319)	85.0	86.4	87.8	80.9	80.7
	여가/휴식	(281)	85.6	86.6	87.0	82.9	84.4
	단체/기타	(20)	82.5	86.7	81.7	79.2	80.0
방문 빈도	1회	(119)	87.3	89.1	89.1	84.5	85.4
	2~3회	(431)	83.9	85.2	87.1	80.5	81.5
	4회 이상	(528)	84.0	85.6	87.9	79.3	82.6

8. 기억에 남는 전시 유물

- 박물관 전시 유물 중 다시 보고 싶거나 높이 평가하는 유물은 '반가사유상'이 63.1%로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 '신라 금관'(45.6%) > '경천사지 십층석탑'(28.6%) > '빗살무늬토기'(11.3%) 등의 순으로 나타남
- '손기정 기증 청동투구'와 '이슬람양식의 중국 백자청화주전자', '여인상'은 각각 5.0% 미만으로 상대적으로 낮음
- 성별로는 남성, 연령별로는 50대 이상, 방문목적별로는 여가/휴식, 방문빈도별로는 4회 이상에서 기억에 남는 전시 유물로 '반가사유상'이라고 응답한 비율이 높게 나타남

(n=1,078명, 복수응답, 단위: %)



(n=1,078명, 1+2순위 기준, 복수응답, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	반가 사유 상	신라 금관	경천 사지 십층 석탑	빗살 무늬 토기	칠보 무늬 향로	주먹 도끼	감산사 미륵 보살 아미 타불	나전 칠 연꽃 넙쿨 무늬 옷상자	농경문 청동기	손기정 기증 청동 투구	이슬람 양식의 중국 백자청 화주 전자	여인상
전체		(1,078)	63.1	45.6	28.6	11.3	10.3	8.4	6.0	5.7	5.4	4.4	3.7	2.4
차수별	1차	(510)	66.5	48.0	25.7	10.4	12.0	6.7	5.7	6.9	3.9	4.1	3.5	1.6
	2차	(568)	60.0	43.5	31.2	12.1	8.8	10.0	6.3	4.6	6.7	4.6	3.9	3.2
구분	현장	(319)	64.9	48.9	31.7	8.2	8.8	9.4	2.8	6.3	5.6	4.7	2.5	0.9
	온라인	(759)	62.3	44.3	27.3	12.6	10.9	8.0	7.4	5.4	5.3	4.2	4.2	3.0
성별	남성	(285)	68.4	45.3	24.6	8.8	7.7	9.5	8.8	2.8	4.6	7.0	4.2	2.8
	여성	(793)	61.2	45.8	30.0	12.2	11.2	8.1	5.0	6.7	5.7	3.4	3.5	2.3
연령	20대 이하	(128)	57.0	41.4	29.7	10.9	7.0	18.0	7.0	6.3	7.0	6.3	2.3	2.3
	30대	(308)	57.8	47.1	31.8	14.0	9.1	7.1	3.9	3.9	6.2	3.6	4.2	3.6
	40대	(396)	63.6	46.2	29.5	11.1	11.1	8.3	5.6	4.8	5.1	5.3	3.8	1.8
	50대 이상	(246)	72.0	45.1	22.4	8.5	12.2	5.3	8.9	8.9	4.1	2.8	3.7	2.0
방문목적	문화적 체험	(458)	67.0	38.6	28.2	9.0	12.7	5.7	8.3	7.4	5.7	5.2	4.1	3.1
	지식/교육	(319)	53.3	52.4	33.2	16.9	9.1	10.3	4.7	2.8	4.4	3.4	3.4	1.9
	여가/휴식	(281)	68.0	48.8	24.2	8.5	8.2	10.7	4.3	5.7	5.7	3.9	3.6	2.1
	단체/기타	(20)	60.0	55.0	25.0	15.0	5.0	10.0	0.0	10.0	10.0	5.0	0.0	0.0
방문빈도	1회	(119)	53.8	51.3	32.8	12.6	8.4	7.6	5.0	7.6	5.0	5.9	0.8	5.0
	2~3회	(431)	58.5	44.3	30.4	13.5	9.3	11.4	4.9	6.3	4.9	5.8	3.7	1.9
	4회 이상	(528)	68.9	45.5	26.1	9.3	11.6	6.3	7.2	4.7	5.9	2.8	4.4	2.3

9. 고객 VOC(국립중앙박물관 관련 의견)

- 내국인 관람객의 489명(45.4%)가 국립중앙박물관 관련 의견을 제시함
- 고객 VOC로 '지금도 만족스러움' 의견이 51건(10.4%)으로 가장 많은 것으로 나타남
- 개선사항으로는 '다양한 콘텐츠 필요' 49건(10.0%), '카페 등 휴게공간 필요' 34건(7.0%), '체험 프로그램 활성화 필요' 25건(5.1%), '홍보 부족/홍보 활동 필요' 20건(4.1%) 등이 나타남

(개선사항 응답자 n=489, 복수응답)

내용	사례수	비율(%)
지금도 만족스러움	51	10.4
다양한 콘텐츠 필요	49	10.0
카페 등 휴게공간 필요	34	7.0
체험 프로그램 활성화 필요	25	5.1
홍보 부족/홍보 활동 필요	20	4.1
시설물 관련 안내 부족	17	3.5
식당 부족	16	3.3
관람방법에 대한 안내/서술 개선 필요	15	3.1
내/외부 환경 개선 필요	15	3.1
자세한 설명 필요	14	2.9
의자/벤치 부족	14	2.9
관람 시 동선 개선 필요	12	2.5
주기적인 전시물 교체/전시물 관리 필요	11	2.2
주차장 이용 불편	11	2.2
전시/관람 인원 조절 필요	10	2.0
예약 시스템 개선 필요	10	2.0
본연의 목적에 맞게만 사용했으면	10	2.0
주차요금 비쌈	8	1.6
다양한 루트의 역사해설 필요	8	1.6
설명 문구 가시성 증대 필요	7	1.4
해설사 증원 필요	7	1.4
친절한 응대 필요	6	1.2
야외 그늘 부족	6	1.2
많은 작품 전시 필요	5	1.0
전시공간이 협소함	5	1.0
시설물 관리 필요	5	1.0
식당 메뉴 개선 필요	5	1.0
편의시설 부족	5	1.0

주) 상위 비율만 제시함.

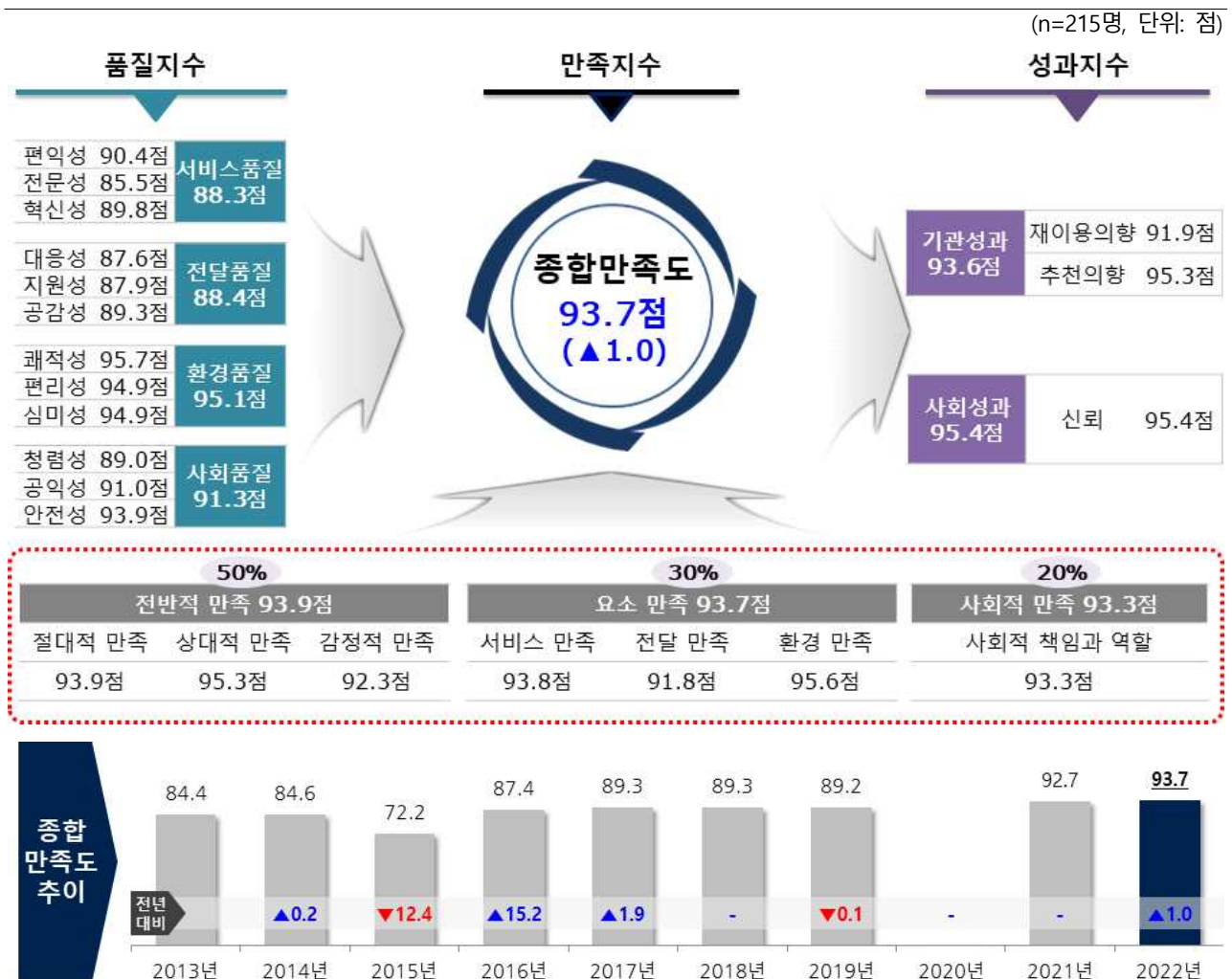
제4장. 외국인 관람객 조사 결과

제1절 전시·서비스 만족도 평가

1. 외국인 관람객 종합만족도

1) 종합만족도(PCSI)

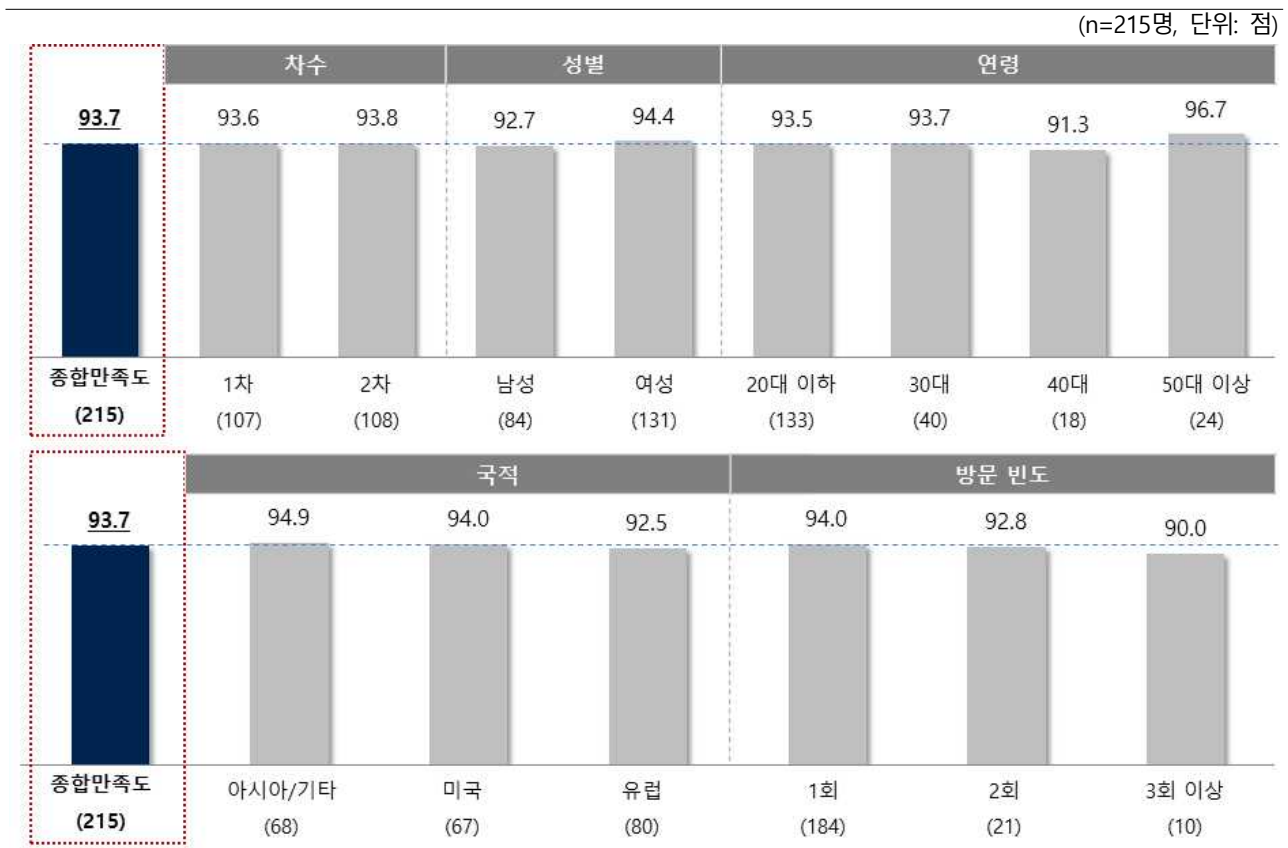
- 2022년 국립중앙박물관 외국인 관람객 종합만족도(PCSI)는 93.7점으로 2021년 92.7점 대비 +1.0점 상승함
- 종합만족도를 구성하는 만족지수는 [전반적 만족] 93.9점 > [요소 만족] 93.7점 > [사회적 만족] 93.3점 순으로 조사됨
- 품질지수는 [환경 품질]이 95.1점으로 가장 높으며, [사회 품질] 91.3점 > [전달 품질] 88.4점 > [서비스 품질] 88.3점 순이며, 세부 항목별로 '쾌적성'이 95.7점으로 가장 높은 반면, '전문성'은 85.5점으로 가장 낮음



*2020년에는 코로나19로 인해 외국인 관람객 조사 유형이 제외됨

2) 응답자 특성별 종합만족도

- 차수별로는 '2차'가 93.8점으로 '1차'(93.6점) 대비 높게 나타남
- 성별로 '여성'이 94.4점으로 '남성'(92.7점) 대비 높게 나타남
- 연령별로 '50대 이상'이 96.7점으로 가장 높고, 다음으로 '30대'(93.7점) > '20대 이하'(93.5점) > '40대'(91.3점) 순으로 나타남
- 국적별로는 '아시아/기타'가 94.9점으로 가장 높고, 다음으로 '미국'(94.0점) > '유럽'(92.5점) 순으로 나타남
- 방문 빈도별로는 '1회'가 94.0점으로 가장 높고, 다음으로 '2회'(92.8점) > '3회 이상'(90.0점) 순으로 나타남



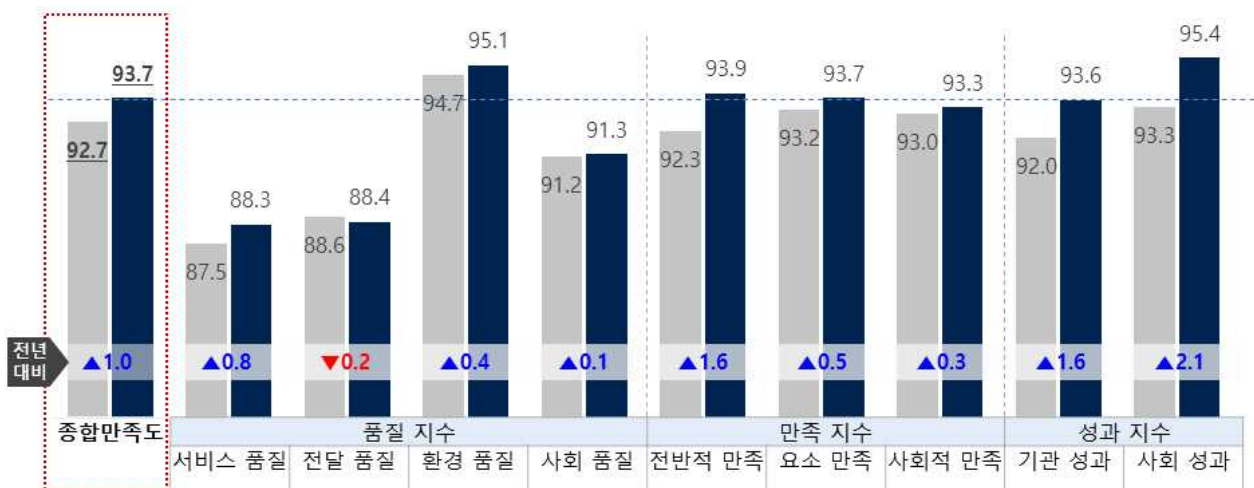
2. 구성 요소별 결과

1) 차원만족도

- 차원 만족도 분석 결과, 품질 지수 중 [환경 품질]이 95.1점으로 가장 높고, 다음으로 [사회 품질](91.3점) > [전달 품질](88.4점) > [서비스 품질](88.3점) 순으로 나타남
- 전년 대비 [전달 품질]을 제외한 모든 품질 지수가 상승한 가운데, 특히 [서비스 품질] 지수가 +0.8점 가장 큰 폭으로 상승함
- 만족 지수 중 [전반적 만족]이 93.9점으로 가장 높고, 다음으로 [요소 만족](93.7점) > [사회적 만족](93.3점) 순으로 나타남
- 전년 대비 모든 만족 지수가 상승한 가운데, 특히 [전반적 만족]이 +1.6점 가장 큰 폭으로 상승함
- 성과 지수에서는 [사회 성과]가 95.4점으로 [기관 성과](93.6점) 대비 높게 나타남
- 전년 대비 모든 성과 지수가 상승한 가운데, 특히 [사회 성과]가 +2.1점 큰 폭으로 상승함

(n=215명, 단위: 점)

■ 2021년 ■ 2022년



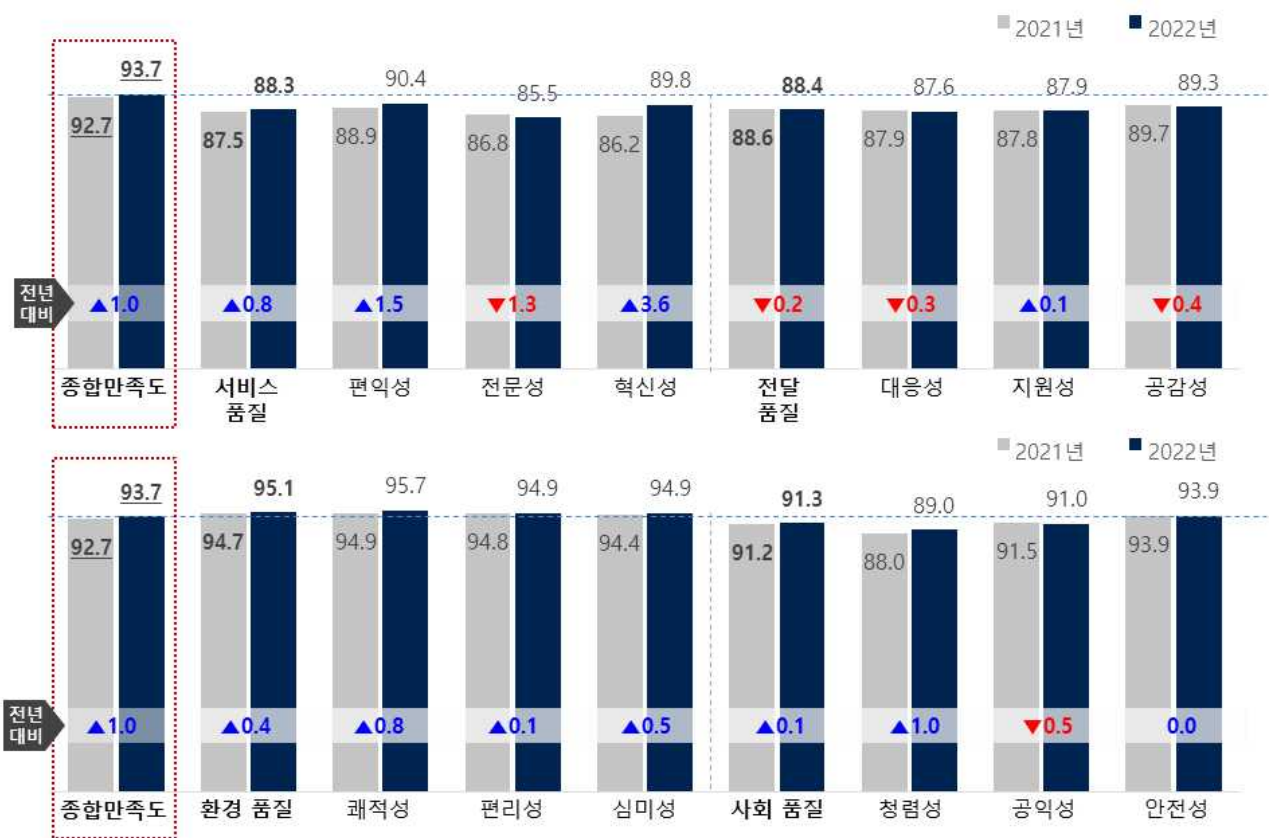
(n=215명, 단위: 점)

구 분		사례수 (명)	종합 만족도	품질 지수				만족 지수			성과 지수	
				서비스 품질	전달 품질	환경 품질	사회 품질	전반적 만족	요소 만족	사회적 만족	기관 성과	사회 성과
전체		(215)	93.7	88.3	88.4	95.1	91.3	93.9	93.7	93.3	93.6	95.4
차수	1차	(107)	93.6	90.0	89.5	95.2	91.3	93.8	93.5	93.1	94.1	96.0
	2차	(108)	93.8	86.7	87.3	94.9	91.3	93.9	94.0	93.5	93.1	94.9
성별	남성	(84)	92.7	87.1	86.7	95.2	90.1	92.5	92.6	93.3	92.2	94.4
	여성	(131)	94.4	89.1	89.5	95.0	92.1	94.7	94.4	93.4	94.5	96.1
연령	20대 이하	(133)	93.5	87.9	88.3	94.6	91.0	93.6	93.7	93.0	93.1	94.7
	30대	(40)	93.7	88.2	88.7	95.1	92.2	93.5	93.5	94.6	94.2	96.7
	40대	(18)	91.3	87.2	85.6	93.7	85.8	92.3	91.4	88.9	92.6	94.4
	50대 이상	(24)	96.7	92.1	90.7	98.5	95.4	97.0	96.3	96.5	96.2	97.9
국적	아시아/기타	(68)	94.9	90.0	90.6	95.9	93.2	95.5	94.6	93.6	96.3	96.6
	미국	(67)	94.0	89.8	87.8	94.9	92.3	93.8	93.9	94.8	94.0	96.3
	유럽	(80)	92.5	85.7	87.0	94.5	88.8	92.5	92.8	91.9	90.9	93.8
방문도	1회	(184)	94.0	88.5	88.5	95.3	91.8	94.2	93.9	93.8	93.3	95.4
	2회	(21)	92.8	89.0	87.3	95.4	91.0	92.6	92.6	93.7	96.0	96.8
	3회 이상	(10)	90.0	84.0	89.0	89.3	82.2	90.0	93.3	85.0	94.2	93.3

2) 품질지수

- 품질 지수는 [환경 품질]이 95.1점으로 가장 높고, 다음으로 [사회 품질](91.3점) > [전달 품질](88.4점) > [서비스 품질](88.3점) 순으로 나타남
- 전년 대비 [전달 품질]을 제외한 모든 품질 지수가 상승한 가운데, 특히 [서비스 품질]이 +0.8점 가장 큰 폭으로 상승함
- [서비스 품질]의 경우 '편익성'이 90.4점으로 가장 높고, 다음으로 '혁신성'(89.8점) > '전문성'(85.5점) 순으로 나타남
- [전달 품질]의 경우 '공감성'이 89.3점으로 가장 높고, 다음으로 '지원성'(87.9점) > '대응성'(87.6점) 순으로 나타남
- [환경 품질]의 경우 '쾌적성'이 95.7점으로 가장 높고, 다음으로 '편리성'/'심미성'(각각 94.9점) 순으로 나타남
- [사회 품질]의 경우 '안전성'이 93.9점으로 가장 높고, 다음으로 '공익성'(91.0점) > '청렴성'(89.0점) 순으로 나타남
- 전년 대비 [서비스 품질]의 '혁신성'이 +3.6점 가장 큰 폭으로 상승한 반면, [서비스 품질]의 '전문성'은 -1.3점 가장 큰 폭으로 하락함

(n=215명, 단위: 점)

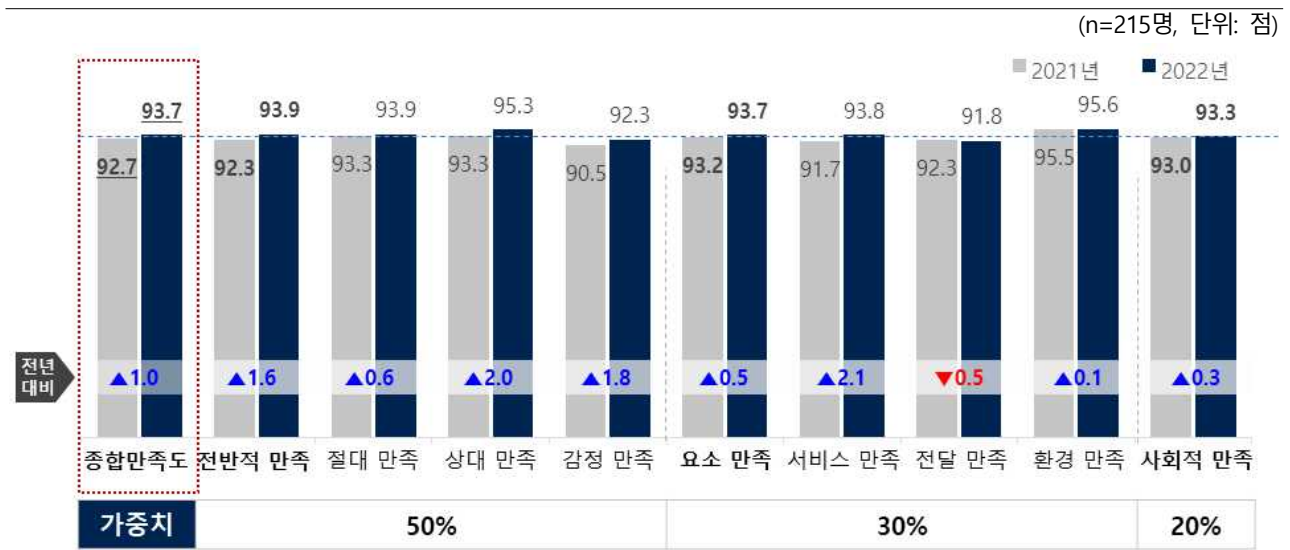


(n=215명, 단위: 점)

구 분		사례 수 (명)	종합 만족 도	서비스 품질	편 의 성	전문 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		(215)	93.7	88.3	90.4	85.5	89.8	88.4	87.6	87.9	89.3	95.1	95.7	94.9	94.9	91.3	89.0	91.0	93.9
차 수	1차	(107)	93.6	90.0	91.8	87.5	91.4	89.5	89.1	88.7	90.5	95.2	95.3	95.5	94.9	91.3	89.4	90.8	93.6
	2차	(108)	93.8	86.7	89.0	83.6	88.1	87.3	86.1	87.2	88.0	94.9	96.1	94.3	94.9	91.3	88.6	91.2	94.1
성 별	남성	(84)	92.7	87.1	89.2	84.4	88.3	86.7	86.9	85.5	87.8	95.2	95.6	94.9	95.2	90.1	87.3	90.3	92.7
	여성	(131)	94.4	89.1	91.2	86.3	90.7	89.5	88.0	89.5	90.2	95.0	95.8	94.8	94.7	92.1	90.1	91.5	94.7
연 령	20대 이하	(133)	93.5	87.9	90.0	84.8	89.7	88.3	88.1	87.3	89.4	94.6	95.5	95.0	93.9	91.0	88.8	90.7	93.5
	30대	(40)	93.7	88.2	91.5	84.4	89.2	88.7	86.7	89.2	89.2	95.1	95.4	93.8	96.3	92.2	90.0	91.7	95.0
	40대	(18)	91.3	87.2	88.9	86.1	86.1	85.6	84.3	87.0	84.7	93.7	93.5	92.1	95.4	85.8	82.4	84.3	90.7
	50대 이상	(24)	96.7	92.1	92.4	91.0	93.8	90.7	88.9	90.3	92.0	98.5	99.3	98.3	98.3	95.4	93.1	96.5	96.5
국 제 적	아시아/기타	(68)	94.9	90.0	91.5	88.4	90.2	90.6	90.2	91.3	90.2	95.9	96.1	95.5	96.2	93.2	91.9	93.1	94.6
	미국	(67)	94.0	89.8	92.0	86.8	91.3	87.8	86.3	86.9	89.3	94.9	95.5	94.2	95.4	92.3	90.3	92.0	94.5
	유럽	(80)	92.5	85.7	88.1	82.1	88.1	87.0	86.5	85.9	88.4	94.5	95.6	95.0	93.4	88.8	85.4	88.3	92.7
부 대 회	1회	(184)	94.0	88.5	90.5	86.1	89.3	88.5	87.7	88.4	89.0	95.3	96.2	95.0	95.3	91.8	89.7	91.5	94.3
	2회	(21)	92.8	89.0	92.5	84.5	91.3	87.3	87.3	84.5	90.1	95.4	96.0	96.4	94.0	91.0	87.3	91.3	94.4
	3회 이상	(10)	90.0	84.0	85.0	77.5	95.0	89.0	86.7	86.7	92.5	89.3	86.7	90.0	90.0	82.2	80.0	81.7	85.0

3) 만족지수

- 만족지수를 살펴보면, [전반적 만족]이 93.9점으로 가장 높고, 다음으로 [요소 만족](93.7점) > [사회적 만족](93.3점) 순으로 나타남
- 전년 대비 모든 만족지수가 상승한 가운데, 특히 [전반적 만족]이 +1.6점 가장 큰 폭으로 상승함
- 세부 항목별로는 '환경 만족'이 95.6점으로 가장 높은 반면, '전달 만족'은 91.8점으로 가장 낮게 나타남
- 전년 대비 [요소 만족]의 '서비스 만족'이 +2.1점 가장 큰 폭으로 상승한 반면, [요소 만족]의 '전달 만족'은 -0.5점 하락

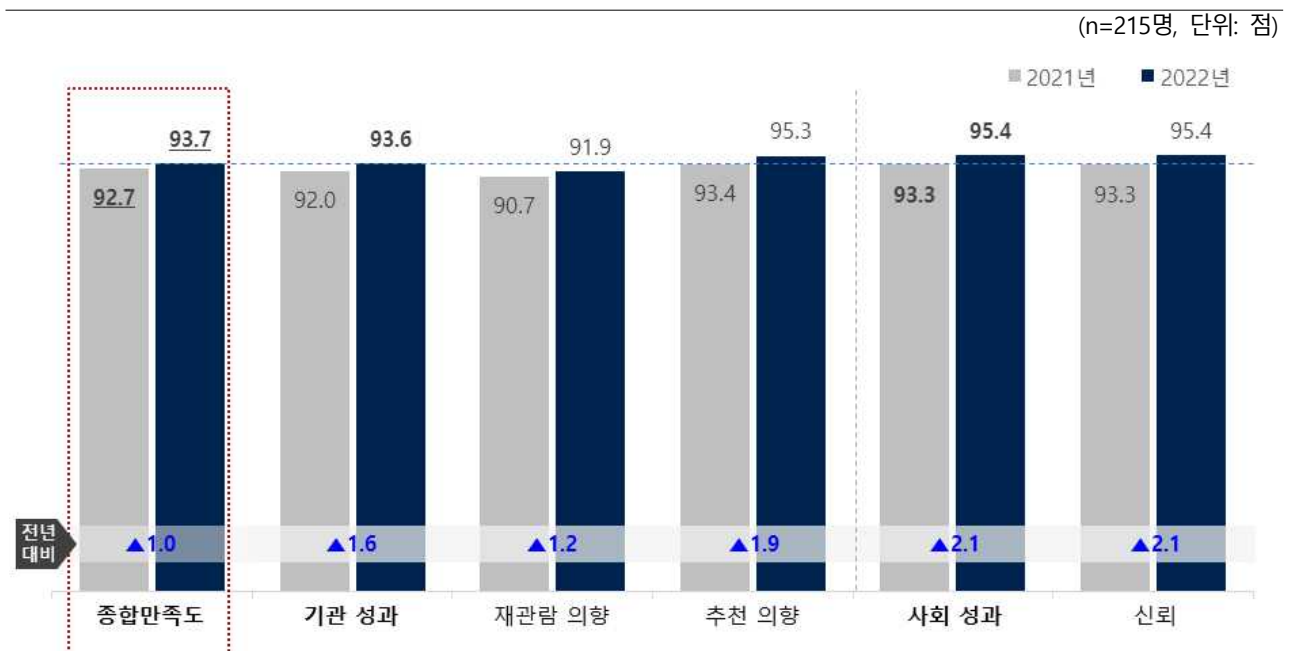


(n=215명, 단위: 점)

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		(215)	93.7	93.9	93.9	95.3	92.3	93.7	93.8	91.8	95.6	93.3
차수	1차	(107)	93.6	93.8	94.4	95.3	91.7	93.5	93.6	91.6	95.2	93.1
	2차	(108)	93.8	93.9	93.4	95.4	92.9	94.0	94.0	92.0	96.0	93.5
성별	남성	(84)	92.7	92.5	92.9	94.2	90.3	92.6	92.5	89.7	95.6	93.3
	여성	(131)	94.4	94.7	94.5	96.1	93.6	94.4	94.7	93.1	95.5	93.4
연령	20대 이하	(133)	93.5	93.6	93.5	95.1	92.2	93.7	94.0	91.7	95.2	93.0
	30대	(40)	93.7	93.5	93.8	95.4	91.3	93.5	92.5	92.1	95.8	94.6
	40대	(18)	91.3	92.3	91.7	94.4	90.7	91.4	92.6	88.0	93.5	88.9
	50대 이상	(24)	96.7	97.0	97.9	97.2	95.8	96.3	95.8	94.4	98.6	96.5
국적	아시아/기타	(68)	94.9	95.5	95.8	95.8	94.9	94.6	94.1	93.6	96.1	93.6
	미국	(67)	94.0	93.8	94.3	95.8	91.3	93.9	94.5	91.5	95.8	94.8
	유럽	(80)	92.5	92.5	91.9	94.6	91.0	92.8	92.9	90.4	95.0	91.9
방문도	1회	(184)	94.0	94.2	94.2	95.7	92.8	93.9	93.8	92.0	95.7	93.8
	2회	(21)	92.8	92.6	92.1	93.7	92.1	92.6	93.7	88.1	96.0	93.7
	3회 이상	(10)	90.0	90.0	91.7	93.3	85.0	93.3	93.3	95.0	91.7	85.0

4) 성과지수

- 성과 지수를 살펴보면, [사회 성과]가 95.4점으로 [기관 성과](93.6점) 대비 높게 나타남
- 전년 대비 [기관 성과]와 [사회 성과]는 각각 +1.6점, +2.1점 상승함
- 기관 성과 내에서는 '추천 의향'이 95.3점으로 '재관람 의향'(91.9점) 대비 높게 나타남
- 사회 성과 내에서는 '신뢰'가 95.4점으로 높게 나타남
- 전년 대비 성과 지수 내 모든 항목이 상승한 가운데, 특히 [사회 성과]의 '신뢰'가 +2.1점 가장 큰 폭으로 상승함



(n=215명, 단위: 점)

구 분		사례수 (명)	종합 만족도	기관 성과	재관람 의향	추천 의향	사회 성과	신뢰
전체		(215)	93.7	93.6	91.9	95.3	95.4	95.4
차수	1차	(107)	93.6	94.1	92.2	96.0	96.0	96.0
	2차	(108)	93.8	93.1	91.5	94.8	94.9	94.9
성별	남성	(84)	92.7	92.2	89.1	95.2	94.4	94.4
	여성	(131)	94.4	94.5	93.6	95.4	96.1	96.1
연령	20대 이하	(133)	93.5	93.1	91.5	94.7	94.7	94.7
	30대	(40)	93.7	94.2	92.1	96.3	96.7	96.7
	40대	(18)	91.3	92.6	90.7	94.4	94.4	94.4
	50대 이상	(24)	96.7	96.2	94.4	97.9	97.9	97.9
국적	아시아/기타	(68)	94.9	96.3	95.8	96.8	96.6	96.6
	미국	(67)	94.0	94.0	91.8	96.3	96.3	96.3
	유럽	(80)	92.5	90.9	88.5	93.3	93.8	93.8
방문도	1회	(184)	94.0	93.3	91.5	95.1	95.4	95.4
	2회	(21)	92.8	96.0	94.4	97.6	96.8	96.8
	3회 이상	(10)	90.0	94.2	93.3	95.0	93.3	93.3

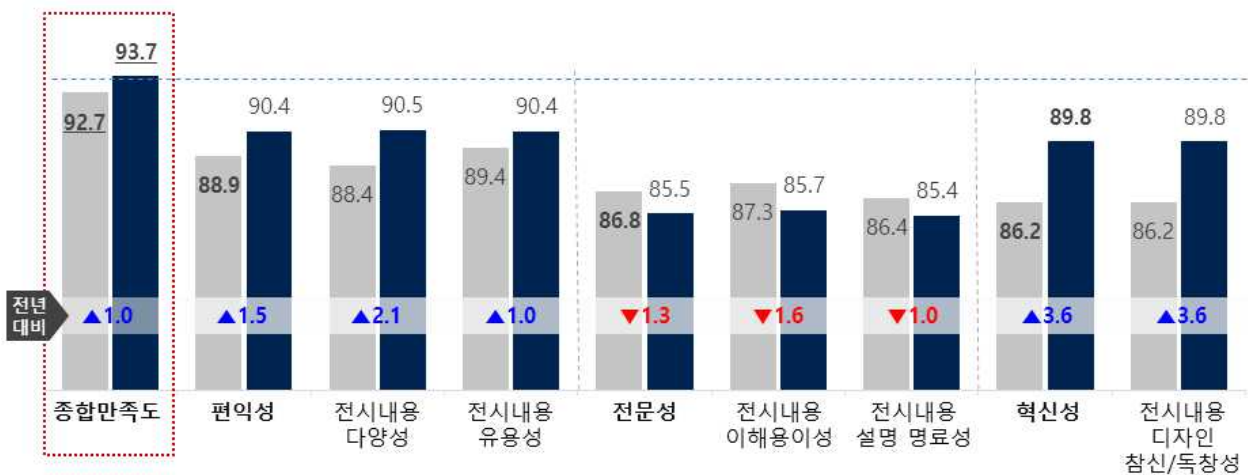
3. 세부 항목별 결과

1) 서비스 품질

- 서비스 품질은 '편의성'이 90.4점으로 가장 높고, 다음으로 '혁신성'(89.8점) > '전문성'(85.5점) 순으로 나타남
- 전년 대비 '혁신성'이 +3.6점 가장 큰 폭으로 상승한 반면, '전문성'은 -1.3점 가장 큰 폭으로 하락함
- 세부 항목을 살펴보면, '전시내용 다양성'이 90.5점으로 가장 높고, 다음으로 '전시내용 유용성'(90.4점) > '전시내용 디자인 참신/독창성'(89.8점) 등의 순으로 나타남
- 전년 대비 '전시내용 디자인 참신/독창성'이 +3.6점 가장 큰 폭으로 상승한 반면, '전시내용 이해용이성'은 -1.6점 가장 큰 폭으로 하락함

(n=215명, 단위: 점)

■ 2021년 ■ 2022년



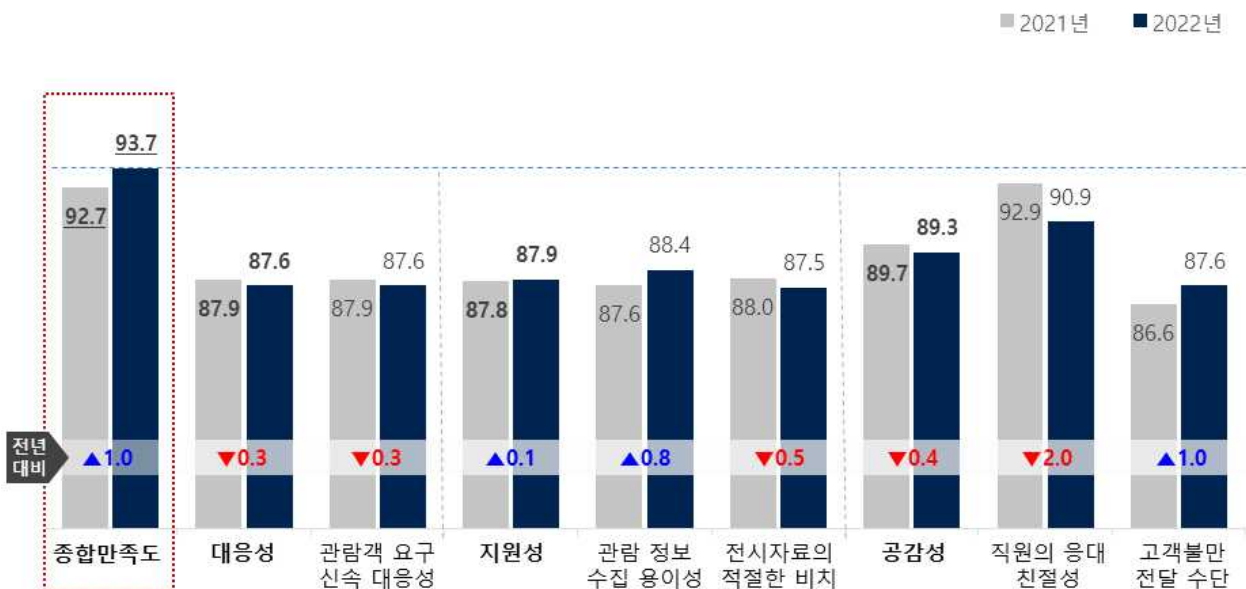
(n=215명, 단위: 점)

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		(215)	93.7	90.4	90.5	90.4	85.5	85.7	85.4	89.8	89.8
차수	1차	(107)	93.6	91.8	92.2	91.4	87.5	87.7	87.2	91.4	91.4
	2차	(108)	93.8	89.0	88.7	89.4	83.6	83.6	83.6	88.1	88.1
성별	남성	(84)	92.7	89.2	89.5	88.9	84.4	85.3	83.5	88.3	88.3
	여성	(131)	94.4	91.2	91.1	91.3	86.3	85.9	86.6	90.7	90.7
연령	20대 이하	(133)	93.5	90.0	90.0	90.0	84.8	85.3	84.3	89.7	89.7
	30대	(40)	93.7	91.5	91.7	91.3	84.4	84.2	84.6	89.2	89.2
	40대	(18)	91.3	88.9	87.0	90.7	86.1	88.0	84.3	86.1	86.1
	50대 이상	(24)	96.7	92.4	93.8	91.0	91.0	88.2	93.8	93.8	93.8
국적	아시아/기타	(68)	94.9	91.5	91.9	91.2	88.4	88.0	88.7	90.2	90.2
	미국	(67)	94.0	92.0	91.3	92.8	86.8	87.6	86.1	91.3	91.3
	유럽	(80)	92.5	88.1	88.5	87.7	82.1	82.1	82.1	88.1	88.1
방문도	1회	(184)	94.0	90.5	90.7	90.3	86.1	86.2	86.0	89.3	89.3
	2회	(21)	92.8	92.5	91.3	93.7	84.5	84.9	84.1	91.3	91.3
	3회 이상	(10)	90.0	85.0	85.0	85.0	77.5	76.7	78.3	95.0	95.0

2) 전달 품질

- 전달 품질은 '공감성'이 89.3점으로 가장 높고, 다음으로 '지원성'(87.9점) > '대응성'(87.6점) 순으로 나타남
- 전년 대비 '대응성'과 '공감성'이 각각 -0.3점, -0.4점 하락한 반면, '지원성'은 +0.1점 상승함
- 세부 항목을 살펴보면, '직원의 응대 친절성'이 90.9점으로 가장 높고, 다음으로 '관람 정보 수집 용이성'(88.4점) > '관람객 요구 신속 대응성'/'고객불만 전달 수단'(각각 87.6점) 등의 순으로 나타남
- 전년 대비 '고객불만 전달 수단'이 +1.0점 가장 큰 폭으로 상승한 반면, '직원의 응대 친절성'은 -2.0점 가장 큰 폭으로 하락함

(n=215명, 단위: 점)

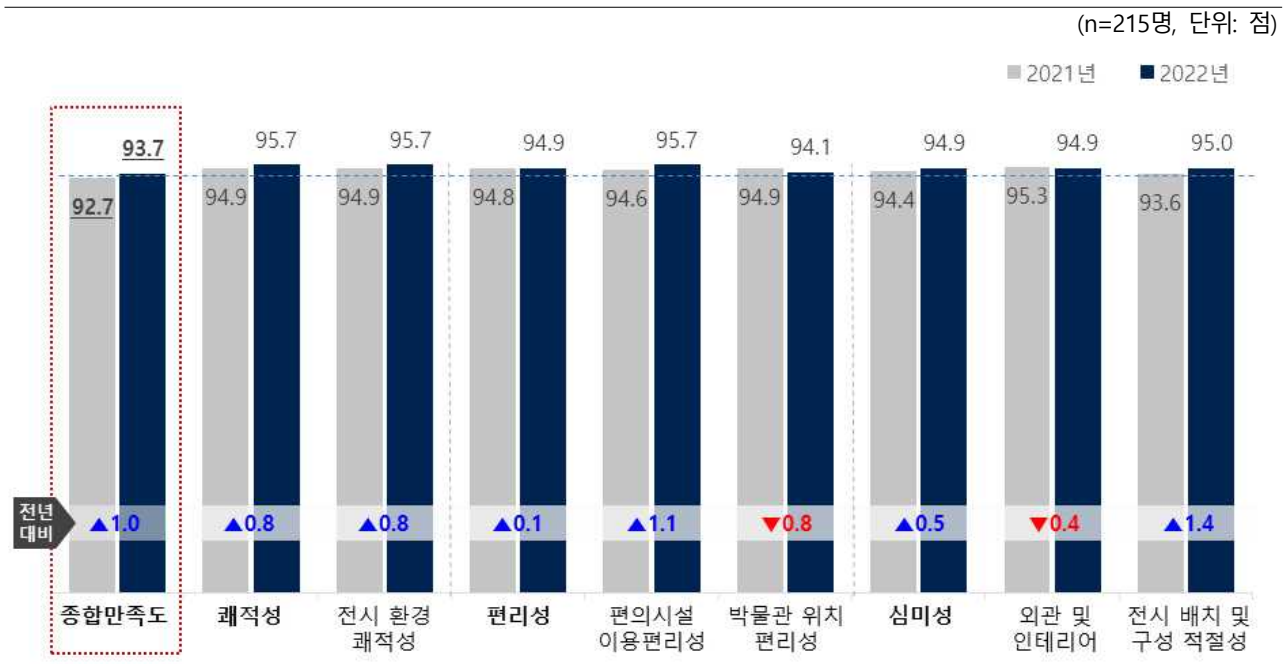


(n=215명, 단위: 점)

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		(215)	93.7	87.6	87.6	87.9	88.4	87.5	89.3	90.9	87.6
차수	1차	(107)	93.6	89.1	89.1	88.7	89.1	88.3	90.5	92.2	88.8
	2차	(108)	93.8	86.1	86.1	87.2	87.7	86.7	88.0	89.7	86.4
성별	남성	(84)	92.7	86.9	86.9	85.5	87.1	83.9	87.8	89.1	86.5
	여성	(131)	94.4	88.0	88.0	89.5	89.2	89.8	90.2	92.1	88.3
연령	20대 이하	(133)	93.5	88.1	88.1	87.3	87.7	86.8	89.4	91.0	87.8
	30대	(40)	93.7	86.7	86.7	89.2	90.4	87.9	89.2	91.3	87.1
	40대	(18)	91.3	84.3	84.3	87.0	86.1	88.0	84.7	86.1	83.3
	50대 이상	(24)	96.7	88.9	88.9	90.3	90.3	90.3	92.0	93.8	90.3
국적	아시아/기타	(68)	94.9	90.2	90.2	91.3	91.9	90.7	90.2	90.9	89.5
	미국	(67)	94.0	86.3	86.3	86.9	86.8	87.1	89.3	90.5	88.1
	유럽	(80)	92.5	86.5	86.5	85.9	86.7	85.2	88.4	91.3	85.6
방문도	1회	(184)	94.0	87.7	87.7	88.4	88.7	88.1	89.0	90.4	87.6
	2회	(21)	92.8	87.3	87.3	84.5	85.7	83.3	90.1	92.9	87.3
	3회 이상	(10)	90.0	86.7	86.7	86.7	88.3	85.0	92.5	96.7	88.3

3) 환경 품질

- 환경 품질은 '쾌적성'이 95.7점으로 가장 높고, 다음으로 '편리성'/'심미성'(각각 94.9점) 순으로 나타남
- 전년 대비 모든 요소가 상승한 가운데, 특히 '쾌적성'이 +0.8점 가장 큰 폭으로 상승함
- 세부 항목을 살펴보면, '전시 환경 쾌적성'과 '편의시설 이용편리성'이 각각 95.7점으로 가장 높고, 다음으로 '전시 배치 및 구성 적절성'(95.0점) > '외관 및 인테리어'(94.9점) 등의 순으로 나타남
- 전년 대비 '전시 배치 및 구성 적절성'이 +1.4점 가장 큰 폭으로 상승한 반면, '박물관 위치 편리성'은 -0.8점 가장 큰 폭으로 하락함



(n=215명, 단위: 점)

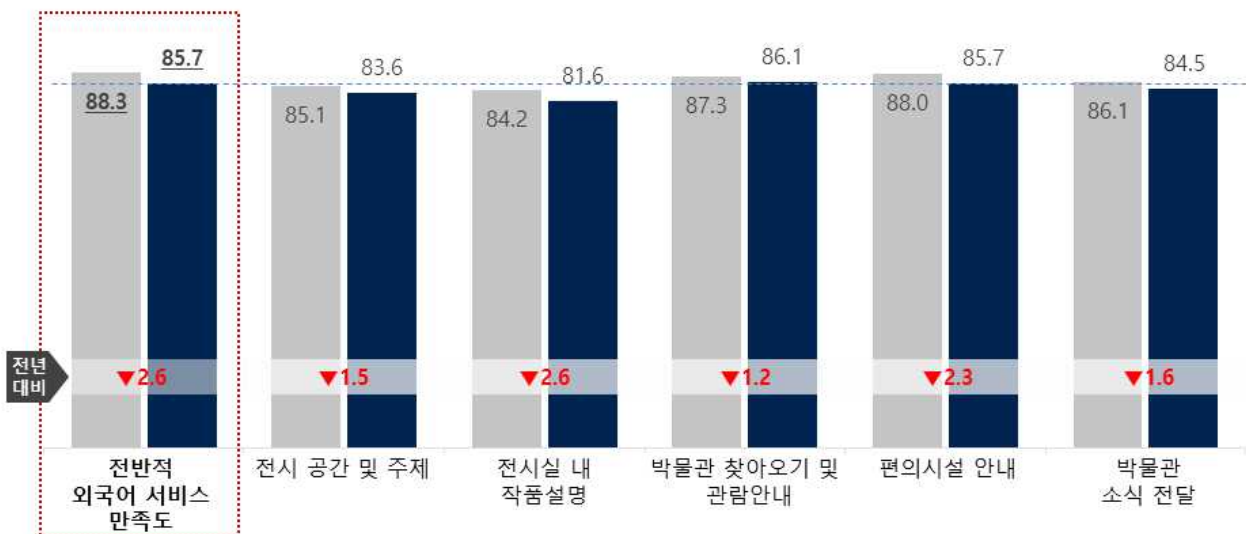
구 분		사례수 (명)	종합 만족도	쾌적성	전시 환경 쾌적성	편리성	편의 시설 이용 편리성	박물관 위치 편리성	심미성	외관 및 인테리어	전시 배치 및 구성 적절성
전체		(215)	93.7	95.7	95.7	94.9	95.7	94.1	94.9	94.9	95.0
차수	1차	(107)	93.6	95.3	95.3	95.5	96.1	94.9	94.9	95.2	94.7
	2차	(108)	93.8	96.1	96.1	94.3	95.2	93.4	94.9	94.6	95.2
성별	남성	(84)	92.7	95.6	95.6	94.9	95.6	94.2	95.2	95.2	95.2
	여성	(131)	94.4	95.8	95.8	94.8	95.7	94.0	94.7	94.7	94.8
연령	20대 이하	(133)	93.5	95.5	95.5	95.0	95.4	94.6	93.9	93.7	94.0
	30대	(40)	93.7	95.4	95.4	93.8	95.4	92.1	96.3	96.3	96.3
	40대	(18)	91.3	93.5	93.5	92.1	93.5	90.7	95.4	96.3	94.4
	50대 이상	(24)	96.7	99.3	99.3	98.3	99.3	97.2	98.3	97.9	98.6
국적	아시아/기타	(68)	94.9	96.1	96.1	95.5	95.6	95.3	96.2	95.8	96.6
	미국	(67)	94.0	95.5	95.5	94.2	95.8	92.5	95.4	95.5	95.3
	유럽	(80)	92.5	95.6	95.6	95.0	95.6	94.4	93.4	93.5	93.3
방문도	1회	(184)	94.0	96.2	96.2	95.0	95.7	94.2	95.3	95.2	95.4
	2회	(21)	92.8	96.0	96.0	96.4	96.0	96.8	94.0	94.4	93.7
	3회 이상	(10)	90.0	86.7	86.7	90.0	93.3	86.7	90.0	90.0	90.0

4. 외국어 서비스 만족도

- 국립중앙박물관의 외국어 서비스 전반적 만족도는 85.7점으로 전년 대비 -2.6점 하락함
- 국절별로는 '아시아/기타'가 90.2점으로 가장 높고,
다음으로 '미국'(85.3점) > '유럽'(82.1점) 순임
- 세부 항목별로는 '박물관 찾아오기 및 관람안내'가 86.1점으로 가장 높고, 다음으로
'편의시설 안내'(85.7점) > '박물관 소식 전달'(84.5점) 등의 순으로 나타남
- 전년 대비 모든 항목이 하락한 가운데, 특히 '전시실 내 작품설명'이 -2.6점 가장 큰 폭으로 하락함

(n=215명, 단위: %, 점)

■ 2021년 ■ 2022년



(n=215명, 단위: %, 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		(215)	85.7	83.6	81.6	86.1	85.7	84.5
차수	1차	(107)	85.0	83.8	82.4	86.3	85.5	82.9
	2차	(108)	86.3	83.3	80.9	86.0	86.0	86.1
성별	남성	(84)	84.5	82.1	79.8	83.9	83.7	82.5
	여성	(131)	86.4	84.5	82.8	87.5	87.0	85.8
연령	20대 이하	(133)	86.2	84.0	81.2	87.0	86.1	84.2
	30대	(40)	82.1	78.3	77.9	82.9	82.9	82.9
	40대	(18)	85.2	83.3	82.4	84.3	84.3	85.2
	50대 이상	(24)	88.9	90.3	89.6	88.2	89.6	88.2
국적	아시아/기타	(68)	90.2	89.7	87.3	90.0	89.0	87.7
	미국	(67)	85.3	82.8	81.1	86.8	87.1	84.1
	유럽	(80)	82.1	79.0	77.3	82.3	81.9	82.1
방문도	1회	(184)	86.7	85.1	83.2	87.2	87.2	85.7
	2회	(21)	84.9	77.0	74.6	81.7	81.0	83.3
	3회 이상	(10)	68.3	70.0	68.3	75.0	68.3	65.0

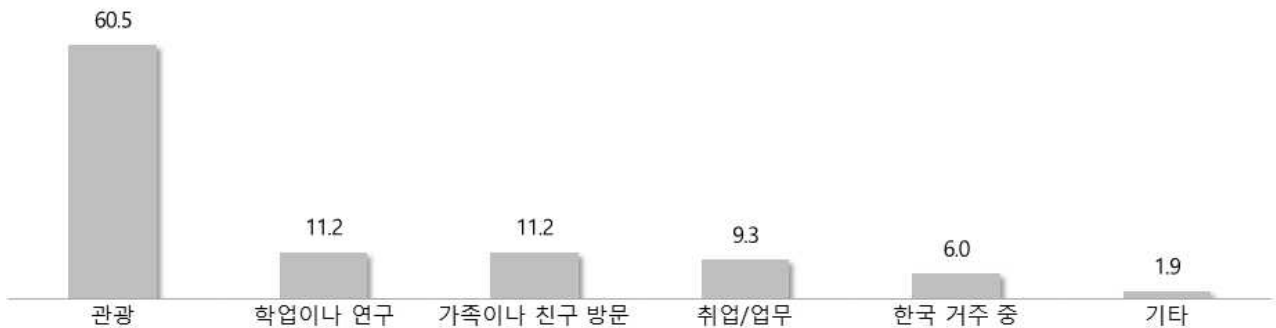
제2절 관람객 방문 현황

1. 방문 목적

1) 한국 방문 목적

- 외국인 관람객의 한국 방문 목적으로 '관광'이 60.5%로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 '학업이나 연구'/'가족이나 친구 방문'(각각 11.2%) > '취업/업무'(9.3%) 등의 순으로 나타남
- 코로나19 이전의 관광객 수를 회복하고 있는 것으로 나타남
- 연령별로는 50대 이상에서의 '관광' 비율이 66.7%로 타 연령대 대비 높게 나타남
- 국적별로는 아시아/기타에서의 '관광' 비율이 72.1%로 타 국적 대비 높게 나타남
- 방문빈도별로는 처음 방문의 경우 '관광' 비율이 65.2%로 높게 나타남

(n=215명, 단위: %)



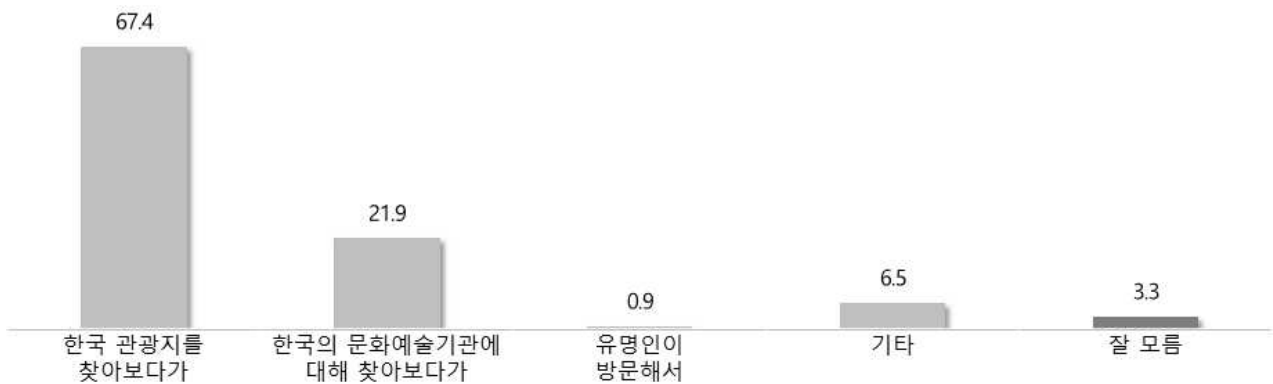
(n=215명, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	관광	학업이나 연구	가족이나 친구 방문	취업/업무	한국 거주 중	기타
전체		(215)	60.5	11.2	11.2	9.3	6.0	1.9
차수	1차	(107)	42.1	13.1	15.9	16.8	9.3	2.8
	2차	(108)	78.7	9.3	6.5	1.9	2.8	0.9
성별	남성	(84)	54.8	4.8	13.1	17.9	8.3	1.2
	여성	(131)	64.1	15.3	9.9	3.8	4.6	2.3
연령	20대 이하	(133)	60.2	15.8	9.8	6.8	6.8	0.8
	30대	(40)	57.5	5.0	10.0	12.5	7.5	7.5
	40대	(18)	61.1	5.6	16.7	11.1	5.6	0.0
	50대 이상	(24)	66.7	0.0	16.7	16.7	0.0	0.0
국적	아시아/기타	(68)	72.1	8.8	4.4	13.2	1.5	0.0
	미국	(67)	44.8	9.0	23.9	6.0	10.4	6.0
	유럽	(80)	63.8	15.0	6.3	8.8	6.3	0.0
방문도	1회	(184)	65.2	8.7	9.8	10.3	4.3	1.6
	2회	(21)	28.6	23.8	14.3	4.8	23.8	4.8
	3회 이상	(10)	40.0	30.0	30.0	0.0	0.0	0.0

2) 국립중앙박물관 최초인지 경로

- 국립중앙박물관의 최초인지 경로로는 '한국 관광지를 찾아보다가'가 67.4%로 가장 많고,
다음으로 '한국의 문화예술기관에 대해 찾아보다가'(21.9%) > '유명인이 방문해서'(0.9%) 등의 순으로 나타남
- 모든 응답자 특성에서 '한국 관광지를 찾아보다가'의 비율이 가장 높게 나타남

(n=215명, 단위: %)



주) 기타 : 추천2건, 무응답 12건으로 나타남

(n=215명, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	한국 관광지를 찾아보다가	한국의 문화예술 기관에 대해 찾아보다가	유명인이 방문해서	기타	잘 모름
전체		(215)	67.4	21.9	0.9	6.5	3.3
차수	1차	(107)	58.9	26.2	0.9	9.3	4.7
	2차	(108)	75.9	17.6	0.9	3.7	1.9
성별	남성	(84)	64.3	22.6	0.0	8.3	4.8
	여성	(131)	69.5	21.4	1.5	5.3	2.3
연령	20대 이하	(133)	63.2	25.6	1.5	5.3	4.5
	30대	(40)	82.5	10.0	0.0	7.5	0.0
	40대	(18)	61.1	27.8	0.0	11.1	0.0
	50대 이상	(24)	70.8	16.7	0.0	8.3	4.2
국적	아시아/기타	(68)	75.0	19.1	1.5	2.9	1.5
	미국	(67)	62.7	23.9	0.0	10.4	3.0
	유럽	(80)	65.0	22.5	1.3	6.3	5.0
방문도	1회	(184)	70.1	17.9	1.1	7.1	3.8
	2회	(21)	57.1	42.9	0.0	0.0	0.0
	3회 이상	(10)	40.0	50.0	0.0	10.0	0.0

3) 국립중앙박물관 관련 정보획득 경로

- 국립중앙박물관 관련 정보획득 경로로는 '국립중앙박물관 웹사이트(홈페이지)'가 40.5%로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 '주변 사람 소개 및 추천'(31.2%) > '여행/관광 관련 사이트(PC&모바일,tripadvisor 등)'(27.4%) 등의 순으로 나타남
- 정보를 찾아보지 않고 방문한 관람객도 6.5%로 나타남
- 방문빈도별로 살펴보면 최초 1회 방문 시에는 '국립중앙박물관 웹사이트(홈페이지)'가 42.4%로 높게 나타났으나, 2회에서는 '주변 사람 소개 및 추천'(52.4%), 3회 이상에서는 '국립중앙박물관 SNS(페이스북, 유튜브)'(50.0%)가 높게 나타남

(n=215명, 복수응답, 단위: %)



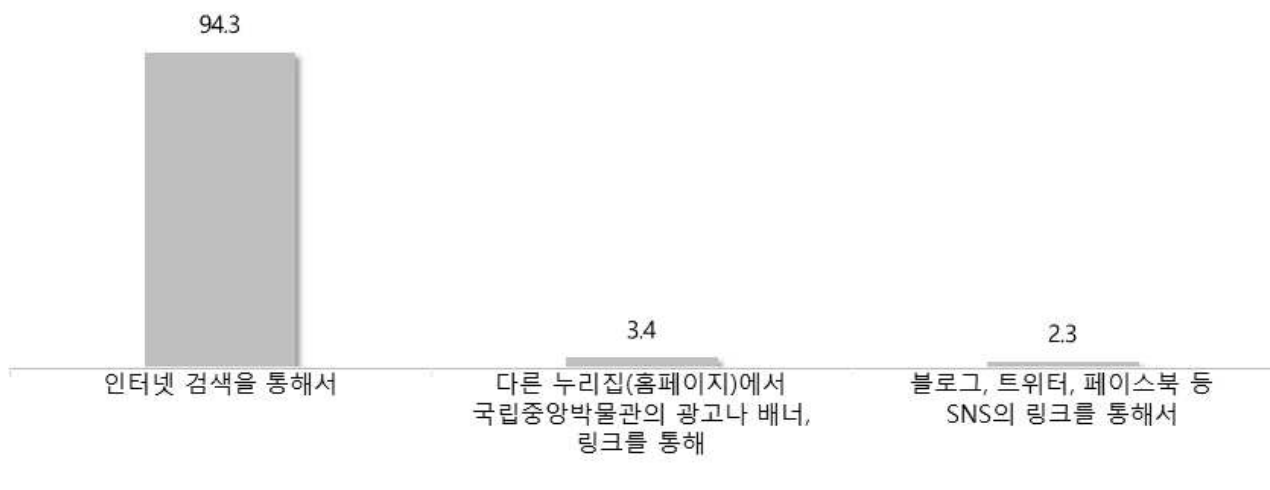
(n=215명, 1+2순위 기준, 복수응답, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	국립중앙 박물관 웹사이트 (홈 페이지)	주변 사람 소개 및 추천	여행/관 광 관련 사이트 (PC&모 바일, tripadvis or 등)	국립중앙 박물관 SNS (페이스 북, 유튜브)	VISIT KOREA 웹사이트 &SNS (한국관 광공사)	VISIT SEOUL 웹사이트 &SNS (서울시 관광)	여행 안내책	기타
전체		(215)	40.5	31.2	27.4	16.7	12.6	7.4	5.6	11.2
차수	1차	(107)	37.4	39.3	22.4	22.4	12.1	11.2	7.5	14.0
	2차	(108)	43.5	23.1	32.4	11.1	13.0	3.7	3.7	8.3
성별	남성	(84)	41.7	31.0	27.4	16.7	9.5	3.6	3.6	9.5
	여성	(131)	39.7	31.3	27.5	16.8	14.5	9.9	6.9	12.2
연령	20대 이하	(133)	39.8	36.1	27.1	17.3	15.0	7.5	4.5	9.0
	30대	(40)	35.0	22.5	37.5	22.5	5.0	5.0	12.5	7.5
	40대	(18)	61.1	27.8	27.8	11.1	11.1	11.1	5.6	22.2
	50대 이상	(24)	37.5	20.8	12.5	8.3	12.5	8.3	0.0	20.8
국적	아시아/기타	(68)	44.1	32.4	27.9	14.7	7.4	8.8	5.9	4.4
	미국	(67)	37.3	35.8	29.9	19.4	13.4	6.0	6.0	17.9
	유럽	(80)	40.0	26.3	25.0	16.3	16.3	7.5	5.0	11.3
방문도	1회	(184)	42.4	29.3	27.2	13.0	10.9	7.1	6.0	10.9
	2회	(21)	28.6	52.4	38.1	33.3	19.0	9.5	4.8	4.8
	3회 이상	(10)	30.0	20.0	10.0	50.0	30.0	10.0	0.0	30.0

4) 웹사이트 접속 경로

- 국립중앙박물관 웹사이트(홈페이지) 접속 경로로는 '인터넷 검색을 통해서'가 94.3%로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 '다른 누리집(홈페이지)에서 국립중앙박물관의 광고나 배너, 링크를 통해'(3.4%) > '블로그, 트위터, 페이스북 등 SNS의 링크를 통해서'(2.3%) 순으로 나타남
- 모든 응답자 특성에서 '인터넷 검색을 통해서'가 가장 많은 것으로 나타남

(국립중앙박물관 웹사이트(홈페이지) 이용자 n=87명, 단위: %)



(국립중앙박물관 웹사이트(홈페이지) 이용자 n=87명, 단위: %)

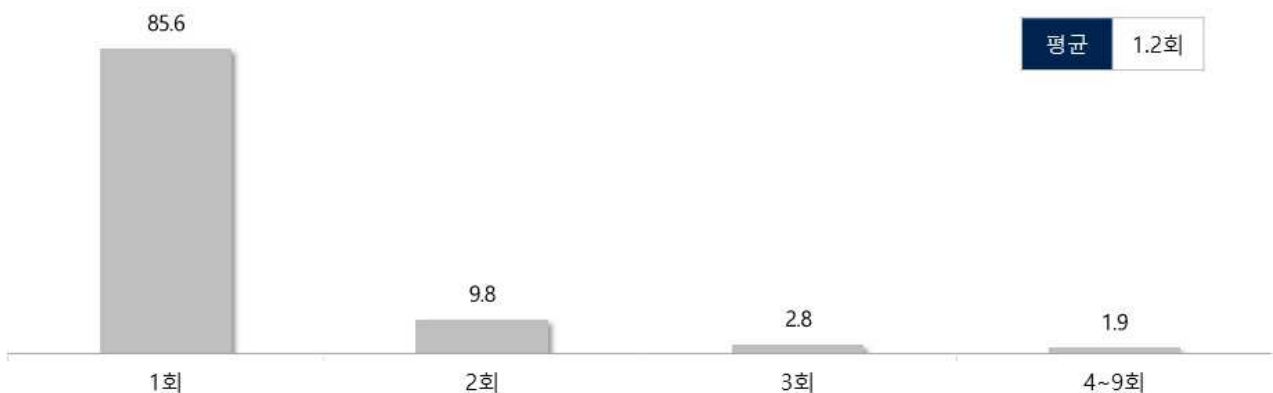
구 분		사례수 (명)	인터넷 검색을 통해서	다른 누리집(홈페이지)에서 국립중앙박물관의 광고나 배너, 링크를 통해	블로그, 트위터, 페이스북 등 SNS의 링크를 통해서
전체		(87)	94.3	3.4	2.3
차수	1차	(40)	97.5	2.5	0.0
	2차	(47)	91.5	4.3	4.3
성별	남성	(35)	97.1	2.9	0.0
	여성	(52)	92.3	3.8	3.8
연령	20대 이하	(53)	94.3	3.8	1.9
	30대	(14)	85.7	7.1	7.1
	40대	(11)	100.0	0.0	0.0
	50대 이상	(9)	100.0	0.0	0.0
국적	아시아/기타	(30)	96.7	0.0	3.3
	미국	(25)	96.0	4.0	0.0
	유럽	(32)	90.6	6.3	3.1
방문도	1회	(78)	93.6	3.8	2.6
	2회	(6)	100.0	0.0	0.0
	3회 이상	(3)	100.0	0.0	0.0

2. 방문 횟수

1) 방문 횟수

- 외국인 관람객의 평균 방문 횟수는 1.2회인 것으로 나타남
- '1회' 방문 경험자의 비중이 85.6%로 가장 높고,
다음으로 '2회'(9.8%) > '3회'(2.8%) > '4~9회'(1.9%) 순으로 나타남
- 차수별로 '1차'의 평균 방문 횟수는 1.4회로 '2차'의 1.0회 대비 높게 나타남
- 연령별로 '40대'의 평균 방문 횟수가 1.4회로 타 연령대 대비 높게 나타남
- 국적별로는 '미국'의 평균 방문 횟수가 1.4회로 타 국적 대비 높게 나타남

(n=215명, 단위: %, 회)



(n=215명, 단위: %, 회)

구 분		사례수 (명)	1회	2회	3회	4~9회	평균(회)
전체		(215)	85.6	9.8	2.8	1.9	1.2
차수	1차	(107)	72.9	18.7	5.6	2.8	1.4
	2차	(108)	98.1	0.9	0.0	0.9	1.0
성별	남성	(84)	88.1	9.5	1.2	1.2	1.2
	여성	(131)	84.0	9.9	3.8	2.3	1.3
연령	20대 이하	(133)	84.2	12.0	3.0	0.8	1.2
	30대	(40)	87.5	10.0	0.0	2.5	1.3
	40대	(18)	83.3	5.6	0.0	11.1	1.4
	50대 이상	(24)	91.7	0.0	8.3	0.0	1.2
국적	아시아/기타	(68)	92.6	7.4	0.0	0.0	1.1
	미국	(67)	77.6	16.4	1.5	4.5	1.4
	유럽	(80)	86.3	6.3	6.3	1.3	1.2
방문도	1회	(184)	100.0	0.0	0.0	0.0	1.0
	2회	(21)	0.0	100.0	0.0	0.0	2.0
	3회 이상	(10)	0.0	0.0	60.0	40.0	3.7

2) 국립중앙박물관 미방문 이유

- 외국인 방문객을 대상으로 국립중앙박물관을 방문하지 않은 이유에 대해 물어본 결과, '한국을 처음 방문해서'가 77.2%로 가장 많았으며, 다음으로 '국립중앙박물관에 대해 잘 몰라서'(35.9%) > '흥미요소(전시품, 이벤트 등)가 적어서'(19.6%) 등의 순으로 나타남 (1+2순위 기준)
- 성별로는 남성, 연령별로는 50대 이상, 국적별로는 유럽에서 '한국을 처음 방문해서'라고 응답한 비율이 높게 나타남

(국립중앙박물관 처음 방문자 n=184명, 복수응답, 단위: %)



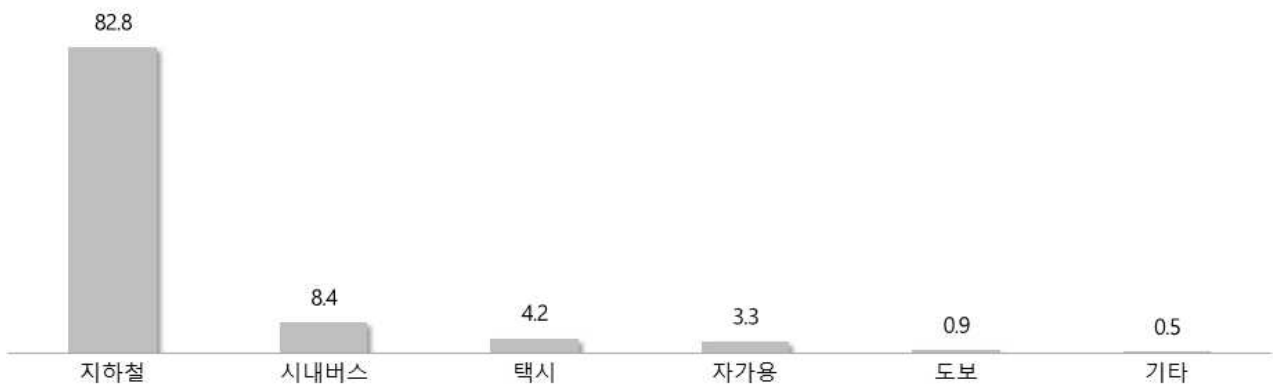
(국립중앙박물관 처음 방문자 n=184명, 1+2순위 기준, 복수응답, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	한국을 처음 방문해서	국립중앙 박물관에 대해 잘 몰라서	흥미요소 (전시품, 이벤트 등)가 적어서	다른 관광지를 방문 하느라	시간상 (또는 거리상) 오기 힘들어서	다른 여가활동 을 더 선호해서	기타
전체		(184)	77.2	35.9	19.6	14.7	9.2	3.3	1.6
차수	1차	(78)	71.8	42.3	17.9	19.2	12.8	6.4	2.6
	2차	(106)	81.1	31.1	20.8	11.3	6.6	0.9	0.9
성별	남성	(74)	81.1	41.9	16.2	12.2	8.1	2.7	2.7
	여성	(110)	74.5	31.8	21.8	16.4	10.0	3.6	0.9
연령	20대 이하	(112)	78.6	33.9	21.4	15.2	8.9	3.6	1.8
	30대	(35)	74.3	51.4	20.0	14.3	8.6	5.7	2.9
	40대	(15)	66.7	33.3	33.3	20.0	20.0	0.0	0.0
	50대 이상	(22)	81.8	22.7	0.0	9.1	4.5	0.0	0.0
국적	아시아/기타	(63)	77.8	39.7	19.0	11.1	9.5	3.2	1.6
	미국	(52)	71.2	32.7	21.2	21.2	13.5	3.8	1.9
	유럽	(69)	81.2	34.8	18.8	13.0	5.8	2.9	1.4
방문도	1회	(184)	77.2	35.9	19.6	14.7	9.2	3.3	1.6

3. 방문 시 주된 교통수단

- 방문 시 주된 교통수단으로 '지하철'이 82.8%로 가장 많으며, 다음으로 '시내버스'(8.4%) > '택시'(4.2%) > '자가용'(3.3%) 등의 순으로 나타남
- 모든 응답자 특성에서 지하철을 이용한다고 응답한 비율이 높게 나타났으며, 특히 남성, 20대 이하, 유럽, 3회 이상 방문한 관람객에서 높게 나타남

(n=215명, 단위: %)



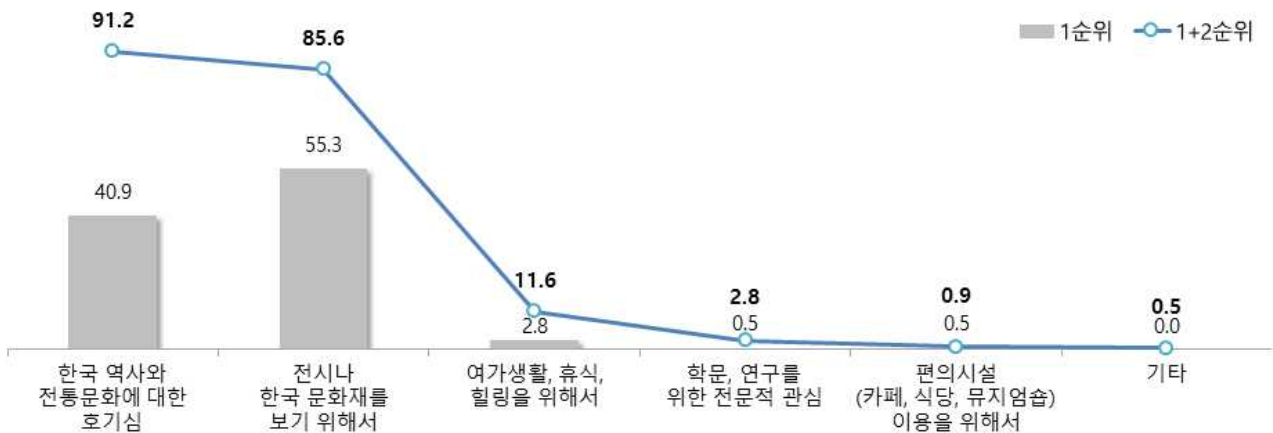
(n=215명, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	지하철	시내버스	택시	자가용	도보	기타
전체		(215)	82.8	8.4	4.2	3.3	0.9	0.5
차수	1차	(107)	81.3	7.5	7.5	0.9	1.9	0.9
	2차	(108)	84.3	9.3	0.9	5.6	0.0	0.0
성별	남성	(84)	84.5	6.0	3.6	3.6	1.2	1.2
	여성	(131)	81.7	9.9	4.6	3.1	0.8	0.0
연령	20대 이하	(133)	86.5	6.8	3.0	3.0	0.0	0.8
	30대	(40)	75.0	20.0	0.0	5.0	0.0	0.0
	40대	(18)	77.8	0.0	16.7	0.0	5.6	0.0
	50대 이상	(24)	79.2	4.2	8.3	4.2	4.2	0.0
국적	아시아/기타	(68)	80.9	8.8	5.9	2.9	0.0	1.5
	미국	(67)	73.1	11.9	7.5	4.5	3.0	0.0
	유럽	(80)	92.5	5.0	0.0	2.5	0.0	0.0
방문도	1회	(184)	82.1	8.7	4.3	3.3	1.1	0.5
	2회	(21)	85.7	9.5	4.8	0.0	0.0	0.0
	3회 이상	(10)	90.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0

4. 국립중앙박물관 방문 목적

- 외국인 관람객의 국립중앙박물관의 방문 목적으로는 '한국 역사와 전통문화에 대한 호기심'이 91.2%로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 '전시나 한국 문화재를 보기 위해서'(85.6%) > '여가생활, 휴식, 힐링을 위해서'(11.6%) 등의 순으로 나타남
(1+2순위 기준)
- 대부분의 응답자 특성에서 국립중앙박물관 방문 목적으로 '한국 역사와 전통문화에 대한 호기심'이 높게 나타났으나, 방문빈도가 '3회 이상'의 관람객에서는 '전시나 한국 문화재를 보기 위해서'가 더 높게 나타남

(n=215명, 복수응답, 단위: %)



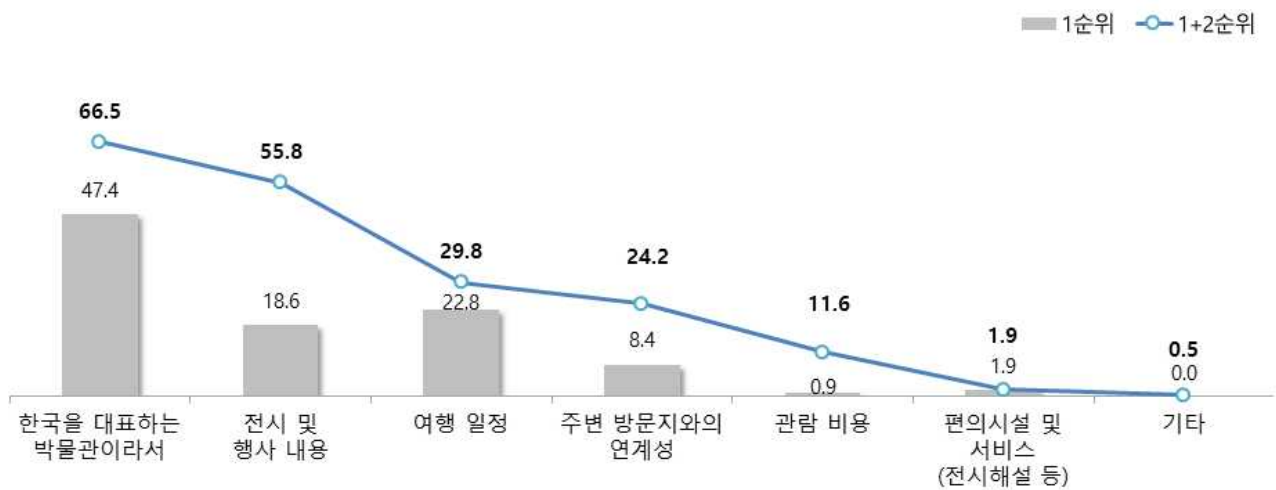
(n=215명, 1+2순위 기준, 복수응답, 단위: %)

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		(215)	91.2	85.6	11.6	2.8	0.9	0.5
차수	1차	(107)	90.7	83.2	14.0	4.7	1.9	0.9
	2차	(108)	91.7	88.0	9.3	0.9	0.0	0.0
성별	남성	(84)	90.5	83.3	10.7	2.4	2.4	0.0
	여성	(131)	91.6	87.0	12.2	3.1	0.0	0.8
연령	20대 이하	(133)	89.5	87.2	12.8	4.5	0.0	0.0
	30대	(40)	95.0	82.5	10.0	0.0	2.5	0.0
	40대	(18)	94.4	83.3	16.7	0.0	0.0	0.0
	50대 이상	(24)	91.7	83.3	4.2	0.0	4.2	4.2
국적	아시아/기타	(68)	92.6	86.8	10.3	0.0	1.5	0.0
	미국	(67)	86.6	86.6	16.4	3.0	1.5	1.5
	유럽	(80)	93.8	83.8	8.8	5.0	0.0	0.0
방문도	1회	(184)	92.9	84.8	10.9	1.1	1.1	0.5
	2회	(21)	85.7	85.7	23.8	4.8	0.0	0.0
	3회 이상	(10)	70.0	100.0	0.0	30.0	0.0	0.0

5. 박물관 방문 시 중요 고려 사항

- 국립중앙박물관 방문 시 중요 고려 사항으로 '한국을 대표하는 박물관이라서'가 66.5%로 가장 많았으며, 다음으로 '전시 및 행사 내용'(55.8%) > '여행 일정'(29.8%) 등의 순으로 나타남(1+2순위)
- 대부분의 응답자 특성에서 '한국을 대표하는 박물관이라서'를 주로 고려한다고 응답을 하였으나, 40대와 3회 이상 방문객에서는 '전시 및 행사 내용'이 많이 나타남

(n=215명, 복수응답, 단위: %)



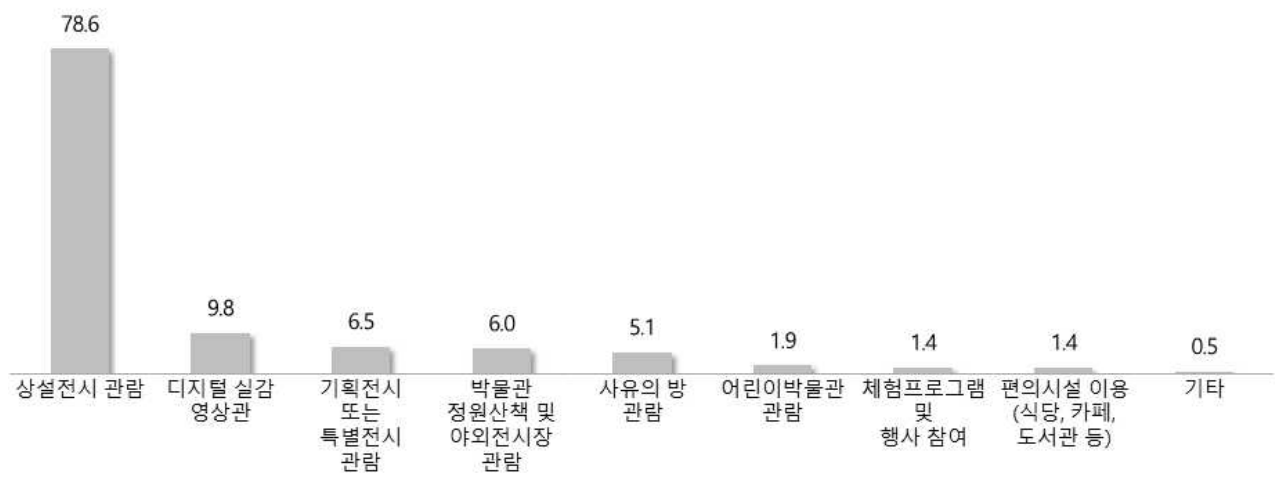
(n=215명, 1+2순위 기준, 복수응답, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	한국을 대표하는 박물관 이라서	전시 및 행사 내용	여행 일정	주변 방문지와 의 연계성	관람 비용	편의시설 및 서비스 (전시해설 등)	기타
전체		(215)	66.5	55.8	29.8	24.2	11.6	1.9	0.5
차수	1차	(107)	67.3	63.6	30.8	16.8	11.2	2.8	0.0
	2차	(108)	65.7	48.1	28.7	31.5	12.0	0.9	0.9
성별	남성	(84)	63.1	51.2	33.3	22.6	15.5	3.6	1.2
	여성	(131)	68.7	58.8	27.5	25.2	9.2	0.8	0.0
연령	20대 이하	(133)	64.7	52.6	33.1	26.3	12.0	0.8	0.8
	30대	(40)	72.5	65.0	27.5	15.0	7.5	5.0	0.0
	40대	(18)	61.1	66.7	22.2	22.2	11.1	5.6	0.0
	50대 이상	(24)	70.8	50.0	20.8	29.2	16.7	0.0	0.0
국적	아시아/기타	(68)	63.2	44.1	38.2	25.0	10.3	4.4	0.0
	미국	(67)	68.7	68.7	23.9	25.4	9.0	0.0	0.0
	유럽	(80)	67.5	55.0	27.5	22.5	15.0	1.3	1.3
방문도	1회	(184)	65.2	52.7	30.4	25.5	13.0	2.2	0.5
	2회	(21)	71.4	66.7	28.6	19.0	4.8	0.0	0.0
	3회 이상	(10)	80.0	90.0	20.0	10.0	0.0	0.0	0.0

6. 방문계획 전시 프로그램

- 외국인 관람객의 방문계획 전시 프로그램으로 '상설전시 관람'이 78.6%로 가장 많이 나타났으며, 다음으로 '디지털 실감 영상관'(9.8%) > '기획전시 또는 특별전시 관람'(6.5%) > '박물관 정원산책 및 야외전시장 관람'(6.0%) 등의 순으로 나타남
- 모든 응답자 특성에서 방문계획 전시 프로그램으로 '상설전시 관람'이 가장 많이 나타남

(n=215명, 복수응답, 단위: %)



(n=215명, 복수응답, 단위: %)

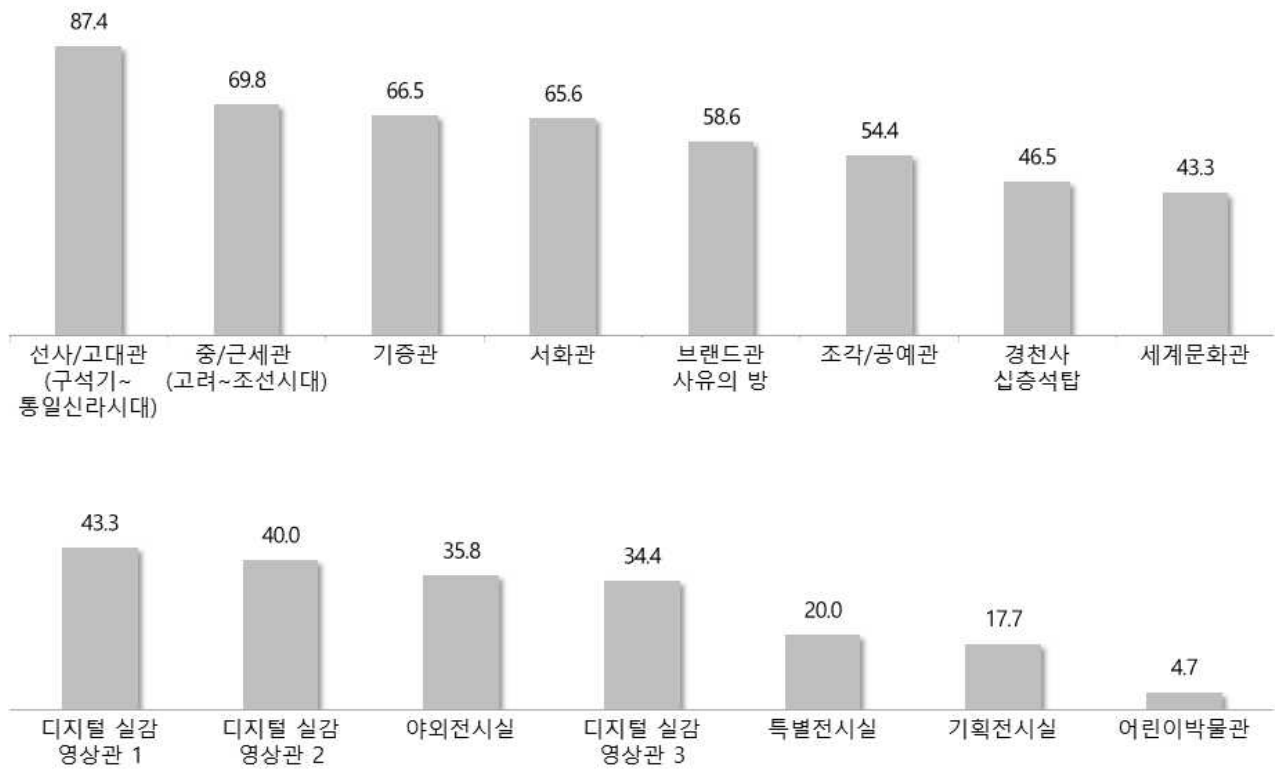
구 분		사례수 (명)	상설 전시 관람	디지털 실감 영상관	기획 전시 또는 특별 전시 관람	박물관 정원 산책 및 야외 전시장 관람	사유의 방 관람	어린이 박물관 관람	체험 프로 그램 및 행사 참여	편의 시설 이용 (식당, 카페, 도서관 등)	기타
전체		(215)	78.6	9.8	6.5	6.0	5.1	1.9	1.4	1.4	0.5
차수	1차	(107)	80.4	11.2	9.3	8.4	7.5	1.9	0.9	2.8	0.0
	2차	(108)	76.9	8.3	3.7	3.7	2.8	1.9	1.9	0.0	0.9
성별	남성	(84)	85.7	2.4	3.6	6.0	1.2	3.6	1.2	1.2	0.0
	여성	(131)	74.0	14.5	8.4	6.1	7.6	0.8	1.5	1.5	0.8
연령	20대 이하	(133)	77.4	8.3	6.8	5.3	6.8	1.5	0.8	0.8	0.0
	30대	(40)	75.0	12.5	5.0	5.0	0.0	5.0	0.0	0.0	0.0
	40대	(18)	72.2	5.6	11.1	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	5.6
	50대 이상	(24)	95.8	16.7	4.2	16.7	0.0	0.0	8.3	8.3	0.0
국적	아시아/기타	(68)	75.0	7.4	10.3	2.9	1.5	4.4	0.0	0.0	0.0
	미국	(67)	85.1	9.0	6.0	4.5	4.5	1.5	1.5	3.0	1.5
	유럽	(80)	76.3	12.5	3.8	10.0	8.8	0.0	2.5	1.3	0.0
방문도	1회	(184)	81.5	8.2	5.4	6.0	2.7	2.2	1.6	1.6	0.5
	2회	(21)	57.1	23.8	19.0	4.8	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	3회 이상	(10)	70.0	10.0	0.0	10.0	30.0	0.0	0.0	0.0	0.0

제3절 전시 관람 현황

1. 관람 전시 시설

- 외국인 관람객의 관람 전시 시설로는 '선사/고대관'이 87.4%로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 '중/근세관'(69.8%) > '기증관'(66.5%) > '서화관'(65.6%) 등의 순으로 나타남
- 대부분의 응답자 특성에서 '선사/고대관'이 많은 것으로 나타났으나, 방문빈도가 3회 이상인 경우에는 '중/근세관'에서 많은 것으로 나타남

(n=215명, 복수응답, 단위: %)



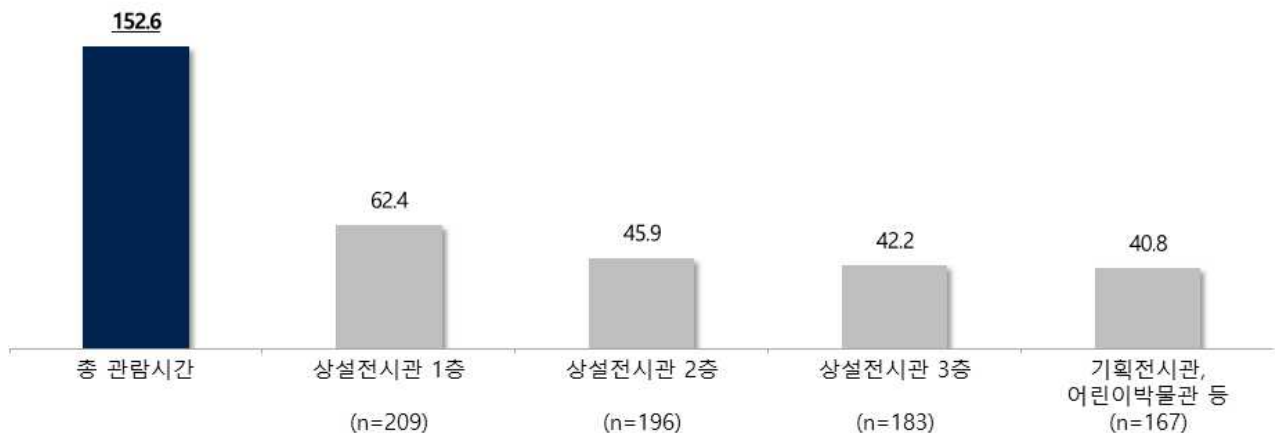
(n=215명, 복수응답, 단위: %)

구 분		사 례 수 (명)	선사/ 고대 관(구 석기~ 통일 신라 시대)	중/근 세관(고려~ 조선 시대)	기 증 관	서 화 관	브랜 드관 사유 방	조각/ 공예 관	경천 사 십층 석탑	세계 문화 관	디지 털 실감 영상 관 1	디지 털 실감 영상 관 2	야외 전시 실	디지 털 실감 영상 관 3	특별 전시 실	기획 전시 실	어린 이박 물관
전체		(215)	87.4	69.8	66.5	65.6	58.6	54.4	46.5	43.3	43.3	40.0	35.8	34.4	20.0	17.7	4.7
차 수	1차	(107)	85.0	68.2	66.4	55.1	55.1	52.3	45.8	45.8	40.2	36.4	44.9	36.4	19.6	16.8	1.9
	2차	(108)	89.8	71.3	66.7	75.9	62.0	56.5	47.2	40.7	46.3	43.5	26.9	32.4	20.4	18.5	7.4
성 별	남성	(84)	90.5	77.4	65.5	65.5	54.8	53.6	47.6	42.9	42.9	35.7	41.7	35.7	19.0	16.7	3.6
	여성	(131)	85.5	64.9	67.2	65.6	61.1	55.0	45.8	43.5	43.5	42.7	32.1	33.6	20.6	18.3	5.3
연 령	20대 이하	(133)	88.7	69.9	67.7	64.7	57.1	55.6	45.1	45.1	51.1	42.1	28.6	36.1	18.8	18.0	6.0
	30대	(40)	90.0	75.0	67.5	62.5	65.0	55.0	57.5	40.0	37.5	45.0	42.5	35.0	27.5	20.0	2.5
	40대	(18)	66.7	66.7	61.1	88.9	77.8	55.6	33.3	27.8	27.8	27.8	50.0	22.2	16.7	11.1	0.0
	50대 이상	(24)	91.7	62.5	62.5	58.3	41.7	45.8	45.8	50.0	20.8	29.2	54.2	33.3	16.7	16.7	4.2
국 적	아시아/기타	(68)	88.2	67.6	69.1	67.6	55.9	58.8	42.6	47.1	42.6	33.8	38.2	33.8	23.5	16.2	0.0
	미국	(67)	79.1	70.1	62.7	64.2	56.7	52.2	53.7	46.3	40.3	41.8	41.8	32.8	17.9	22.4	7.5
	유럽	(80)	93.8	71.3	67.5	65.0	62.5	52.5	43.8	37.5	46.3	43.8	28.8	36.3	18.8	15.0	6.3
방 문 빈 도	1회	(184)	91.3	70.1	67.9	70.1	58.7	55.4	46.7	44.6	44.0	40.2	34.8	34.8	20.1	17.9	5.4
	2회	(21)	66.7	61.9	61.9	42.9	61.9	42.9	57.1	28.6	42.9	38.1	28.6	33.3	23.8	19.0	0.0
	3회 이상	(10)	60.0	80.0	50.0	30.0	50.0	60.0	20.0	50.0	30.0	40.0	70.0	30.0	10.0	10.0	0.0

2. 전시관 관람 시간

- 외국인 관람객의 국립중앙박물관 총 관람 시간 평균은 152.6분인 것으로 나타남
- 전시관별로는 '상설전시관 1층'이 62.4분으로 가장 많고,
다음으로 '상설전시관 2층'(45.9분) > '상설전시관 3층'(42.2분) >
'기획전시관, 어린이 박물관 등'(40.8분) 순으로 나타남
- 성별로는 여성의 관람시간이 남성 대비 긴 것으로 나타남
- 연령별로 40대 이상의 관람시간이 가장 긴 것으로 나타남
- 국가별로는 유럽에서 157분으로 가장 긴 것으로 나타났으며, 방문빈도별로는 방문빈도가 많을수록 관람시간이 많은 것으로 나타남

(n=215명, 단위: 분)



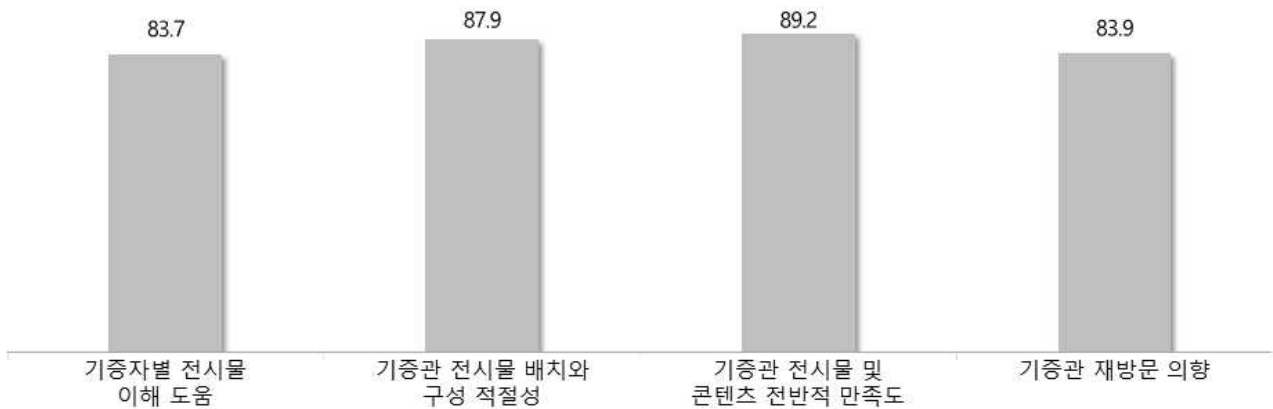
(n=215명, 단위: 분)

구 분		사례수 (명)	총 관람 시간	상설전시관 1층	상설전시관 2층	상설전시관 3층	기획전시관 /어린이박물관/ 야외전시장 등
전체		(215)	152.6	62.4	45.9	42.2	40.8
차수	1차	(107)	151.8	64.3	44.6	41.9	36.3
	2차	(108)	153.3	60.6	47.1	42.5	46.2
성별	남성	(84)	150.2	64.2	44.6	41.4	32.7
	여성	(131)	154.1	61.3	46.7	42.7	46.5
연령	20대 이하	(133)	147.7	61.3	44.1	40.6	41.4
	30대	(40)	155.1	64.4	44.7	41.0	39.0
	40대	(18)	166.7	64.0	54.2	45.4	46.3
	50대 이상	(24)	164.6	64.3	51.1	49.0	37.7
국적	아시아/기타	(68)	149.6	64.1	44.7	40.4	38.5
	미국	(67)	150.3	58.5	45.3	43.1	41.6
	유럽	(80)	157.0	64.1	47.5	42.8	41.8
방문도	1회	(184)	148.6	63.3	45.1	39.4	38.0
	2회	(21)	165.7	58.8	50.8	50.5	54.2
	3회 이상	(10)	198.0	54.5	50.6	73.3	52.9

3. 기증관 만족도

- 기증관 관람객들의 만족도를 살펴보면, '기증관 전시물 및 콘텐츠 전반적 만족도'가 89.2점으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '기증관 전시물 배치와 구성 적절성'(87.9점) > '기증관 재방문 의향'(83.9점) > '기증자별 전시물 이해 도움'(83.7점) 순으로 나타남
- 응답자 특성별로 전반적 만족도를 살펴보면 성별로는 여성이 남성 대비 높게 나타났으며, 국적별로는 미국에서 높게 나타남

(기증관 관람객, n=143명, 단위: 점)



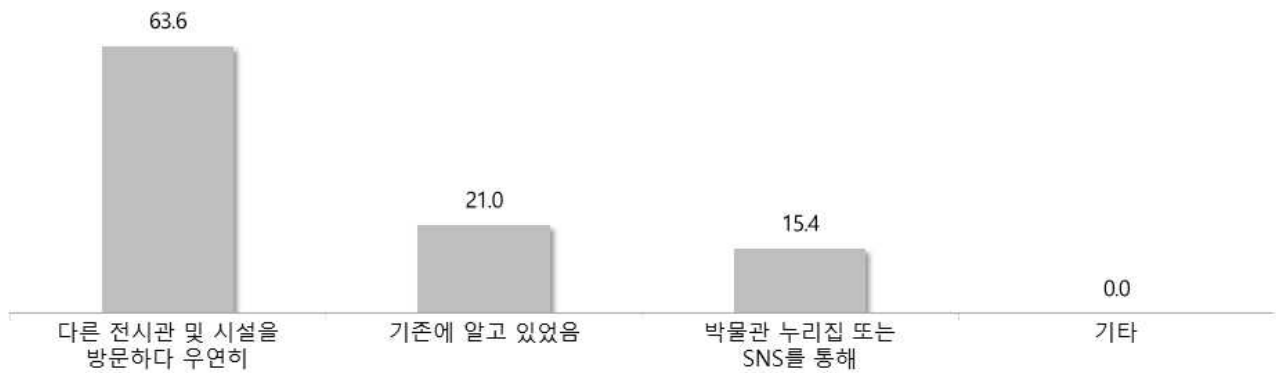
(기증관 관람객, n=143명, 단위: 점)

구 분		사례수 (명)	기증자별 전시물 이해 도움	기증관 전시물 배치와 구성 적절성	기증관 전시물 및 콘텐츠 전반적 만족도	기증관 재방문 의향
전체		(143)	83.7	87.9	89.2	83.9
차수	1차	(71)	82.9	87.1	88.0	81.0
	2차	(72)	84.5	88.7	90.3	86.8
성별	남성	(55)	78.5	83.0	86.1	78.5
	여성	(88)	86.9	90.9	91.1	87.3
연령	20대 이하	(90)	83.1	87.6	89.3	84.4
	30대	(27)	85.8	89.5	90.7	82.7
	40대	(11)	84.8	90.9	90.9	86.4
	50대 이상	(15)	82.2	84.4	84.4	81.1
국적	아시아/기타	(47)	83.7	87.6	89.0	86.9
	미국	(42)	86.5	88.5	90.5	84.1
	유럽	(54)	81.5	87.7	88.3	81.2
방문도	1회	(125)	84.1	88.5	89.6	84.5
	2회	(13)	82.1	87.2	89.7	82.1
	3회 이상	(5)	76.7	73.3	76.7	73.3

4. 디지털 실감 영상관 인지 경로

- 디지털 실감 영상관에 대한 인지 경로로는 '다른 전시관 및 시설을 방문하다 우연히'가 63.6%로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 '기존에 알고 있었음'(21.0%) > '박물관 누리집 또는 SNS를 통해'(15.4%) 순으로 나타남
- 응답자 특성별로 살펴보면, 대부분의 응답자 특성에서 '다른 전시관 및 시설을 방문하다 우연히'가 가장 많은 것으로 나타남

(디지털 실감 영상관 관람자, n=162명, 단위: %)



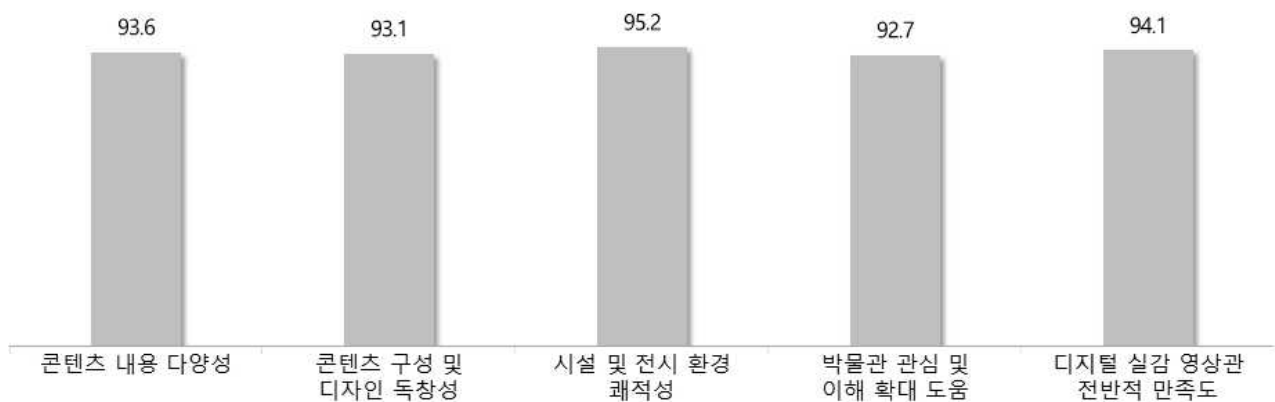
(디지털 실감 영상관 관람자, n=162명, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	다른 전시관 및 시설을 방문하다 우연히	기존에 알고 있었음	박물관 누리집 또는 SNS를 통해	기타
전체		(162)	63.6	21.0	15.4	0.0
차수	1차	(76)	72.4	6.6	21.1	0.0
	2차	(86)	55.8	33.7	10.5	0.0
성별	남성	(62)	59.7	22.6	17.7	0.0
	여성	(100)	66.0	20.0	14.0	0.0
연령	20대 이하	(102)	64.7	21.6	13.7	0.0
	30대	(34)	61.8	20.6	17.6	0.0
	40대	(9)	66.7	11.1	22.2	0.0
	50대 이상	(17)	58.8	23.5	17.6	0.0
국적	아시아/기타	(50)	60.0	22.0	18.0	0.0
	미국	(51)	60.8	19.6	19.6	0.0
	유럽	(61)	68.9	21.3	9.8	0.0
방문 빈도	1회	(139)	61.9	21.6	16.5	0.0
	2회	(16)	81.3	6.3	12.5	0.0
	3회 이상	(7)	57.1	42.9	0.0	0.0

5. 디지털 실감 영상관 만족도

- 디지털 실감 영상관에 대한 만족도는 '시설 및 전시 환경 쾌적성'이 95.2점으로 가장 높고, 다음으로 '디지털 실감 영상관 전반적 만족도'(94.1점) > '콘텐츠 내용 다양성'(93.6점) > '콘텐츠 구성 및 디자인 독창성'(93.1점) > '박물관 관심 및 이해 확대 도움'(92.7점) 순으로 나타남
- 디지털 실감 영상관에 대한 전반적 만족도를 응답자 특성별로 살펴보면, 성별로는 여성이 남성 대비 높게 나타났고, 연령별로는 50대 이상이 99.0점으로 가장 높은 반면, 40대는 87.0점으로 가장 낮게 나타남
- 국적별로는 아시아/기타가 가장 높은 반면, 유럽은 가장 낮게 나타남
- 방문빈도별로는 3회 이상 자주 찾는 관람객들의 만족도가 가장 높게 나타남

(디지털 실감 영상관 관람객, n=162명, 단위: 점)



(디지털 실감 영상관 관람객, n=162명, 단위: 점)

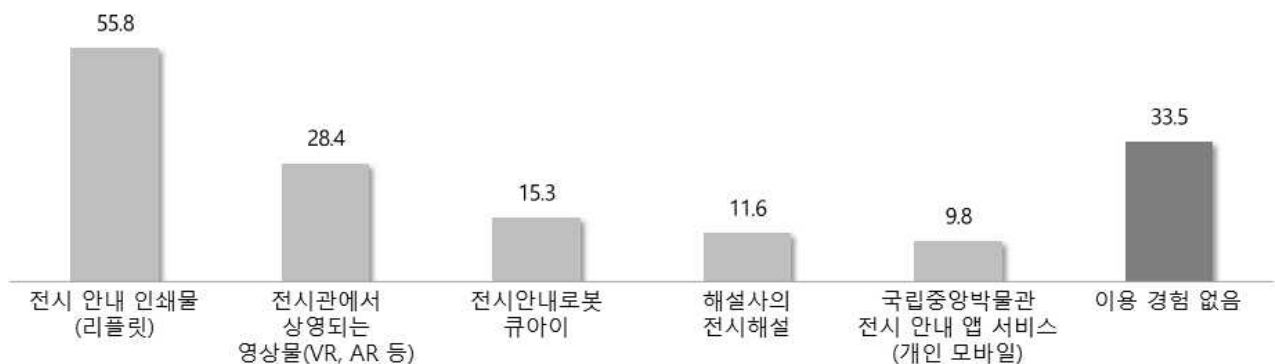
구 분		사례수 (명)	콘텐츠 내용 다양성	콘텐츠 구성 및 디자인 독창성	시설 및 전시 환경 쾌적성	박물관 관심 및 이해 확대 도움	디지털 실감 영상관 전반적 만족도
전체		(162)	93.6	93.1	95.2	92.7	94.1
차수	1차	(76)	94.1	93.4	95.2	94.1	95.4
	2차	(86)	93.2	92.8	95.2	91.5	93.0
성별	남성	(62)	92.7	93.3	94.4	91.1	93.5
	여성	(100)	94.2	93.0	95.7	93.7	94.5
연령	20대 이하	(102)	93.5	92.6	94.8	92.0	94.1
	30대	(34)	92.6	92.2	95.1	93.6	93.6
	40대	(9)	90.7	92.6	92.6	87.0	87.0
	50대 이상	(17)	98.0	98.0	99.0	98.0	99.0
국적	아시아/기타	(50)	94.7	93.0	94.7	94.0	95.3
	미국	(51)	93.5	94.8	96.1	93.5	94.4
	유럽	(61)	92.9	91.8	94.8	91.0	92.9
방문도	1회	(139)	93.8	93.5	95.7	92.9	94.2
	2회	(16)	90.6	88.5	90.6	90.6	91.7
	3회 이상	(7)	97.6	95.2	95.2	92.9	97.6

6. 전시해설 지원항목 및 만족도

1) 전시해설 지원항목 이용 경험

- 박물관에서 제공되는 전시해설 지원항목 중에서 이용 경험이 있는 것은 '전시 안내 인쇄물(리플릿)'이 55.8%로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 '전시관에서 상영되는 영상물(VR, AR 등)'(28.4%) > '전시안내로봇 큐아이'(15.3%) 등의 순으로 나타남
- 전체 응답자의 33.5%는 전시해설 지원항목을 이용한 경험이 없는 것으로 나타남
- 응답자 특성별로 살펴보면, 모든 응답자 특성에서 '전시 안내 인쇄물(리플릿)'을 이용하는 경험이 많은 것으로 나타난 반면, 50대 이상에서는 '이용 경험 없음'의 비율이 타 연령 대비 많은 것으로 나타남

(n=215명, 복수응답, 단위: %)

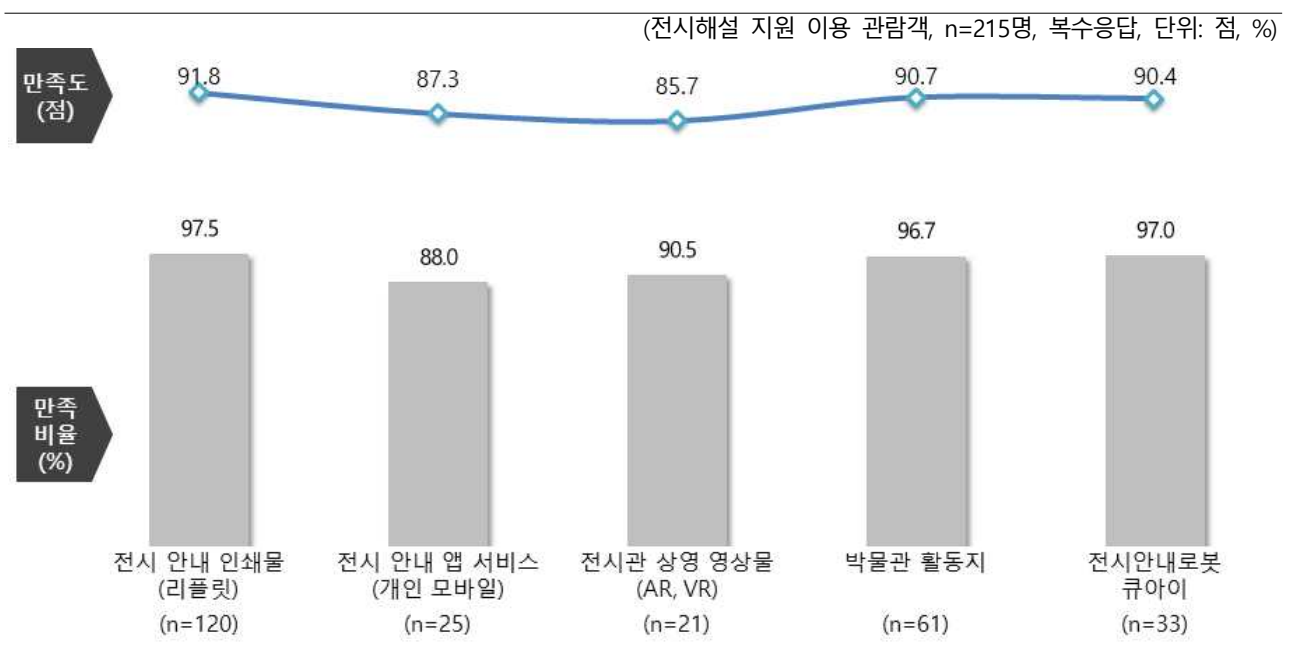


(n=215명, 복수응답, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	전시 안내 인쇄물 (리플릿)	전시관에서 상영되는 영상물 (VR, AR 등)	전시안내로 봇 큐아이	해설사의 전시해설	국립중앙 박물관 전시 안내 앱 서비스 (개인 모바일)	이용 경험 없음
전체		(215)	55.8	28.4	15.3	11.6	9.8	33.5
차수	1차	(107)	55.1	27.1	14.0	10.3	14.0	38.3
	2차	(108)	56.5	29.6	16.7	13.0	5.6	28.7
성별	남성	(84)	52.4	27.4	16.7	15.5	10.7	35.7
	여성	(131)	58.0	29.0	14.5	9.2	9.2	32.1
연령	20대 이하	(133)	55.6	30.8	18.0	10.5	9.0	31.6
	30대	(40)	65.0	32.5	20.0	20.0	17.5	25.0
	40대	(18)	50.0	33.3	5.6	5.6	5.6	44.4
	50대 이상	(24)	45.8	4.2	0.0	8.3	4.2	50.0
국적	아시아/기타	(68)	66.2	41.2	17.6	19.1	14.7	23.5
	미국	(67)	53.7	20.9	10.4	7.5	9.0	43.3
	유럽	(80)	48.8	23.8	17.5	8.8	6.3	33.8
방문도	1회	(184)	57.1	28.8	14.7	12.5	8.7	32.6
	2회	(21)	52.4	23.8	19.0	4.8	14.3	42.9
	3회 이상	(10)	40.0	30.0	20.0	10.0	20.0	30.0

2) 이용 전시해설 지원항목 만족도

- 이용한 전시해설 지원항목의 만족도는 '전시 안내 인쇄물(리플릿)'이 91.8점으로 가장 높고, 다음으로 '박물관 활동지'(90.7점) > '전시안내로봇 큐아이'(90.4점) 등의 순으로 나타남
- 응답자 특성별로 살펴보면, 50대 이상에서 '전시안내로봇 큐아이'를 제외한 모든 이용 전시해설 지원항목에 대한 만족도가 높게 나타났으며, '전시안내로봇 큐아이'에 대한 만족도는 40대에서 높게 나타남



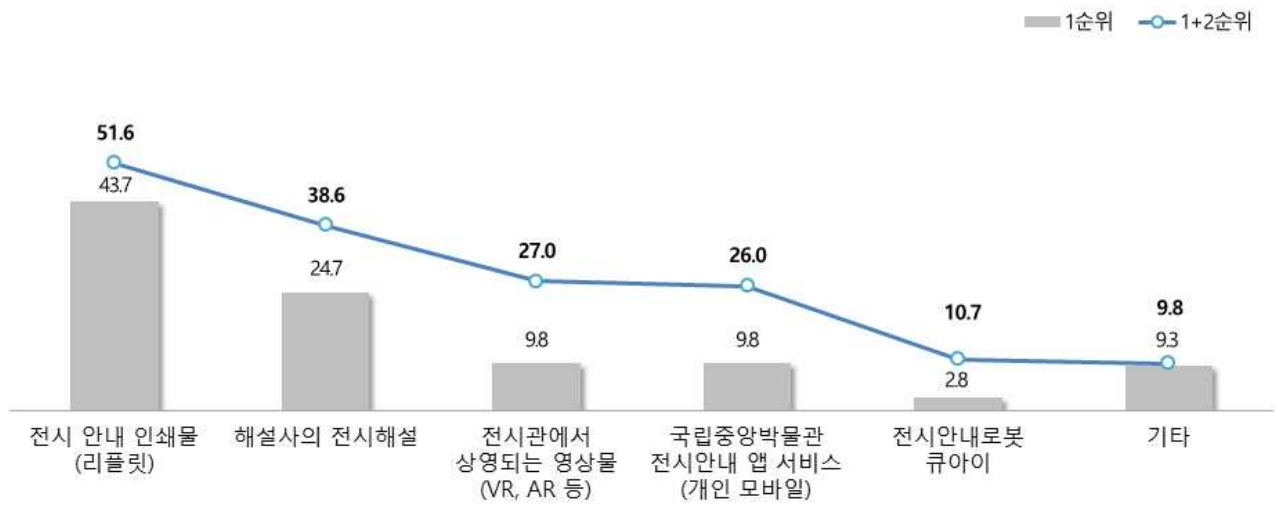
(전시해설 지원 이용 관람객, n=215명, 복수응답, 단위: 점)

구 분		사례수 (명)	전시 안내 인쇄물(리플릿)	해설사의 전시해설	국립중앙 박물관 전시 안내 앱 서비스 (개인 모바일)	전시관에서 상영되는 영상물 (VR, AR 등)	전시안내로봇 큐아이
전체		(215)	91.8	87.3	85.7	90.7	90.4
차수	1차	(107)	92.1	92.4	91.1	91.4	91.1
	2차	(108)	91.5	83.3	72.2	90.1	89.8
성별	남성	(84)	91.3	84.6	79.6	89.9	88.1
	여성	(131)	92.1	90.3	90.3	91.2	92.1
연령	20대 이하	(133)	92.8	90.5	84.7	90.7	91.0
	30대	(40)	89.7	79.2	83.3	91.0	87.5
	40대	(18)	87.0	83.3	100.0	88.9	100.0
	50대 이상	(24)	93.9	100.0	100.0	100.0	0.0
국적	아시아/기타	(68)	93.7	89.7	86.7	92.9	88.9
	미국	(67)	90.3	86.7	91.7	91.7	90.5
	유럽	(80)	91.0	83.3	76.7	86.8	91.7
방문도	1회	(184)	92.1	87.0	83.3	91.2	90.1
	2회	(21)	89.4	100.0	94.4	93.3	100.0
	3회 이상	(10)	91.7	83.3	91.7	77.8	75.0

3) 보완이 필요한 전시해설 지원항목

- 보완이 필요한 전시해설 지원항목으로 '전시 안내 인쇄물(리플릿)'이 51.6%로 가장 많이 나타났으며, 다음으로 '해설사의 전시해설'(38.6%) > '전시관에서 상영되는 영상물(VR, AR 등)'(27.0%) 등의 순으로 나타남(1+2순위 기준)
- 보완이 필요하지 않거나 기타 의견을 제시한 응답자의 비율은 9.8%임
- 대부분의 응답자 특성에서 '전시 안내 인쇄물(리플릿)'에 대한 보완이 필요하다는 의견이 많았으나, 연령별 40대와 국적 유럽에서는 '해설사의 전시해설'에 대한 보완이 필요하다는 의견이 많이 나타남

(n=215명, 복수응답, 단위: %)



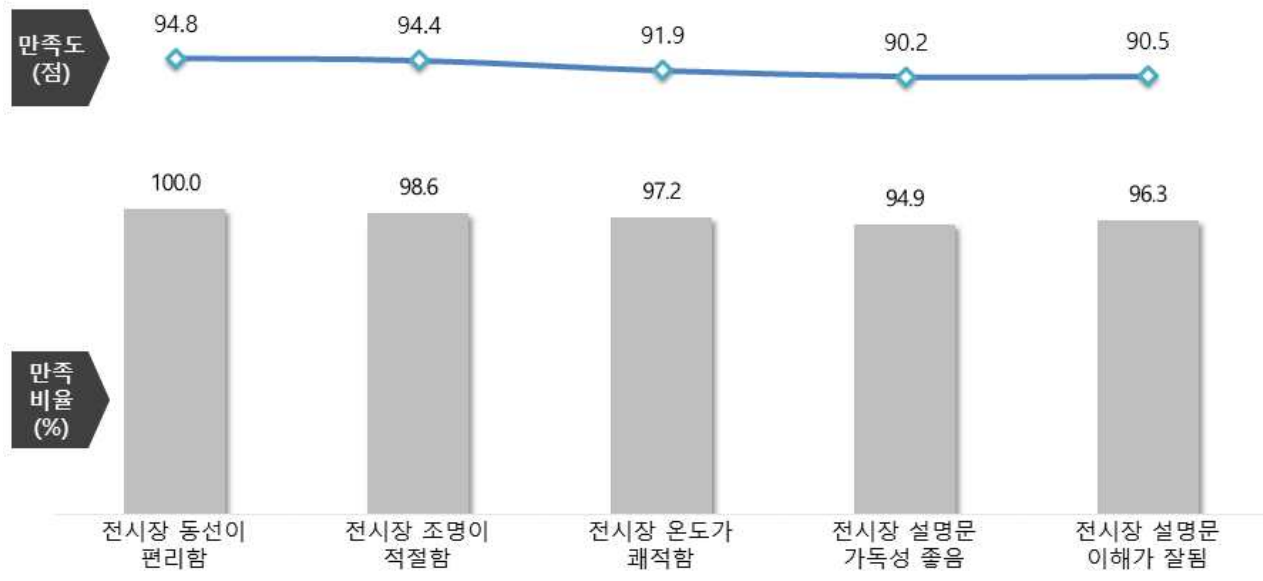
(n=215명, 1+2순위 기준, 복수응답, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	전시 안내 인쇄물 (리플릿)	해설사의 전시해설	전시관에서 상영되는 영상물(VR, AR 등)	국립중앙 박물관 전시안내 앱 서비스(개인 모바일)	전시안내 로봇 큐아이	기타
전체		(215)	51.6	38.6	27.0	26.0	10.7	9.8
차수	1차	(107)	54.2	29.0	26.2	33.6	9.3	13.1
	2차	(108)	49.1	48.1	27.8	18.5	12.0	6.5
성별	남성	(84)	52.4	34.5	28.6	25.0	10.7	11.9
	여성	(131)	51.1	41.2	26.0	26.7	10.7	8.4
연령	20대 이하	(133)	53.4	39.1	27.1	23.3	13.5	8.3
	30대	(40)	55.0	37.5	27.5	25.0	5.0	12.5
	40대	(18)	27.8	44.4	16.7	44.4	11.1	11.1
	50대 이상	(24)	54.2	33.3	33.3	29.2	4.2	12.5
국적	아시아/기타	(68)	47.1	38.2	25.0	32.4	7.4	11.8
	미국	(67)	67.2	28.4	28.4	25.4	13.4	9.0
	유럽	(80)	42.5	47.5	27.5	21.3	11.3	8.8
방문도	1회	(184)	51.6	40.8	26.6	24.5	10.9	8.2
	2회	(21)	52.4	23.8	38.1	28.6	9.5	19.0
	3회 이상	(10)	50.0	30.0	10.0	50.0	10.0	20.0

7. 전시 관람 환경 만족도

- 전시 관람 환경에 대한 만족도는 '전시장 동선이 편리함'이 94.8점으로 가장 높고, 다음으로 '전시장 조명이 적절함'(94.4점) > '전시장 온도가 쾌적함'(91.9점) > '전시장 설명문 이해가 잘됨'(90.5점) > '전시장 설명문 가독성 좋음'(90.2점) 순으로 나타남
- 연령별로 살펴보면, 50대 이상에서 대부분의 전시 관람 환경 만족도가 높게 나타났으나, '전시장 설명문 가독성 좋음'은 낮게 나타남
- 방문빈도별로 살펴보면, 방문빈도가 많을수록 전시 관람 환경에 대한 만족도가 낮게 나타남

(n=215명, 단위: 점, %)



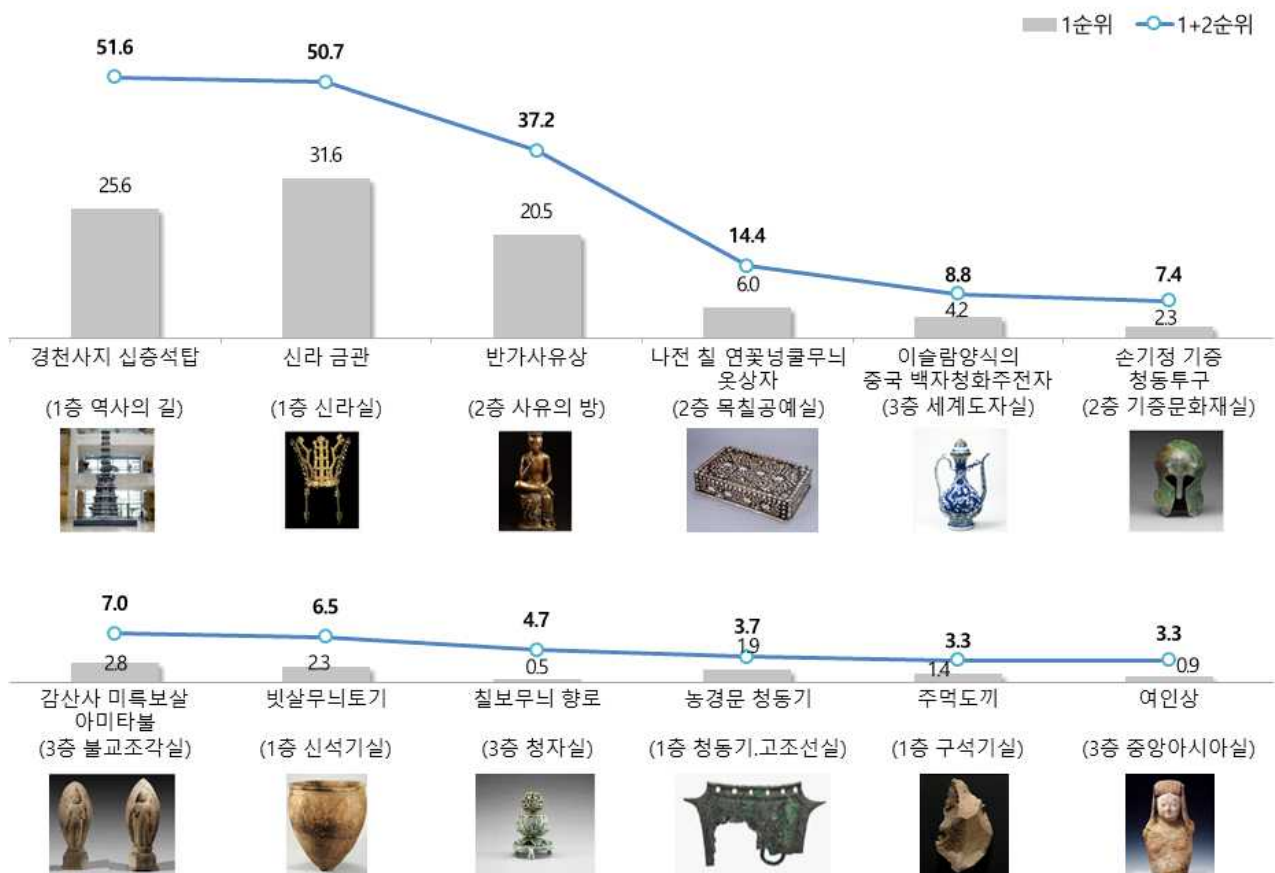
(n=215명, 단위: 점)

구 분		사례수 (명)	전시장 동선이 편리함	전시장 조명이 적절함	전시장 온도가 쾌적함	전시장 설명문 가독성 좋음	전시장 설명문 이해가 잘됨
전체		(215)	94.8	94.4	91.9	90.2	90.5
차수	1차	(107)	94.5	93.1	92.5	87.7	88.3
	2차	(108)	95.1	95.7	91.2	92.7	92.6
성별	남성	(84)	94.2	94.4	93.1	91.3	90.5
	여성	(131)	95.2	94.4	91.1	89.6	90.5
연령	20대 이하	(133)	94.5	94.2	91.5	90.1	90.6
	30대	(40)	94.6	94.2	91.3	90.0	87.9
	40대	(18)	94.4	92.6	90.7	93.5	91.7
	50대 이상	(24)	97.2	97.2	95.8	88.9	93.1
국적	아시아/기타	(68)	95.1	95.6	92.4	93.6	92.6
	미국	(67)	96.0	96.0	93.5	91.3	92.3
	유럽	(80)	93.5	92.1	90.0	86.5	87.1
방문도	1회	(184)	95.3	95.3	92.4	91.8	91.8
	2회	(21)	93.7	92.9	91.3	86.5	86.5
	3회 이상	(10)	88.3	81.7	83.3	70.0	75.0

8. 기억에 남는 전시 유물

- 박물관 전시 유물 중 다시 보고 싶거나 높이 평가하는 유물로는 '경천사지 십층석탑'이 51.6%로 가장 많이 나타났으며, 다음으로 '신라 금관'(50.7%) > '반가사유상'(37.2%) 등의 순으로 나타남(1+2순위 기준)
- 대부분의 응답자 특성별에서 '경천사지 십층석탑'에 대한 의견이 많이 나타난 반면, 성별로는 남성, 연령별로는 20대 이하, 국적별로는 미국, 방문빈도별로는 2회 이상에서는 '신라 금관'에 대한 의견이 많이 나타남

(n=215명, 복수응답, 단위: %)



(n=215명, 1+2순위 기준, 복수응답, 단위: %)

구 분		사 례 수 (명)	경천 사지 십층 석탑	신라 금관	반가 사유상	나전 칠 연꽃 넝쿨 무늬 옷상자	이슬람 양식의 중국 백자 청화 주전자	손기정 기증 청동 투구	감산사 미륵 보살 아미 타불	빛살 무늬 토기	칠보 무늬 향로	농경문 청동기	주먹 도끼	여인상
전체		(215)	51.6	50.7	37.2	14.4	8.8	7.4	7.0	6.5	4.7	3.7	3.3	3.3
차 수	1차	(107)	42.1	59.8	40.2	14.0	3.7	12.1	6.5	4.7	6.5	3.7	3.7	1.9
	2차	(108)	61.1	41.7	34.3	14.8	13.9	2.8	7.4	8.3	2.8	3.7	2.8	4.6
성 별	남성	(84)	45.2	46.4	36.9	13.1	8.3	13.1	7.1	7.1	2.4	4.8	8.3	4.8
	여성	(131)	55.7	53.4	37.4	15.3	9.2	3.8	6.9	6.1	6.1	3.1	0.0	2.3
연 령	20대 이하	(133)	50.4	54.9	34.6	15.8	7.5	9.0	6.0	4.5	4.5	2.3	4.5	4.5
	30대	(40)	55.0	45.0	45.0	12.5	10.0	7.5	5.0	5.0	2.5	10.0	2.5	0.0
	40대	(18)	55.6	38.9	44.4	16.7	5.6	5.6	11.1	11.1	5.6	0.0	0.0	0.0
	50대 이상	(24)	50.0	45.8	33.3	8.3	16.7	0.0	12.5	16.7	8.3	4.2	0.0	4.2
국 적	아시아/기타	(68)	55.9	45.6	39.7	13.2	5.9	8.8	8.8	5.9	7.4	2.9	4.4	1.5
	미국	(67)	41.8	53.7	40.3	14.9	7.5	11.9	7.5	6.0	3.0	3.0	1.5	6.0
	유럽	(80)	56.3	52.5	32.5	15.0	12.5	2.5	5.0	7.5	3.8	5.0	3.8	2.5
방 문 빈 도	1회	(184)	54.3	48.4	37.0	14.7	9.8	8.2	6.5	6.5	3.3	4.3	3.3	3.3
	2회	(21)	42.9	66.7	33.3	19.0	4.8	4.8	9.5	0.0	9.5	0.0	4.8	4.8
	3회 이상	(10)	20.0	60.0	50.0	0.0	0.0	0.0	10.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0

9. 고객 VOC(국립중앙박물관 관련 의견)

- 외국인 관람객의 13명(6.0%)가 국립중앙박물관 관련 의견을 제시함
- 외국인 관람객의 고객 의견으로는 '지금도 만족스러움'이 11건(84.6%)로 가장 많이 나타남
- 한편, 개선 의견으로는 '전시물품별 안내 필요'/'시대별 콘텐츠 필요'가 각각 1건(7.7%) 나타남

(개선사항 응답자 n=13, 복수응답)

내용	사례수	비율(%)
지금도 만족스러움	11	84.6
전시물품별 안내 필요	1	7.7
시대별 콘텐츠 필요	1	7.7

제5장. 내국인 단체 인솔자 조사 결과

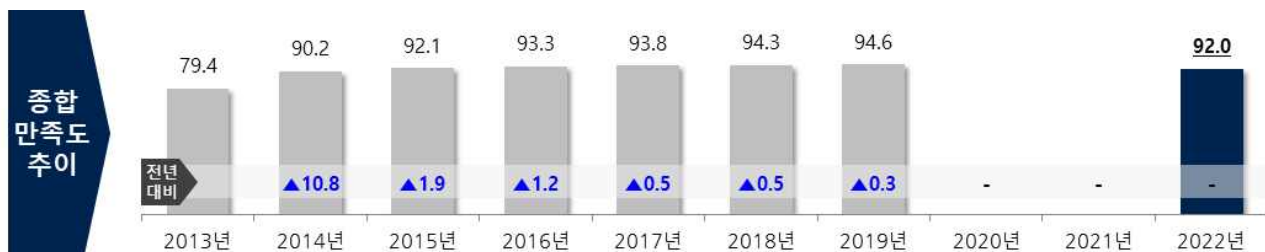
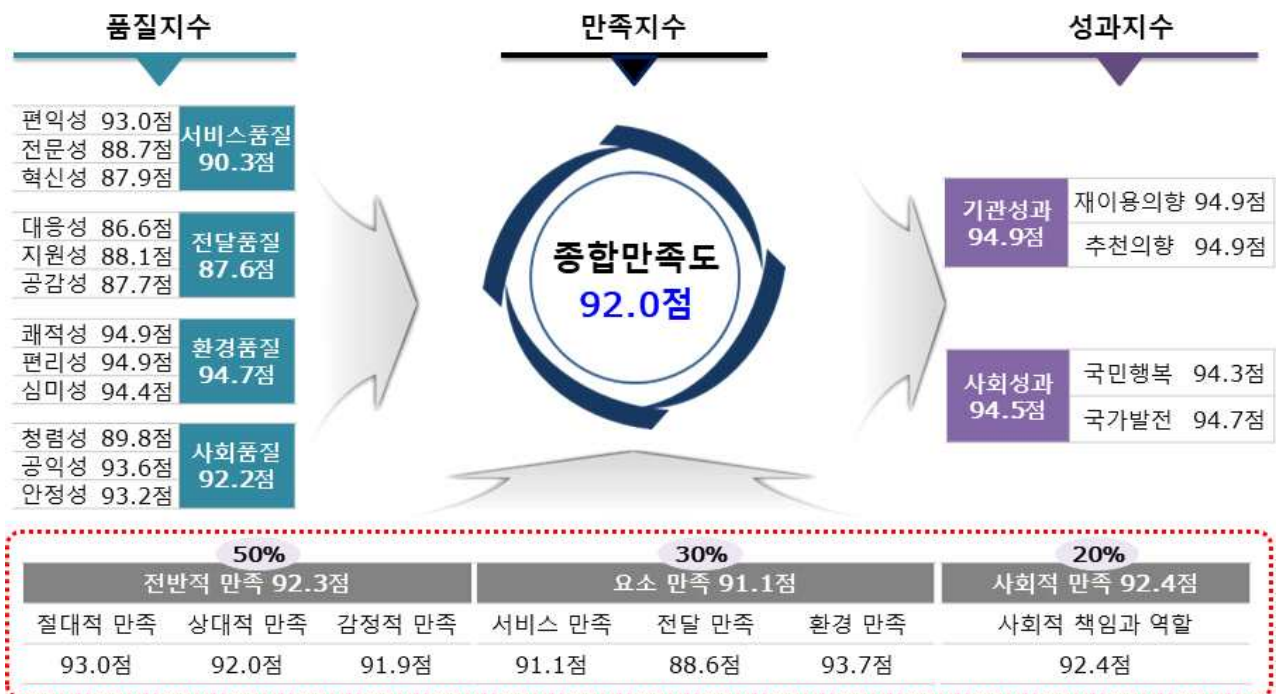
제1절 전시·서비스 만족도 평가

1. 내국인 단체 인솔자 종합만족도

1) 종합만족도(PCSI)

- 2022년 국립중앙박물관 내국인 단체 인솔자 종합만족도(PCSI)는 92.0점으로 나타남
- 종합만족도를 구성하는 만족지수는 [사회적 만족] 92.4점 > [전반적 만족] 92.3점 > [요소 만족] 91.1점 순으로 나타남
- 품질지수는 [환경 품질]이 94.7점으로 가장 높으며, 다음으로 [사회 품질] 92.2점 > [서비스 품질] 90.3점 > [전달 품질] 87.6점 순이며, 세부 항목별로 '쾌적성'과 '편리성'이 각각 94.9점으로 가장 높은 반면, '대응성'은 86.6점으로 가장 낮음

(n=150명, 단위: 점)

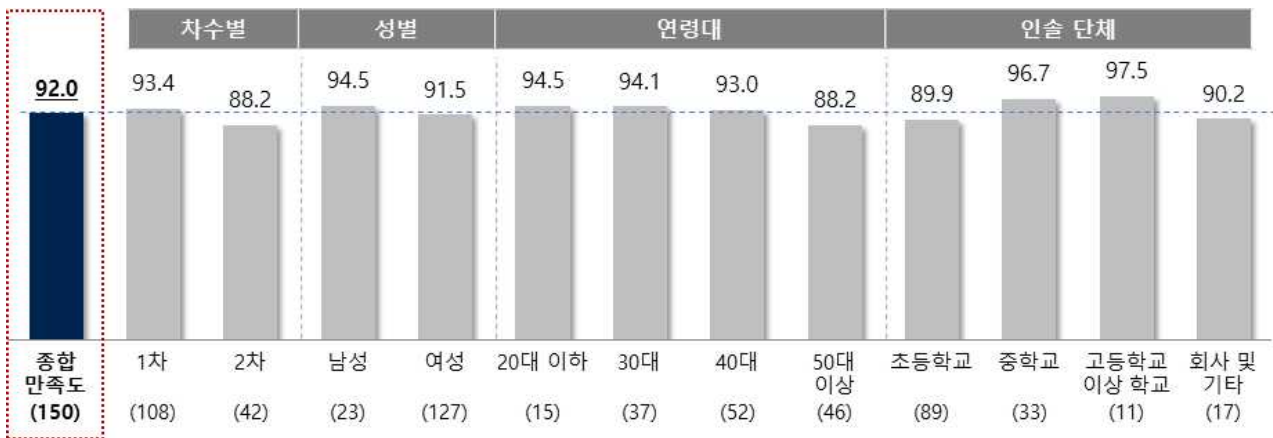


*2020, 2021년에는 코로나19로 인해 내국인 단체 인솔자 조사 유형이 제외됨

2) 응답자 특성별 종합만족도

- 차수별로 '1차'가 93.4점으로 '2차'(88.2점) 대비 높게 나타남
- 성별로는 '남성'이 94.5점으로 '여성'(91.5점) 대비 높게 나타남
- 연령별로 '20대 이하'가 94.5점으로 가장 높은 반면, '50대 이상'은 88.2점으로 가장 낮음
- 인솔 단체별로는 '고등학교 이상 학교'가 97.5점으로 가장 높은 반면, '초등학교'는 89.9점으로 가장 낮게 나타남

(n=150명, 단위: 점)

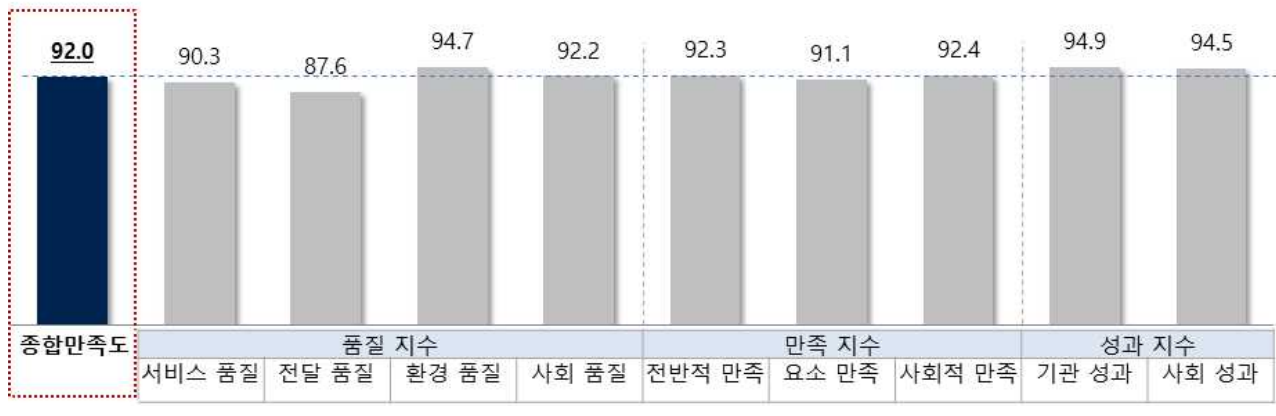


2. 구성 요소별 결과

1) 차원만족도

- 차원만족도 분석 결과, 품질 지수는 [환경 품질]이 94.7점으로 가장 높고, 다음으로 [사회 품질](92.2점) > [서비스 품질](90.3점) > [전달 품질](87.6점) 순으로 나타남
- 만족 지수에서는 [사회적 만족]이 92.4점으로 가장 높고, 다음으로 [전반적 만족](92.3점) > [요소 만족](91.1점) 순으로 나타남
- 성과 지수에서는 [기관 성과]가 94.9점으로 [사회 성과](94.5점) 대비 높게 나타남

(n=150명, 단위: 점)



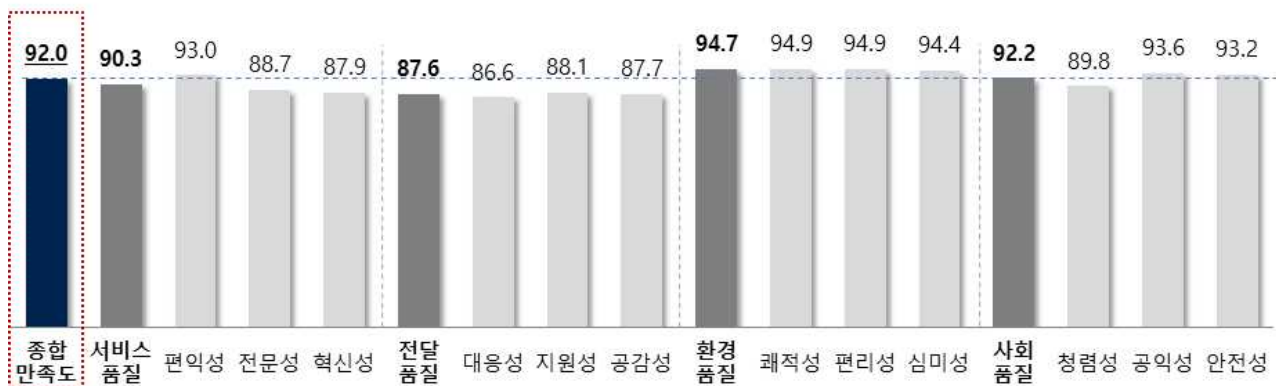
(n=150명, 단위: 점)

구 분		사례수 (명)	종합 만족도	품질 지수				만족 지수			성과 지수	
				서비스 품질	전달 품질	환경 품질	사회 품질	전반적 만족	요소 만족	사회적 만족	기관 성과	사회 성과
전체		(150)	92.0	90.3	87.6	94.7	92.2	92.3	91.1	92.4	94.9	94.5
차수 별	1차	(108)	93.4	91.0	88.9	95.6	93.2	93.9	92.5	93.5	95.3	95.1
	2차	(42)	88.2	88.4	84.4	92.4	89.7	88.1	87.4	89.7	93.8	93.1
성별	남성	(23)	94.5	93.8	90.6	95.8	93.2	95.4	93.2	94.2	95.7	95.3
	여성	(127)	91.5	89.6	87.1	94.5	92.0	91.7	90.7	92.1	94.8	94.4
연령 대	20대 이하	(15)	94.5	93.8	89.8	94.0	94.1	94.1	94.4	95.6	95.0	94.4
	30대	(37)	94.1	93.0	91.1	95.3	94.9	94.3	92.8	95.5	95.5	96.2
	40대	(52)	93.0	90.0	89.6	95.7	92.6	93.7	92.2	92.6	95.2	94.4
	50대 이상	(46)	88.2	87.2	81.9	93.3	88.9	88.5	87.4	88.8	94.0	93.3
인솔 단체	초등학교	(89)	89.9	88.3	84.0	93.7	90.2	90.2	89.0	90.4	94.6	94.1
	중학교	(33)	96.7	94.8	95.3	98.3	96.5	96.8	96.3	97.0	97.2	97.2
	고등학교 이상 학교	(11)	97.5	95.8	93.9	99.4	97.5	98.0	96.0	98.5	97.0	94.7
	회사 및 기타	(17)	90.2	88.0	87.5	90.0	90.8	90.8	89.2	90.2	90.7	91.2

2) 품질지수

- 품질 지수는 [환경 품질]이 94.7점으로 가장 높고, 다음으로 [사회 품질](92.2점) > [서비스 품질](90.3점) > [전달 품질](87.6점) 순으로 나타남
- [서비스 품질]의 경우 '편익성'이 93.0점으로 가장 높고, 다음으로 '전문성'(88.7점) > '혁신성'(87.9점) 순으로 나타남
- [전달 품질]의 경우 '지원성'이 88.1점으로 가장 높고, 다음으로 '공감성'(87.7점) > '대응성'(86.6점) 순으로 나타남
- [환경 품질]의 경우 '쾌적성'과 '편리성'이 각각 94.9점으로 가장 높고, 다음으로 '심미성'(94.4점) 순으로 나타남
- [사회 품질]의 경우 '공익성'이 93.6점으로 가장 높고, 다음으로 '안전성'(93.2점) > '청렴성'(89.8점) 순으로 나타남

(n=150명, 단위: 점)



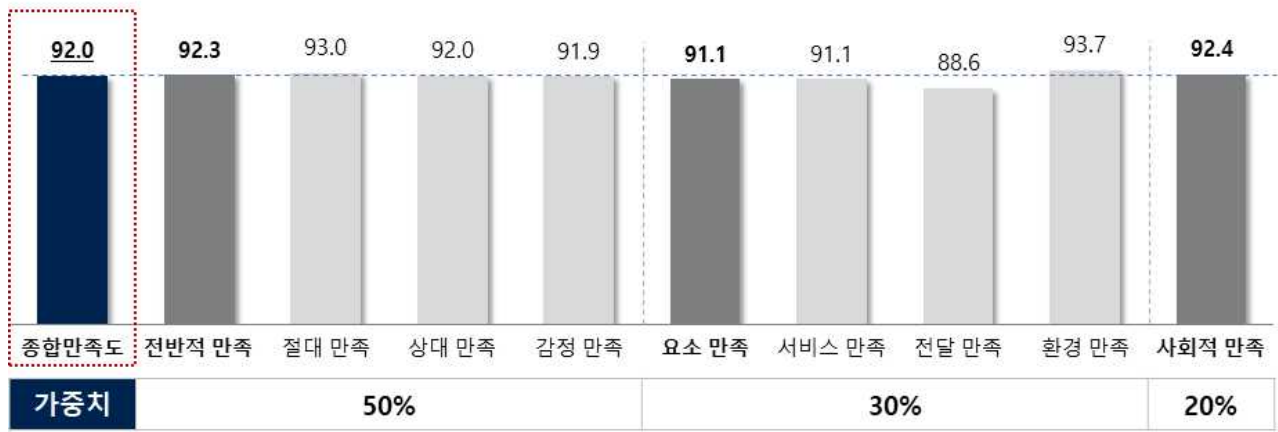
(n=150명, 단위: 점)

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		(150)	92.0	90.3	93.0	88.7	87.9	87.6	86.6	88.1	87.7	94.7	94.9	94.9	94.4	92.2	89.8	93.6	93.2
차수별	1차	(108)	93.4	91.0	93.4	89.4	89.4	88.9	87.8	89.0	89.3	95.6	96.3	95.8	95.1	93.2	90.9	94.3	94.3
	2차	(42)	88.2	88.4	92.1	86.9	84.1	84.4	83.3	85.7	83.5	92.4	91.3	92.7	92.7	89.7	86.9	91.7	90.5
성별	남성	(23)	94.5	93.8	96.0	92.8	91.3	90.6	89.9	90.9	90.6	95.8	96.4	94.2	97.1	93.2	88.4	95.7	95.7
	여성	(127)	91.5	89.6	92.5	88.0	87.3	87.1	86.0	87.6	87.1	94.5	94.6	95.0	93.9	92.0	90.0	93.2	92.8
연령대	20대 이하	(15)	94.5	93.8	95.0	95.0	88.9	89.8	88.9	90.0	90.0	94.0	95.6	91.1	96.1	94.1	93.3	94.4	94.4
	30대	(37)	94.1	93.0	94.8	91.4	92.3	91.1	88.7	92.3	91.0	95.3	96.4	95.3	94.8	94.9	94.1	95.5	95.0
	40대	(52)	93.0	90.0	93.1	87.7	88.5	89.6	87.8	90.1	90.1	95.7	96.8	95.8	95.0	92.6	89.1	94.2	94.6
	50대 이상	(46)	88.2	87.2	90.8	85.7	83.3	81.9	82.6	81.9	81.5	93.3	91.3	94.7	92.8	88.9	85.9	90.9	89.9
인솔단체	초등학교	(89)	89.9	88.3	92.1	86.0	85.4	84.0	83.1	85.1	83.4	93.7	93.3	94.3	93.3	90.2	87.3	92.1	91.2
	중학교	(33)	96.7	94.8	96.7	93.4	93.9	95.3	94.9	94.7	96.0	98.3	98.5	98.2	98.2	96.5	93.9	97.5	98.0
	고등학교 이상 학교	(11)	97.5	95.8	96.2	97.0	92.4	93.9	93.9	93.9	93.9	99.4	100.0	98.5	100.0	97.5	98.5	95.5	98.5
	회사 및 기타	(17)	90.2	88.0	88.2	88.7	86.3	87.5	83.3	87.3	89.7	90.0	93.1	89.2	89.2	90.8	89.2	92.2	91.2

3) 만족지수

- 만족지수를 살펴보면, [사회적 만족]이 92.4점으로 가장 높고, 다음으로 [전반적 만족](92.3점) > [요소 만족](91.1점) 순으로 나타남
- 세부 항목별로는 '환경 만족'이 93.7점으로 가장 높은 반면, '전달 만족'은 88.6점으로 가장 낮게 나타남

(n=150명, 단위: 점)



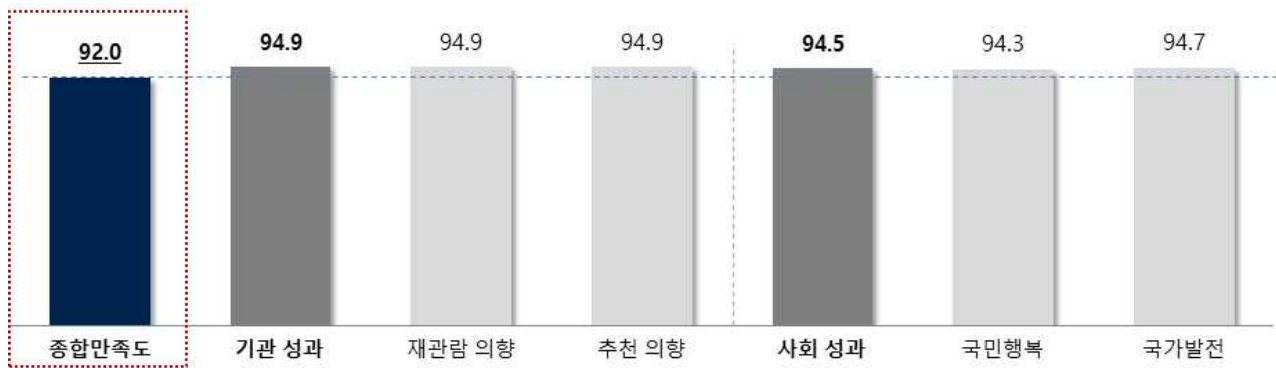
(n=150명, 단위: 점)

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		(150)	92.0	92.3	93.0	92.0	91.9	91.1	91.1	88.6	93.7	92.4
차수 별	1차	(108)	93.4	93.9	94.6	93.4	93.8	92.5	92.1	90.1	95.4	93.5
	2차	(42)	88.2	88.1	88.9	88.5	86.9	87.4	88.5	84.5	89.3	89.7
성별	남성	(23)	94.5	95.4	96.4	95.7	94.2	93.2	93.5	89.9	96.4	94.2
	여성	(127)	91.5	91.7	92.4	91.3	91.5	90.7	90.7	88.3	93.2	92.1
연령 대	20대 이하	(15)	94.5	94.1	94.4	94.4	93.3	94.4	95.6	92.2	95.6	95.6
	30대	(37)	94.1	94.3	94.1	94.6	94.1	92.8	93.2	91.4	93.7	95.5
	40대	(52)	93.0	93.7	94.6	92.9	93.6	92.2	91.3	90.1	95.2	92.6
	50대 이상	(46)	88.2	88.5	89.9	88.0	87.7	87.4	87.7	83.3	91.3	88.8
인솔 단체	초등학교	(89)	89.9	90.2	91.0	90.1	89.5	89.0	89.7	85.2	91.9	90.4
	중학교	(33)	96.7	96.8	97.0	96.5	97.0	96.3	94.9	95.5	98.5	97.0
	고등학교 이상 학교	(11)	97.5	98.0	100.0	95.5	98.5	96.0	95.5	92.4	100.0	98.5
	회사 및 기타	(17)	90.2	90.8	91.2	91.2	90.2	89.2	88.2	90.2	89.2	90.2

4) 성과지수

- 성과 지수를 살펴보면, [기관 성과]가 94.9점으로 [사회 성과](94.5점) 대비 높게 나타남
- 기관 성과 내에서는 '재관람 의향'과 '추천 의향'이 94.9점으로 동일하게 나타남
- 사회 성과 내에서는 '국가발전'이 94.7점으로 '국민 행복'은 94.3점 대비 높게 나타남

(n=150명, 단위: 점)



(n=150명, 단위: 점)

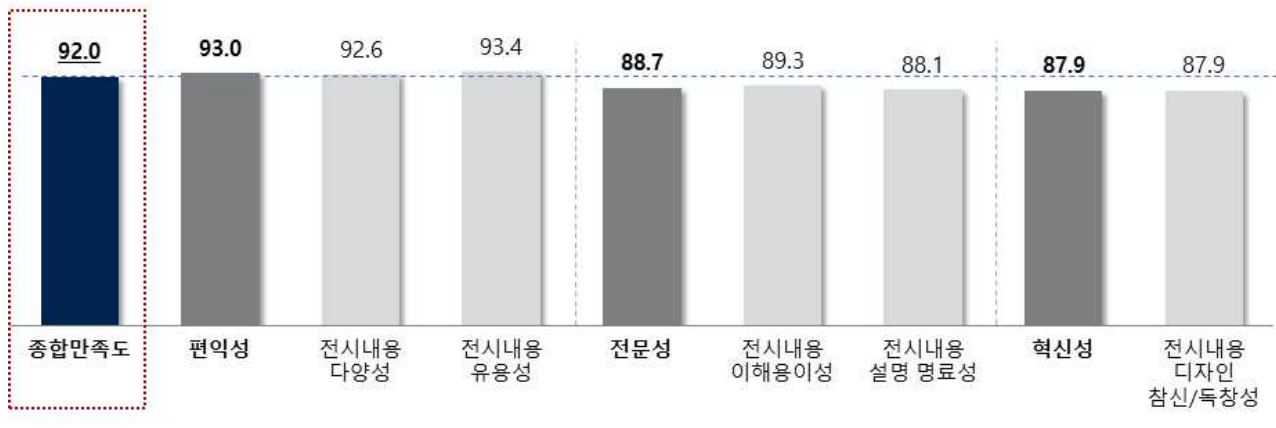
구 분		사례수 (명)	종합 만족도	기관 성과	재관람 의향	추천 의향	사회 성과	국민 행복	국가 발전
전체		(150)	92.0	94.9	94.9	94.9	94.5	94.3	94.7
차수 별	1차	(108)	93.4	95.3	94.9	95.7	95.1	94.8	95.4
	2차	(42)	88.2	93.8	94.8	92.9	93.1	93.3	92.9
성별	남성	(23)	94.5	95.7	94.9	96.4	95.3	94.9	95.7
	여성	(127)	91.5	94.8	94.9	94.6	94.4	94.2	94.5
연령 대	20대 이하	(15)	94.5	95.0	94.4	95.6	94.4	94.4	94.4
	30대	(37)	94.1	95.5	95.5	95.5	96.2	96.4	95.9
	40대	(52)	93.0	95.2	94.9	95.5	94.4	93.9	94.9
	50대 이상	(46)	88.2	94.0	94.6	93.5	93.3	93.1	93.5
인솔 단체	초등학교	(89)	89.9	94.6	94.8	94.4	94.1	93.8	94.4
	중학교	(33)	96.7	97.2	98.0	96.5	97.2	97.5	97.0
	고등학교 이상 학교	(11)	97.5	97.0	95.5	98.5	94.7	95.5	93.9
	회사 및 기타	(17)	90.2	90.7	89.2	92.2	91.2	90.2	92.2

3. 세부 항목별 결과

1) 서비스 품질

- 서비스 품질은 '편익성'이 93.0점으로 가장 높고,
다음으로 '전문성'(88.7점) > '혁신성'(87.9점) 순으로 나타남
- 세부 항목을 살펴보면, '전시내용 유용성'이 93.4점으로 가장 높고,
다음으로 '전시내용 다양성'(92.6점) > '전시내용 이해용이성'(89.3점) >
'전시내용 설명 명료성'(88.1점) > '전시내용 디자인 참신/독창성'(87.9점) 순으로 나타남

(n=150명, 단위: 점)



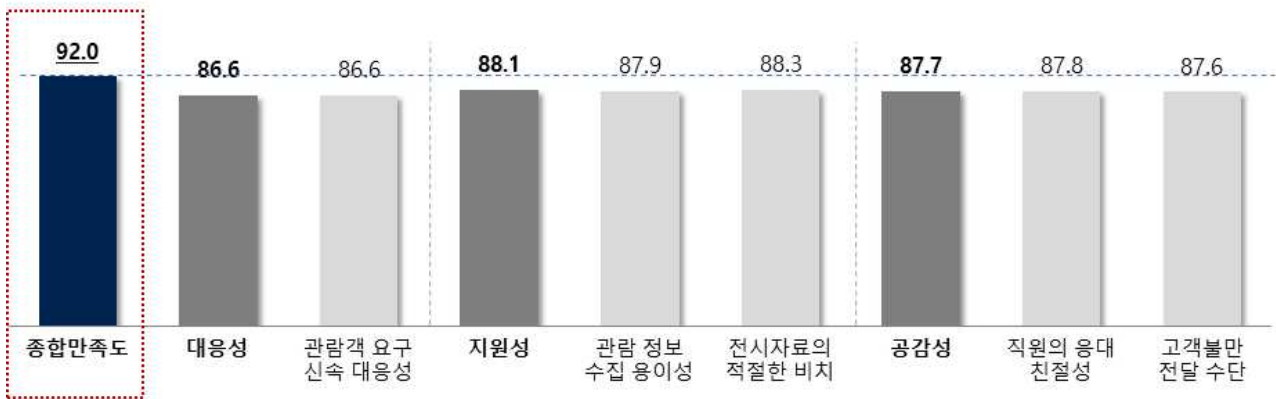
(n=150명, 단위: 점)

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		(150)	92.0	93.0	92.6	93.4	88.7	89.3	88.1	87.9	87.9
차수 별	1차	(108)	93.4	93.4	93.2	93.5	89.4	90.0	88.9	89.4	89.4
	2차	(42)	88.2	92.1	90.9	93.3	86.9	87.7	86.1	84.1	84.1
성별	남성	(23)	94.5	96.0	97.1	94.9	92.8	93.5	92.0	91.3	91.3
	여성	(127)	91.5	92.5	91.7	93.2	88.0	88.6	87.4	87.3	87.3
연령 대	20대 이하	(15)	94.5	95.0	95.6	94.4	95.0	94.4	95.6	88.9	88.9
	30대	(37)	94.1	94.8	94.6	95.0	91.4	92.8	90.1	92.3	92.3
	40대	(52)	93.0	93.1	92.6	93.6	87.7	88.5	86.9	88.5	88.5
	50대 이상	(46)	88.2	90.8	89.9	91.7	85.7	85.9	85.5	83.3	83.3
인솔 단체	초등학교	(89)	89.9	92.1	91.0	93.3	86.0	86.7	85.2	85.4	85.4
	중학교	(33)	96.7	96.7	97.5	96.0	93.4	93.4	93.4	93.9	93.9
	고등학교 이상 학교	(11)	97.5	96.2	97.0	95.5	97.0	98.5	95.5	92.4	92.4
	회사 및 기타	(17)	90.2	88.2	88.2	88.2	88.7	89.2	88.2	86.3	86.3

2) 전달 품질

- 전달 품질은 '지원성'이 88.1점으로 가장 높고,
다음으로 '공감성'(87.7점) > '대응성'(86.6점) 순으로 나타남
- 세부 항목을 살펴보면, '전시자료의 적절한 비치'가 88.3점으로 가장 높고, 다음으로
'관람 정보 수집 용이성'(87.9점) > '직원의 응대 친절성'(87.8점) 등의 순으로 나타남

(n=150명, 단위: 점)



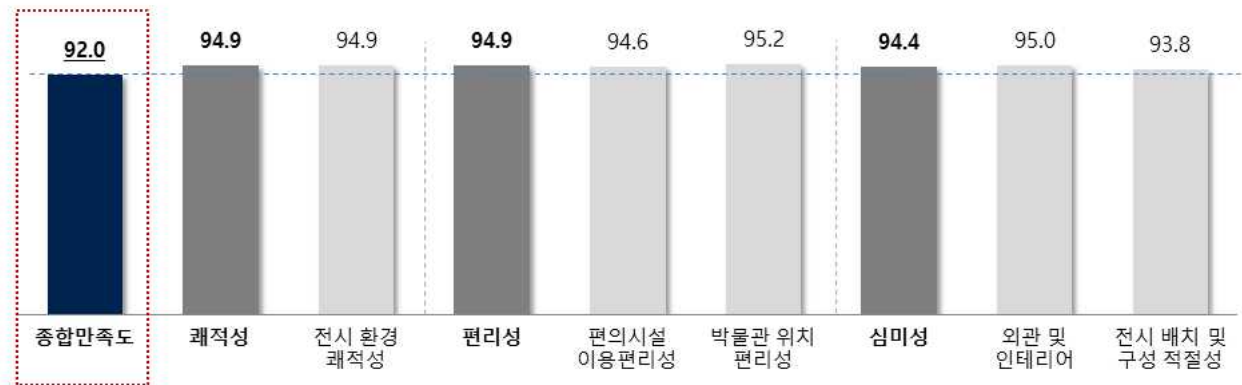
(n=150명, 단위: 점)

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		(150)	92.0	86.6	86.6	88.1	87.9	88.3	87.7	87.8	87.6
차수 별	1차	(108)	93.4	87.8	87.8	89.0	89.0	89.0	89.3	89.8	88.7
	2차	(42)	88.2	83.3	83.3	85.7	84.9	86.5	83.5	82.5	84.5
성별	남성	(23)	94.5	89.9	89.9	90.9	89.9	92.0	90.6	91.3	89.9
	여성	(127)	91.5	86.0	86.0	87.6	87.5	87.7	87.1	87.1	87.1
연령 대	20대 이하	(15)	94.5	88.9	88.9	90.0	88.9	91.1	90.0	91.1	88.9
	30대	(37)	94.1	88.7	88.7	92.3	91.9	92.8	91.0	91.4	90.5
	40대	(52)	93.0	87.8	87.8	90.1	88.5	91.7	90.1	91.0	89.1
	50대 이상	(46)	88.2	82.6	82.6	81.9	83.7	80.1	81.5	80.1	83.0
인솔 단체	초등학교	(89)	89.9	83.1	83.1	85.1	85.2	85.0	83.4	83.1	83.7
	중학교	(33)	96.7	94.9	94.9	94.7	94.9	94.4	96.0	97.0	94.9
	고등학교 이상 학교	(11)	97.5	93.9	93.9	93.9	92.4	95.5	93.9	95.5	92.4
	회사 및 기타	(17)	90.2	83.3	83.3	87.3	85.3	89.2	89.7	89.2	90.2

3) 환경 품질

- 환경 품질은 '쾌적성'과 '편리성'이 각각 94.9점으로 '심미성'(94.4점) 대비 높게 나타남
- 세부 항목을 살펴보면, '박물관 위치 편리성'이 95.2점으로 가장 높고,
다음으로 '외관 및 인테리어'(95.0점) > '전시 환경 쾌적성'(94.9점) 등의 순으로 나타남

(n=150명, 단위: 점)



(n=150명, 단위: 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		(150)	92.0	94.9	94.9	94.9	94.6	95.2	94.4	95.0	93.8
차수 별	1차	(108)	93.4	96.3	96.3	95.8	95.4	96.1	95.1	95.5	94.6
	2차	(42)	88.2	91.3	91.3	92.7	92.5	92.9	92.7	93.7	91.7
성별	남성	(23)	94.5	96.4	96.4	94.2	94.9	93.5	97.1	97.8	96.4
	여성	(127)	91.5	94.6	94.6	95.0	94.5	95.5	93.9	94.5	93.3
연령 대	20대 이하	(15)	94.5	95.6	95.6	91.1	93.3	88.9	96.1	96.7	95.6
	30대	(37)	94.1	96.4	96.4	95.3	93.2	97.3	94.8	94.1	95.5
	40대	(52)	93.0	96.8	96.8	95.8	95.2	96.5	95.0	95.8	94.2
	50대 이상	(46)	88.2	91.3	91.3	94.7	95.3	94.2	92.8	94.2	91.3
인솔 단체	초등학교	(89)	89.9	93.3	93.3	94.3	94.9	93.6	93.3	94.4	92.1
	중학교	(33)	96.7	98.5	98.5	98.2	97.5	99.0	98.2	98.0	98.5
	고등학교 이상 학교	(11)	97.5	100.0	100.0	98.5	98.5	98.5	100.0	100.0	100.0
	회사 및 기타	(17)	90.2	93.1	93.1	89.2	84.3	94.1	89.2	89.2	89.2

제2절 내국인 단체 관람 이용

1. 체험학습(방문) 선택 이유

- 내국인 단체 인솔자의 국립중앙박물관 체험학습(방문) 선택 이유로 '교육적 효과 때문에'가 91.3%로 가장 많이 나타났고, 다음으로 '많은 학생 또는 인원을 수용할 수 있기 때문에'(48.0%) > '저렴한 비용 때문에'(23.3%) 등의 순으로 나타남 (1+2순위 기준)
- 모든 응답자 특성에서 체험학습(방문) 선택 이유로 '교육적 효과 때문에'가 가장 많이 나타남

(n=150명, 복수응답, 단위: 점)



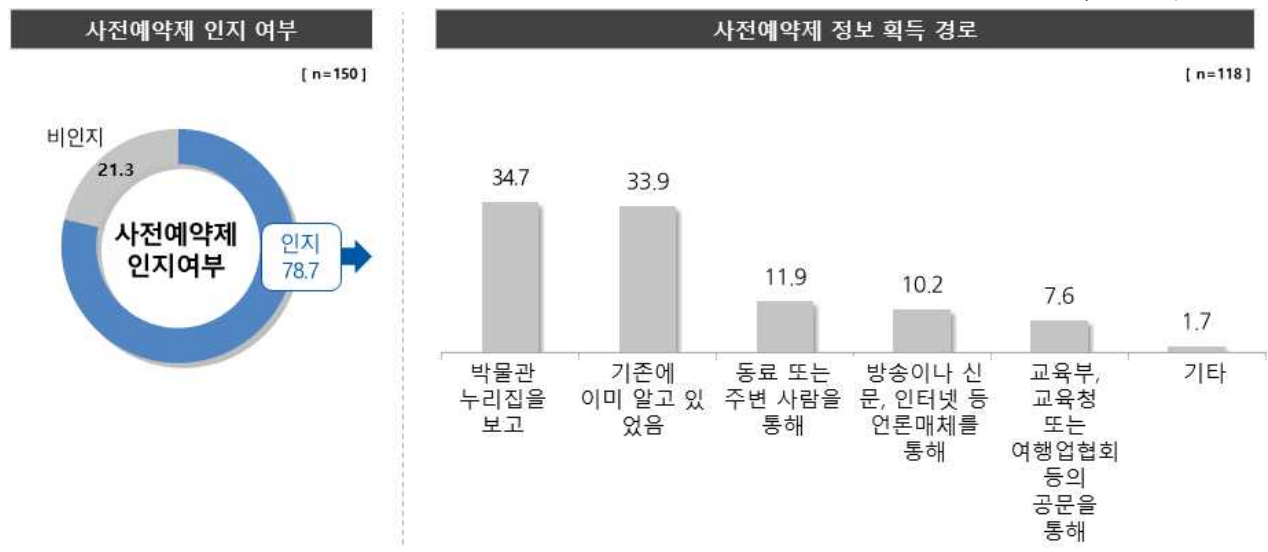
(n=150명, 1+2순위 기준, 복수응답, 단위: 점)

구 분		사례수 (명)	교육적 효과 때문에	많은 학생 또는 인원을 수용할 수 있기 때문에	저렴한 비용 때문에	교통과 주차의 편리성 때문에	단체장 또는 기관장의 의사결정에 따라	기타
전체		(150)	91.3	48.0	23.3	22.7	10.0	2.0
차수 별	1차	(108)	91.7	47.2	20.4	24.1	11.1	2.8
	2차	(42)	90.5	50.0	31.0	19.0	7.1	0.0
성별	남성	(23)	78.3	43.5	39.1	21.7	8.7	0.0
	여성	(127)	93.7	48.8	20.5	22.8	10.2	2.4
연령 대	20대 이하	(15)	100.0	20.0	53.3	13.3	13.3	0.0
	30대	(37)	94.6	48.6	27.0	10.8	13.5	0.0
	40대	(52)	90.4	51.9	17.3	25.0	11.5	1.9
	50대 이상	(46)	87.0	52.2	17.4	32.6	4.3	4.3
인솔 단체	초등학교	(89)	96.6	44.9	25.8	23.6	6.7	1.1
	중학교	(33)	93.9	57.6	15.2	18.2	6.1	6.1
	고등학교 이상 학교	(11)	100.0	72.7	9.1	9.1	9.1	0.0
	회사 및 기타	(17)	52.9	29.4	35.3	35.3	35.3	0.0

2. 사전예약제 인지 여부 및 사전예약제 정보 획득 경로

- 내국인 단체 인솔자들의 사전예약제 인지도는 78.7%로 나타남
- 성별로는 여성의 인지도가 81.1%로 남성(65.2%) 대비 높은 것으로 나타났고, 연령대별로는 30대에서 86.5%로 높게 나타남
- 인솔 단체별로는 고등학교 이상 학교에서 90.9%로 높게 나타남
- 사전예약제 정보 획득 경로는 '박물관 누리집을 보고'가 34.7%로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 '기존에 이미 알고 있었음'(33.9%) > '동료 또는 주변 사람을 통해'(11.9%) 등의 순으로 나타남

(n=150명, 단위: %)

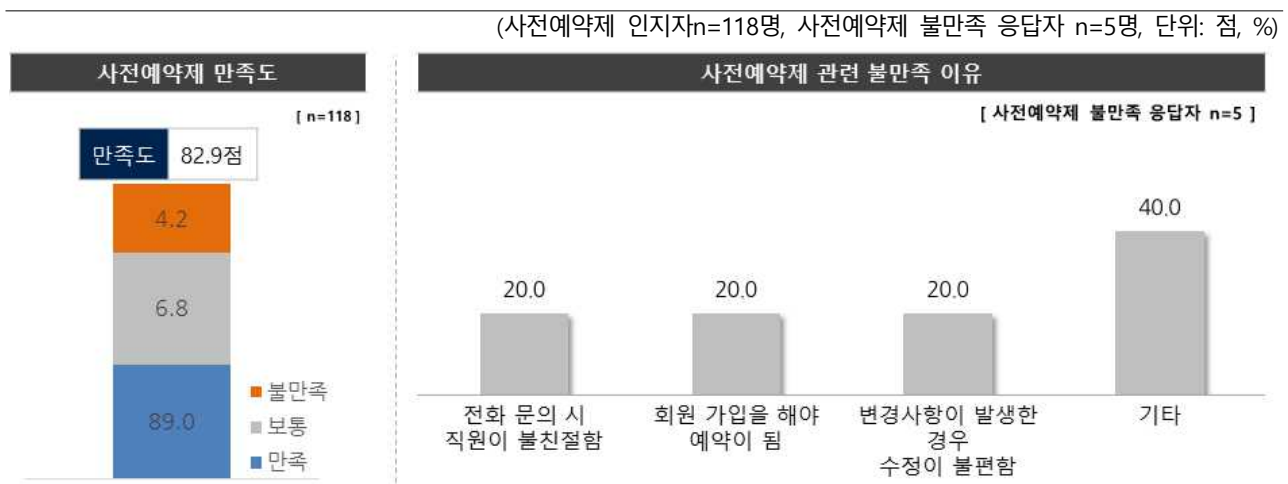


(n=150, 사전예약제 인지자 n=118명, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	인지	사전예약제 정보 획득 경로						비인지	
				사례수 (명)							기타
					박물관 누리집 을 보고	기존에 이미 알고 있었음	동료 또는 주변 사람을 통해	방송 이나 신문, 인터넷 등 언론 매체를 통해	교육부, 교육청 또는 여행업 협회 등의 공문을 통해		
전체		(150)	78.7	(118)	34.7	33.9	11.9	10.2	7.6	1.7	21.3
차수 별	1차	(108)	77.8	(84)	39.3	29.8	13.1	8.3	9.5	0.0	22.2
	2차	(42)	81.0	(34)	23.5	44.1	8.8	14.7	2.9	5.9	19.0
성별	남성	(23)	65.2	(15)	26.7	33.3	13.3	13.3	13.3	0.0	34.8
	여성	(127)	81.1	(103)	35.9	34.0	11.7	9.7	6.8	1.9	18.9
연령 대	20대 이하	(15)	53.3	(8)	12.5	50.0	25.0	0.0	0.0	12.5	46.7
	30대	(37)	86.5	(32)	21.9	46.9	3.1	12.5	12.5	3.1	13.5
	40대	(52)	82.7	(43)	34.9	23.3	20.9	11.6	9.3	0.0	17.3
	50대 이상	(46)	76.1	(35)	51.4	31.4	5.7	8.6	2.9	0.0	23.9
인솔 단체	초등학교	(89)	85.4	(76)	35.5	36.8	13.2	7.9	3.9	2.6	14.6
	중학교	(33)	75.8	(25)	40.0	24.0	12.0	8.0	16.0	0.0	24.2
	고등학교 이상 학교	(11)	90.9	(10)	20.0	20.0	10.0	30.0	20.0	0.0	9.1
	회사 및 기타	(17)	41.2	(7)	28.6	57.1	0.0	14.3	0.0	0.0	58.8

3. 사전예약제 만족도 및 불만족 이유

- 사전예약제에 관한 만족도는 82.9점으로 나타남
- 사전예약제에 대한 불만족 응답자 5명에 대한 불만족 이유로는, '전화 문의 시 직원이 불친절함', '회원 가입을 해야 예약이 됨', '변경사항이 발생한 경우 수정이 불편함' 등이 나타남



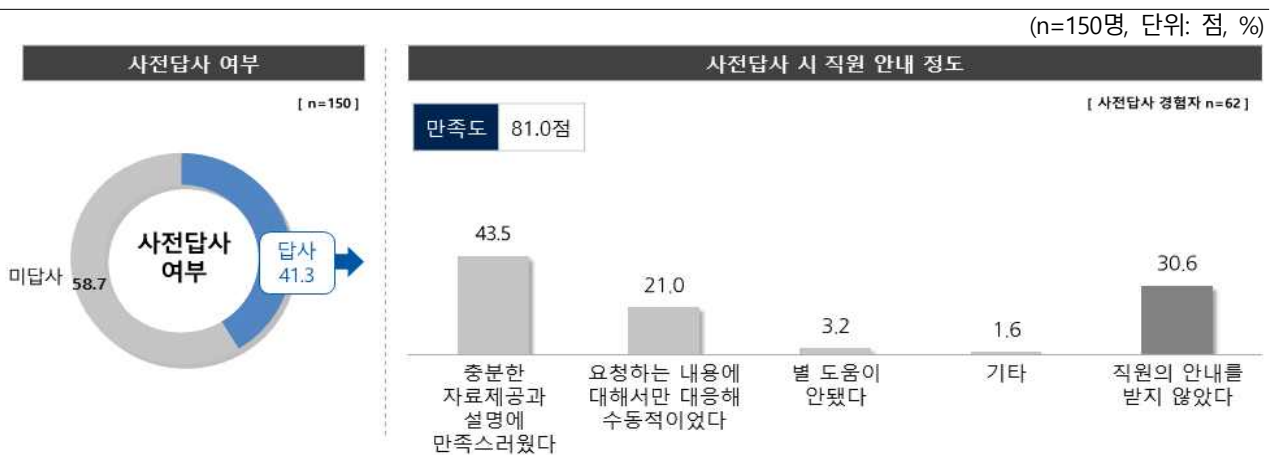
주) 기타 : 인원/정원 제한

(사전예약제 인지자 n=118명, 사전예약제 불만족 응답자 n=5명, 단위: 점, %)

구 분		사례수 (명)	만족도	사전예약제 불만족 이유				
				사례수(명)	전화 문의 시 직원이 불친절함	회원 가입을 해야 예약이 됨	변경사항이 발생한 경우 수정이 불편함	기타
전체		(118)	82.9	(5)	20.0	20.0	20.0	40.0
차수 별	1차	(84)	85.3	(3)	33.3	33.3	0.0	33.3
	2차	(34)	77.0	(2)	0.0	0.0	50.0	50.0
성별	남성	(15)	85.6	-	-	-	-	-
	여성	(103)	82.5	(5)	20.0	20.0	20.0	40.0
연령 대	20대 이하	(8)	89.6	-	-	-	-	-
	30대	(32)	85.9	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0
	40대	(43)	83.3	(1)	0.0	0.0	0.0	100.0
	50대 이상	(35)	78.1	(3)	33.3	33.3	0.0	33.3
인솔 단체	초등학교	(76)	80.0	(4)	25.0	25.0	25.0	25.0
	중학교	(25)	86.0	(1)	0.0	0.0	0.0	100.0
	고등학교 이상 학교	(10)	91.7	-	-	-	-	-
	회사 기타	(7)	90.5	-	-	-	-	-

4. 사전 답사 여부 및 사전 답사 시 직원의 안내

- 내국인 단체 인솔자 중 41.3%가 국립중앙박물관 사전 답사를 진행한 것으로 나타남
- 사전 답사 시 직원의 안내에 대한 의견은 '충분한 자료제공과 설명에 만족스러웠다'가 43.5%로 가장 많이 나타났고, 다음을 '요청하는 내용에 대해서만 대응해 수동적이었다'(21.0%) > '별 도움이 안됐다'(3.2%) 등이 나타남
- 사전 답사 시 직원의 안내를 받지 않은 경우도 30.6%로 나타남
- 사전 답사 시 직원 안내에 대한 만족도는 100점 환산 결과 81.0점으로 나타남



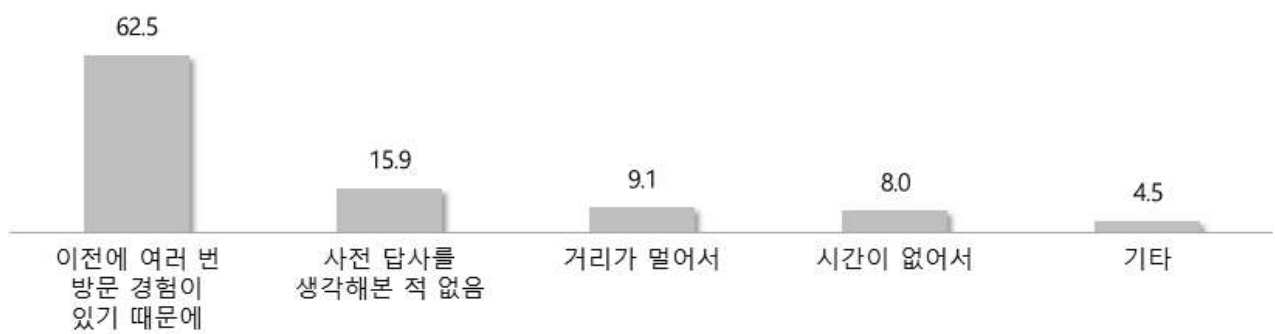
(n=150명, 단위: 점, %)

구 분	사례수 (명)	답사함	사전 답사 시 직원의 안내							답사 안함
			사례수 (명)	충분한 자료 제공과 설명에 만족스러웠다	요청하는 내용에 대해서만 대응해 수동적이었다	별 도움이 안됐다	기타	직원의 안내를 받지 않았다	사전 안내 만족도 (100점)	
전체	(150)	41.3	(62)	43.5	21.0	3.2	1.6	30.6	81.0	58.7
차수별										
1차	(108)	30.6	(33)	57.6	21.2	0.0	3.0	18.2	84.0	69.4
2차	(42)	69.0	(29)	27.6	20.7	6.9	0.0	44.8	76.0	31.0
성별										
남성	(23)	17.4	(4)	75.0	0.0	0.0	0.0	25.0	88.9	82.6
여성	(127)	45.7	(58)	41.4	22.4	3.4	1.7	31.0	80.4	54.3
연령대										
20대 이하	(15)	60.0	(9)	55.6	0.0	11.1	0.0	33.3	88.9	40.0
30대	(37)	45.9	(17)	41.2	23.5	5.9	0.0	29.4	77.8	54.1
40대	(52)	30.8	(16)	50.0	25.0	0.0	0.0	25.0	83.3	69.2
50대 이상	(46)	43.5	(20)	35.0	25.0	0.0	5.0	35.0	78.2	56.5
인솔단체										
초등학교	(89)	57.3	(51)	43.1	21.6	3.9	2.0	29.4	81.0	42.7
중학교	(33)	15.2	(5)	80.0	0.0	0.0	0.0	20.0	87.5	84.8
고등학교 이상 학교	(11)	9.1	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	83.3	90.9
회사 및 기타	(17)	29.4	(5)	0.0	40.0	0.0	0.0	60.0	66.7	70.6

5. 사전 답사를 하지 않은 이유

- 사전 답사를 하지 않은 이유로는 '이전에 여러 번 방문 경험이 있기 때문에'가 62.5%로 가장 많이 나타났고, 다음으로 '사전 답사를 생각해본 적 없음'(15.9%) > '거리가 멀어서'(9.1%) > '시간이 없어서'(8.0%) 등의 순으로 나타남

(내국인 단체인솔자 중 사전답사 하지 않은 경우 n=88명, 단위: %)



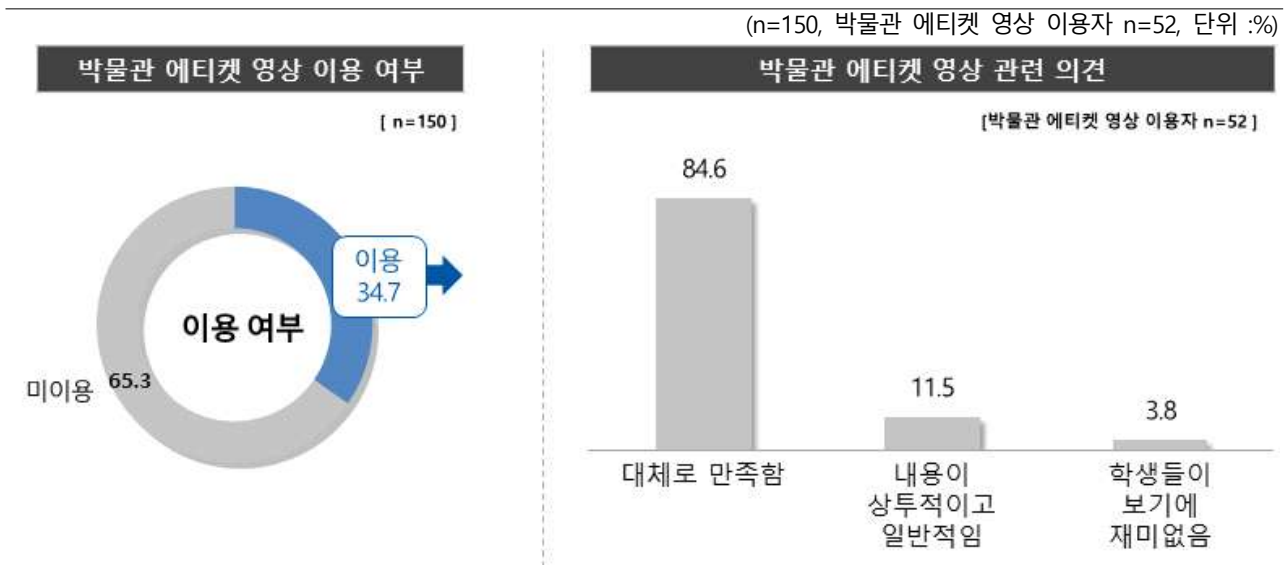
주) 기타: 무응답, 30명이상은 답사가 안됨

(내국인 단체인솔자 중 사전답사 하지 않은 경우 n=88명, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	이전에 여러 번 방문 경험이 있기 때문에	사전 답사를 생각해본 적 없음	거리가 멀어서	시간이 없어서	기타
전체		(88)	62.5	15.9	9.1	8.0	4.5
차수 별	1차	(75)	58.7	18.7	10.7	6.7	5.3
	2차	(13)	84.6	0.0	0.0	15.4	0.0
성별	남성	(19)	57.9	15.8	10.5	15.8	0.0
	여성	(69)	63.8	15.9	8.7	5.8	5.8
연령 대	20대 이하	(6)	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0
	30대	(20)	50.0	20.0	15.0	5.0	10.0
	40대	(36)	58.3	13.9	11.1	13.9	2.8
	50대 이상	(26)	76.9	11.5	3.8	3.8	3.8
인솔 단체	초등학교	(38)	73.7	10.5	2.6	7.9	5.3
	중학교	(28)	60.7	10.7	17.9	3.6	7.1
	고등학교 이상 학교	(10)	60.0	10.0	10.0	20.0	0.0
	회사 및 기타	(12)	33.3	50.0	8.3	8.3	0.0

6. 박물관 에티켓 영상 이용 여부 및 의견

- 박물관 에티켓 영상 이용율은 34.7%로 나타남
- 내국인 단체 인솔자 중 박물관 에티켓 영상 이용자들의 영상에 대한 의견은 '대체로 만족함'이 84.6%로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 '내용이 상투적이고 일반적임'(11.5%) > '학생들이 보기에 재미없음'(3.8%) 순으로 나타남



(n=150, 박물관 에티켓 영상 이용자 n=52, 단위 :%)

구 분		사례수 (명)	이용	박물관 에티켓 영상에 대한 의견				비이용
				사례수(명)	대체로 만족함	내용이 상투적이고 일반적임	학생들이 보기에 재미없음	
전체		(150)	34.7	(52)	84.6	11.5	3.8	65.3
차수 별	1차	(108)	36.1	(39)	84.6	10.3	5.1	63.9
	2차	(42)	31.0	(13)	84.6	15.4	0.0	69.0
성별	남성	(23)	8.7	(2)	100.0	0.0	0.0	91.3
	여성	(127)	39.4	(50)	84.0	12.0	4.0	60.6
연령 대	20대 이하	(15)	6.7	(1)	100.0	0.0	0.0	93.3
	30대	(37)	18.9	(7)	71.4	28.6	0.0	81.1
	40대	(52)	42.3	(22)	86.4	9.1	4.5	57.7
	50대 이상	(46)	47.8	(22)	86.4	9.1	4.5	52.2
인솔 단체	초등학교	(89)	39.3	(35)	85.7	8.6	5.7	60.7
	중학교	(33)	30.3	(10)	70.0	30.0	0.0	69.7
	고등학교 이상 학교	(11)	36.4	(4)	100.0	0.0	0.0	63.6
	회사 및 기타	(17)	17.6	(3)	100.0	0.0	0.0	82.4

7. 예약사항 확인 절차 관련 개선 의견

○ 예약사항 확인 절차와 관련된 개선 의견으로는

‘관람방법에 대한 안내/서술/지도 개선 필요’가 3건(17.6%),

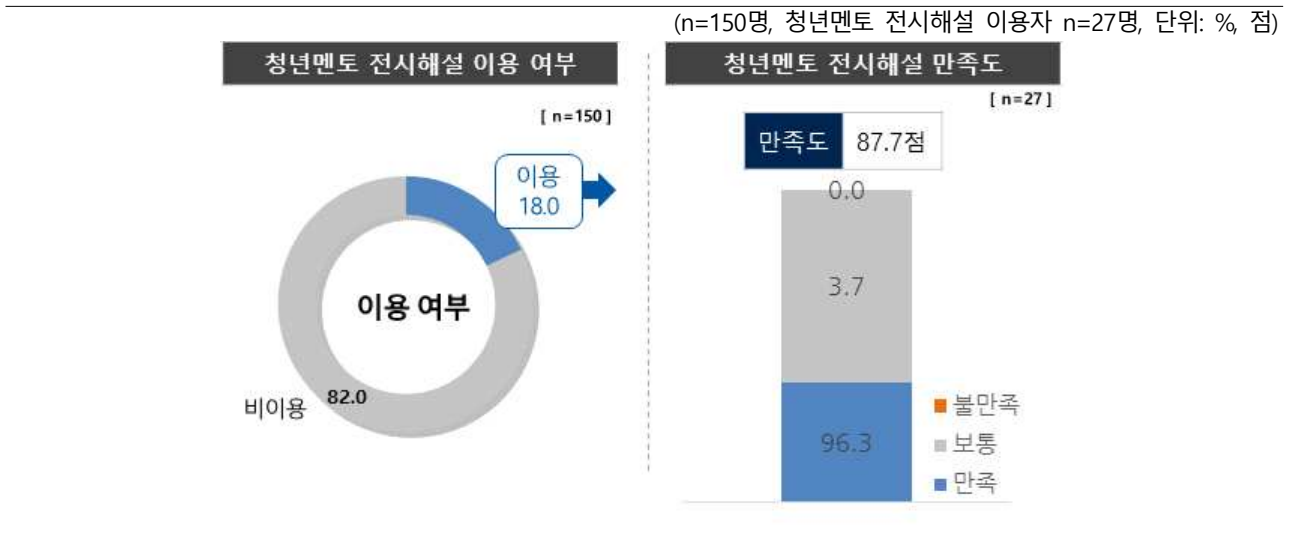
‘전시/관람 인원 조절 필요’/‘예약 시스템 개선 필요’ 각각 2건(11.8%) 등이 많이 나타남

(개선사항 응답자 n=17, 복수응답)

내용	사례수	비율(%)
관람방법에 대한 안내/서술/지도 개선 필요	3	17.6
전시/관람 인원 조절 필요	2	11.8
예약 시스템 개선 필요	2	11.8
카페 등 휴게공간 필요	1	5.9
체험 프로그램 활성화 필요	1	5.9
다양한 콘텐츠 필요	1	5.9
자세한 설명 필요	1	5.9
친절한 응대 필요	1	5.9
관람시간 확대 필요	1	5.9
공지사항 빠른 업데이트 필요	1	5.9
단체 관람객 배려 필요	1	5.9
비회원제공	1	5.9
지금도 만족스러움	1	5.9

8. 청년멘토 전시해설 서비스 이용여부 및 만족도

- 청년멘토 전시해설 서비스를 이용한 단체는 18.0% 정도로 나타남
- 청년멘토 전시해설 서비스에 대한 만족도는 87.7점으로 나타남



(n=150명, 청년멘토 전시해설 이용자 n=27명, 단위: %, 점)

구 분		사례수 (명)	이용	비이용	청년멘토 전시해설 만족도	
					사례수(명)	만족도 (100점)
전체		(150)	18.0	82.0	(27)	87.7
차수별	1차	(108)	23.1	76.9	(25)	87.3
	2차	(42)	4.8	95.2	(2)	91.7
성별	남성	(23)	26.1	73.9	(6)	94.4
	여성	(127)	16.5	83.5	(21)	85.7
연령대	20대 이하	(15)	20.0	80.0	(3)	100.0
	30대	(37)	16.2	83.8	(6)	91.7
	40대	(52)	19.2	80.8	(10)	90.0
	50대 이상	(46)	17.4	82.6	(8)	77.1
인솔 단체	초등학교	(89)	14.6	85.4	(13)	88.5
	중학교	(33)	27.3	72.7	(9)	88.9
	고등학교 이상 학교	(11)	36.4	63.6	(4)	87.5
	회사 기타	(17)	5.9	94.1	(1)	66.7

9. 향후 국립중앙박물관 개선 의견

- 내국인 단체 인솔자의 향후 국립중앙박물관 개선 의견으로는 '카페 등 휴게공간 필요'가 7건(18.9%)로 가장 많이 나타났고, 다음으로 '관람방법에 대한 안내/서술/지도 개선 필요' 4건(10.8%) 등의 순으로 나타남

(개선사항 응답자 n=37, 복수응답)

내용	사례수	비율(%)
카페 등 휴게공간 필요	7	18.9
관람방법에 대한 안내/서술/지도 개선 필요	4	10.8
자세한 설명 필요	3	8.1
내/외부 환경 개선 필요	3	8.1
다양한 루트의 역사해설 필요	3	8.1
단체 관람객 배려 필요	3	8.1
홍보 부족/홍보 활동 필요	2	5.4
다양한 콘텐츠 필요	2	5.4
전시/관람 인원 조절 필요	2	5.4
지금도 만족스러움	2	5.4
전시공간이 협소함	1	2.7
친절한 응대 필요	1	2.7
의자/벤치 부족	1	2.7
물품보관소 필요	1	2.7
관람시간 확대 필요	1	2.7
홈페이지 자료/설명 보충 필요	1	2.7
청년멘토 설명 통일성 필요	1	2.7
접근성 개선 필요	1	2.7
마이크 사용한 도슨트 필요	1	2.7

제6장. 전사해설 이용자 조사 결과

제1절 전시·서비스 만족도 평가

1. 전시해설 이용자 종합만족도

1) 종합만족도(PCSI)

- 2022년 국립중앙박물관 전시해설 이용자 종합만족도(PCSI)는 93.5점으로 나타남
- 종합만족도를 구성하는 만족지수는 [전반적 만족] 94.4점 > [사회적 만족] 93.8점 > [요소 만족] 91.9점 순으로 나타남
- 품질지수는 [사회 품질]이 93.4점으로 가장 높으며, 다음으로 [환경 품질] 92.3점 > [서비스 품질] 90.9점 > [전달 품질] 90.2점 순이며, 세부 항목별로 '공익성'이 93.6점으로 가장 높은 반면, '대응성'은 89.8점으로 가장 낮음

(n=160명, 단위: 점)

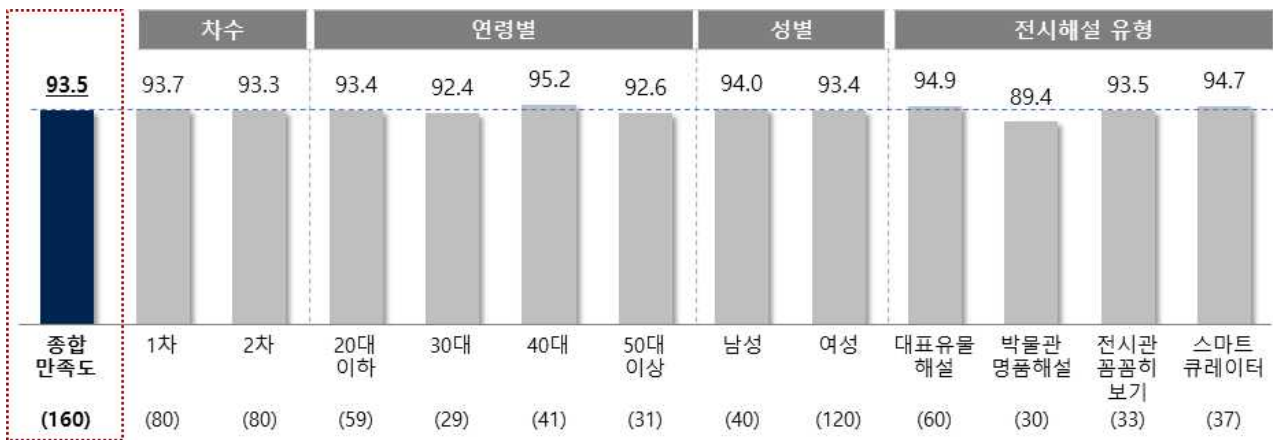


주) 2020년, 2021년에는 코로나19로 인해 전시해설 이용자 조사 유형이 제외됨

2) 응답자 특성별 종합만족도

- 차수별로 '1차'가 93.7점으로 '2차'(93.3점) 대비 높게 나타남
- 연령별로 '40대'가 95.2점으로 가장 높은 반면, '30대'는 92.4점으로 가장 낮음
- 성별로는 '남성'이 94.0점으로 '여성'(93.4점) 대비 높게 나타남
- 전시해설 유형별로는 '대표유물해설'이 94.9점으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '스마트 큐레이터'(94.7점) > '전시관 꼼꼼히 보기'(93.5점) > '박물관 명품해설'(89.4점) 순으로 나타남

(n=160명, 단위: 점)



2. 구성 요소별 결과

1) 차원만족도

- 차원만족도 분석 결과, 품질 지수는 [사회 품질]이 93.4점으로 가장 높고, 다음으로 [환경 품질](92.3점) > [서비스 품질](90.9점) > [전달 품질](90.2점) 순으로 나타남
- 만족 지수에서는 [전반적 만족]이 94.4점으로 가장 높고, 다음으로 [사회적 만족](93.8점) > [요소 만족](91.9점) 순으로 나타남
- 성과 지수에서는 [사회 성과]가 93.1점으로 [기관 성과](92.9점) 대비 높게 나타남

(n=160명, 단위: 점)



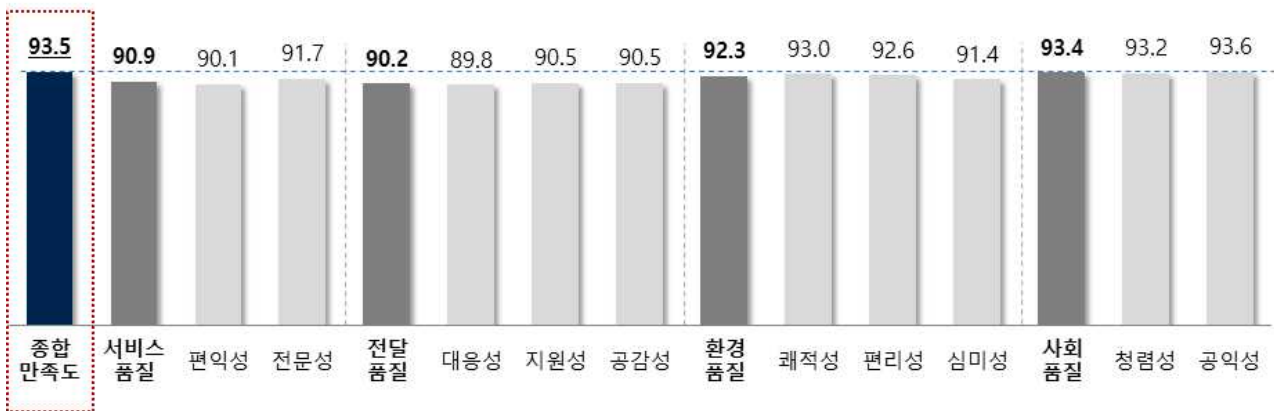
(n=160명, 단위: 점)

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		(160)	93.5	90.9	90.2	92.3	93.4	94.4	91.9	93.8	92.9	93.1
차수 별	1차	(80)	93.7	91.3	90.2	92.4	93.8	94.8	91.9	93.8	93.0	93.5
	2차	(80)	93.3	90.5	90.3	92.2	93.1	94.0	91.9	93.8	92.7	92.7
연령 대	20대 이하	(59)	93.4	90.1	89.8	92.4	92.5	94.5	92.1	92.4	90.3	91.8
	30대	(29)	92.4	92.8	90.3	90.6	91.1	92.5	92.5	92.0	93.1	92.2
	40대	(41)	95.2	91.8	90.6	94.7	94.9	96.1	92.8	96.7	96.3	95.9
	50대 이상	(31)	92.6	89.5	90.5	90.7	95.4	93.5	90.0	94.1	93.0	92.7
성별	남성	(40)	94.0	91.1	89.5	93.6	93.8	94.3	93.2	94.6	91.5	93.1
	여성	(120)	93.4	90.8	90.5	91.9	93.3	94.4	91.5	93.5	93.3	93.1
전시 유형	대표유물 해설	(60)	94.9	93.3	91.8	94.2	95.7	95.2	93.6	96.1	96.0	96.1
	박물관 명품 해설	(30)	89.4	86.1	85.2	88.3	88.3	90.2	87.6	90.0	87.8	88.3
	전시관 품꽂히 보기	(33)	93.5	88.9	89.8	91.6	93.2	95.1	91.2	92.9	90.2	91.7
	스마트 큐레이터	(37)	94.7	92.7	92.2	93.2	94.1	95.8	93.4	93.7	94.4	93.5

2) 품질지수

- 품질 지수는 [사회 품질]이 93.4점으로 가장 높고, 다음으로 [환경 품질](92.3점) > [서비스 품질](90.9점) > [전달 품질](90.2점) 순으로 나타남
- [서비스 품질]의 경우 '전문성'이 91.7점으로 '편익성'(90.1점) 대비 높게 나타남
- [전달 품질]의 경우 '지원성'/'공감성'이 각각 90.5점으로 '대응성'(89.8점) 대비 높게 나타남
- [환경 품질]의 경우 '쾌적성'이 93.0점으로 가장 높고, 다음으로 '편리성'(92.6점) > '심미성'(91.4점) 순으로 나타남
- [사회 품질]의 경우 '공익성'이 93.6점으로 '청렴성'(93.2점) 대비 높게 나타남

(n=160명, 단위: 점)



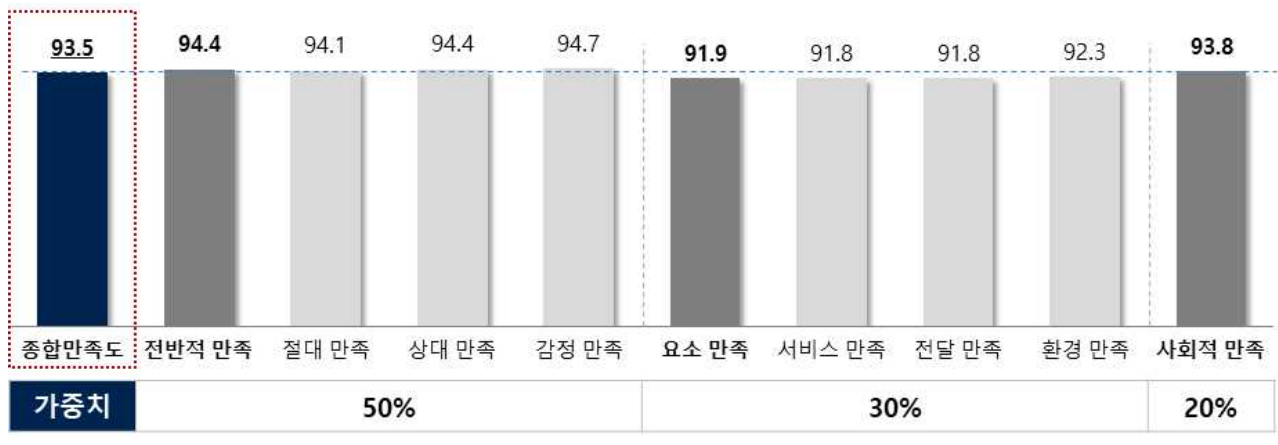
(n=160명, 단위: 점)

구 분		사례 수 (명)	종합 만족도	서비스 품질	편의성	전문성	전달 품질	대응성	지원성	공감성	환경 품질	쾌적성	편리성	심미성	사회 품질	청렴성	공익성
전체		(160)	93.5	90.9	90.1	91.7	90.2	89.8	90.5	90.5	92.3	93.0	92.6	91.4	93.4	93.2	93.6
차수별	1차	(80)	93.7	91.3	90.4	92.2	90.2	89.7	90.8	90.4	92.4	92.3	92.9	92.1	93.8	93.3	94.2
	2차	(80)	93.3	90.5	89.8	91.3	90.3	90.0	90.2	90.5	92.2	93.8	92.3	90.6	93.1	93.1	93.1
연령대	20대 이하	(59)	93.4	90.1	89.5	90.7	89.8	89.3	90.7	89.8	92.4	94.1	92.9	90.1	92.5	92.1	92.9
	30대	(29)	92.4	92.8	91.4	94.3	90.3	89.4	89.1	92.0	90.6	91.4	90.8	89.7	91.1	90.8	91.4
	40대	(41)	95.2	91.8	90.4	93.1	90.6	90.2	91.1	90.7	94.7	95.1	94.3	94.7	94.9	95.1	94.7
	50대 이상	(31)	92.6	89.5	89.5	89.5	90.5	90.9	90.9	90.1	90.7	89.8	91.4	90.9	95.4	95.2	95.7
성별	남성	(40)	94.0	91.1	90.0	92.3	89.5	88.5	89.6	90.4	93.6	92.9	92.9	95.0	93.8	92.9	94.6
	여성	(120)	93.4	90.8	90.1	91.5	90.5	90.3	90.8	90.5	91.9	93.1	92.5	90.1	93.3	93.3	93.3
전시해설유형	대표유물 해설	(60)	94.9	93.3	92.4	94.3	91.8	91.5	91.7	92.1	94.2	94.7	94.2	93.6	95.7	94.7	96.7
	박물관 명품 해설	(30)	89.4	86.1	85.3	86.9	85.2	85.3	85.0	85.3	88.3	88.3	88.3	88.3	88.3	88.3	88.3
	전시관 품목히 보기	(33)	93.5	88.9	87.4	90.4	89.8	88.4	91.9	90.2	91.6	91.9	92.4	90.4	93.2	93.9	92.4
	스마트 큐레이터	(37)	94.7	92.7	92.8	92.6	92.2	92.1	91.9	92.3	93.2	95.0	93.7	91.0	94.1	94.1	94.1

3) 만족지수

- 만족지수를 살펴보면, [전반적 만족]이 94.4점으로 가장 높고,
다음으로 [사회적 만족](93.8점) > [요소 만족](91.9점) 순으로 나타남
- 세부 항목별로는 '감정 만족'이 94.7점으로 가장 높은 반면,
'서비스 만족'과 '전달 만족'은 각각 91.8점으로 가장 낮게 나타남

(n=160명, 단위: 점)



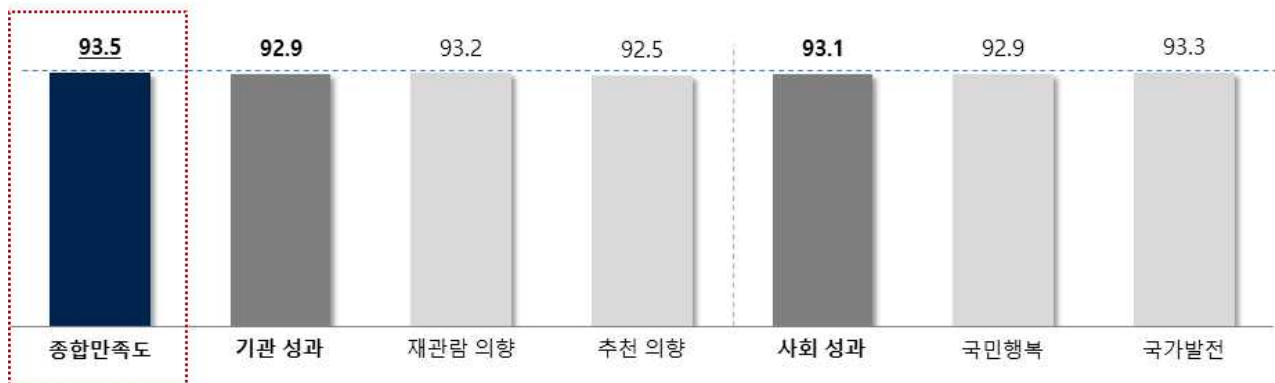
(n=160명, 단위: 점)

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		(160)	93.5	94.4	94.1	94.4	94.7	91.9	91.8	91.8	92.3	93.8
차수 별	1차	(80)	93.7	94.8	94.6	94.6	95.2	91.9	91.7	91.7	92.5	93.8
	2차	(80)	93.3	94.0	93.5	94.2	94.2	91.9	91.9	91.9	92.1	93.8
연령 대	20대 이하	(59)	93.4	94.5	94.1	94.4	95.2	92.1	92.4	91.5	92.4	92.4
	30대	(29)	92.4	92.5	92.0	92.5	93.1	92.5	93.1	93.7	90.8	92.0
	40대	(41)	95.2	96.1	95.9	96.3	95.9	92.8	92.3	91.5	94.7	96.7
	50대 이상	(31)	92.6	93.5	93.5	93.5	93.5	90.0	88.7	90.9	90.3	94.1
성별	남성	(40)	94.0	94.3	94.6	94.2	94.2	93.2	93.8	92.1	93.8	94.6
	여성	(120)	93.4	94.4	93.9	94.4	94.9	91.5	91.1	91.7	91.8	93.5
전시 해설 유형	대표유물 해설	(60)	94.9	95.2	94.4	95.6	95.6	93.6	94.2	92.5	94.2	96.1
	박물관 명품 해설	(30)	89.4	90.2	91.1	90.0	89.4	87.6	87.8	87.2	87.8	90.0
	전시관 꼼꼼히 보기	(33)	93.5	95.1	93.9	95.5	96.0	91.2	89.4	92.4	91.9	92.9
	스마트 큐레이터	(37)	94.7	95.8	95.9	95.0	96.4	93.4	93.2	93.7	93.2	93.7

4) 성과지수

- 성과 지수를 살펴보면, [사회 성과]가 93.1점으로 [기관 성과](92.9점) 대비 높게 나타남
- 기관 성과 내에서는 '재관람 의향'이 93.2점으로 '추천 의향'(92.5점) 대비 높게 나타남
- 사회 성과 내에서는 '국가발전'이 93.3점으로 '국민행복'(92.9점) 대비 높게 나타남

(n=160명, 단위: 점)



(n=160명, 단위: 점)

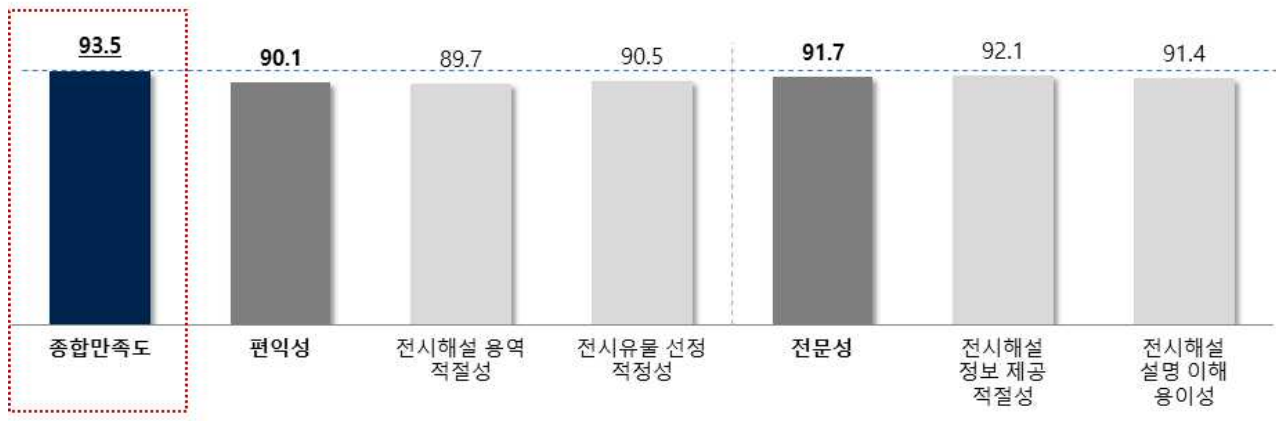
구 분		사례수 (명)	종합 만족도	기관 성과	재관람 의향	추천 의향	사회 성과	국민행복	국가발전
전체		(160)	93.5	92.9	93.2	92.5	93.1	92.9	93.3
차수 별	1차	(80)	93.7	93.0	92.5	93.5	93.5	93.3	93.8
	2차	(80)	93.3	92.7	94.0	91.5	92.7	92.5	92.9
연령 대	20대 이하	(59)	93.4	90.3	91.5	89.0	91.8	92.7	91.0
	30대	(29)	92.4	93.1	93.7	92.5	92.2	90.8	93.7
	40대	(41)	95.2	96.3	95.9	96.7	95.9	94.7	97.2
	50대 이상	(31)	92.6	93.0	92.5	93.5	92.7	93.0	92.5
성별	남성	(40)	94.0	91.5	90.8	92.1	93.1	93.8	92.5
	여성	(120)	93.4	93.3	94.0	92.6	93.1	92.6	93.6
전시 해설 유형	대표유물 해설	(60)	94.9	96.0	95.8	96.1	96.1	95.6	96.7
	박물관 명품 해설	(30)	89.4	87.8	87.2	88.3	88.3	87.8	88.9
	전시관 꼼꼼히 보기	(33)	93.5	90.2	90.4	89.9	91.7	92.4	90.9
	스마트 큐레이터	(37)	94.7	94.4	96.4	92.3	93.5	93.2	93.7

3. 세부 항목별 결과

1) 서비스 품질

- 서비스 품질은 '전문성'이 91.7점으로 '편의성'(90.1점) 대비 높게 나타남
- 세부 항목을 살펴보면, '전시해설 정보 제공 적절성'이 92.1점으로 가장 높고, 다음으로 '전시해설 설명 이해 용이성'(91.4점) > '전시유물 선정 적절성'(90.5점) > '전시해설 용역 적절성'(89.7점) 순으로 나타남

(n=160명, 단위: 점)



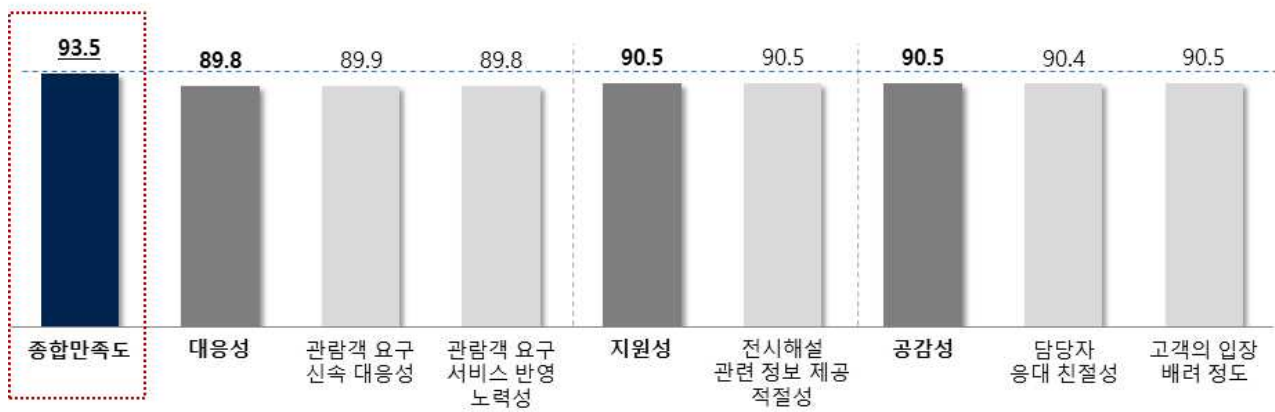
(n=160명, 단위: 점)

구 분		사례수 (명)	종합 만족도	편의성	전시해설 용역 적절성	전시유물 선정 적절성	전문성	전시해설 정보 제공 적절성	전시해설 설명 이해 용이성
전체		(160)	93.5	90.1	89.7	90.5	91.7	92.1	91.4
차수 별	1차	(80)	93.7	90.4	89.6	91.3	92.2	92.1	92.3
	2차	(80)	93.3	89.8	89.8	89.8	91.3	92.1	90.4
연령 대	20대 이하	(59)	93.4	89.5	89.3	89.8	90.7	91.2	90.1
	30대	(29)	92.4	91.4	92.0	90.8	94.3	93.7	94.8
	40대	(41)	95.2	90.4	89.0	91.9	93.1	93.5	92.7
	50대 이상	(31)	92.6	89.5	89.2	89.8	89.5	90.3	88.7
성별	남성	(40)	94.0	90.0	88.3	91.7	92.3	92.5	92.1
	여성	(120)	93.4	90.1	90.1	90.1	91.5	91.9	91.1
전시해설 유형	대표유물 해설	(60)	94.9	92.4	91.7	93.1	94.3	94.4	94.2
	박물관 명품 해설	(30)	89.4	85.3	83.3	87.2	86.9	87.8	86.1
	전시관 품품히 보기	(33)	93.5	87.4	87.4	87.4	90.4	89.9	90.9
	스마트 큐레이터	(37)	94.7	92.8	93.7	91.9	92.6	93.7	91.4

2) 전달 품질

- 전달 품질은 '지원성'과 '공감성'이 각각 90.5점으로 '대응성'(89.8점) 대비 높게 나타남
- 세부 항목을 살펴보면, '전시해설 관련 정보 제공 적절성'과 '고객의 입장 배려 정도'가 각각 90.5점으로 가장 높고, 다음으로 '담당자 응대 친절성'(90.4점) > '관람객 요구 신속 대응성'(89.9점) > '관람객 요구 서비스 반영 노력성'(89.8점) 순으로 나타남

(n=160명, 단위: 점)



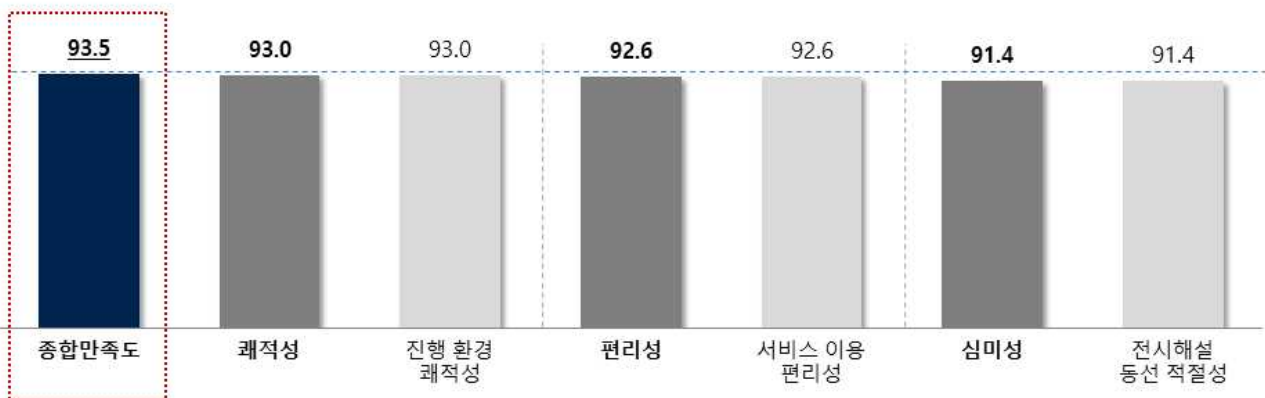
(n=160명, 단위: 점)

구 분		사례수 (명)	종합 만족도	대응성	관람객 요구 신속 대응성	관람객 요구 서비스 반영 노력성	지원성	전시 해설 관련 정보 제공 적절성	공감성	담당자 응대 친절성	고객의 입장 배려 정도
전체		(160)	93.5	89.8	89.9	89.8	90.5	90.5	90.5	90.4	90.5
차수 별	1차	(80)	93.7	89.7	89.4	90.0	90.8	90.8	90.4	90.4	90.4
	2차	(80)	93.3	90.0	90.4	89.6	90.2	90.2	90.5	90.4	90.6
연령 대	20대 이하	(59)	93.4	89.3	89.3	89.3	90.7	90.7	89.8	89.5	90.1
	30대	(29)	92.4	89.4	88.5	90.2	89.1	89.1	92.0	92.0	92.0
	40대	(41)	95.2	90.2	90.7	89.8	91.1	91.1	90.7	90.2	91.1
	50대 이상	(31)	92.6	90.9	91.4	90.3	90.9	90.9	90.1	90.9	89.2
성별	남성	(40)	94.0	88.5	88.3	88.8	89.6	89.6	90.4	90.0	90.8
	여성	(120)	93.4	90.3	90.4	90.1	90.8	90.8	90.5	90.6	90.4
전시 해설 유형	대표유물 해설	(60)	94.9	91.5	91.7	91.4	91.7	91.7	92.1	92.2	91.9
	박물관 명품 해설	(30)	89.4	85.3	86.1	84.4	85.0	85.0	85.3	85.6	85.0
	전시관 품꽂히 보기	(33)	93.5	88.4	87.9	88.9	91.9	91.9	90.2	88.9	91.4
	스마트 큐레이터	(37)	94.7	92.1	91.9	92.3	91.9	91.9	92.3	92.8	91.9

3) 환경 품질

- 환경 품질은 '쾌적성'이 93.0점으로 가장 높고,
다음으로 '편리성'(92.6점) > '심미성'(91.4점) 순으로 나타남
- 세부 항목을 살펴보면, '진행 환경 쾌적성'이 93.0점으로 가장 높고,
다음으로 '서비스 이용 편리성'(92.6점) > '전시해설 동선 적절성'(91.4점) 순으로 나타남

(n=160명, 단위: 점)



(n=160명, 단위: 점)

구 분		사례수 (명)	종합 만족도	쾌적성	진행 환경 쾌적성	편리성	서비스 이용 편리성	심미성	전시해설 동선 적절성
전체		(160)	93.5	93.0	93.0	92.6	92.6	91.4	91.4
차수 별	1차	(80)	93.7	92.3	92.3	92.9	92.9	92.1	92.1
	2차	(80)	93.3	93.8	93.8	92.3	92.3	90.6	90.6
연령 대	20대 이하	(59)	93.4	94.1	94.1	92.9	92.9	90.1	90.1
	30대	(29)	92.4	91.4	91.4	90.8	90.8	89.7	89.7
	40대	(41)	95.2	95.1	95.1	94.3	94.3	94.7	94.7
	50대 이상	(31)	92.6	89.8	89.8	91.4	91.4	90.9	90.9
성별	남성	(40)	94.0	92.9	92.9	92.9	92.9	95.0	95.0
	여성	(120)	93.4	93.1	93.1	92.5	92.5	90.1	90.1
전시해설 유형	대표유물 해설	(60)	94.9	94.7	94.7	94.2	94.2	93.6	93.6
	박물관 명품 해설	(30)	89.4	88.3	88.3	88.3	88.3	88.3	88.3
	전시관 품꽂히 보기	(33)	93.5	91.9	91.9	92.4	92.4	90.4	90.4
	스마트 큐레이터	(37)	94.7	95.0	95.0	93.7	93.7	91.0	91.0

제2절 전시해설 이용자의 박물관 방문 현황

1. 방문 목적

- 전시해설 이용자의 방문 목적으로 '문화적 체험을 위해'가 75.0%로 가장 많이 나타났고, 다음으로 '여가, 휴식을 위해'(40.6%) > '가족, 지인과 시간을 보내기 위해'(25.0%) 등의 순으로 나타남(1+2순위 기준)
- 대부분의 응답자 특성에서 '문화적 체험을 위해'가 가장 많이 나타났으나, 50대 이상에서는 '여가, 휴식을 위해'가 높게 나타남



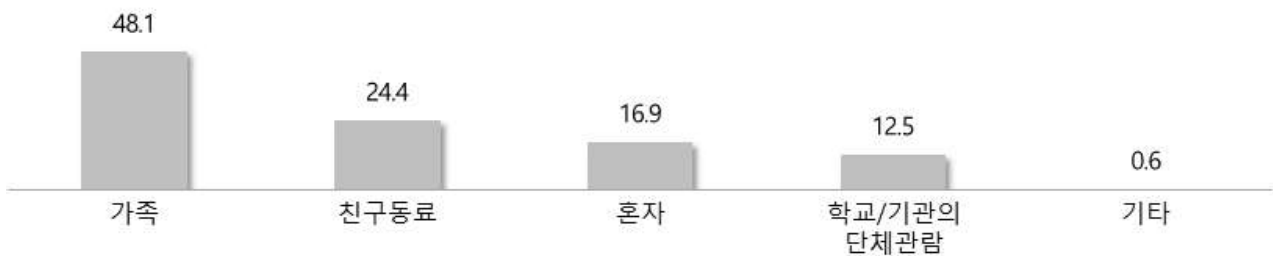
(n=160명, 1+2순위 기준, 복수응답, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	문화적 체험을 위해	여가, 휴식을 위해	가족, 지인과 시간을 보내기 위해	지식이나 정보를 얻기 위해	학교 또는 기관의 단체 관람	자녀 교육을 위해	기타
전체		(160)	75.0	40.6	25.0	21.9	17.5	16.3	1.3
차수 별	1차	(80)	80.0	36.3	18.8	20.0	32.5	5.0	2.5
	2차	(80)	70.0	45.0	31.3	23.8	2.5	27.5	0.0
연령 대	20대 이하	(59)	79.7	23.7	18.6	25.4	45.8	0.0	3.4
	30대	(29)	82.8	58.6	27.6	17.2	0.0	10.3	0.0
	40대	(41)	75.6	29.3	22.0	17.1	2.4	51.2	0.0
	50대 이상	(31)	58.1	71.0	38.7	25.8	0.0	6.5	0.0
성별	남성	(40)	62.5	35.0	25.0	22.5	35.0	15.0	0.0
	여성	(120)	79.2	42.5	25.0	21.7	11.7	16.7	1.7
전시 해설 유형	대표유물 해설	(60)	70.0	36.7	28.3	23.3	15.0	23.3	0.0
	박물관 명품 해설	(30)	70.0	40.0	26.7	23.3	30.0	6.7	0.0
	전시관 꼼꼼히 보기	(33)	81.8	33.3	12.1	24.2	27.3	18.2	0.0
	스마트 큐레이터	(37)	81.1	54.1	29.7	16.2	2.7	10.8	5.4

2. 동반 방문객

- 전시해설 이용자의 동반 방문객은 '가족'이 48.1%로 가장 많고, 다음으로 '친구동료'(24.4%) > '혼자'(16.9%) > '학교/기관의 단체관람'(12.5%) 등의 순으로 나타남
- 연령별로 살펴보면, 20대 이하의 경우 '친구동료', '학교/기관의 단체관람'이 많은 것으로 나타났고, 30대 이상은 '가족'의 비율이 많은 것으로 나타남

(n=160명, 단위: %)



주) 기타 : 무응답

(n=160명, 단위: %)

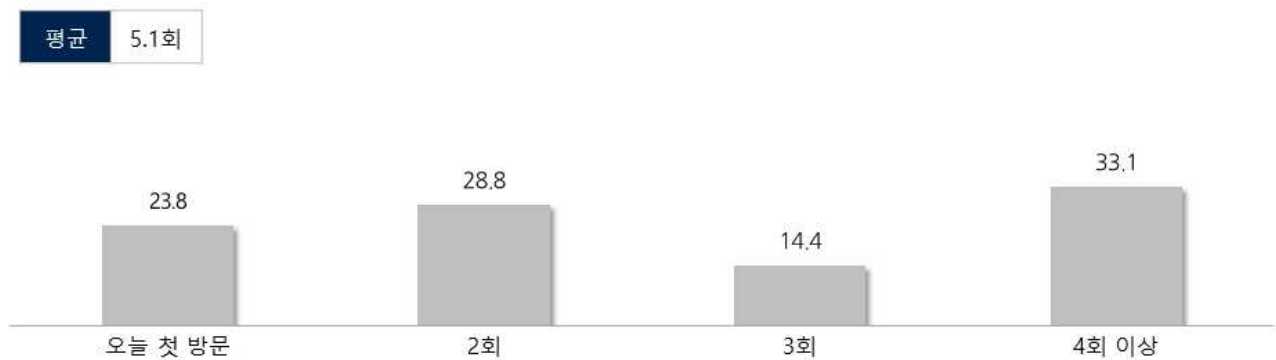
구 분		사례수 (명)	가족	친구동료	혼자	학교/기관의 단체관람	기타
전체		(160)	48.1	24.4	16.9	12.5	0.6
차수 별	1차	(80)	26.3	35.0	12.5	25.0	1.3
	2차	(80)	70.0	13.8	21.3	0.0	0.0
연령 대	20대 이하	(59)	20.3	32.2	11.9	33.9	1.7
	30대	(29)	58.6	10.3	31.0	0.0	0.0
	40대	(41)	73.2	24.4	9.8	0.0	0.0
	50대 이상	(31)	58.1	22.6	22.6	0.0	0.0
성별	남성	(40)	47.5	12.5	7.5	32.5	0.0
	여성	(120)	48.3	28.3	20.0	5.8	0.8
전시 해설 유형	대표유물 해설	(60)	48.3	18.3	28.3	8.3	0.0
	박물관 명품 해설	(30)	50.0	23.3	3.3	23.3	0.0
	전시관 품품히 보기	(33)	39.4	27.3	18.2	21.2	0.0
	스마트 큐레이터	(37)	54.1	32.4	8.1	2.7	2.7

3. 방문 횟수

1) 방문 횟수

- 전시해설 이용자의 평균 방문 횟수는 5.1회로 나타남
- 횟수별로는 '4회 이상'이 33.1%로 가장 많고, 다음으로 '2회'(28.8%) > '오늘 첫 방문'(23.8%) > '3회'(14.4%) 순으로 나타남
- 응답자 특성별로 살펴보면, 50대 이상과 남성에서 '오늘 첫 방문'의 비율이 많은 것으로 나타남

(n=160명, 단위: %)



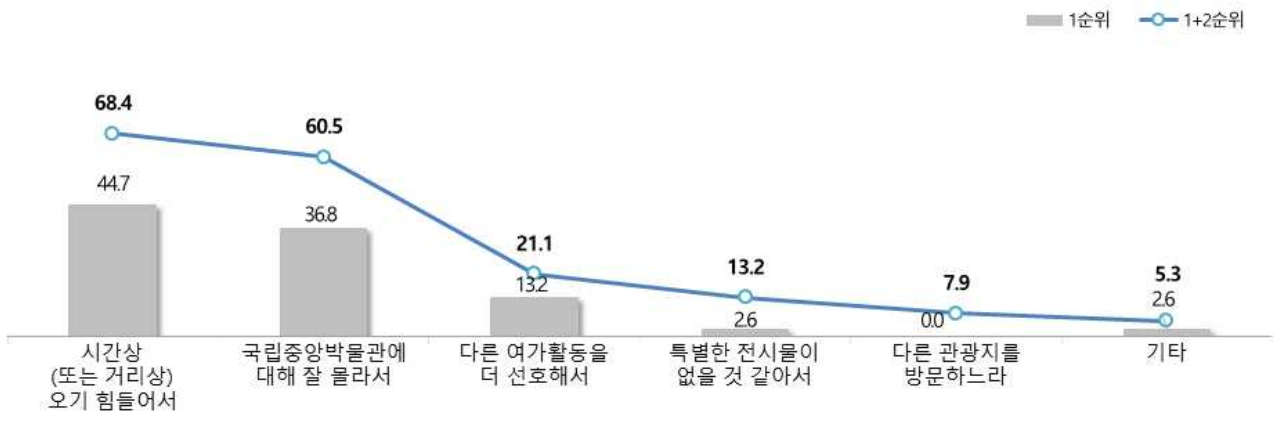
(n=160명, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	오늘 첫 방문	2회	3회	4회 이상	평균횟수
전체		(160)	23.8	28.8	14.4	33.1	5.1
차수 별	1차	(80)	22.5	32.5	10.0	35.0	5.8
	2차	(80)	25.0	25.0	18.8	31.3	4.4
연령 대	20대 이하	(59)	25.4	28.8	13.6	32.2	5.2
	30대	(29)	24.1	20.7	17.2	37.9	6.0
	40대	(41)	14.6	36.6	14.6	34.1	3.9
	50대 이상	(31)	32.3	25.8	12.9	29.0	5.6
성별	남성	(40)	35.0	27.5	15.0	22.5	2.8
	여성	(120)	20.0	29.2	14.2	36.7	5.9
전시 해설 유형	대표유물 해설	(60)	21.7	16.7	15.0	46.7	5.2
	박물관 명품 해설	(30)	20.0	50.0	10.0	20.0	4.3
	전시관 품품이 보기	(33)	27.3	30.3	9.1	33.3	4.6
	스마트 큐레이터	(37)	27.0	29.7	21.6	21.6	6.0

2) 미방문 이유

- 전시해설 이용자 중 처음 국립중앙박물관을 방문한 이유를 살펴보면, '시간상(또는 거리상)오기 힘들어서'가 68.4%로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 '국립중앙박물관에 대해 잘 몰라서'(60.5%) > '다른 여가활동을 더 선호해서'(21.1%) 등의 순으로 나타남(1+2순위 기준)
- 성별로 살펴보면, 남성은 '시간상(또는 거리상) 오기 힘들어서'의 비율이 높은 것으로 나타난 반면, 여성은 '국립중앙박물관에 대해 잘 몰라서'가 높게 나타남
- 전시해설 유형별로 살펴보면, 대표유물해설과 전시관 꼼꼼히 보기는 '시간상(또는 거리상) 오기 힘들어서'의 비율이 높은 것으로 나타난 반면, 박물관 명품해설과 스마트 큐레이터는 '국립중앙박물관에 대해 잘 몰라서'가 높게 나타남

(전시해설 이용자 중 처음 방문한 관람객 n=38명, 복수응답 단위: %)



(전시해설 이용자 중 처음 방문한 관람객 n=38명, 1+2순위 기준, 복수응답 단위: %)

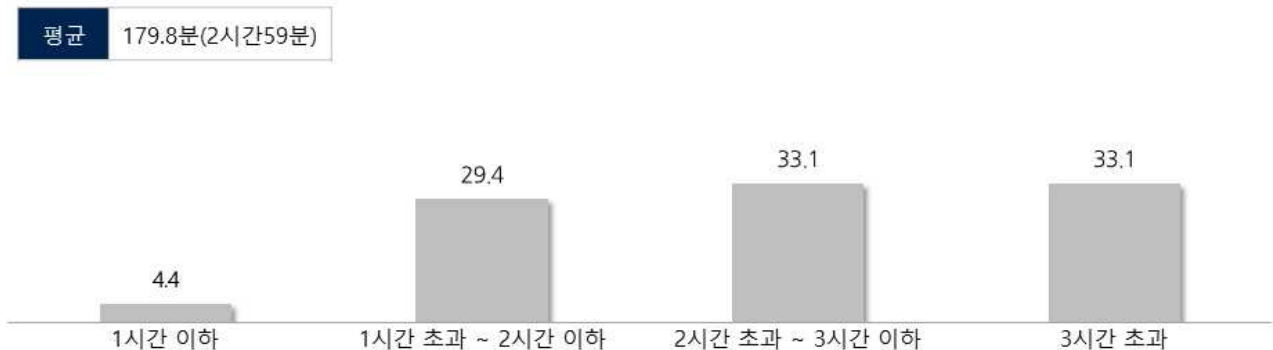
구 분		사례수 (명)	시간상 (또는 거리상) 오기 힘들어서	국립중앙 박물관에 대해 잘 몰라서	다른 여가활동을 더 선호해서	특별한 전시물이 없을 것 같아서	다른 관광지를 방문하느라	기타
전체		(38)	68.4	60.5	21.1	13.2	7.9	5.3
차수 별	1차	(18)	66.7	66.7	11.1	11.1	11.1	5.6
	2차	(20)	70.0	55.0	30.0	15.0	5.0	5.0
연령 대	20대 이하	(15)	40.0	66.7	33.3	13.3	6.7	6.7
	30대	(7)	85.7	57.1	0.0	0.0	14.3	14.3
	40대	(6)	83.3	16.7	33.3	33.3	0.0	0.0
	50대 이상	(10)	90.0	80.0	10.0	10.0	10.0	0.0
성별	남성	(14)	64.3	57.1	28.6	14.3	0.0	7.1
	여성	(24)	70.8	62.5	16.7	12.5	12.5	4.2
전시해설 유형	대표유물 해설	(13)	76.9	53.8	15.4	15.4	0.0	7.7
	박물관 명품 해설	(6)	50.0	83.3	33.3	16.7	0.0	0.0
	전시관 꼼꼼히 보기	(9)	66.7	44.4	22.2	22.2	11.1	11.1
	스마트 큐레이터	(10)	70.0	70.0	20.0	0.0	20.0	0.0

4. 소요시간

1) 박물관 총 관람시간

- 전시해설 이용자의 평균 박물관 총 관람시간은 179.8분으로 나타났으며, 2시간 초과 비율이 66.2%로 나타남
- 응답자 특성별로 살펴보면, 연령별로는 '30대'(203.8분), 성별로는 '여성'(192.2분), 전시해설 유형별로는 '전시관 꼼꼼히 보기'(199.4분)에서 많은 것으로 나타남

(n=160명, 단위: %)



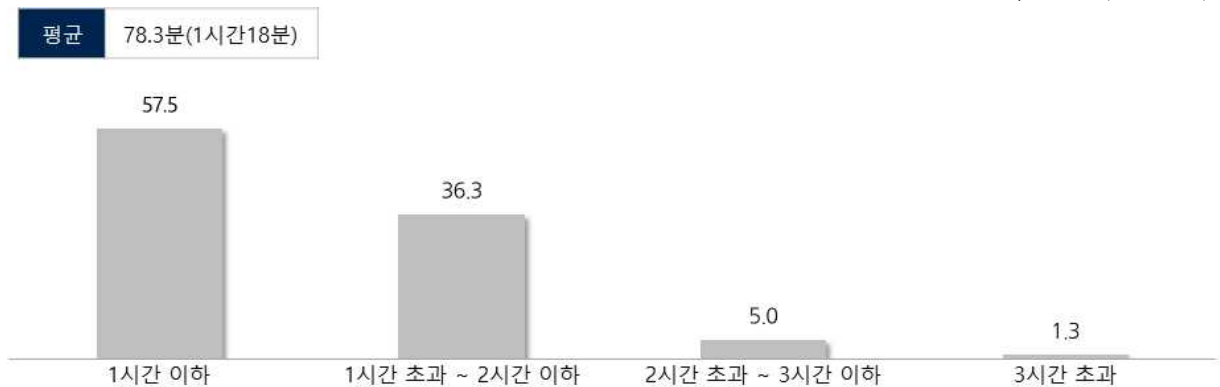
(n=160명, 단위: %, 분)

구 분		사례수 (명)	1시간 이하	1시간 초과 ~ 2시간 이하	2시간 초과 ~ 3시간 이하	3시간 초과	시간평균(분)
전체		(160)	4.4	29.4	33.1	33.1	179.8
차수 별	1차	(80)	8.8	33.8	30.0	27.5	166.2
	2차	(80)	0.0	25.0	36.3	38.8	193.4
연령 대	20대 이하	(59)	10.2	33.9	33.9	22.0	153.5
	30대	(29)	0.0	27.6	27.6	44.8	203.8
	40대	(41)	2.4	17.1	39.0	41.5	195.4
	50대 이상	(31)	0.0	38.7	29.0	32.3	186.8
성별	남성	(40)	15.0	37.5	30.0	17.5	142.5
	여성	(120)	.8	26.7	34.2	38.3	192.2
전시해설 유형	대표유물 해설	(60)	5.0	28.3	35.0	31.7	178.2
	박물관 명품 해설	(30)	6.7	50.0	26.7	16.7	151.3
	전시관 꼼꼼히 보기	(33)	6.1	15.2	27.3	51.5	199.4
	스마트 큐레이터	(37)	0.0	27.0	40.5	32.4	188.0

2) 전시해설 듣는 시간

- 전시해설 이용자들의 평균 전시해설 듣는 시간은 78.3분으로 나타났으며, '1시간 이하'의 비율이 57.5%로 가장 많은 것으로 나타남
- 응답자 특성별로 살펴보면, 성별로는 '여성'(82.2분), 전시해설 유형별로는 '전시관 꼼꼼히 보기'(95.8분)에서 많은 것으로 나타남

(n=160명, 단위: %, 분)



(n=160명, 단위: %, 분)

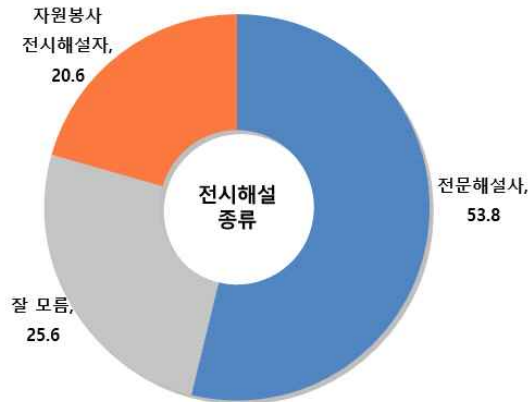
구 분		사례수 (명)	1시간 이하	1시간 초과 ~ 2시간 이하	2시간 초과 ~ 3시간 이하	3시간 초과	시간평균(분)
전체		(160)	57.5	36.3	5.0	1.3	78.3
차수별	1차	(80)	58.8	33.8	6.3	1.3	75.3
	2차	(80)	56.3	38.8	3.8	1.3	81.4
연령대	20대 이하	(59)	49.2	42.4	8.5	0.0	80.7
	30대	(29)	58.6	34.5	6.9	0.0	80.3
	40대	(41)	65.9	29.3	2.4	2.4	78.0
	50대 이상	(31)	61.3	35.5	0.0	3.2	72.3
성별	남성	(40)	75.0	25.0	0.0	0.0	66.8
	여성	(120)	51.7	40.0	6.7	1.7	82.2
전시해설유형	대표유물 해설	(60)	65.0	33.3	1.7	0.0	69.5
	박물관 명품 해설	(30)	60.0	36.7	0.0	3.3	81.7
	전시관 꼼꼼히 보기	(33)	45.5	36.4	15.2	3.0	95.8
	스마트 큐레이터	(37)	54.1	40.5	5.4	0.0	74.3

제3절 전시해설 이용자의 전시해설 정보, 안내 활용

1. 이용한 전시해설 종류

- 전시해설 이용자가 이용한 전시해설로는 '전문해설사'가 53.8%로 가장 많고, 다음으로 '자원봉사 전시해설자'(20.6%) 순으로 나타남
- 연령별로는 50대 이상, 성별로는 남성, 전시해설 유형별로는 박물관 명품해설에서 '전문해설사' 이용 비율이 높게 나타남

(n=160명, 단위: %)



(n=160명, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	전문해설사	자원봉사 전시해설자	잘 모름
전체		(160)	53.8	20.6	25.6
차수 별	1차	(80)	51.3	22.5	26.3
	2차	(80)	56.3	18.8	25.0
연령 대	20대 이하	(59)	49.2	13.6	37.3
	30대	(29)	48.3	27.6	24.1
	40대	(41)	58.5	29.3	12.2
	50대 이상	(31)	61.3	16.1	22.6
성별	남성	(40)	62.5	27.5	10.0
	여성	(120)	50.8	18.3	30.8
전시해설 유형	대표유물 해설	(60)	43.3	35.0	21.7
	박물관 명품 해설	(30)	76.7	10.0	13.3
	전시관 품꽂이 보기	(33)	48.5	15.2	36.4
	스마트 큐레이터	(37)	56.8	10.8	32.4

2. 전시해설 인지 여부

- 방문 전 전시해설 프로그램 인지율은 65.6%로 나타났고, 비인지율은 34.4%로 나타남
- 연령별로는 40대, 성별로는 여성, 전시해설 유형별로는 스마트 큐레이터에서 인지율이 높게 나타남

(n=160명, 단위: %)



(전시해설 이용자 n=160명, 단위 : %)

구 분		사례수 (명)	인지	비인지
전체		(160)	65.6	34.4
차수 별	1차	(80)	65.0	35.0
	2차	(80)	66.3	33.8
연령 대	20대 이하	(59)	55.9	44.1
	30대	(29)	69.0	31.0
	40대	(41)	75.6	24.4
	50대 이상	(31)	67.7	32.3
성별	남성	(40)	45.0	55.0
	여성	(120)	72.5	27.5
전시해설 유형	대표유물 해설	(60)	68.3	31.7
	박물관 명품 해설	(30)	56.7	43.3
	전시관 품꽂히 보기	(33)	63.6	36.4
	스마트 큐레이터	(37)	70.3	29.7

3. 전시해설 정보 획득 경로

- 전시해설 정보 획득 경로는 '국립중앙 박물관 방문 경험으로'가 62.9%로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 '박물관 누리집(홈페이지)나 뉴스레터'(40.0%) > '인터넷게시물(카페, 블로그 등)'(33.3%) 등의 순으로 나타남
- 응답자 특성별로 살펴보면, 대부분의 응답자 특성에서 '국립중앙박물관 방문 경험으로'의 비율이 많은 것으로 나타남
- 반면, 연령대의 30대, 전시해설 유형의 박물관 명품해설에서는 '박물관 누리집(홈페이지)나 뉴스레터'의 비율이 많은 것으로 나타남

(방문전 전시해설 인지자 n=105명, 복수응답, 단위: %)



(방문전 전시해설 인지자 n=105명, 1+2순위 기준, 복수응답, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	국립 중앙 박물관 방문경험으로	박물관 누리집 (홈페이지) 나 뉴스레터	인터넷 게시물 (카페, 블로그 등)	SNS(페이스 북, 트위터 인스타 그램 등)	주변 사람의 소개	TV 방송	학교 등 소속 기관 안내	현수막 이나 인쇄 홍보물	포털 등 인터넷 뉴스	관광 정보 관련 스마트 폰 어플리케이션 (App)	종이 신문 이나 잡지의 기사	기타
전체		(105)	62.9	40.0	33.3	14.3	8.6	7.6	7.6	5.7	3.8	3.8	1.0	1.0
차수 별	1차	(52)	63.5	30.8	32.7	17.3	9.6	1.9	15.4	5.8	3.8	5.8	0.0	1.9
	2차	(53)	62.3	49.1	34.0	11.3	7.5	13.2	0.0	5.7	3.8	1.9	1.9	0.0
연령 대	20대 이하	(33)	54.5	21.2	27.3	24.2	12.1	9.1	24.2	6.1	3.0	6.1	0.0	0.0
	30대	(20)	60.0	65.0	35.0	5.0	5.0	5.0	0.0	5.0	5.0	0.0	5.0	5.0
	40대	(31)	71.0	48.4	35.5	19.4	6.5	3.2	0.0	6.5	3.2	0.0	0.0	0.0
	50대 이상	(21)	66.7	33.3	38.1	0.0	9.5	14.3	0.0	4.8	4.8	9.5	0.0	0.0
성별	남성	(18)	55.6	38.9	38.9	11.1	16.7	5.6	11.1	5.6	5.6	5.6	0.0	0.0
	여성	(87)	64.4	40.2	32.2	14.9	6.9	8.0	6.9	5.7	3.4	3.4	1.1	1.1
전시 해설 유형	대표유물 해설	(41)	73.2	51.2	24.4	12.2	2.4	4.9	7.3	2.4	4.9	0.0	2.4	2.4
	박물관 명품 해설	(17)	47.1	52.9	23.5	11.8	23.5	5.9	5.9	11.8	0.0	11.8	0.0	0.0
	전시관 꼼꼼히 보기	(21)	71.4	9.5	52.4	14.3	0.0	4.8	19.0	4.8	4.8	4.8	0.0	0.0
	스마트 큐레이터	(26)	50.0	38.5	38.5	19.2	15.4	15.4	0.0	7.7	3.8	3.8	0.0	0.0

4. 전시해설 이용 계기

- 전시해설 비인지자들의 전시해설 이용 계기는 '전시실에서 우연하게'가 50.9%로 가장 많고, 다음으로 '안내직원의 추천'(18.2%) > '박물관 브로슈어를 보고'(12.7%) 등의 순으로 나타남

(방문 전 전시해설 미인지자 n=55명, 단위: %)



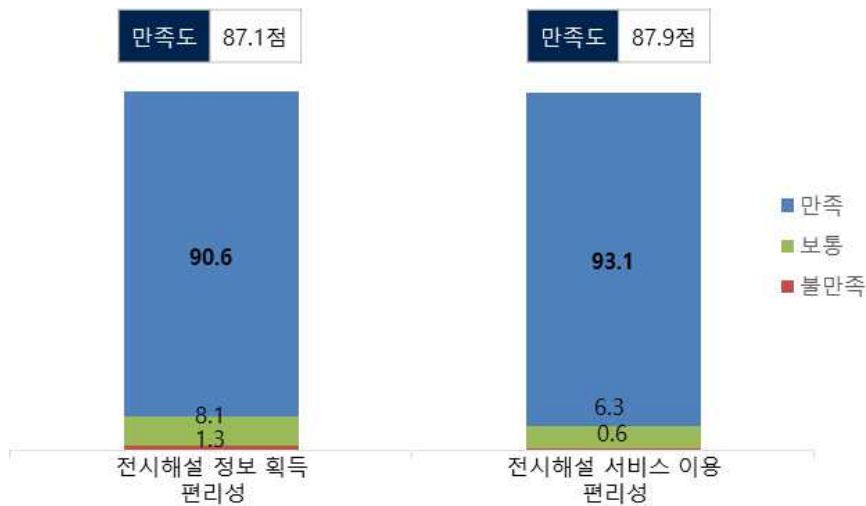
(방문 전 전시해설 미인지자 n=55명, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	전시실에서 우연하게	안내직원의 추천	박물관 브로슈어를 보고	박물관 내 홍보영상	기타
전체		(55)	50.9	18.2	12.7	7.3	10.9
차수 별	1차	(28)	53.6	7.1	10.7	7.1	21.4
	2차	(27)	48.1	29.6	14.8	7.4	0.0
연령 대	20대 이하	(26)	50.0	15.4	11.5	3.8	19.2
	30대	(9)	33.3	22.2	22.2	22.2	0.0
	40대	(10)	40.0	40.0	20.0	0.0	0.0
	50대 이상	(10)	80.0	0.0	0.0	10.0	10.0
성별	남성	(22)	40.9	22.7	13.6	0.0	22.7
	여성	(33)	57.6	15.2	12.1	12.1	3.0
전시 해설 유형	대표 유물 해설	(19)	63.2	21.1	15.8	0.0	0.0
	박물관 명품 해설	(13)	30.8	15.4	7.7	0.0	46.2
	전시관 꼼꼼히 보기	(12)	58.3	8.3	16.7	16.7	0.0
	스마트 큐레이터	(11)	45.5	27.3	9.1	18.2	0.0

5. 전시해설 이용 관련 만족도

- 전시해설 이용 관련 만족도는 '전시해설 서비스 이용 편리성'이 87.9점으로 '전시해설 정보 획득 편리성'(87.1점) 대비 높게 나타남
- 성별로는 남성의 만족도가 여성 대비 높게 나타났으며, 전시해설 유형별로는 박물관 명품 해설이 높게 나타남

(n=160명, 단위: %, 점)

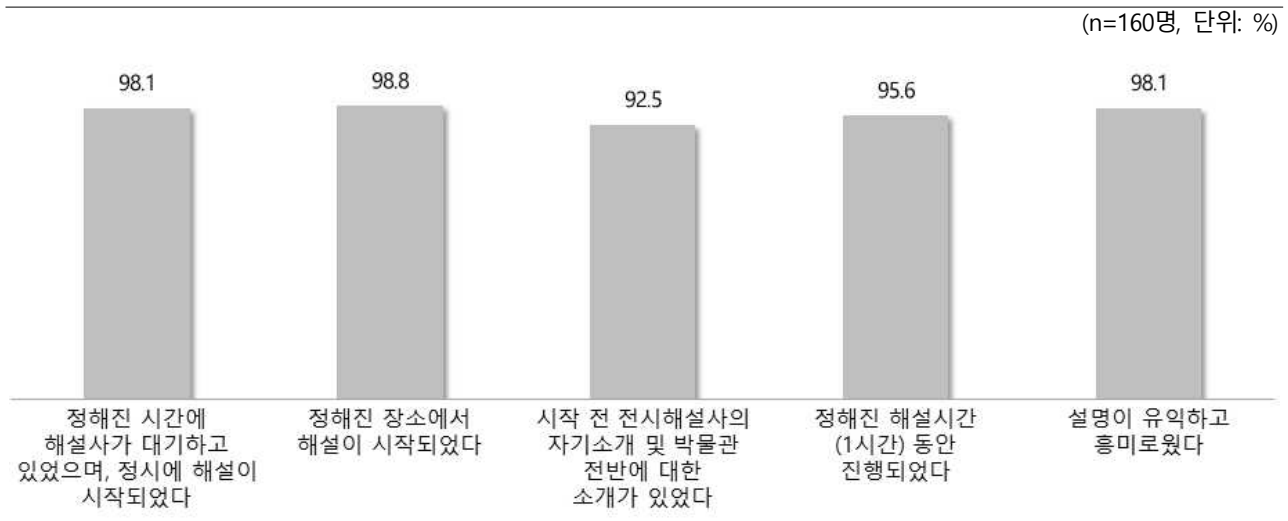


(n=160명, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	전시해설 정보 획득 편리성	전시해설 서비스 이용 편리성
전체		(160)	87.1	87.9
차수 별	1차	(80)	87.7	88.1
	2차	(80)	86.5	87.7
연령 대	20대 이하	(59)	87.6	88.1
	30대	(29)	87.9	89.7
	40대	(41)	85.4	87.4
	50대 이상	(31)	87.6	86.6
성별	남성	(40)	90.0	91.7
	여성	(120)	86.1	86.7
전시해설 유형	대표유물 해설	(60)	88.6	88.3
	박물관 명품 해설	(30)	89.4	91.7
	전시관 꼼꼼히 보기	(33)	82.8	83.3
	스마트 큐레이터	(37)	86.5	88.3

6. 전시해설 기본사항 이행률

- 전시해설 기본 사항 이행률은 모두 90%이상으로 잘 이행되고 있는 것으로 나타남
- 특히 '정해진 장소에서 해설이 시작되었다'는 98.8%로 매우 잘 이행되고 있는 것으로 나타남



(n=160명, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	정해진 시간에 해설사가 대기하고 있었으며, 정시에 해설이 시작되었다	정해진 장소에서 해설이 시작되었다	시작 전 전시해설사의 자기소개 및 박물관 전반에 대한 소개가 있었다	정해진 해설시간 (1시간) 동안 진행되었다	설명이 유익하고 흥미로웠다
전체		(160)	98.1	98.8	92.5	95.6	98.1
차수 별	1차	(80)	97.5	97.5	90.0	96.3	100.0
	2차	(80)	98.8	100.0	95.0	95.0	96.3
연령 대	20대 이하	(59)	94.9	96.6	91.5	94.9	100.0
	30대	(29)	100.0	100.0	96.6	100.0	100.0
	40대	(41)	100.0	100.0	92.7	92.7	95.1
	50대 이상	(31)	100.0	100.0	90.3	96.8	96.8
성별	남성	(40)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	여성	(120)	97.5	98.3	90.0	94.2	97.5
전시해설 유형	대표유물 해설	(60)	100.0	100.0	95.0	98.3	100.0
	박물관 명품 해설	(30)	100.0	100.0	93.3	93.3	93.3
	전시관 꼼꼼히 보기	(33)	90.9	97.0	93.9	93.9	100.0
	스마트 큐레이터	(37)	100.0	97.3	86.5	94.6	97.3

7. 전시해설 시간 적절 여부 및 적절한 전시해설 시간

- 전시해설 이용자의 94.4%는 전시해설 시간이 적절하다고 응답함
- 반면, 적절하지 않다고 응답한 비율은 5.6%이며, 연령별로는 '40대', 성별로는 '남성'에서 상대적으로 높게 나타남

(n=160명, 전시해설시간 비적절 의견자 n=9명, 단위 : %, 분)



(n=160명, 전시해설시간 비적절 의견자 n=9명, 단위 : %, 분)

구 분		사례수 (명)	적절	적절하지 않다	적정시간평균(분)
전체		(160)	94.4	5.6	72.9
차수 별	1차	(80)	93.8	6.3	66.7
	2차	(80)	95.0	5.0	77.5
연령 대	20대 이하	(59)	93.2	6.8	65.0
	30대	(29)	96.6	3.4	90.0
	40대	(41)	90.2	9.8	72.5
	50대 이상	(31)	100.0	0.0	-
성별	남성	(40)	87.5	12.5	90.0
	여성	(120)	96.7	3.3	60.0
전시해설 유형	대표유물 해설	(60)	93.3	6.7	72.5
	박물관 명품 해설	(30)	93.3	6.7	-
	전시관 꼼꼼히 보기	(33)	93.9	6.1	65.0
	스마트 큐레이터	(37)	97.3	2.7	90.0

8. 전시해설 관련 좋았던 점이나 개선 의견

- 전시해설 관련 의견은 48명(30.0%)이 응답하였으며, '이해하기 쉬운 해설'이 15건(31.3%)로 가장 많았으며, 다음으로 '친절한 설명/응대' 5건(10.4%), '지금도 만족스러움' 4건(8.3%) 등이 나타남
- 개선 의견으로는 '홍보 부족/홍보 활동 필요', '앱/오디오 해설 개선 필요', '전시/관람 인원 조절 필요', '관람시간 확대 필요' 등이 나타남

(개선사항 응답자 n=48, 복수응답)

내용	사례수	비율(%)
이해하기 쉬운 해설	15	31.3
친절한 설명/응대	5	10.4
지금도 만족스러움	4	8.3
홍보 부족/홍보 활동 필요	3	6.3
앱/오디오 해설 개선 필요	3	6.3
전시/관람 인원 조절 필요	2	4.2
관람시간 확대 필요	2	4.2
카페 등 휴게공간 필요	1	2.1
현장 발매 시스템 개선 필요	1	2.1
많은 작품 전시 필요	1	2.1
전시공간이 협소함	1	2.1
관람방법에 대한 안내/서술/지도 개선 필요	1	2.1
전시/관람 기회 확대 필요	1	2.1
다양한 루트의 역사해설 필요	1	2.1
홈페이지 자료/설명 보충 필요	1	2.1
어플 사용시 잦은 알람 불필요	1	2.1
해설 시간 축소 필요	1	2.1
전시해설 구분 필요	1	2.1
질의응답시간 필요	1	2.1
자세하고 전문적인 해설 필요	1	2.1
비회원 이용 편리	1	2.1
동영상 제공 편리	1	2.1

제7장. 누리집 이용자 조사 결과

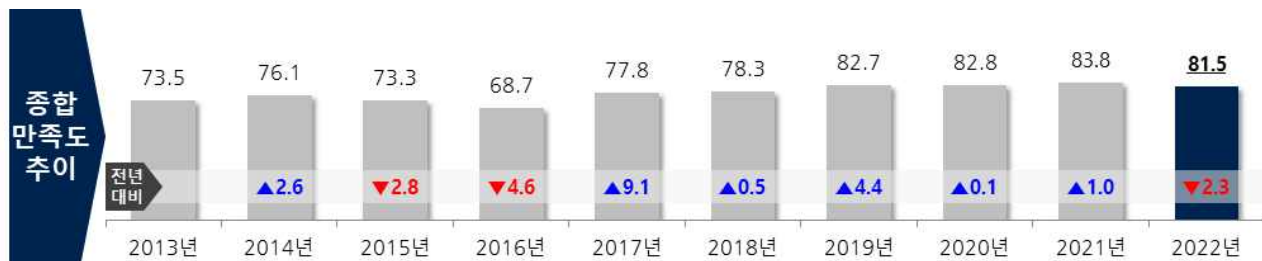
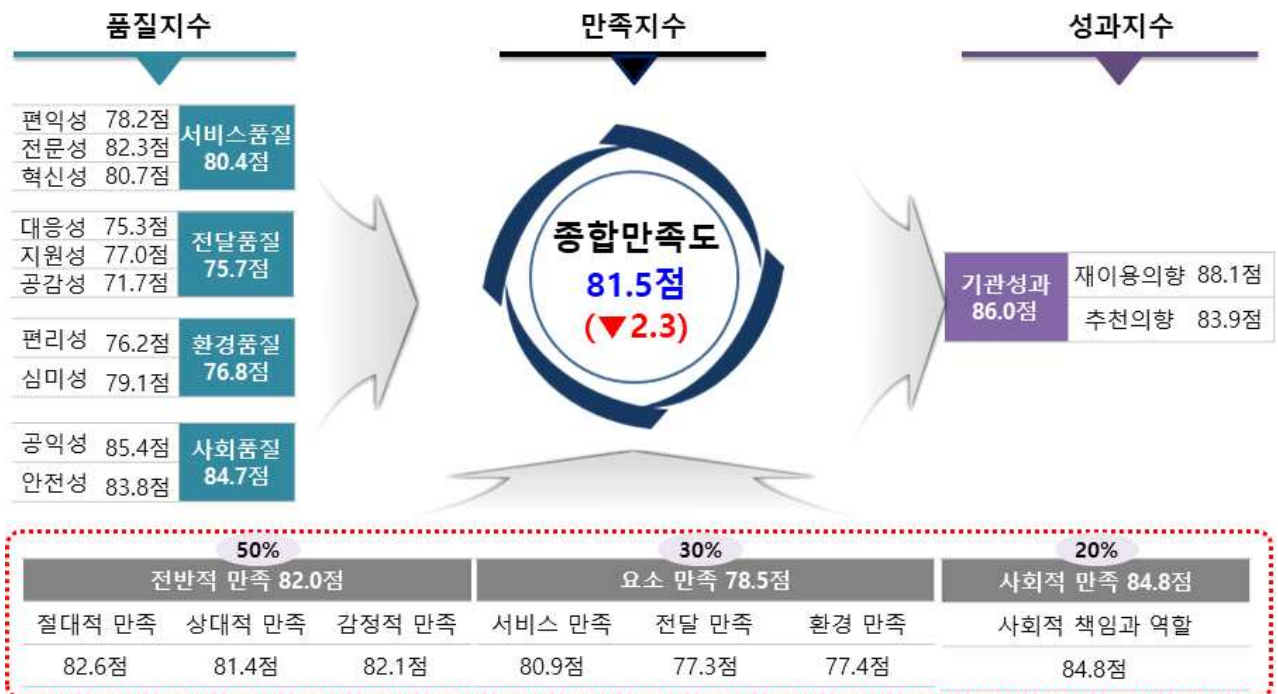
제1절 서비스 만족도 평가

1. 누리집 이용자 종합만족도

1) 종합만족도(PCSI)

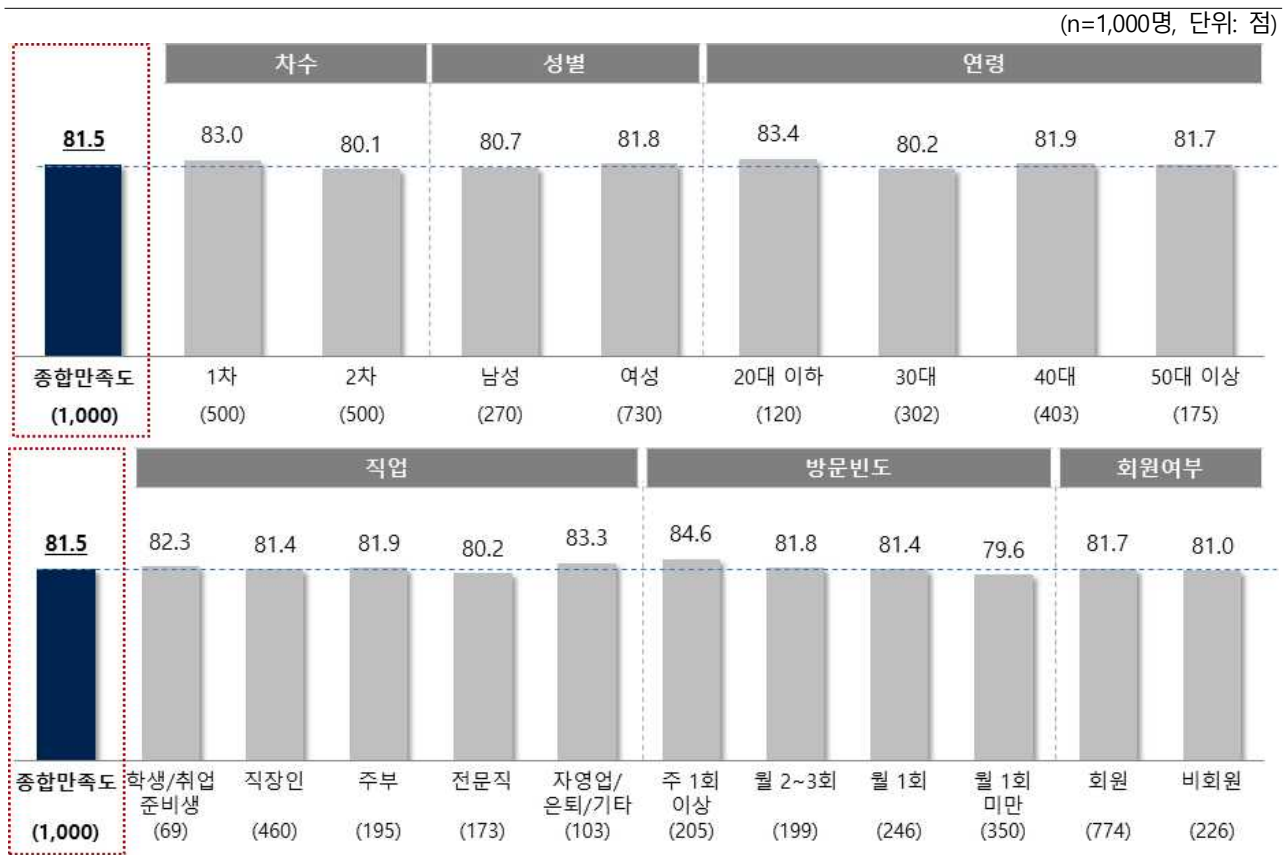
- 2022년 국립중앙박물관 누리집 이용자 종합만족도(PCSI)는 81.5점으로 전년 대비 -2.3점 하락함
- 종합만족도를 구성하는 만족지수는 [사회적 만족] 84.8점 > [전반적 만족] 82.0점 > [요소 만족] 78.5점 순으로 나타남
- 품질지수는 [사회 품질]이 84.7점으로 가장 높으며, 다음으로 [서비스 품질] 80.4점 > [환경 품질] 76.8점 > [전달 품질] 75.7점 순이며, 세부 항목별로는 '공익성'이 85.4점으로 가장 높은 반면, '공감성'은 71.7점으로 가장 낮음

(n=1,000명, 단위: 점)



2) 응답자 특성별 종합만족도

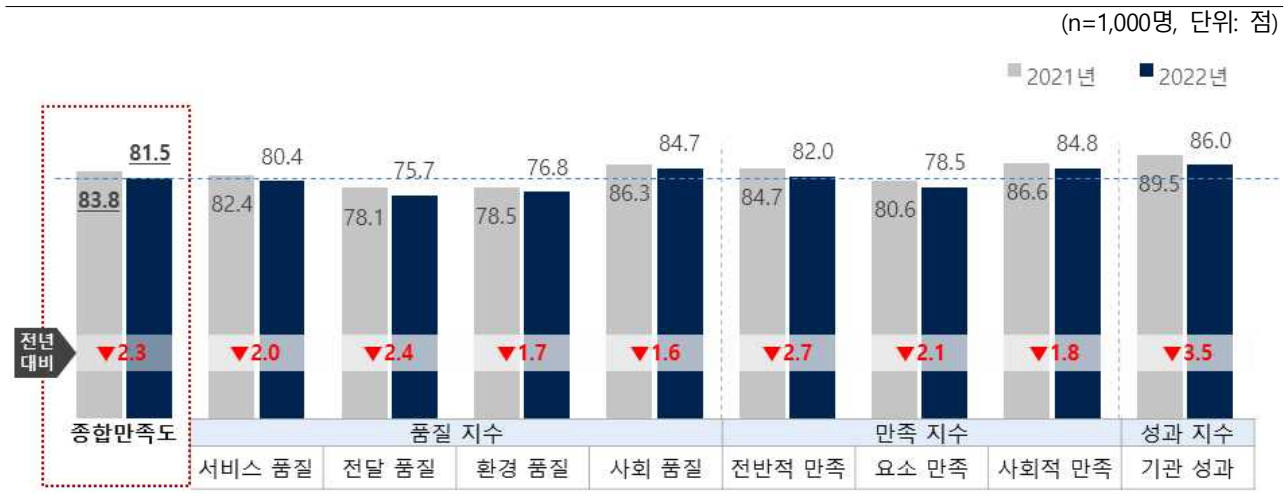
- 차수별로 살펴보면, '1차'가 83.0점으로 '2차'(80.1점) 대비 높게 나타남
- 성별로는 '여성'이 81.8점으로 '남성'(80.7점) 대비 높게 나타남
- 연령별로 '20대 이하'가 83.4점으로 가장 높은 반면, '30대'는 80.2점으로 가장 낮음
- 직업별로는 '자영업/은퇴/기타'가 83.3점으로 가장 높은 반면, '전문직'은 80.2점으로 가장 낮음
- 방문 빈도별로는 '주 1회 이상'이 84.6점으로 가장 높은 반면, '월 1회 미만'은 79.6점으로 가장 낮음
- 회원여부별로는 '회원'이 81.7점으로 '비회원'(81.0점) 대비 높게 나타남



2. 구성 요소별 결과

1) 차원만족도

- 차원만족도 분석 결과, 품질 지수는 [사회 품질]이 84.7점으로 가장 높고, 다음으로 [서비스 품질](80.4점) > [환경 품질](76.8점) > [전달 품질](75.7점) 순으로 나타남
- 전년 대비 모든 품질 지수가 하락한 가운데, 특히 [전달 품질]이 -2.4점 가장 큰 폭으로 하락함
- 만족 지수에서는 [사회적 만족]이 84.8점으로 가장 높고, 다음으로 [전반적 만족](82.0점) > [요소 만족](78.5점) 순으로 나타남
- 전년 대비 모든 만족 지수가 하락한 가운데, 특히 [전반적 만족]이 -2.7점 가장 큰 폭으로 하락함
- 성과 지수는 [기관 성과]가 86.0점으로 전년 대비 -3.5점 하락함



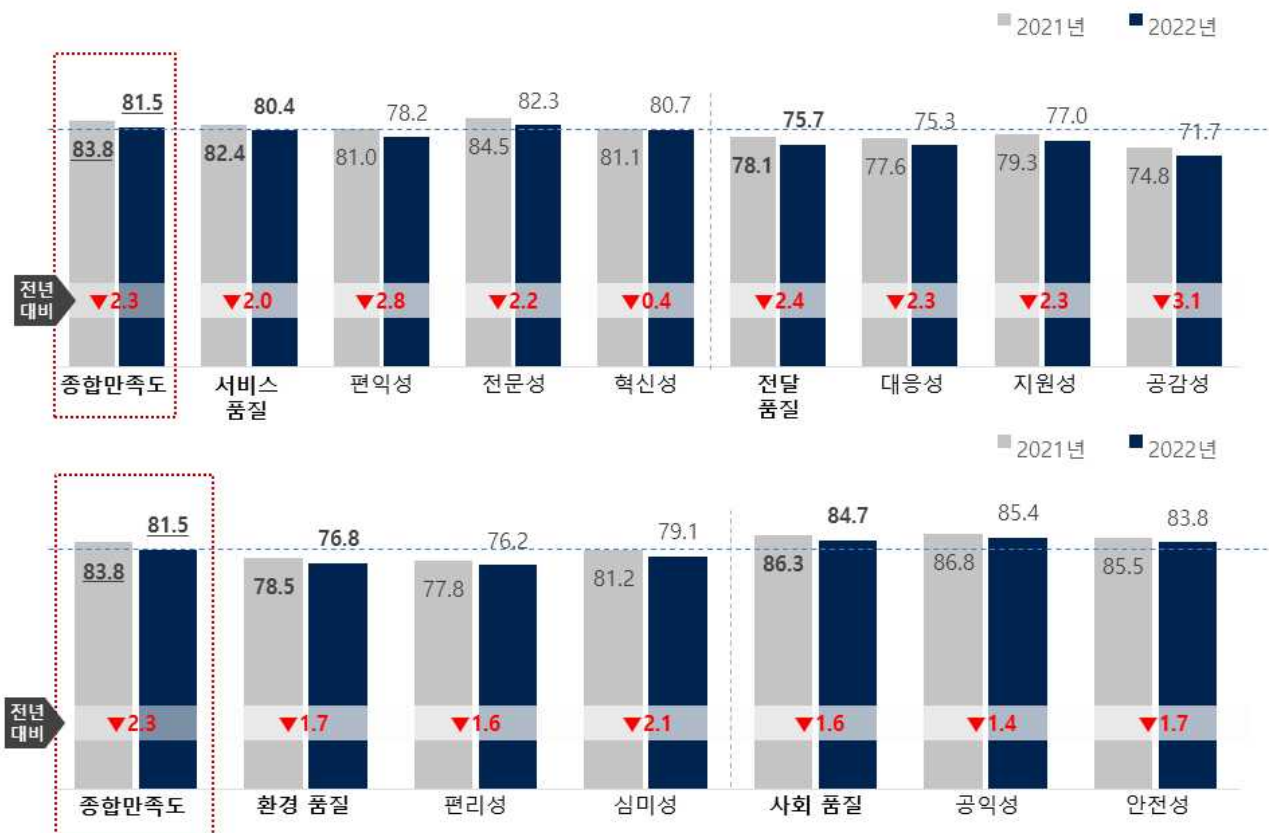
(n=1,000명, 단위: 점)

구 분		사례수 (명)	종합 만족도	품질 지수				만족 지수			성과 지수
				서비스 품질	전달 품질	환경 품질	사회 품질	전반적 만족	요소 만족	사회적 만족	기관 성과
전체		(1,000)	81.5	80.4	75.7	76.8	84.7	82.0	78.5	84.8	86.0
차수 별	1차	(500)	83.0	81.2	77.2	78.0	86.1	83.6	79.8	86.0	87.1
	2차	(500)	80.1	79.5	74.2	75.5	83.4	80.4	77.2	83.6	85.0
성별	남성	(270)	80.7	79.0	76.0	76.3	83.6	81.1	78.2	83.6	84.3
	여성	(730)	81.8	80.9	75.6	77.0	85.2	82.4	78.6	85.3	86.7
연령	20대 이하	(120)	83.4	81.7	76.1	77.1	85.7	84.6	79.1	86.8	85.3
	30대	(302)	80.2	78.5	74.0	74.7	83.7	81.1	76.5	83.3	84.2
	40대	(403)	81.9	80.9	76.6	77.7	84.8	82.3	79.3	85.1	86.7
	50대 이상	(175)	81.7	81.4	76.5	77.9	85.7	81.4	79.8	85.3	88.2
직업	학생/ 취업준비생	(69)	82.3	80.4	76.3	76.8	84.4	83.3	78.3	85.7	83.9
	직장인	(460)	81.4	80.0	75.6	75.9	84.2	82.0	78.2	84.6	85.7
	주부	(195)	81.9	80.4	76.5	78.5	86.6	82.4	78.6	85.7	87.7
	전문직	(173)	80.2	79.8	74.3	76.2	83.2	80.3	77.8	83.2	84.7
	자영업/ 은퇴/기타	(103)	83.3	82.7	77.0	78.5	86.4	83.4	81.2	85.9	88.1
방문 빈도	주 1회 이상	(205)	84.6	84.5	79.6	79.8	87.5	84.8	82.2	87.6	89.1
	월 2~3회	(199)	81.8	81.7	76.8	77.4	84.4	82.1	79.5	84.6	88.6
	월 1회	(246)	81.4	80.3	74.9	76.4	85.3	82.2	77.7	85.0	85.9
	월 1회 미만	(350)	79.6	77.2	73.4	74.9	82.9	80.2	76.3	83.2	82.9
회원 여부	회원	(774)	81.7	80.8	75.8	76.7	85.0	82.1	78.7	85.0	86.5
	비회원	(226)	81.0	79.0	75.4	77.1	83.9	81.7	77.7	84.0	84.5

2) 품질지수

- 품질 지수는 [사회 품질]이 84.7점으로 가장 높고, 다음으로 [서비스 품질](80.4점) > [환경 품질](76.8점) > [전달 품질](75.7점) 순으로 나타남
- 전년 대비 모든 품질 지수가 하락한 가운데, 특히 [전달 품질]이 -2.4점 가장 큰 폭으로 하락함
- [서비스 품질]의 경우 '전문성'이 82.3점으로 가장 높고, 다음으로 '혁신성'(80.7점) > '편익성'(78.2점) 순으로 나타남
- [전달 품질]의 경우 '지원성'이 77.0점으로 가장 높고, 다음으로 '대응성'(75.3점) > '공감성'(71.7점) 순으로 나타남
- [환경 품질]의 경우 '심미성'이 79.1점으로 '편리성'(76.2점) 대비 높게 나타남
- [사회 품질]의 경우 '공익성'이 85.4점으로 '안전성'(83.8점) 순으로 나타남
- 전년 대비 [서비스 품질]의 '편익성'이 -2.8점 가장 큰 폭으로 하락함

(n=1,000명, 단위: 점)

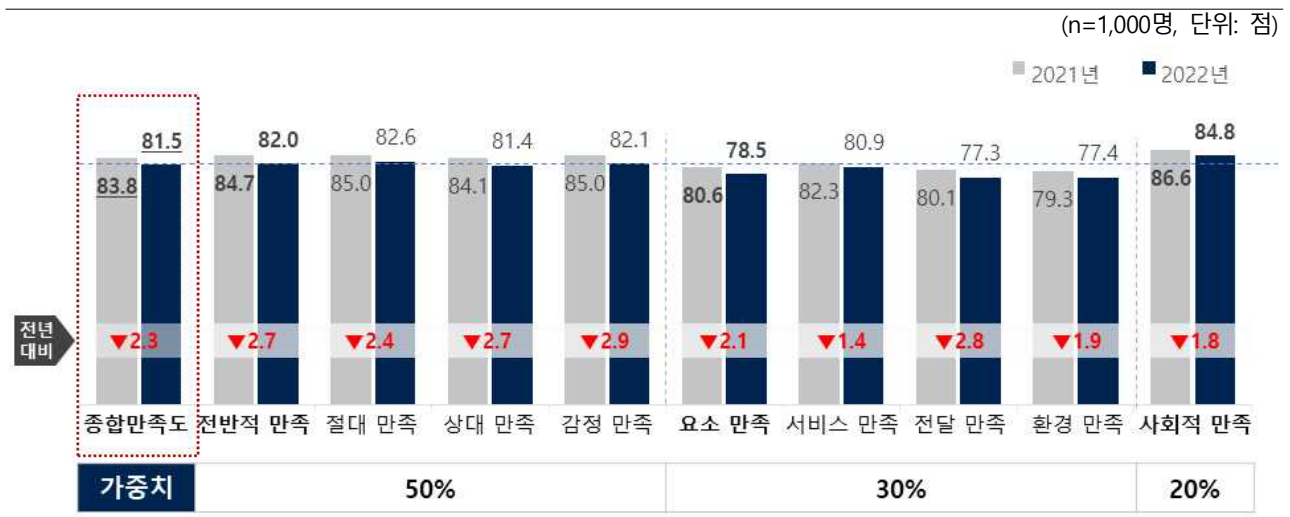


(n=1,000명, 단위: 점)

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	편 리 성	심 미 성	사회 품질	공 익 성	안 전 성
전체		(1,000)	81.5	80.4	78.2	82.3	80.7	75.7	75.3	77.0	71.7	76.8	76.2	79.1	84.7	85.4	83.8
차수 별	1차	(500)	83.0	81.2	79.3	83.0	81.4	77.2	76.9	78.5	73.0	78.0	77.5	80.3	86.1	86.7	85.2
	2차	(500)	80.1	79.5	77.2	81.6	80.0	74.2	73.7	75.6	70.5	75.5	74.9	77.9	83.4	84.1	82.4
성별	남성	(270)	80.7	79.0	77.2	80.4	79.5	76.0	75.5	77.6	70.7	76.3	75.8	78.0	83.6	83.5	83.7
	여성	(730)	81.8	80.9	78.6	83.0	81.1	75.6	75.2	76.8	72.1	77.0	76.3	79.6	85.2	86.1	83.8
연령	20대 이하	(120)	83.4	81.7	78.7	84.4	82.1	76.1	76.8	76.7	71.9	77.1	76.6	79.2	85.7	86.8	84.0
	30대	(302)	80.2	78.5	76.6	80.6	78.0	74.0	74.2	74.8	69.6	74.7	74.1	77.4	83.7	84.6	82.5
	40대	(403)	81.9	80.9	78.5	82.8	81.8	76.6	75.7	78.2	72.8	77.7	77.2	79.8	84.8	85.5	83.7
	50대 이상	(175)	81.7	81.4	80.0	82.6	81.7	76.5	75.2	78.4	72.7	77.9	77.3	80.6	85.7	85.6	85.9
직업	학생/ 취업준비생	(69)	82.3	80.4	77.2	83.2	81.4	76.3	76.4	77.4	71.7	76.8	76.2	79.0	84.4	85.6	82.6
	직장인	(460)	81.4	80.0	78.1	81.9	80.0	75.6	75.7	76.6	71.4	75.9	75.3	78.3	84.2	84.9	83.3
	주부	(195)	81.9	80.4	77.6	82.7	81.6	76.5	75.7	78.1	72.5	78.5	77.7	81.4	86.6	87.1	85.8
	전문직	(173)	80.2	79.8	77.9	81.5	80.1	74.3	73.3	75.9	70.5	76.2	75.7	78.0	83.2	83.9	82.1
	자영업/은퇴/ 기타	(103)	83.3	82.7	81.2	84.1	82.8	77.0	75.6	78.9	73.6	78.5	78.0	80.4	86.4	86.9	85.8
방문 빈도	주 1회 이상	(205)	84.6	84.5	82.8	86.2	84.6	79.6	79.5	80.7	75.8	79.8	79.4	81.6	87.5	87.8	87.2
	월 2~3회	(199)	81.8	81.7	79.6	83.5	82.1	76.8	77.0	77.6	73.3	77.4	76.9	79.3	84.4	85.3	83.0
	월 1회	(246)	81.4	80.3	78.6	82.5	79.5	74.9	74.6	76.1	70.8	76.4	75.5	79.7	85.3	86.4	83.7
	월 1회 미만	(350)	79.6	77.2	74.5	79.2	78.4	73.4	72.4	75.3	69.1	74.9	74.3	77.1	82.9	83.4	82.2
회원 여부	회원	(774)	81.7	80.8	78.5	82.8	81.2	75.8	75.5	77.0	72.1	76.7	76.0	79.3	85.0	85.6	84.1
	비회원	(226)	81.0	79.0	77.3	80.5	79.1	75.4	74.7	77.2	70.4	77.1	76.8	78.4	83.9	84.8	82.5

3) 만족지수

- 만족지수를 살펴보면, [사회적 만족]이 84.8점으로 가장 높고, 다음으로 [전반적 만족](82.0점) > [요소 만족](78.5점) 순으로 나타남
- 전년 대비 [전반적 만족]이 -2.7점 가장 큰 폭으로 하락함
- 세부 항목별로는 '절대 만족'이 82.6점으로 가장 높은 반면, '전달 만족'은 77.3점으로 가장 낮게 나타남
- 전년 대비 [전반적 만족]의 '감정 만족'이 -2.9점 가장 큰 폭으로 하락함



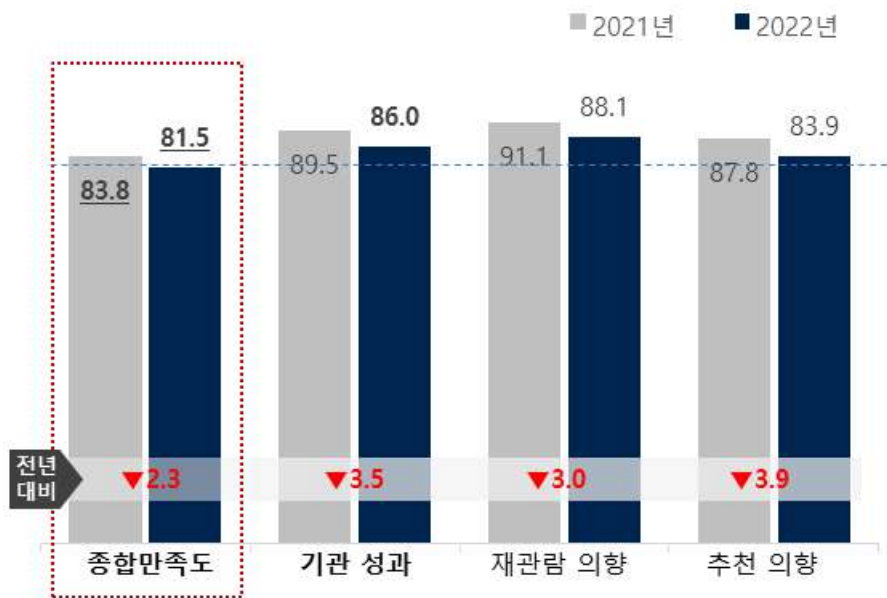
(n=1,000명, 단위: 점)

구 분		사례수 (명)	종합 만족도	전반적 만족	절대 만족	상대 만족	감정 만족	요소 만족	서비스 만족	전달 만족	환경 만족	사회적 만족
전체		(1,000)	81.5	82.0	82.6	81.4	82.1	78.5	80.9	77.3	77.4	84.8
차수 별	1차	(500)	83.0	83.6	84.1	82.9	83.9	79.8	82.1	78.5	78.9	86.0
	2차	(500)	80.1	80.4	81.0	80.0	80.3	77.2	79.6	76.0	75.9	83.6
성별	남성	(270)	80.7	81.1	81.8	80.3	81.2	78.2	79.9	77.4	77.2	83.6
	여성	(730)	81.8	82.4	82.9	81.8	82.4	78.6	81.2	77.2	77.5	85.3
연령	20대 이하	(120)	83.4	84.6	84.9	84.6	84.4	79.1	81.3	77.9	78.1	86.8
	30대	(302)	80.2	81.1	81.2	80.6	81.5	76.5	79.1	75.0	75.4	83.3
	40대	(403)	81.9	82.3	83.2	81.3	82.3	79.3	81.6	78.1	78.2	85.1
	50대 이상	(175)	81.7	81.4	82.1	81.0	81.0	79.8	82.0	78.9	78.7	85.3
직업	학생/ 취업준비생	(69)	82.3	83.3	84.3	82.9	82.6	78.3	80.0	77.3	77.5	85.7
	직장인	(460)	81.4	82.0	82.4	81.2	82.4	78.2	80.8	76.8	77.0	84.6
	주부	(195)	81.9	82.4	83.2	81.7	82.4	78.6	80.4	76.8	78.5	85.7
	전문직	(173)	80.2	80.3	80.7	80.0	80.3	77.8	80.3	77.1	76.0	83.2
	자영업/은퇴 /기타	(103)	83.3	83.4	84.5	83.5	82.4	81.2	83.7	80.4	79.4	85.9
방문 빈도	주 1회 이상	(205)	84.6	84.8	85.8	83.5	85.1	82.2	84.6	81.1	81.1	87.6
	월 2~3회	(199)	81.8	82.1	82.6	81.7	82.2	79.5	82.2	78.5	77.9	84.6
	월 1회	(246)	81.4	82.2	82.6	81.4	82.6	77.7	80.2	76.1	76.8	85.0
	월 1회 미만	(350)	79.6	80.2	80.7	80.1	79.9	76.3	78.4	75.2	75.4	83.2
회원 여부	회원	(774)	81.7	82.1	82.6	81.5	82.2	78.7	81.3	77.5	77.5	85.0
	비회원	(226)	81.0	81.7	82.4	81.2	81.6	77.7	79.5	76.6	77.0	84.0

4) 성과지수

- 기관 성과 내에서는 '재관람 의향'이 88.1점으로 '추천 의향'(83.9점) 대비 높게 나타남
- 전년 대비 성과 지수 내 모든 항목이 하락한 가운데, 특히 추천의향이 -3.9점 가장 큰 폭으로 하락함

(n=1,000명, 단위: 점)



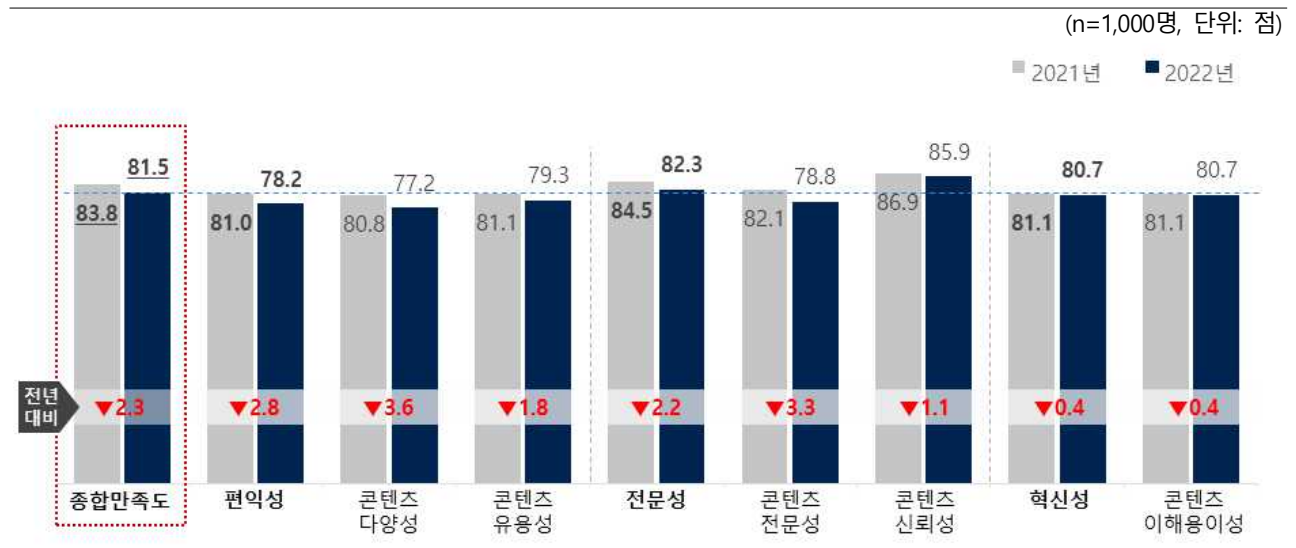
(n=1,000명, 단위: 점)

구 분		사례수 (명)	종합 만족도	기관 성과	재관람 의향	추천 의향
전체		(1,000)	81.5	86.0	88.1	83.9
차수 별	1차	(500)	83.0	87.1	88.9	85.3
	2차	(500)	80.1	85.0	87.4	82.6
성별	남성	(270)	80.7	84.3	86.5	82.0
	여성	(730)	81.8	86.7	88.8	84.6
연령	20대 이하	(120)	83.4	85.3	88.9	81.7
	30대	(302)	80.2	84.2	86.4	81.9
	40대	(403)	81.9	86.7	88.5	84.9
	50대 이상	(175)	81.7	88.2	89.7	86.7
직업	학생/ 취업준비생	(69)	82.3	83.9	87.9	80.0
	직장인	(460)	81.4	85.7	88.0	83.4
	주부	(195)	81.9	87.7	89.1	86.3
	전문직	(173)	80.2	84.7	86.4	83.0
	자영업/은퇴 /기타	(103)	83.3	88.1	90.3	85.9
방문빈도	주 1회 이상	(205)	84.6	89.1	90.6	87.6
	월 2~3회	(199)	81.8	88.6	90.2	87.0
	월 1회	(246)	81.4	85.9	88.0	83.9
	월 1회 미만	(350)	79.6	82.9	85.7	80.1
회원 여부	회원	(774)	81.7	86.5	88.7	84.3
	비회원	(226)	81.0	84.5	86.2	82.7

3. 세부 항목별 결과

1) 서비스 품질

- 서비스 품질은 '전문성'이 82.3점으로 가장 높고, 다음으로 '혁신성'(80.7점) > '편의성'(78.2점) 순으로 나타남
- 전년 대비 모든 요소가 하락한 가운데, 특히 '편의성'이 -2.8점 가장 큰 폭으로 하락함
- 세부 항목을 살펴보면, '콘텐츠 신뢰성'이 85.9점으로 가장 높고, 다음으로 '콘텐츠 이해용이성'(80.7점) > '콘텐츠 유용성'(79.3점) 등의 순으로 나타남
- 전년 대비 모든 세부 항목이 하락한 가운데, 특히 '콘텐츠 다양성'이 -3.6점 가장 큰 폭으로 하락함



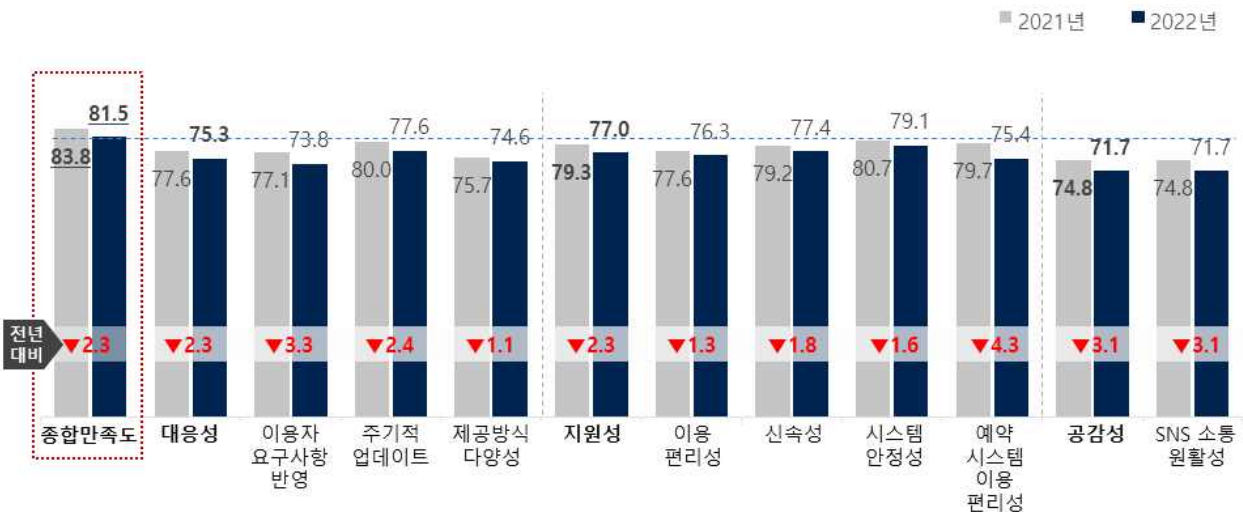
(n=1,000명, 단위: 점)

구 분		사례수 (명)	종합 만족도	편의성	콘텐츠 다양성	콘텐츠 유용성	전문성	콘텐츠 전문성	콘텐츠 신뢰성	혁신성	콘텐츠 이해용 이성
전체		(1,000)	81.5	78.2	77.2	79.3	82.3	78.8	85.8	80.7	80.7
차수 별	1차	(500)	83.0	79.3	78.1	80.5	83.0	79.9	86.1	81.4	81.4
	2차	(500)	80.1	77.2	76.2	78.1	81.6	77.6	85.6	80.0	80.0
성별	남성	(270)	80.7	77.2	76.4	78.0	80.4	76.3	84.6	79.5	79.5
	여성	(730)	81.8	78.6	77.4	79.7	83.0	79.7	86.3	81.1	81.1
연령	20대 이하	(120)	83.4	78.7	77.1	80.3	84.4	80.7	88.2	82.1	82.1
	30대	(302)	80.2	76.6	75.6	77.7	80.6	77.8	83.5	78.0	78.0
	40대	(403)	81.9	78.5	77.7	79.3	82.8	79.0	86.6	81.8	81.8
	50대 이상	(175)	81.7	80.0	78.8	81.3	82.6	78.8	86.5	81.7	81.7
직업	학생/ 취업준비생	(69)	82.3	77.2	76.1	78.3	83.2	79.0	87.4	81.4	81.4
	직장인	(460)	81.4	78.1	77.0	79.2	81.9	78.3	85.5	80.0	80.0
	주부	(195)	81.9	77.6	76.3	78.8	82.7	79.6	85.9	81.6	81.6
	전문직	(173)	80.2	77.9	77.3	78.5	81.5	77.8	85.2	80.1	80.1
	자영업/은퇴 /기타	(103)	83.3	81.2	80.1	82.4	84.1	80.9	87.4	82.8	82.8
방문 빈도	주 1회 이상	(205)	84.6	82.8	81.6	84.0	86.2	83.7	88.8	84.6	84.6
	월 2~3회	(199)	81.8	79.6	79.0	80.3	83.5	80.4	86.7	82.1	82.1
	월 1회	(246)	81.4	78.6	78.0	79.1	82.5	79.1	86.0	79.5	79.5
	월 1회 미만	(350)	79.6	74.5	72.9	76.1	79.2	74.8	83.6	78.4	78.4
회원 여부	회원	(774)	81.7	78.5	77.4	79.5	82.8	79.3	86.4	81.2	81.2
	비회원	(226)	81.0	77.3	76.3	78.4	80.5	77.0	84.0	79.1	79.1

2) 전달 품질

- 전달 품질은 '지원성'이 77.0점으로 가장 높고, 다음으로 '대응성'(75.3점) > '공감성'(71.7점) 순으로 나타남
- 전년 대비 모든 요소가 하락한 가운데, 특히 '공감성'이 -3.1점 큰 폭으로 하락함
- 세부 항목을 살펴보면, '시스템 안정성'이 79.1점으로 가장 높고, 다음으로 '주기적 업데이트'(77.6점) > '신속성'(77.4점) 등의 순으로 나타남
- 전년 대비 모든 세부 항목이 하락한 가운데, 특히 '예약 시스템 이용 편리성'이 -4.3점 가장 큰 폭으로 하락함

(n=1,000명, 단위: 점)

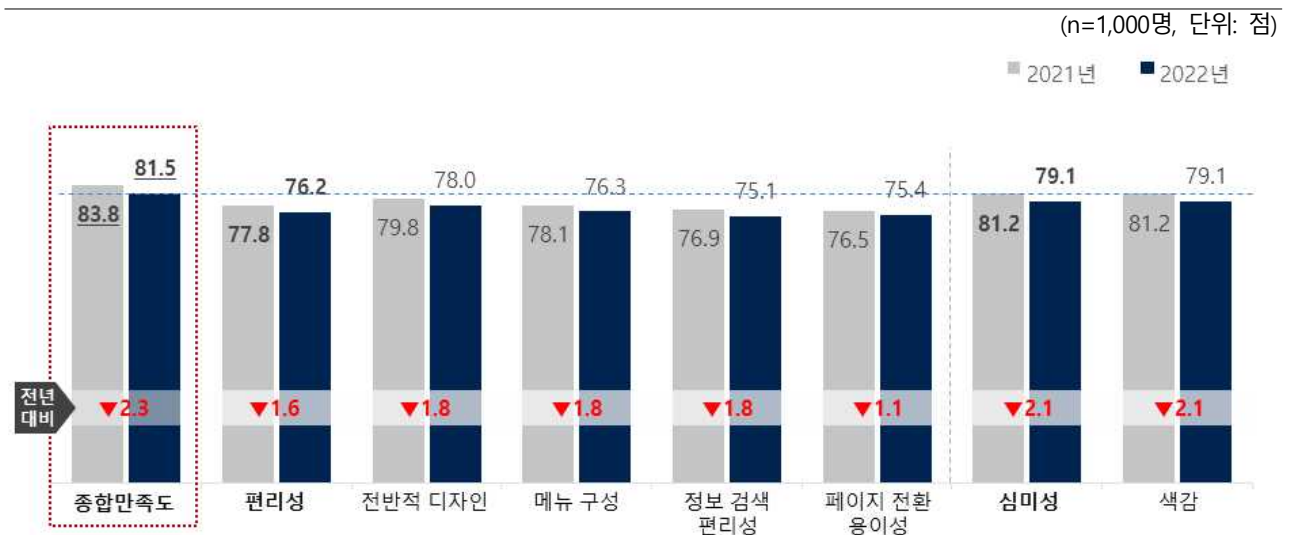


(n=1,000명, 단위: 점)

구 분		사례수 (명)	종합 만족도	대응성	이용자 요구 사항 반영	주기적 업데 이트	제공 방식 다양성	지원성	이용 편리성	신속성	시스템 안정성	예약 시스템 이용 편리성	공감성	SNS 소통 원활성
전체		(1,000)	81.5	75.3	73.8	77.6	74.6	77.0	76.3	77.4	79.1	75.4	71.7	71.7
차수 별	1차	(500)	83.0	76.9	74.7	79.8	76.1	78.5	78.2	78.8	80.4	76.7	73.0	73.0
	2차	(500)	80.1	73.7	72.8	75.3	73.0	75.6	74.5	76.1	77.7	74.0	70.5	70.5
성별	남성	(270)	80.7	75.5	74.1	77.8	74.7	77.6	77.4	77.9	79.3	75.9	70.7	70.7
	여성	(730)	81.8	75.2	73.7	77.5	74.5	76.8	75.9	77.3	79.0	75.1	72.1	72.1
연령	20대 이하	(120)	83.4	76.8	74.2	80.1	76.0	76.7	76.1	78.5	77.1	75.0	71.9	71.9
	30대	(302)	80.2	74.2	72.5	77.0	73.1	74.8	74.3	74.7	77.2	73.1	69.6	69.6
	40대	(403)	81.9	75.7	75.0	77.2	75.0	78.2	77.0	78.3	79.9	77.8	72.8	72.8
	50대 이상	(175)	81.7	75.2	72.9	77.6	75.1	78.4	78.5	79.3	81.8	73.9	72.7	72.7
직업	학생/ 취업준비생	(69)	82.3	76.4	73.7	80.0	75.6	77.4	77.8	78.5	74.9	78.3	71.7	71.7
	직장인	(460)	81.4	75.7	73.8	78.2	75.0	76.6	75.5	77.0	78.9	74.9	71.4	71.4
	주부	(195)	81.9	75.7	74.5	76.9	75.6	78.1	77.8	78.0	80.3	76.2	72.5	72.5
	전문직	(173)	80.2	73.3	72.7	75.1	72.0	75.9	75.2	76.2	77.6	74.7	70.5	70.5
	자영업/은퇴/ 기타	(103)	83.3	75.6	73.9	78.5	74.3	78.9	78.0	79.6	83.0	74.9	73.6	73.6
방문도	주 1회 이상	(205)	84.6	79.5	78.1	82.0	78.5	80.7	79.4	81.0	83.0	79.2	75.8	75.8
	월 2~3회	(199)	81.8	77.0	75.8	79.8	75.3	77.6	78.0	77.2	79.6	75.6	73.3	73.3
	월 1회	(246)	81.4	74.6	72.7	77.2	73.9	76.1	75.8	76.6	78.3	73.8	70.8	70.8
	월 1회 미만	(350)	79.6	72.4	70.9	74.0	72.3	75.3	74.0	76.0	77.0	74.0	69.1	69.1
회원 여부	회원	(774)	81.7	75.5	74.2	77.7	74.5	77.0	76.2	77.0	79.0	75.7	72.1	72.1
	비회원	(226)	81.0	74.7	72.3	77.0	74.9	77.2	76.8	78.8	79.2	74.2	70.4	70.4

3) 환경 품질

- 환경 품질은 '심미성'이 79.1점으로 '편리성'(76.2점) 대비 높게 나타남
- 전년 대비 '편리성'과 '심미성'이 각각 -1.6점, -2.1점 하락함
- 세부 항목을 살펴보면, '색감'이 79.1점으로 가장 높고, 다음으로 '전반적 디자인'(78.0점) > '메뉴 구성'(76.3점) 등의 순으로 나타남
- 전년 대비 모든 세부 항목이 하락한 가운데, 특히 '색감'이 -2.1점 가장 큰 폭으로 하락함



(n=1,000명, 단위: 점)

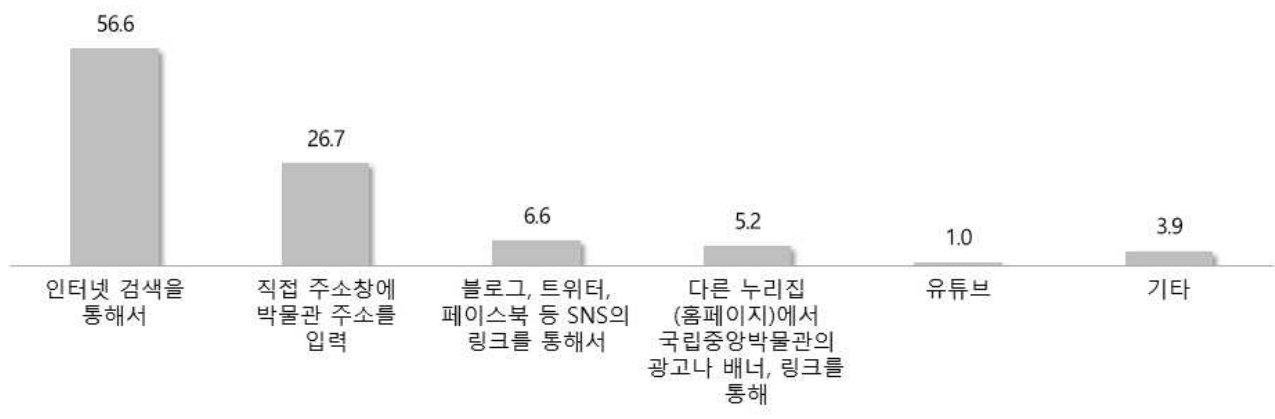
구 분		사례수 (명)	종합 만족도	편리성	전반적 디자인	메뉴 구성	정보 검색 편리성	페이지 전환 용이성	심미성	색감
전체		(1,000)	81.5	76.2	78.0	76.3	75.1	75.4	79.1	79.1
차수 별	1차	(500)	83.0	77.5	78.7	77.7	76.8	76.7	80.3	80.3
	2차	(500)	80.1	74.9	77.2	74.9	73.5	74.0	77.9	77.9
성별	남성	(270)	80.7	75.8	77.7	76.3	74.5	74.9	78.0	78.0
	여성	(730)	81.8	76.3	78.1	76.3	75.4	75.5	79.6	79.6
연령	20대 이하	(120)	83.4	76.6	77.9	76.4	74.6	77.5	79.2	79.2
	30대	(302)	80.2	74.1	75.7	74.6	72.5	73.5	77.4	77.4
	40대	(403)	81.9	77.2	79.0	77.3	76.6	75.8	79.8	79.8
	50대 이상	(175)	81.7	77.3	79.5	77.0	76.7	76.0	80.6	80.6
직업	학생/취업준 비생	(69)	82.3	76.2	78.7	75.8	73.9	76.3	79.0	79.0
	직장인	(460)	81.4	75.3	76.7	75.8	74.0	74.7	78.3	78.3
	주부	(195)	81.9	77.7	79.6	77.7	77.7	76.0	81.4	81.4
	전문직	(173)	80.2	75.7	77.6	75.5	75.0	74.7	78.0	78.0
	자영업/은퇴 /기타	(103)	83.3	78.0	80.6	77.5	76.2	77.7	80.4	80.4
방문 빈도	주 1회 이상	(205)	84.6	79.4	80.9	79.3	78.0	79.4	81.6	81.6
	월 2~3회	(199)	81.8	76.9	78.7	77.5	76.8	74.8	79.3	79.3
	월 1회	(246)	81.4	75.5	77.6	75.9	73.8	74.7	79.7	79.7
	월 1회 미만	(350)	79.6	74.3	76.0	74.1	73.5	73.7	77.1	77.1
회원 여부	회원	(774)	81.7	76.0	78.2	76.0	74.8	75.0	79.3	79.3
	비회원	(226)	81.0	76.8	77.2	77.4	76.2	76.4	78.4	78.4

제2절 누리집 이용자 방문 현황

1. 방문 경로

- 누리집 방문 경로는 '인터넷 검색을 통해서'가 56.6%로 가장 많고, 다음으로 '직접 주소창에 박물관 주소를 입력'(26.7%) > '블로그, 트위터, 페이스북 등 SNS의 링크를 통해서'(6.6%) > '다른 누리집(홈페이지)에서 국립중앙박물관의 광고나 배너, 링크를 통해'(5.2%) > '유튜브'(1.0%) 순으로 나타남
- 응답자 특성별로 살펴보면, 연령별로는 30대와 40대, 직업별로는 직장인, 방문빈도별로는 월 1회 미만에서 '인터넷 검색을 통해서'의 비율이 특히 많은 것으로 나타남
- 연령별 20대 이하와 직업별 학생/취업준비생에서 '블로그, 트위터, 페이스북 등 SNS의 링크를 통해서'의 비율이 많은 것으로 나타남

(n=1,000명, 단위: %)



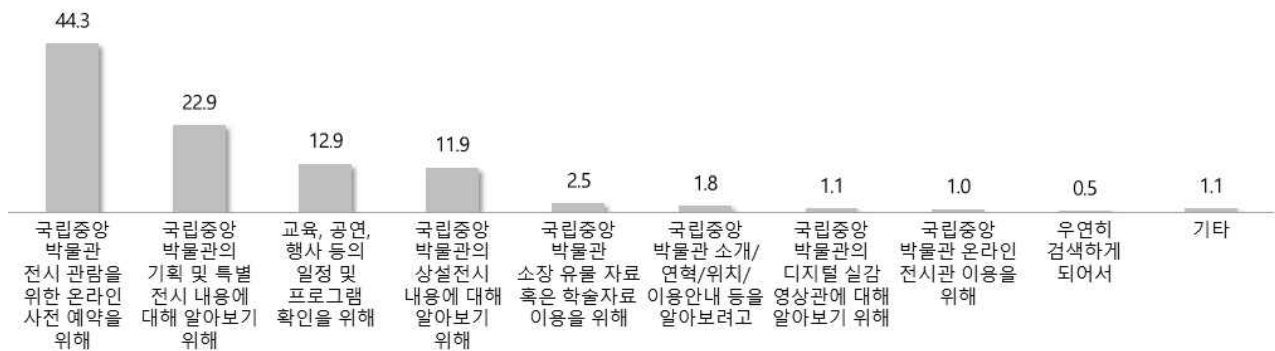
(n=1,000명, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	인터넷 검색을 통해서	직접 주소창에 박물관 주소를 입력	블로그, 트위터, 페이스북 등 SNS의 링크를 통해서	다른 누리집 (홈페이지)에 서 국립중앙 박물관의 광고나 배너, 링크를 통해	유튜브	기타
전체		(1,000)	56.6	26.7	6.6	5.2	1.0	3.9
차수 별	1차	(500)	55.8	27.8	6.0	5.4	0.6	4.4
	2차	(500)	57.4	25.6	7.2	5.0	1.4	3.4
성별	남성	(270)	54.1	27.0	5.2	6.3	2.2	5.2
	여성	(730)	57.5	26.6	7.1	4.8	0.5	3.4
연령	20대 이하	(120)	50.8	26.7	10.8	5.0	2.5	4.2
	30대	(302)	60.6	21.2	9.6	5.6	0.3	2.6
	40대	(403)	60.3	27.5	3.5	3.7	1.0	4.0
	50대 이상	(175)	45.1	34.3	5.7	8.0	1.1	5.7
직업	학생/ 취업준비생	(69)	44.9	31.9	11.6	5.8	1.4	4.3
	직장인	(460)	61.1	22.8	5.9	6.5	1.1	2.6
	주부	(195)	57.9	28.2	7.7	2.6	1.0	2.6
	전문직	(173)	49.7	33.5	5.2	4.6	0.0	6.9
	자영업/은퇴 /기타	(103)	53.4	26.2	6.8	4.9	1.9	6.8
방문 빈도	주 1회 이상	(205)	43.9	37.6	5.9	5.4	1.5	5.9
	월 2~3회	(199)	58.3	27.1	8.5	3.0	0.5	2.5
	월 1회	(246)	56.9	24.4	6.9	7.3	0.8	3.7
	월 1회 미만	(350)	62.9	21.7	5.7	4.9	1.1	3.7
회원 여부	회원	(774)	57.2	27.6	6.6	4.4	0.4	3.7
	비회원	(226)	54.4	23.5	6.6	8.0	3.1	4.4

2. 방문 목적

- 누리집 방문 목적으로 '국립중앙박물관 전시 관람을 위한 온라인 사전 예약을 위해'가 44.3%로 가장 많으며, 다음으로 '국립중앙박물관의 기획 및 특별전시 내용에 대해 알아보기 위해'(22.9%) > '교육, 공연, 행사 등의 일정 및 프로그램 확인을 위해'(12.9%) > '국립중앙박물관의 상설전시 내용에 대해 알아보기 위해'(11.9%) 등의 순으로 나타남
- 대부분의 응답자 특성에서 '국립중앙박물관 전시 관람을 위한 온라인 사전 예약을 위해'의 비율이 많은 것으로 나타났으나, 연령별 50대 이상, 방문빈도 주 1회 이상, 비회원의 경우는 '국립중앙박물관의 기획 및 특별전시 내용에 대해 알아보기 위해'의 비율이 많은 것으로 나타남

(n=1,000명, 단위: %)



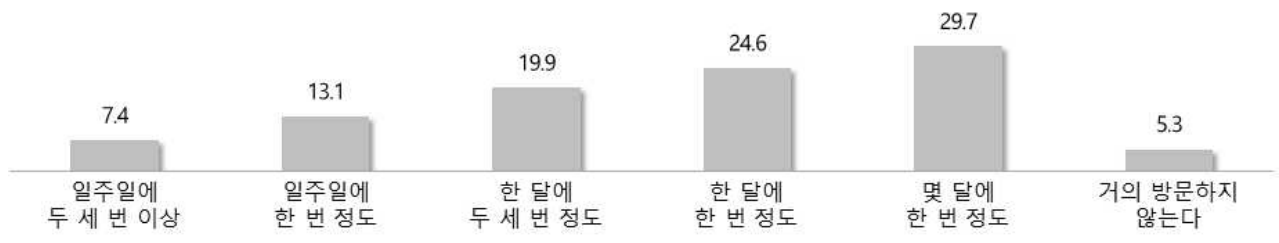
(n=1,000명, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	국립 중앙 박물관 전시 관람을 위한 온라인 사전 예약을 위해	국립 중앙 박물관 의 기획 및 특별 전시 내용에 대해 알아 보기 위해	교육, 공연, 행사 등의 일정 및 프로 그램 확인을 위해	국립 중앙 박물관 의 상설 전시 내용에 대해 알아 보기 위해	국립 중앙 박물관 소장 유물 자료 혹은 학술 자료 이용을 위해	국립 중앙 박물관 소개/ 연혁/ 위치/ 이용 안내 등을 알아 보려고	국립 중앙 박물관 의 디지털 실감 영상 관에 대해 알아 보기 위해	국립 중앙 박물관 온라인 전시관 이용을 위해	우연히 검색 하게 되어서	기타
전체		(1,000)	44.3	22.9	12.9	11.9	2.5	1.8	1.1	1.0	0.5	1.1
차수 별	1차	(500)	42.4	26.6	10.2	13.0	3.4	1.2	1.0	0.6	0.2	1.4
	2차	(500)	46.2	19.2	15.6	10.8	1.6	2.4	1.2	1.4	0.8	0.8
성별	남성	(270)	41.5	22.2	8.1	17.4	3.3	2.2	1.5	2.6	0.0	1.1
	여성	(730)	45.3	23.2	14.7	9.9	2.2	1.6	1.0	0.4	0.7	1.1
연령	20대 이하	(120)	41.7	29.2	5.0	11.7	5.8	1.7	1.7	2.5	0.0	0.8
	30대	(302)	49.3	18.9	11.9	11.3	1.7	1.7	1.0	1.3	1.3	1.7
	40대	(403)	48.1	17.9	15.6	11.9	1.2	2.0	1.5	0.5	0.2	1.0
	50대 이상	(175)	28.6	37.1	13.7	13.1	4.6	1.7	0.0	0.6	0.0	0.6
직업	학생/ 취업준비생	(69)	39.1	24.6	5.8	13.0	7.2	1.4	2.9	2.9	1.4	1.4
	직장인	(460)	47.2	22.8	10.7	12.2	1.3	2.4	1.1	0.7	0.4	1.3
	주부	(195)	46.7	19.0	19.0	10.3	0.5	1.0	2.1	0.5	0.5	0.5
	전문직	(173)	40.5	26.6	15.0	9.8	5.2	0.6	0.0	1.2	0.6	0.6
	자영업/은퇴 /기타	(103)	36.9	23.3	12.6	16.5	3.9	2.9	0.0	1.9	0.0	1.9
방문 빈도	주 1회 이상	(205)	27.8	29.8	20.0	10.2	6.3	0.5	1.5	0.5	0.0	3.4
	월 2~3회	(199)	46.2	27.6	11.6	11.1	2.0	0.0	1.0	0.5	0.0	0.0
	월 1회	(246)	41.9	21.5	12.6	17.1	2.0	1.6	1.2	0.8	0.0	1.2
	월 1회 미만	(350)	54.6	17.1	9.7	9.7	0.9	3.7	0.9	1.7	1.4	0.3
회원 여부	회원	(774)	49.7	21.4	13.4	10.2	1.8	0.8	0.8	0.5	0.1	1.2
	비회원	(226)	25.7	27.9	11.1	17.7	4.9	5.3	2.2	2.7	1.8	0.9

3. 방문 빈도

- 누리집 방문 빈도는 '몇 달에 한번 정도'가 29.7%로 가장 많고, 다음으로 '한달에 한 번 정도'(24.6%) > '한 달에 두 세 번 정도'(19.9%) > '일주일에 한 번 정도'(13.1%) > '일주일에 두 세 번 이상'(7.4%) > '거의 방문하지 않는다'(5.3%) 순으로 나타남
- 대부분의 응답자 특성에서 '몇 달에 한번 정도'가 많은 것으로 나타났으나, 연령 50대 이상에서는 '한 달에 두 세 번 정도'의 비율이 많은 것으로 나타남

(n=1,000명, 단위: %)



(n=1,000명, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	일주일 에 두 세 번 이상	일주일 에 한 번 정도	한 달 에 두 세 번 정도	한 달 에 한 번 정도	몇 달 에 한 번 정도	거의 방문하지 않는다
전체		(1,000)	7.4	13.1	19.9	24.6	29.7	5.3
차수 별	1차	(500)	9.0	15.4	21.6	24.8	24.4	4.8
	2차	(500)	5.8	10.8	18.2	24.4	35.0	5.8
성별	남성	(270)	9.3	18.5	18.5	19.6	30.0	4.1
	여성	(730)	6.7	11.1	20.4	26.4	29.6	5.8
연령	20대 이하	(120)	11.7	8.3	12.5	22.5	33.3	11.7
	30대	(302)	4.0	12.6	16.2	27.8	34.8	4.6
	40대	(403)	7.7	11.4	21.6	23.8	30.0	5.5
	50대 이상	(175)	9.7	21.1	27.4	22.3	17.7	1.7
직업	학생/ 취업준비생	(69)	11.6	10.1	10.1	21.7	34.8	11.6
	직장인	(460)	7.2	13.0	19.6	25.0	30.4	4.8
	주부	(195)	4.6	12.8	22.6	23.1	32.3	4.6
	전문직	(173)	8.7	12.1	21.4	26.6	27.2	4.0
	자영업/은퇴 /기타	(103)	8.7	17.5	20.4	24.3	22.3	6.8
방문 빈도	주 1회 이상	(205)	36.1	63.9	0.0	0.0	0.0	0.0
	월 2~3회	(199)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	월 1회	(246)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	월 1회 미만	(350)	0.0	0.0	0.0	0.0	84.9	15.1
회원 여부	회원	(774)	8.4	14.5	20.9	24.5	27.8	3.9
	비회원	(226)	4.0	8.4	16.4	24.8	36.3	10.2

4. 국립중앙박물관 방문 경험

○ 전체 응답자의 96.0%가 국립중앙박물관 직접 방문 경험이 있는 것으로 나타남

(n=1,000명, 단위: %)



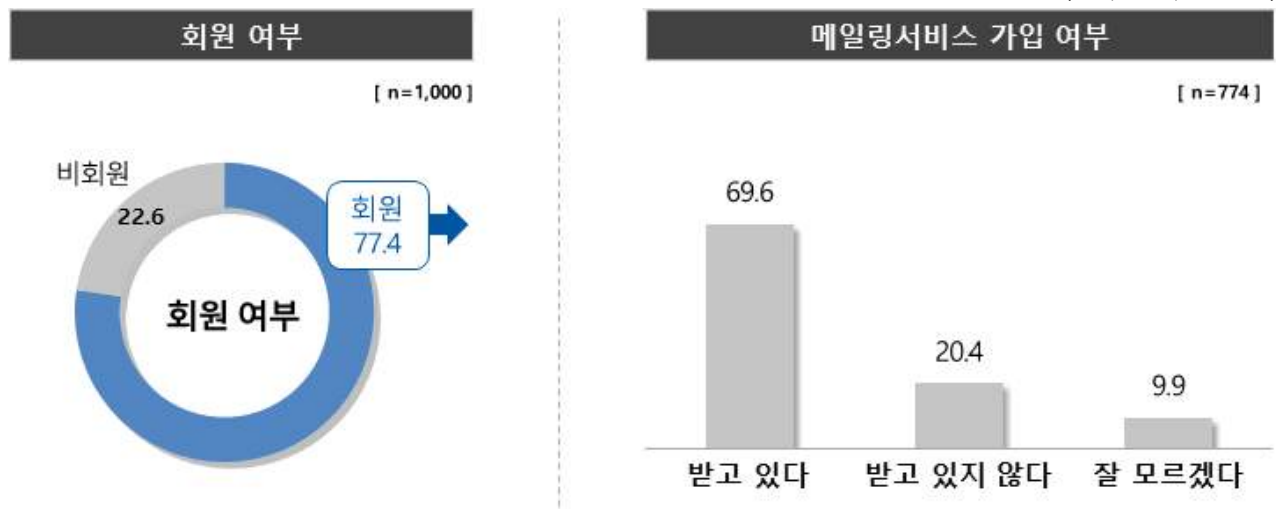
(n=1,000명, 단위: %)

구 분		사례수(명)	있다	없다
전체		(1,000)	96.0	4.0
차수별	1차	(500)	97.6	2.4
	2차	(500)	94.4	5.6
성별	남성	(270)	97.0	3.0
	여성	(730)	95.6	4.4
연령	20대 이하	(120)	94.2	5.8
	30대	(302)	95.4	4.6
	40대	(403)	97.0	3.0
	50대 이상	(175)	96.0	4.0
직업	학생/취업준비생	(69)	91.3	8.7
	직장인	(460)	96.1	3.9
	주부	(195)	95.4	4.6
	전문직	(173)	99.4	0.6
	자영업/은퇴/기타	(103)	94.2	5.8
방문빈도	주 1회 이상	(205)	97.1	2.9
	월 2~3회	(199)	99.0	1.0
	월 1회	(246)	96.7	3.3
	월 1회 미만	(350)	93.1	6.9
회원여부	회원	(774)	96.9	3.1
	비회원	(226)	92.9	7.1

5. 회원 및 메일링서비스 가입 여부

- 전체 응답자의 77.4%가 국립중앙박물관 온라인 회원인 것으로 나타남
- 메일링 서비스를 이용하는지에 대해서는 '받고 있다'가 69.6%로 가장 많았고, 다음으로 '받고 있지 않다'(20.4) > '잘 모르겠다'(9.9%) 순으로 나타남
- 성별로는 남성(80.8%)이 여성(65.8%) 보다 메일링서비스를 이용하고 있는 것으로 나타남
- 연령별로는 30대, 직업별로는 주부, 방문빈도별로는 월 1회 미만에서 메일링서비스를 이용하지 않는 비율이 상대적으로 높게 나타남

(n=1,000명, 단위: %)



(n=1,000명, 단위: %)

구 분		누리집(홈페이지) 회원 여부			메일링서비스 이용 여부			
		사례수 (명)	회원	비회원	사례수 (명)	받고 있다	받고 있지 않다	잘 모르겠다
전체		(1,000)	77.4	22.6	(774)	69.6	20.4	9.9
차수 별	1차	(500)	78.0	22.0	(390)	78.7	15.4	5.9
	2차	(500)	76.8	23.2	(384)	60.4	25.5	14.1
성별	남성	(270)	73.3	26.7	(198)	80.8	14.1	5.1
	여성	(730)	78.9	21.1	(576)	65.8	22.6	11.6
연령	20대 이하	(120)	65.8	34.2	(79)	70.9	17.7	11.4
	30대	(302)	79.1	20.9	(239)	63.2	25.1	11.7
	40대	(403)	81.6	18.4	(329)	67.8	20.4	11.9
	50대 이상	(175)	72.6	27.4	(127)	85.8	13.4	0.8
직업	학생/ 취업준비생	(69)	60.9	39.1	(42)	73.8	14.3	11.9
	직장인	(460)	78.9	21.1	(363)	70.8	19.0	10.2
	주부	(195)	80.5	19.5	(157)	59.9	25.5	14.6
	전문직	(173)	78.0	22.0	(135)	72.6	22.2	5.2
	자영업/은퇴 /기타	(103)	74.8	25.2	(77)	76.6	16.9	6.5
방문 빈도	주 1회 이상	(205)	86.3	13.7	(177)	79.1	16.4	4.5
	월 2~3회	(199)	81.4	18.6	(162)	80.9	13.0	6.2
	월 1회	(246)	77.2	22.8	(190)	65.3	24.7	10.0
	월 1회 미만	(350)	70.0	30.0	(245)	58.8	24.9	16.3
회원 여부	회원	(774)	100.0	0.0	(774)	69.6	20.4	9.9
	비회원	(226)	0.0	100.0	-	-	-	-

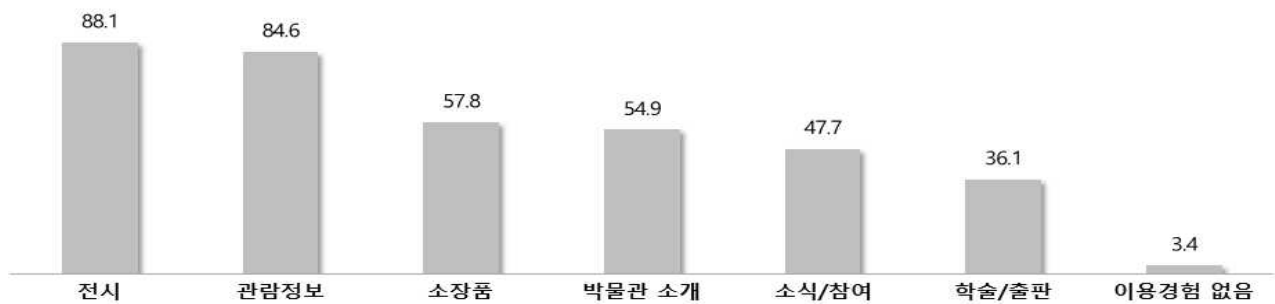
제3절 누리집 이용 현황

1. 메뉴 이용 경험 및 만족도

1) 메뉴 이용 경험

- 누리집 메뉴 중 '전시'의 이용 경험이 88.1%로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 '관람정보'(84.6%) > '소장품'(57.8%) > '박물관 소개'(54.9%) 등의 순으로 나타남

(n=1,000명, 복수응답, 단위: %)



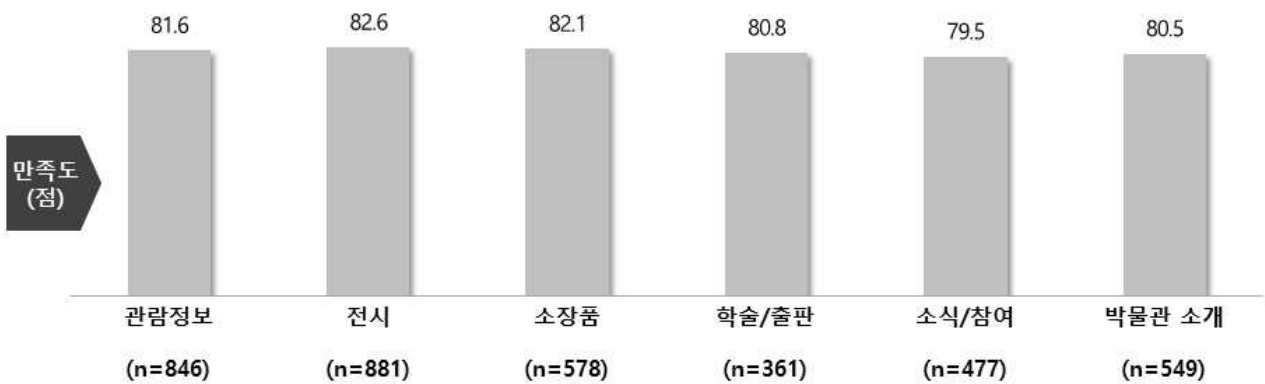
(n=1,000명, 복수응답, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	전시	관람정보	소장품	박물관 소개	소식/참여	학술/출판	이용경험 없음
전체		(1,000)	88.1	84.6	57.8	54.9	47.7	36.1	3.4
차수 별	1차	(500)	93.0	88.6	61.8	58.4	50.0	38.0	0.0
	2차	(500)	83.2	80.6	53.8	51.4	45.4	34.2	6.8
성별	남성	(270)	85.2	82.2	64.1	58.9	47.4	44.4	4.1
	여성	(730)	89.2	85.5	55.5	53.4	47.8	33.0	3.2
연령	20대 이하	(120)	92.5	86.7	53.3	55.0	50.8	40.0	1.7
	30대	(302)	85.8	83.8	50.3	53.3	43.4	31.8	4.3
	40대	(403)	87.1	82.9	58.3	53.6	47.4	32.5	3.5
	50대 이상	(175)	91.4	88.6	72.6	60.6	53.7	49.1	2.9
직업	학생/취업준비생	(69)	91.3	89.9	55.1	44.9	50.7	34.8	2.9
	직장인	(460)	88.3	85.0	57.0	57.2	44.8	35.0	3.3
	주부	(195)	84.6	82.6	54.9	52.8	55.4	27.2	4.6
	전문직	(173)	90.2	85.0	63.0	53.2	47.4	46.2	3.5
	자영업/은퇴/기타	(103)	88.3	82.5	60.2	58.3	44.7	41.7	1.9
방문 빈도	주 1회 이상	(205)	92.7	90.2	74.1	65.4	63.4	57.1	2.0
	월 2~3회	(199)	92.5	87.4	65.8	63.8	54.3	40.2	0.5
	월 1회	(246)	86.6	84.6	53.7	53.7	43.9	30.5	4.1
	월 1회 미만	(350)	84.0	79.7	46.6	44.6	37.4	25.4	5.4
회원 여부	회원	(774)	90.2	85.5	59.4	56.8	49.4	37.9	2.2
	비회원	(226)	81.0	81.4	52.2	48.2	42.0	30.1	7.5

2) 이용 메뉴 만족도

- 이용한 메뉴에 대한 만족도는 '전시'가 82.6점으로 가장 높으며,
다음으로 '소장품'(82.1점) > '관람정보'(81.6점) > '학술/출판'(80.8점) 등의 순임
- 반면 '소식/참여'의 만족도는 79.5점으로 가장 낮은 것으로 나타남
- '전시' 메뉴에 대한 만족도는 연령별 20대 이하(85.6점), 방문빈도 주 1회 이상(86.5점)에서 높게 나타남
- '소식/참여' 메뉴에 대한 만족도는 연령 30대(75.8점), 직업 전문직(77.2점)에서 낮게 나타남

(n=1,000명, 단위: 점)



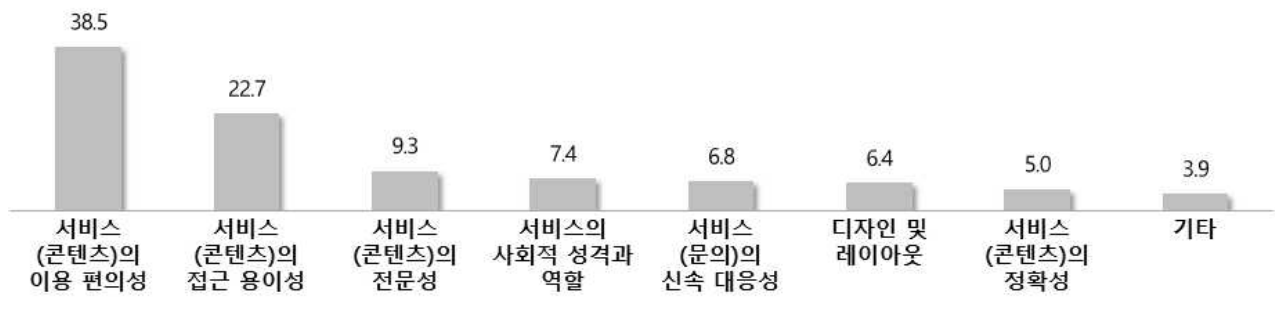
(n=1,000명, 단위: 점)

구 분		사례수 (명)	관람정보	전시	소장품	학술/출판	소식/참여	박물관 소개
전체		(1,000)	81.6	82.6	82.1	80.8	79.5	80.5
차수 별	1차	(500)	82.5	83.6	83.0	81.7	80.7	80.4
	2차	(500)	80.6	81.4	81.0	79.8	78.2	80.6
성별	남성	(270)	81.4	82.6	83.8	82.6	82.3	80.6
	여성	(730)	81.7	82.6	81.3	79.9	78.5	80.4
연령	20대 이하	(120)	83.3	85.6	81.3	79.2	80.9	84.1
	30대	(302)	80.4	80.8	81.7	79.3	75.8	79.1
	40대	(403)	82.2	82.4	81.5	81.3	81.2	81.3
	50대 이상	(175)	81.1	83.8	84.0	82.6	80.3	78.8
직업	학생/ 취업준비생	(69)	82.8	84.7	78.5	79.2	78.1	82.3
	직장인	(460)	81.3	82.4	83.1	81.3	80.3	80.6
	주부	(195)	81.4	82.5	80.1	81.1	78.4	80.9
	전문직	(173)	81.3	81.9	81.5	80.4	77.2	79.3
	자영업/은퇴 /기타	(103)	82.9	83.2	84.4	80.2	83.3	80.0
방문 빈도	주 1회 이상	(205)	84.6	86.5	85.2	81.9	79.5	80.3
	월 2~3회	(199)	80.7	81.6	81.4	79.2	81.0	81.2
	월 1회	(246)	80.8	82.6	80.1	80.2	80.1	81.1
	월 1회 미만	(350)	80.7	80.6	81.3	81.3	77.7	79.5
회원 여부	회원	(774)	81.6	82.6	82.0	81.0	79.9	80.3
	비회원	(226)	81.4	82.6	82.5	79.9	77.7	81.0

2. 누리집 개선 및 강화 부분

- 누리집 개선 및 강화 부분은 '서비스(콘텐츠)의 이용 편의성'이 38.5%로 가장 많았으며, 다음으로 '서비스(콘텐츠)의 접근 용이성'(22.7%) > '서비스(콘텐츠)의 전문성'(9.3%) > '서비스의 사회적 성격과 역할'(7.4%) 등의 순으로 나타남
- 반면 '서비스(콘텐츠)의 정확성'에 대한 개선 의견은 5.0%로 낮은 편임

(n=1,000명, 단위: %)



(n=1,000명, 단위: %)

구 분		사례수 (명)	서비스 (콘텐츠) 의 이용 편의성	서비스 (콘텐츠) 의 접근 용이성	서비스 (콘텐츠) 의 전문성	서비스의 사회적 성격과 역할	서비스 (문의)의 신속 대응성	디자인 및 레이아웃	서비스 (콘텐츠) 의 정확성	기타
전체		(1,000)	38.5	22.7	9.3	7.4	6.8	6.4	5.0	3.9
차수 별	1차	(500)	40.6	21.6	10.6	7.8	6.0	5.2	4.0	4.2
	2차	(500)	36.4	23.8	8.0	7.0	7.6	7.6	6.0	3.6
성별	남성	(270)	30.7	23.3	12.6	8.9	6.7	7.4	6.3	4.1
	여성	(730)	41.4	22.5	8.1	6.8	6.8	6.0	4.5	3.8
연령	20대 이하	(120)	34.2	30.8	7.5	8.3	5.8	5.8	2.5	5.0
	30대	(302)	40.1	22.2	7.3	6.6	7.3	8.3	4.6	3.6
	40대	(403)	40.4	21.6	10.2	7.4	6.5	5.5	5.0	3.5
	50대 이상	(175)	34.3	20.6	12.0	8.0	7.4	5.7	7.4	4.6
직업	학생/ 취업준비생	(69)	33.3	27.5	5.8	10.1	8.7	8.7	1.4	4.3
	직장인	(460)	41.7	23.3	8.5	6.5	5.9	6.3	4.8	3.0
	주부	(195)	40.0	21.0	7.7	6.2	8.7	5.1	6.7	4.6
	전문직	(173)	34.1	22.0	12.1	9.8	4.6	8.7	4.0	4.6
	자영업/은퇴 /기타	(103)	32.0	21.4	13.6	7.8	9.7	3.9	6.8	4.9
방문 빈도	주 1회 이상	(205)	35.6	20.5	10.2	8.3	9.8	6.3	3.9	5.4
	월 2~3회	(199)	42.2	18.1	8.5	9.5	7.0	5.5	6.0	3.0
	월 1회	(246)	39.4	25.6	8.1	4.9	6.1	7.3	4.5	4.1
	월 1회 미만	(350)	37.4	24.6	10.0	7.4	5.4	6.3	5.4	3.4
회원 여부	회원	(774)	39.9	22.6	9.4	7.2	6.5	6.1	4.5	3.7
	비회원	(226)	33.6	23.0	8.8	8.0	8.0	7.5	6.6	4.4

3. 고객 VOC(국립중앙박물관 관련 의견)

- 누리집 이용자의 617명(61.7%)가 국립중앙박물관 관련 의견을 제시함
- 고객 VOC로 전반적으로 만족한다는 의견이 97건 (15.7%)로 가장 많이 나타남
- 다음으로 '홈페이지 전반적인 디자인 개선' 50건 (8.1%) > '교육 프로그램 이용 및 예약 절차가 불편함' 45건 (7.3%) > '다양한 콘텐츠 및 프로그램 제공이 필요' 36건 (5.8%) > '소장, 전시품에 대한 자세하고 전문적인 설명 필요' 31건 (5.0%) 등의 순으로 나타남

(개선사항 응답자 n=617, 복수응답, 단위 : 건, %)

내용	사례수	비율(%)
전반적으로 만족함	97	15.7
홈페이지 전반적인 디자인 개선	50	8.1
교육 프로그램 이용 및 예약 절차가 불편함	45	7.3
다양한 콘텐츠 및 프로그램 제공이 필요	36	5.8
소장, 전시품에 대한 자세하고 전문적인 설명 필요	31	5.0
메뉴의 간결한 구성이 필요함	29	4.7
원하는 정보 검색이 쉽지 않음	28	4.5
많은 홍보 필요	23	3.7
다양한 연령대를 위한 홈페이지 접근성 개선	20	3.2
누리집이 느림(화면전환, 페이지 로딩이 오래 걸림)	17	2.8
예약 메뉴를 찾기 어려움	12	1.9
온라인 예약 과정이 어려움(불편함)	11	1.8
전체 메뉴를 한눈에 볼 수 있게 페이지 구성	11	1.8
예약 페이지 이용 시 시간이 다소 걸린다	10	1.6
온라인을 통해서도 온택트 시대에 맞는 충분한 자료를 얻을 수 있었으면 좋겠음	10	1.6
유물 검색이 불편함(위치 정보 추가)	8	1.3
좀 더 직관적이고 간결한 화면 구성이 필요	8	1.3
정보 제공/확인 알림 필요	8	1.3
공지사항 등 정보 업데이트가 느림	7	1.1
다양한 이벤트 제공을 통한 이용 활성화	7	1.1
달력 형식으로 구성하여 일정 및 이벤트 한눈에 파악	7	1.1
어린이들도 흥미롭게 참여할만한 온라인 콘텐츠가 많았으면 함	7	1.1
전시 관람 시간/인원 증대 필요	7	1.1
글씨 폰트 등을 디자인과 고려하여 UI,UX 개선(가독성)	6	1.0

주) 상위 비율만 제시함.

부록. 설문지

2022년 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 개인정보보호법 제15조(개인정보 수집/이용)에 의거 보호 받을 수 있으며 동법 제21조(개인정보의 파기)에 의거 조사 종료 후 파기되오니 안심하시고 원활한 연구진행이 될 수 있도록 모든 문항을 빠짐없이 응답해 주시면 감사하겠습니다.

- 주관기관 : 국립중앙박물관
- 조사기관 : 효성ITX(주)

2022년 5월

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	2022년 ____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 ② 만19~29세 ③ 만29~39세 ④ 만39~49세
⑤ 만49~59세 ⑥ 만59~69세 ⑦ 만 70세 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
⑫ 세종 ⑬ 전북 ⑭ 전남 ⑮ 경북 ⑯ 경남 ⑰ 제주 ⑱ 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 학교 또는 기관의 단체 관람
⑦ 기타(구체적으로 :)

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

- ① 가족 ② 친구동료 ③ 혼자
④ 학교/기관의 단체관람 ⑤ 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
클라 주세요.

1순위() 2순위()

- | | |
|------------------------|---------------------------------------|
| ① 박물관 누리집(홈페이지)나 뉴스레터 | ② 박물관 공식 SNS(인스타그램, 트위터, 페이스북, 블로그 등) |
| ③ 온라인 검색(포털사이트, 유튜브 등) | ④ 인터넷 게시물(카페, 블로그 등) |
| ⑤ 관광 정보 관련 스마트폰 앱 | ⑥ TV 방송 |
| ⑦ 종이신문이나 잡지의 기사 | ⑧ 현수막이나 인쇄 홍보물 |
| ⑨ 주변 사람의 소개 | ⑩ 학교 등 소속 기관 안내 |
| ⑪ 기타(구체적으로 : _____) | ⑫ 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 기획전·특별전시 내용
④ 브랜드관 '사유의 방' ⑤ 극장 '용' 프로그램 ⑥ 교육·체험프로그램
⑦ 식당 및 편의시설 ⑧ 관람 소요 시간
⑨ 박물관 주변 시설 및 편의시설(쇼핑, 여가 등) ⑩ 기타(구체적으로 : _____)

A05. 귀하께서는 오늘 어떤 전시·프로그램에 주로 참여하시기 위해 방문하셨나요? 아래 보기카드에서 하나만 선택해 주세요.

보기카드			
① 상설 전시	② 디지털 실감 영상관	③ 기획전시	
			
		④ 특별전시	
			
⑤ 브랜드관 '사유의 방'	⑥ 교육프로그램 또는 행사	⑦ 야외전시장	
			
⑧ 극장 '용'	⑨ 도서관	⑩ 어린이 박물관	⑪ 기타
			<p>(구체적으로 기입)</p>

Part B 전시·서비스 만족도 평가

B01. 다음은 국립중앙박물관의 전시 내용 및 품질 요인에 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 전시들과 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 요인에 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 요인에 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 인터리어가 잘 되어있다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
5 전시장 및 전시를 배치와 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 관람객에 대한 서비스 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, <u>전반적으로 만족한다.</u>	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2	서비스를 이용하기 위해 들인 시간, 비용 등을 고려할 때 <u>기대한 것에 비해 전반적으로 만족한다.</u>	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3	전시 내용 및 품질, 전달, 환경, 사회 측면 등을 모두 고려할 때, <u>서비스에 호감을 갖게 되었다.</u>	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 7개의 상설전시관을 비롯하여 디지털 실감 영상관, 기획전시실, 어린이 박물관 및 야외석조물공원 등의 전시공간이 있습니다. 오늘 관람하신 곳을 모두 체크해 주세요. (아래 보기카드 참고)

- ① 선사고대관(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 브랜드관 '사유의 방'(전시관 2층) ⑧ 디지털 실감 영상관 1(중·근세관 내)
⑨ 디지털 실감 영상관 2(기증관 동편) ⑩ 디지털 실감 영상관 3(선사고대관)
⑪ 경천사 십층석탑(하늘 빛 탑 관람, 증강현실(VR)) ⑫ 기획전시실(서관 전시 1층)
⑬ 특별전시실(전시관 1층) ⑭ 어린이박물관(서관 1층)
⑮ 야외전시실(야외석조물 공원)

보기카드			
①~⑥ 상설 전시	⑦ 브랜드관 '사유의 방'	⑧ 디지털 실감 영상관 1	⑨ 디지털 실감 영상관 2
	⑩ 디지털 실감 영상관 3 	⑪ 경천사 십층석탑 (디지털 실감 영상관) 	
⑫ 기획전시실	⑬ 특별전시실	⑭ 어린이 박물관	⑮ 야외 전시관

C011. [C01에서 ④ 기증관(전시관 2층) 선택한 응답자만] 다음은 귀하께서 관람하신 **국립중앙박물관 기증관의 전시물 및 콘텐츠**에 대한 질문입니다. 각 질문에 동의하시는 정도에 따라 7점 '매우 그렇다'부터 1점 '전혀 그렇지 않다' 까지 평가해 주시기 바랍니다.

항목	매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1 기증자별로 전시를 구성한 것이 전시물을 이해하는데 도움이 된다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2 기증관 전시물 수량 및 콘텐츠의 배치와 구성이 적절하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3 위 내용을 모두 고려했을 때, 기증관의 전시물과 콘텐츠에 대해 전반적으로 만족한다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4 다음에 기증관을 다시 방문할 의사가 있다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

C012. [C01에서 ④ 기증관(전시관 2층) 선택한 응답자만] 추후 기증관에서 개선되어야 할 점이 있다면 무엇인가요?

C02. 다음은 국립중앙박물관에서 머무른 시간에 대한 질문입니다.

분야별 활동	머무른 시간
1 상설전시관 1층(선사고대관, 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(조각공예관, 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. [C01에서 ③~⑩(디지털 실감 영상관) 선택한 응답자만] 귀하께서는 오늘 디지털 실감 영상관을 어떻게 알고 방문하셨나요?

- ① 다른 전시관 및 시설을 방문하다 우연히 ② 기존에 알고 있었음
③ 박물관 누리집 또는 SNS를 통해 ④ 기타(구체적으로 : _____)

C04. [C01에서 ③~⑩(디지털 실감 영상관) 선택한 응답자만] 다음은 귀하께서 관람하신 국립중앙박물관 디지털 실감 영상관의 전시 영상 및 체험 콘텐츠에 대한 질문입니다. 각 질문에 동의하시는 정도에 따라 7점 '매우 그렇다'부터 1점 '전혀 그렇지 않다' 까지 평가해 주시기 바랍니다.

항목	매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1 디지털 실감 영상관 전시 영상 및 체험 콘텐츠의 내용이 다양하고 흥미롭다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2 디지털 실감 영상관 전시 영상 및 체험 콘텐츠의 구성과 디자인이 참신하고 독창적이다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3 디지털 실감 영상관의 시설과 전시 환경이 쾌적하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4 디지털 실감 영상관 관람은 문화유산과 박물관에 대한 관심과 이해를 넓히는 데에 도움이 된다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
5 위 내용을 모두 고려했을 때, 디지털 실감 영상관의 콘텐츠에 대해 전반적으로 만족한다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

C05. [C01에서 ③~⑩(디지털 실감 영상관) 선택한 응답자만] 추후 디지털 실감 영상관에서 제공하였으면 하는 전시 영상 및 체험 콘텐츠가 있다면 무엇인가요?

C06. 다음 중 전시를 관람하실 때 이용하신 전시관람 지원항목에 대해 만족하신 정도를 표시해 주세요.

전시관람 지원항목	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 해설사의 전시해설	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3 국립중앙박물관 전시안내 앱 서비스 (개인 모바일)	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4 전시관에서 상영되는 영상물 (VR, AR 등)	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
5 전시안내로봇 '큐아아'	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

C07. 전시를 보다 쉽게 이해하기 위해서 어떤 서비스를 늘리는 게 필요하다고 생각하시나요? 순서대로 2개를 골라 주세요.

1순위() 2순위()

- ① 전시 안내 인쇄물(리플렛) ② 해설사의 전시해설
③ 국립중앙박물관 전시안내 앱 서비스(개인 모바일) ④ 전시관에서 상영되는 영상물(VR, AR 등)
⑤ 전시안내로봇 ‘큐아이’ ⑥ 기타(구체적으로 : _____)

C08. 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	전시를 설명문(글씨 크기나 글꼴 등)이 읽기에 좋다. (가독성이 높다)	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
5	전시를 설명문 내용이 이해하기 쉽다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

C09. 오늘 보신 유물 중에 다시 보고 싶거나 높이 평가하는 유물은 무엇입니까? 아래의 보기카드를 보고 순서대로 2개를 골라 주세요.

1순위() 2순위()

보기카드			
<p>① 주역도끼 (1층 구석기실)</p> 	<p>② 빗살무늬토기 (1층 신석기실)</p> 	<p>③ 농경문 청동기 (1층 청동기·고조선실)</p> 	<p>④ 신라 금관 (1층 신라실)</p> 
<p>⑤ 경천사지 십층석탑 (1층 역사의 길)</p> 	<p>⑥ 반가사유상 (2층 사유의 방)</p> 	<p>⑦ 손기정 기증 청동투구 (2층 기증문화재실)</p> 	<p>⑧ 나전 칠 연꽃넙쿨무늬 옷상자 (2층 목칠공예실)</p> 
<p>⑨ 감산사 미륵보살 아미타불 (3층 불교조각실)</p> 	<p>⑩ 칠보무늬 향로 (3층 청자실)</p> 	<p>⑪ 이슬람양식의 중국 백자청화주전자 (3층 세계도자실)</p> 	<p>⑫ 여인상 (3층 중앙아시아실)</p> 

C091. 위의 보기 이외에 가장 인상 깊었던 전시품은 무엇입니까?

Part E **기타 이용 현황**

E01. 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	⑤	⑤	④	③	②	①	
2 안내데스크	① 이용 ② 비이용	⑦	⑤	⑤	④	③	②	①	
3 카페/식당	① 이용 ② 비이용	⑦	⑤	⑤	④	③	②	①	
4 편의점	① 이용 ② 비이용	⑦	⑤	⑤	④	③	②	①	
5 문화상품점	① 이용 ② 비이용	⑦	⑤	⑤	④	③	②	①	
6 선물보관소	① 이용 ② 비이용	⑦	⑤	⑤	④	③	②	①	
7 주차시설	① 이용 ② 비이용	⑦	⑤	⑤	④	③	②	①	
8 실내 편의시설(의자 휴게공간 등)	① 이용 ② 비이용	⑦	⑤	⑤	④	③	②	①	
9 실외 편의시설(벤치 휴게공간 등)	① 이용 ② 비이용	⑦	⑤	⑤	④	③	②	①	
10 유모차/휠체어 대여	① 이용 ② 비이용	⑦	⑤	⑤	④	③	②	①	
11 화장실	① 이용 ② 비이용	⑦	⑤	⑤	④	③	②	①	



E02. 국립중앙박물관 시설 중 만족하지 않았던 시설이 있었다면, 그 이유는 무엇입니까?

E03. 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. ♣

2022년 국립중앙박물관 만족도 조사(외국인)	ID				
<p>안녕하십니까?</p> <p>본 조사는 국립중앙박물관에서 제공하는 전시, 서비스에 대한 만족도와 이용행태 조사를 통해 더 나은 서비스를 제공하는 데 활용하고자 실시하고 있습니다.</p> <p>본 설문에서 응답해주시는 정보는 법률 제11690호 개인정보보호법 제15조(개인정보 수집/이용)에 의거 보호 받을 수 있으며, 동법 제21조(개인정보의 파기)에 의거 조사 종료 후 파기되오니 안심하시고 원활한 연구진행이 될 수 있도록 모든 문항을 빠짐없이 응답해 주시면 감사하겠습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 주관기관 : 국립중앙박물관 • 조사기관 : 효성ITX(주) <p style="text-align: right;">2022년 5월</p>					
주관기관	조사수행기관				
					

<p><응답 시 유의사항></p> <p>1. 질문에 응답하실 때 특별한 안내문이 없으면 보기번호 중 한 개만 골라 주시기 바랍니다.</p> <p>2. 의견을 직접 기입하는 주관식 문항에 대해서는 자세하게 의견을 적어주시길 부탁드립니다.</p> <p>3. 설문 내용을 잘 읽고 해당하는 보기번호를 기입해 주십시오</p>			
면접원 기록사항			
면접 일시	2022년 ____월 ____일	면접원 성명	
오전/오후	① 오전 ② 오후(12시 이후)	주중/주말	① 주중 ② 주말

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 | ⑤ 기타(구체적으로 : _____) |

A02. '국립중앙박물관'에 대해 어떻게 최초로 알게 되었나요?

- | | |
|------------------|------------------------|
| ① 한국 관광지지를 찾아보다가 | ② 한국의 문화예술기관에 대해 찾아보다가 |
| ③ 유명인이 방문해서 | ④ 기타(구체적으로 : _____) |
| ⑤ 잘 모름 | |

A03. 방문하기 전, 국립중앙박물관과 관련한 정보는 어떤 경로로 얻으셨습니까? 순서대로 2개를
골라 주세요.

1순위() 2순위()

- ① 국립중앙박물관 웹사이트(홈페이지) (→ A031로 이동) 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

A031. 국립중앙박물관 웹사이트(홈페이지)는 어떤 경로로 접속하였습니까?

- ① 인터넷 검색을 통해서
② 다른 누리집(홈페이지)에서 국립중앙박물관의 광고나 배너, 링크를 통해
③ 블로그, 트위터, 페이스북 등 SNS의 링크를 통해서
④ 기타(구체적으로 : _____)

A04. 국립중앙박물관을 오늘까지 포함하여 모두 몇 번 방문하셨나요?

- ① 오늘 첫 방문 (→ A041로 이동) ② 2회
③ 3회 ④ 4회 이상 (약 _____ 회)

A041. 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 : _____)

A042. 국립중앙박물관을 방문하실 때 이용한 주된 교통수단은 무엇입니까?

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

A05. 국립중앙박물관을 방문하신 목적은 무엇입니까? 순서대로 2개를 골라 주세요.

1순위() 2순위()

- 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 : _____)

A06. 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 : _____)

A07. 귀하께서는 오늘 무엇을 하기 위해(또는 어느 장소를 방문하기 위해) 박물관을 방문하셨나요?

- ① 상설전시 관람 ② 디지털 실감 영상관
③ 기획전시 또는 특별전시 관람 ④ 사유의 방 관람
⑤ 어린이박물관 관람 ⑥ 체험프로그램 및 행사 참여
⑦ 박물관 정원산책 및 야외전시장 관람 ⑧ 편의시설 이용(식당, 카페, 도서관 등)
⑨ 기타(구체적으로 : _____)

Part B 전시·서비스 만족도 평가

B01. 다음은 국립중앙박물관의 전시 내용 및 품질 요인에 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 긍정하고 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 만족도에 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 표집, 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 표집, 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 성과에 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.

외국어 서비스	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 7개의 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 브랜드관 '사유의 방'(전시관 2층) ⑧ 디지털 실감 영상관 1(중·근세관 내)
 ⑨ 디지털 실감 영상관 2(기증관 동편) ⑩ 디지털 실감 영상관 3(선사·고대관)
 ⑪ 경천사 실층석탑(하늘 빛 탑 관람 증강현실(VR)) ⑫ 기획전시실(서관 전시 1층)
 ⑬ 특별전시실(전시관 1층) ⑭ 어린이박물관(서관 1층)
 ⑮ 야외전시실(야외석조물 공원)

보기카드			
①~⑥ 상설 전시	⑦ 브랜드관 '사유의 방'	⑧ 디지털 실감 영상관 1	⑨ 디지털 실감 영상관 2
	⑩ 디지털 실감 영상관 3	⑪ 경천사 실층석탑 (디지털 실감 영상관)	
⑫ 기획전시실	⑬ 특별전시실	⑭ 어린이 박물관	⑮ 야외 전시관

C011. [C01에서 ㉔ 기증관(전시관 2층) 선택한 응답자만] 다음은 귀하께서 관람하신 국립중앙박물관 기증관의 전시물 및 콘텐츠에 대한 질문입니다. 각 질문에 동의하시는 정도에 따라 7점 '매우 그렇다'부터 1점 '전혀 그렇지 않다' 까지 평가해 주시기 바랍니다.

항목	매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1 기증자별로 전시를 구성한 것이 전시물을 이해하는데 도움이 된다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2 기증관 전시물 수량 및 콘텐츠의 배치와 구성이 적절하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3 위 내용을 모두 고려했을 때, 기증관의 전시물과 콘텐츠에 대해 전반적으로 만족한다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4 다음에 기증관을 다시 방문할 의사가 있다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

C012. [C01에서 ㉔ 기증관(전시관 2층) 선택한 응답자만] 추후 기증관에서 개선되어야 할 점이 있다면 무엇인가요?

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. [C01에서 ㉕ ~ ㉗ (디지털 실감 영상관) 선택한 응답자만] 귀하께서는 오늘 디지털 실감 영상관을 어떻게 알고 방문하셨나요?

- ① 다른 전시관 및 시설을 방문하다 우연히 ② 기존에 알고 있었음
③ 박물관 누리집 또는 SNS를 통해 ④ 기타(구체적으로 : _____)

C04. [C01에서 ㉔~㉕(디지털 실감 영상관) 선택한 응답자만] 다음은 귀하께서 관람하신 국립중앙박물관 디지털 실감 영상관의 전시 영상 및 체험 콘텐츠에 대한 질문입니다. 각 질문에 동의하시는 정도에 따라 7점 '매우 그렇다'부터 1점 '전혀 그렇지 않다' 까지 평가해 주시기 바랍니다.

항목	매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1 디지털 실감 영상관 전시 영상 및 체험 콘텐츠의 내용이 다양하고 흥미롭다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2 디지털 실감 영상관 전시 영상 및 체험 콘텐츠의 구성과 디자인이 참신하고 독창적이다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3 디지털 실감 영상관의 시설과 전시 환경이 쾌적하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4 디지털 실감 영상관 관람은 문화유산과 박물관에 대한 관심과 이해를 높이는 데에 도움이 된다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
5 위 내용을 모두 고려했을 때, 디지털 실감 영상관의 콘텐츠에 대해 전반적으로 만족한다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

C05. [C01에서 ㉔~㉕(디지털 실감 영상관) 선택한 응답자만] 추후 디지털 실감 영상관에서 제공하였으면 하는 전시 영상 및 체험 콘텐츠가 있다면 무엇인가요?

C06. 다음 중 전시를 관람하실 때 이용하신 전시관람 지원항목에 대해 만족하신 정도를 표시해 주세요.

전시관람 지원항목	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 해설사의 전시해설	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3 국립중앙박물관 전시안내 앱 서비스(개인 모바일)	① 이용 ② 비이용	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4 전시관에서 상영되는 영상물(VR, AR 등)	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

C07. 전시도를 보다 쉽게 이해하기 위해서 어떤 서비스를 늘리는 게 필요하다고 생각하시나요? 순서대로 2개를 골라 주세요.

1순위() 2순위()

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

C08. 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 적절하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4	전시품 설명문(글씨 크기나 글꼴 등)이 읽기에 쉽다. (가독성이 높다)	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
5	전시품 설명문 내용이 이해하기 쉽다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

C09. 오늘 보신 유물 중에 다시 보고 싶거나 높이 평가하는 유물은 무엇입니까? 아래의 보기카드를 보고 순서대로 2개를 골라 주세요.

1순위() 2순위()

보기카드			
<p>① 주먹도끼 (1층 구석기실)</p> 	<p>② 빗살무늬토기 (1층 신석기실)</p> 	<p>③ 농경문 청동기 (1층 청동기-고조선실)</p> 	<p>④ 신라 금관 (1층 신라실)</p> 
<p>⑤ 경천사지 십층석탑 (1층 역사의 길)</p> 	<p>⑥ 반가사유상 (2층 사유의 방)</p> 	<p>⑦ 손가정 기증 청동투구 (2층 기증문화재실)</p> 	<p>⑧ 나전 칠 연꽃넙쿨무늬 옷상자 (2층 목칠공예실)</p> 
<p>⑨ 감산사 미륵보살 아미타불 (3층 불교조각실)</p> 	<p>⑩ 칠보무늬 향로 (3층 청자실)</p> 	<p>⑪ 이슬람양식의 중국 백자청화주전자 (3층 세계도자실)</p> 	<p>⑫ 여인상 (3층 중앙아시아실)</p> 

C091. 위의 보기 이외에 가장 인상 깊었던 전시품은 무엇입니까?

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 구매하셨습니다?

- ① 구매 ② 비구매 (→ D031로 이동)

D031. [D03의 ② 비구매 응답자만] 문화상품점에서 기념품을 구매하지 않으신 이유는 무엇입니까?

- ① 기념품이 필요하지 않아서 ② 기념품이 구매할 만큼 매력적이지 않아서
③ 가격이 비싸서 ④ 품질이 나빠서
⑤ 기념품이 한국적이기 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.

응답자 일반사항

SQ1. 귀하의 국적은 어떻게 되십니까?

- ① 중국 ② 일본 ③ 미국
④ 베트남 ⑤ 기타()

SQ2. 귀하의 연령대는 어떻게 되십니까?

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

SQ3. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

- ① 남 ② 여 ③ 기타

※ 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. ♣

2022년 국립중앙박물관 만족도 조사(단체 인솔자)	ID								
------------------------------	----	--	--	--	--	--	--	--	--

안녕하십니까?

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

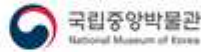
본 설문에서 응답해주시는 정보는 법률 제11690호 개인정보보호법 제15조(개인정보 수집/이용)에 의거 보호 받을 수 있으며, 동법 제21조(개인정보의 파기)에 의거 조사 종료 후 파기되오니 안심하시고 원활한 연구진행이 될 수 있도록 모든 문항을 빠짐없이 응답해 주시면 감사하겠습니다.

- 주관기관 : 국립중앙박물관
- 조사기관 : 효성ITX(주)

2022년 5월

주관기관

조사수행기관



면접원 기록사항

면접 일시	2022년 ____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 ② 만19~29세 ③ 만29~39세 ④ 만39~49세
⑤ 만49~59세 ⑥ 만59~69세 ⑦ 만 70세 이상

SQ2. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

- ① 남성 ② 여성

SQ3. 인솔 단체의 성격은 어떻게 되십니까?

- ① 초등학교 ② 중학교 ③ 고등학교
④ 대학 이상 학교 ⑤ 회사 ⑥ 기타(_____)

SQ4. 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
⑫ 세종 ⑬ 전북 ⑭ 전남 ⑮ 경북 ⑯ 경남 ⑰ 제주 ⑱ 해외거주

Part A 전시·서비스 만족도 평가

A01. 다음은 국립중앙박물관의 전시 내용 및 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 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

A02. 다음은 국립중앙박물관의 서비스 전달 요인에 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

A03. 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 전시물의 배치와 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

A04. 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 관람객에 대한 서비스 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

A05. 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

A06. 다음은 국립중앙박물관이 **재이용/추천** 의 **의할 및 성과**에 대한 질문입니다. 각 질문에 동의하시
는 정도에 따라 7점 '매우 그렇다'부터 1점 '전혀 그렇지 않다' 까지 평가해 주시기 바랍니다.

재이용/추천 의향 및 성과		매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1	(내가 속한 단체에서) 국립중앙박물관의 전시를 다시 관람할 의향이 있다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2	주변 단체 관계자에게 국립중앙박물관의 전시를 추천할 의향이 있다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3	박물관에 오고 나서 문화생활을 더 쉽게 접하게 되었다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4	국립중앙박물관의 전시가 우리나라의 문화 예술 진흥 및 육성에 기여한다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

Part B	단체 관람 이용 관련
--------	-------------

B01. 체험학습(방문) 또는 단체관람 장소로 국립중앙박물관을 선택하신 이유는 무엇입니까? 순서대로 2개를 골라 주세요.

1순위() 2순위()

- ① 교육적 효과 때문에 ② 많은 학생 또는 인원을 수용할 수 있기 때문에
③ 저렴한 비용 때문에 ④ 교통과 주차의 편리성 때문에
⑤ 단체장 또는 기관장의 의사결정에 따라 ⑥ 기타(구체적으로 : _____)

B02. 국립중앙박물관에서는 30명 이상의 학생 단체의 경우 사전예약제를 운영하고 있습니다. 사전 예약제에 대해 알고 계십니까?

- ① 예 (→ B021로 이동) ② 아니오 (→ B03로 이동)

B021. 사전예약제는 어떻게 알게 되었습니까?

- ① 박물관 누리집을 보고 ② 교육부, 교육청 또는 여행업협회 등의 공문을 통해
③ 방송이나 신문, 인터넷 등 언론매체를 통해 ④ 동료 또는 주변 사람을 통해
⑤ 기존에 이미 알고 있었음 ⑥ 기타(구체적으로 : _____)

B022. 사전예약제는 전반적으로 만족스러우셨는지요?

매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

B023. [B022에서 ①, ②, ③ 응답자만] 불만족하신다면, 사전 예약과 관련해서 어떤 부분이 불편하셨습니다?

- ① 전화 문의 시 직원이 불친절함 ② 회원 가입을 해야 예약이 됨
③ 변경사항이 발생한 경우 수정이 불편함 ④ 누리집 이용 시 예약 화면을 찾기 어려움
⑤ 기타(구체적으로 : _____)

B03. 단체관람을 위해 사전답사를 하셨는지요?

- ① 예 (→ B031로 이동) ② 아니오 (→ B033로 이동)

B031. 사전답사를 하실 때, 박물관 직원의 안내는 어떠하셨는지요?

- ① 충분한 자료제공과 설명에 만족스러웠다 ② 요청하는 내용에 대해서만 대응해 수동적이었다
③ 별 도움이 안됐다 ④ 직원의 안내를 받지 않았다 (→ B04로 이동)
⑤ 기타(구체적으로 : _____)

B032. 사전답사를 하실 때, 박물관 직원의 안내는 전반적으로 만족스러우셨는지요?

매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

B033. [B03 ② 응답자만] 사전답사를 하지 않으신 특별한 이유가 있다면 말씀하여 주십시오.

- ① 이전에 여러 번 방문 경험이 있기 때문에 ② 거리가 멀어서
③ 시간이 없어서 ④ 여행 전문 여행사에 일임
⑤ 사전 답사를 생각해본 적 없음 ⑥ 기타(구체적으로 : _____)

B04. 관람질서 유지 등을 위한 사전 교육을 위해 누리집을 통하여 '박물관 에티켓 영상'을 제공하고 있습니다. '박물관 에티켓 영상'을 이용하셨는지요?

- ① 예 (→ B041로 이동) ② 아니오 (→ B05로 이동)

B041. 박물관 에티켓 영상에 대한 의견이 있다면 말씀하여 주십시오.

- ① 대체로 만족함 ② 내용이 상투적이고 일반적임
③ 학생들이 보기에 재미없음 ④ 각 사안에 대한 대안을 충분히 제시하지 못함
⑤ 기타(구체적으로 : _____)

B05. 단체관람 입장 시, 학생단체실에서 예약사항을 확인하는 절차를 거칩니다. 이러한 절차와 관련하여 개선점이나 의견, 제안 등이 있으시다면 말씀하여 주십시오.

B06. 학생들에게 전시품과 우리문화를 이해하는 기회를 제공하기 위해 사전 신청에 따라 청년멘토를 연계하여 전시해설 서비스를 하고 있습니다. 청년멘토의 전시해설 서비스를 이용하셨는지요?

① 예 (→ B061로 이동)

② 아니오 (→ B07로 이동)

B061. 청년멘토에 대해 얼마나 만족하십니까?

매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

B062. [B061에서 ①,②,③ 응답자만] 불만족하신다면, 어떤 부분이 개선되어야 한다고 생각하십니까?

① 청년멘토의 수 부족

② 충분한 시간 배정

③ 청년멘토의 전시해설 수준

④ 청년멘토의 학생 인솔 방법 교육

⑤ 기타(구체적으로 : _____)

B07. 학생단체의 관람을 위해 국립중앙박물관이 향후 개선해야 할 부분에 대해 말씀하여 주십시오.

※ 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. ♣

2022년 국립중앙박물관 만족도 조사(전시해설 이용자)

ID

안녕하십니까?

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

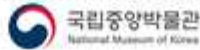
본 설문에서 응답해주시는 정보는 **법률 제11690호 개인정보보호법 제15조(개인정보 수집/이용)**에 의거 보호 받을 수 있으며, **동법 제21조(개인정보의 파기)**에 의거 조사 종료 후 파기되오니 안심하시고 원활한 연구진행이 될 수 있도록 모든 문항을 빠짐없이 응답해 주시면 감사하겠습니다.

- 주관기관 : 국립중앙박물관
- 조사기관 : 효성ITX(주)

2022년 5월

주관기관

조사수행기관



면접원 기록사항

면접 일시	2022년 ____월 ____일	면접원 성명	
오전/오후	① 오전 ② 오후(12시 이후)	주중/주말	① 주중 ② 주말

응답자 일반사항

SQ1. 귀하의 **연령대**는 어떻게 되십니까?

- ① 만19세 미만 ② 만19~29세 ③ 만29~39세 ④ 만39~49세
⑤ 만49~59세 ⑥ 만59~69세 ⑦ 만 70세 이상

SQ2. 귀하께서는 오늘 전시해설을 **이용**하셨습니까?

- ① 예 ② 아니오 (→ 조사종단)

SQ3. 귀하의 **성별**은 어떻게 되십니까?

- ① 남성 ② 여성

SQ4. 귀하께서 이용하신 전시해설은 **무엇**입니까?

- ① 대표유물해설(비예약) ② '박물관 명품' 해설(예약)
③ 전시관 꼼꼼히 보기 ④ 스마트 큐레이터

Part A **방문 및 이용 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 (<u>→ A031로 이동</u>) | 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. 다음은 국립중앙박물관에서 머무른 시간에 대한 질문입니다.

분야별 활동		걸린 시간
1	전시 관람과 휴식 등을 포함해 박물관에 머무른 총 시간	()시간 ()분
2	전시해설을 듣는데 걸린 시간	()시간 ()분

Part B 전시해설 대한 정보, 안내 활용

B01. 오늘 전시해설은 어느 분에게 들으셨나요?

- ① 전문해설사 ② 자원봉사 전시해설자 ③ 잘 모름

B02. 오늘 국립중앙박물관을 방문하시기 전에 전시해설이 있다는 것을 알고 계셨습니까?

- ① 예 (→ B021로 이동) ② 아니오 (→ B022로 이동)

B021. [B02에서 ① 응답자만] 알고 계셨다면, 전시해설과 관련한 정보는 주로 어떤 경로로 얻으셨습니까? 순서대로 2개를 골라 주세요.

1순위() 2순위()

- | | |
|----------------------|-----------------------------|
| ① 국립중앙박물관 방문 경험으로 | ② 박물관 누리집(홈페이지)나 뉴스레터 |
| ③ 인터넷 게시물(카페, 블로그 등) | ④ SNS(페이스북, 트위터, 인스타그램 등) |
| ⑤ 포털 등 인터넷 뉴스 | 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 : _____) |

B022. [B02에서 ② 응답자만] 모르고 계셨다면, 전시해설을 어떻게 이용하시게 되었습니까?

- | | |
|---------------------|----------------|
| ① 안내직원의 추천 | ② 박물관 브로슈어를 보고 |
| ③ 박물관 내 홍보영상 | ④ 전시실에서 우연하게 |
| ⑤ 기타(구체적으로 : _____) | |

B03. 전시해설과 관련하여 다음 사항에 대해 얼마나 만족하십니까? 각 질문에 동의하시는 정도에 따라 7점 '매우 그렇다'부터 1점 '전혀 그렇지 않다' 까지 평가해 주시기 바랍니다.

구분	매우 그렇다	그렇다	약간 그렇다	보통 이다	약간 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1 전시해설 정보를 얻기가 편리하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2 전시해설 서비스 이용이 편리하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

B031. [B03에서 ③, ②, ① 응답자만] 불만족하신다면, 전시해설과 관련해서 어떤 부분이 불편하십니까?

- | | |
|------------------------|--------------------------|
| ① 전화 문의 시 직원이 불친절함 | ② 회원가입을 해야 예약이 됨 |
| ③ 변경사항이 발생한 경우 수정이 불편함 | ④ 누리집 이용 시 예약 화면을 찾기 어려움 |
| ⑤ 해설 횟수가 부족함 | ⑥ 전시해설 홍보가 부족함 |
| ⑦ 기타(구체적으로 : _____) | |

B04. 전시해설과 관련하여 다음 사항이 잘 이루어졌는지 평가해 주십시오.

구분	그렇다	그렇지 않다
1. 정해진 시간에 해설사가 대기하고 있었으며, 정시에 해설이 시작되었다.	①	②
2. 정해진 장소에서 해설이 시작되었다.	①	②
3. 시작 전 전시해설사의 자기소개 및 박물관 전반에 대한 소개가 있었다.	①	②
4. 정해진 해설시간(1시간) 동안 진행되었다.	①	②
5. 설명이 유익하고 흥미로웠다.	①	②

B05. 오늘 들으신 전시해설시간이 적당하다고 생각하십니까?

① 예 ② 아니오 [적정 시간: ()시간 ()분]

Part C	전시·서비스 만족도 평가
--------	---------------

C01. 다음은 국립중앙박물관 **전시해설 서비스 품질 요인**에 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	전시해설에 사용된 용어가 적절하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2	전시해설 유류 선정이 적정하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3	전시해설은 유류에 대한 알맞은 정보를 제공한다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4	전시해설의 설명을 이해하기 쉽다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
5	위 내용을 모두 고려했을 때, 전시해설 서비스 품질 요인에 대해 전반적으로 만족한다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

C02. 다음은 국립중앙박물관의 **전시해설 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	관람객의 요구사항을 서비스에 반영하도록 노력한다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3	전시해설과 관련된 정보를 적절하게 제공한다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4	문의사항에 대한 전시해설 담당자의 응대가 친절하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
5	전시해설 진행 중 고객의 입장을 배려한다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
6	위 내용을 모두 고려했을 때, 전시해설 서비스 전달 요인에 대해 전반적으로 만족한다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

C03. 다음은 국립중앙박물관의 전시해설 서비스 환경 요인에 대한 질문입니다. 각 질문에 동의하는 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 전시해설이 진행되는 환경이 쾌적하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2 전시해설 서비스 이용이 편리하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3 전시해설 동선이 적절하다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4 위 내용을 모두 고려했을 때, 전시해설 서비스 환경 요인에 대해 전반적으로 만족한다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

C04. 다음은 국립중앙박물관이 공공기관으로서 수행하는 사회 품질 요인에 대한 질문입니다. 각 질문에 동의하는 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 전시해설사는 책임의식을 가지고 업무를 진행한다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2 전시해설을 통해 문화생활을 더 쉽게 접하게 되었다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3 전시해설이 우리나라 문화를 알리는 데 기여하고 있다.	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

C05. 다음은 국립중앙박물관 전시해설 서비스의 전반적 만족도에 대한 질문입니다. 각 질문에 동의하는 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 전시해설 서비스의 품질, 전달, 환경, 사회 측면 등을 모두 고려할 때, 전반적으로 만족한다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2 서비스들 이용하기 위해 들인 시간, 비용 등을 고려할 때 기대한 것에 비해 전반적으로 만족한다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3 전시해설 서비스의 품질, 전달, 환경, 사회 측면 등을 모두 고려할 때, 서비스에 호감을 갖게 되었다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

C06. 다음은 국립중앙박물관 전시해설 서비스의 재관람/추천 의향 및 성과에 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	전시해설 서비스를 계속 이용할 의향이 있다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2	다른 사람들에게 국립중앙박물관의 전시해설을 추천할 의향이 있다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3	국립중앙박물관의 전시해설을 통해 우리 역사문화에 더 관심이 생겼다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

C07. 국립중앙박물관의 전시해설에 대해 기타 좋았던 점이나 개선해야 될 점이 있다면 적어 주세요.

DQ1. 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
 ⑫ 세종 ⑬ 전북 ⑭ 전남 ⑮ 경북 ⑯ 경남 ⑰ 제주 ⑱ 해외거주

DQ2. 귀하의 직업은 어떻게 되십니까?

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

※ 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. ♣

2022년 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 개인정보보호법 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)

2022년 5월

주관기관	조사수행기관
 국립중앙박물관 National Museum of Korea	 HYOSUNG ITX

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

A01. 국립중앙박물관 누리집(홈페이지)은 주로 어떤 경로로 방문하셨습니다? 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 알아보고

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 요인에 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 <u>서비스 전달 요인</u> 에 전반적으로 만족한다.	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

B03. 다음은 국립중앙박물관 누리집(홈페이지)의 서비스 환경 요인에 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 <u>서비스 환경 요인</u> 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

B07 누리집(홈페이지)의 각 메뉴에 대해 이용 경험이 있는 메뉴를 모두 표시해 주세요.

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

B8. [Prog: B07 이용 경험 메뉴만 제시] 누리집(홈페이지)의 각 메뉴에 대해 어느 정도 만족하십니까?

항목	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 소장품 (큐레이터 추천 소장품, 소장품·국보·보물 검색 등)	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4 학술·출판 (정기간행물, 조사연구현황, 연구보고서 등)	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
5 소식·참여 (소식, 자원봉사, 학예사자격증, 전자민원 등)	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
6 박물관 소개 (연혁 및 발자취, 조직 및 업무, 수장고 등)	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

B9. 국립중앙박물관 누리집(홈페이지)을 개선 및 강화한다면 어느 부문을 가장 집중적으로 개선하여야 한다고 생각하십니까?

- 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()

B10. 국립중앙박물관 누리집(홈페이지)에 개선이 필요하다고 생각되는 부분은 무엇입니까?

응답자 일반사항

SQ1. 귀하의 연령대는 어떻게 되십니까?

- ① 만19세 미만 ② 만19~29세 ③ 만29~39세 ④ 만39~49세
⑤ 만49~59세 ⑥ 만59~69세 ⑦ 만 70세 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 (_____구) ② 경기 (_____시/군) ③ 인천 ④ 대전
⑤ 대구 ⑥ 울산 ⑦ 광주 ⑧ 부산 ⑨ 강원 ⑩ 충북 ⑪ 충남
⑫ 세종 ⑬ 전북 ⑭ 전남 ⑮ 경북 ⑯ 경남 ⑰ 제주 ⑱ 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. ♣



**2022년 국립중앙박물관 고객만족도 조사
결과 보고서**

발 행 처
국립중앙박물관

발 행 월
2022. 10.

조사기관
효성ITX(주)
