

## Y01a ビッグデータからみる天文分野における興味関心の調査

山道千賀子、福江 純 (大阪教育大学)

効果的な天文教育・天文普及を行うためには、天文分野における人々の興味関心を調査する必要がある。一般的にはアンケート調査が行われるが、従来のアンケート方式では日常的な人々の興味関心をデータとして得ることは難しく、対象も条件付きになってしまう。そこで鶴原 (2018) では、Twitter をビッグデータとし、一般層が天文用語に反応する条件を調査した。そして、新規層を獲得するためのマーケティングに活用できる調査結果となった。ただし、Twitter は利用者の年齢層に偏りがあり、またサービスが浸透してまだ日が浅いために、時系列調査するには有効なデータ数が限られている。

そこで本研究では、長年にわたって多くの人に使われている Google の検索エンジンに注目し、Google トレンドを用いて調査を行った。時系列調査から天文用語の今後の動向を予測し、興味関心の度合いを調査することで、日本における天文分野への興味関心はどれほどか、新規層が天文分野に定着しているのかといったことを明らかにした。

Google トレンドを用いた今回の調査結果から、個々の天文イベントは認知されているが、天文分野のトレンドが減少・平行な傾向にあることから、分野への繋がりは薄いことが伺えた。イベントの一時的な興味関心を獲得できているとしても興味関心を持った新規層がさらに次の活動へ移り、定着しているとは言い難い結果となった。