

# イベント学会 研究助成 結果報告書

イベントの情報入手に関する調査：展示施設来場者の情報入手方法について  
—有料展示と無料展示の比較から—

平成 24 年 3 月

申請者：安藤 美奈（イベント学会 会員）  
共同研究者：橋本 幸子（イベント学会 会員）

# イベントの情報入手に関する調査: 展示施設来場者の情報入手方法について

## —有料展示と無料展示の比較から—

安藤 美奈 (東京藝術大学)

橋本 幸子 (橋本アソシエイツ)

キーワード: イベント、展覧会、展示施設、来場者調査、情報入手

### 1. はじめに

Facebook や mixi に代表されるソーシャル・ネットワーキング・サービスや、Twitter などのミニブログ・サービスの拡大・浸透、スマートフォンなどの高性能な携帯端末機器の普及により、イベント情報の発信、入手方法は劇的なまでに多様化している。そこには老舗の情報誌の休刊などに象徴されるように、イベントの情報・宣伝媒体にも大きな淘汰と変化の潮流も見えてくる。このような変化により、いかに来場意欲をもたらすイベント情報の発信を行うか、効果的に消費者に届く情報媒体とは何か、という課題がさらに複雑かつ重要になってきているといえよう。

情報発信に関する課題は、来場者数と密接に関係するため、近年、数値による評価を求められている博物館・美術館の展覧会においても、非常に重要な課題となっている。しかしながら、来場者がどのように展覧会を知り、来場したのかという調査は、個々の展覧会のアンケートのレベルに留まり、結果が取りまとめられ公表されることも少ない。

そこで本研究では、イベントの一つの形態として、美術の展覧会を対象に、来場者がどのように展覧会の情報を入手したのか、来場する動機となった情報の入手方法の調査検討を試みた。調査手法として、展示施設において出口調査を行い、また展覧会の比較要件として、有料展示と無料展示を選択し、有料と無料の条件における差異を見出すこととした。来場者の展覧会認知経路を分析し、情報入手方法の傾向を明らかにすることにより、展覧会／イベントへの来場者を誘引するための効果的な情報伝達方法を把握することを目指した。また本調査研究の成果により、イベント業界のさらなる活況に資することを目的としている。

## 2. 調査概要

- 東京芸術大学大学美術館（有料展示）及び陳列館（無料展示）の2ヶ所にて、聞き取りによる出口調査を実施する。
- 調査実施時期は、東京芸術大学大学美術館及び陳列館での展覧会スケジュールを検討し、有料展示と無料展示が同時に開催されている休前日・休日の2日間、平日の2日間、計4日間とした。
- 実際の調査方法は、各施設入口に調査員各2名程度を配置し、来場者が鑑賞を終えた退出時に、了解を得た上で5分程度の聞き取り調査を行った。
- 調査は無記名で行われ、個人情報に該当する情報は収集していない。調査対象者には、調査終了後、謝礼（300円相当のQUOカード）を渡した。謝礼については、一般の市場調査の同様な対象者謝礼を参考としている。
- 聞き取り調査の質問項目は次の事項を中心とした。<sup>1</sup>
  - 対象者の属性（性別、居住地、年代、直近一年間の有料展示／無料展示の鑑賞回数、好きな展示のジャンル等）
  - 今回の展示を知った手段
  - 有料展示、無料展示の各々について、「見た／見ない」の理由
  - その他の周辺展示施設からの流入状況
  - 有料／無料展示に関する情報収集の手段 等

調査実施期間 : 2011年10月12日(水)、19日(水)、22日(土)、23日(日)  
休前日・休日2日間、平日2日間計4日間  
11:00~17:00の間で実施

調査方法 : 東京芸術大学大学美術館及び陳列館の各施設入館出入口において、調査票に沿って聞き取り調査(5分程度)を実施。

目標票数 : 各施設60票(15人/日)、計120票

有効回収票数 : 各施設61票、計122票

展覧会情報 : 東京芸術大学大学美術館  
(有料展示) 「彫刻の時間—継承と展開」  
会期10月7日(金)~11月6日(日) 開館10:00~17:00  
観覧料 一般1,000円 高校・大学生600円(中学生以下は無料)  
【大学美術館HP】  
[http://www.geidai.ac.jp/museum/exhibit/2011/jikan/jikan\\_ja.htm](http://www.geidai.ac.jp/museum/exhibit/2011/jikan/jikan_ja.htm)

<sup>1</sup> 付録として添付した調査票を参照のこと。

展覧会情報  
(無料展示)

東京藝術大学大学美術館陳列館

「モノハコブカタチ

—かばんのトップメーカー、エースのデザイン展—

会期 10月4日(火) - 10月23日(日) 開館 10:00~18:00

入場無料

【大学美術館 HP】

[http://www.geidai.ac.jp/museum/exhibit/2011/c\\_design/c\\_design\\_ja.htm](http://www.geidai.ac.jp/museum/exhibit/2011/c_design/c_design_ja.htm)

【エース株式会社 HP】

<http://www.ace.jp/news/design/index.html>



東京藝術大学大学美術館外観



美術館外の展覧会を案内する立て看板



大学入口正面の展覧会を案内する立て看板



東京藝術大学大学美術館陳列館外観

### 3. 調査結果の分析と仮説の検証

本調査研究では、有料展示と無料展示とを比較し、展示／イベントの情報入手経路の傾向を明らかにすることを目的としている。そこで展覧会への来場動機となる情報について、「人はいくつかの接触した情報から選択し、その中から採用した情報に基づいて来場する」と仮定し、この仮説の検証を中心に、調査結果を分析していきたい。

#### 3.1. 属性

表 1 集計結果：調査回答数

|    | 有料展示来場者 (n=61) |        |    |        |    |        | 無料展示来場者 (n=61) |        |    |        |    |        |
|----|----------------|--------|----|--------|----|--------|----------------|--------|----|--------|----|--------|
|    | 平日             |        | 休日 |        | 合計 |        | 平日             |        | 休日 |        | 合計 |        |
| 女性 | 22             | 73.3%  | 18 | 58.1%  | 40 | 65.6%  | 18             | 60.0%  | 13 | 41.9%  | 31 | 50.8%  |
| 男性 | 8              | 26.7%  | 13 | 41.9%  | 21 | 34.4%  | 12             | 40.0%  | 18 | 58.1%  | 30 | 49.2%  |
| 合計 | 30             | 100.0% | 31 | 100.0% | 61 | 100.0% | 30             | 100.0% | 31 | 100.0% | 61 | 100.0% |

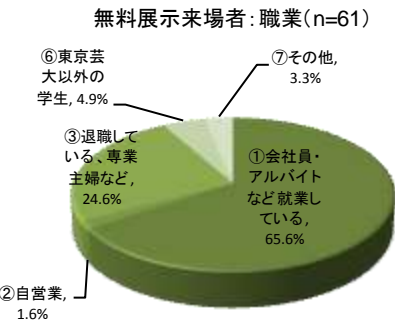
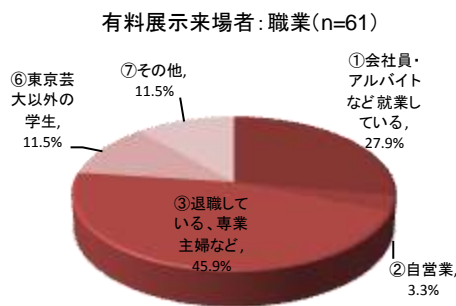
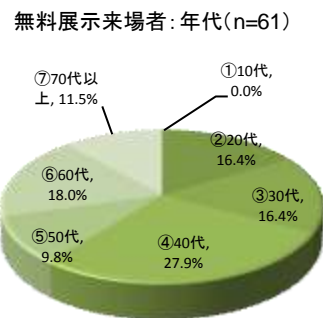
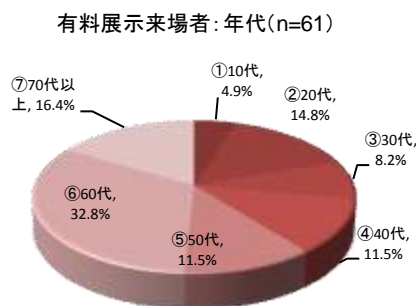
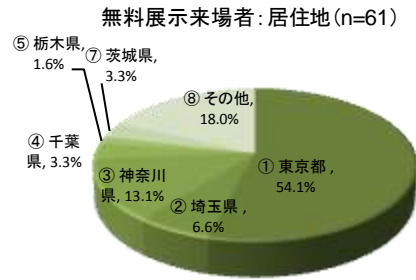
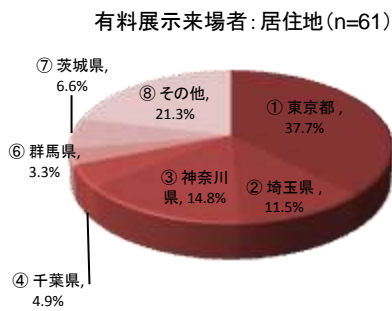
回答者の居住地は、調査会場とした東京藝術大学大学美術館が東京・上野に位置することから、首都圏からの来場が多いことが予想された。そして予想通り、調査結果では、有料展示／無料展示来場者ともに東京都在住が40%～60%を占めた。

また、無料展示来場者では、東京都以外の神奈川県、埼玉県など首都圏からの来場は30%に達しなかったが、有料展示では、40%を超える結果となった。展示条件から比較すると、無料展示来場者の東京居住者の割合が多く、特に休日には60%を超えている点が、注目される。

関東圏外からの来場者は少数であったが、長野県、静岡県、愛知県、三重県、大阪府、京都府、兵庫県、岡山県、山口県、徳島県、富山県、石川県、秋田県、福島県、と広範な地域から来場している。

表 2 居住地：東京 - 関東（東京以外）

|    | 有料展示来場者   |       |           |       |           |       | 無料展示来場者   |       |           |       |           |       |
|----|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|
|    | 平日 (n=30) |       | 休日 (n=31) |       | 合計 (n=61) |       | 平日 (n=30) |       | 休日 (n=31) |       | 合計 (n=61) |       |
| 東京 | 13        | 43.3% | 10        | 32.3% | 23        | 37.7% | 14        | 46.7% | 19        | 61.3% | 33        | 54.1% |
|    | 関東（東京以外）  |       |           |       |           | 41.0% | 関東（東京以外）  |       |           |       |           | 27.9% |



年代別では、有料展示来場者では60代、無料展示来場者では40代が他の年代と比べて多い傾向が見られた。60代、40代という結果は、職業別の結果にも表れており、有料展示来場者では「退職している、専業主婦など」が約46%、特に平日では60%を占め、平日に時間を取ることができる層を表していると言える。一方、無料展示来場者では、「会社員・アルバイトなど就業している」とした回答者が平日・休日共に60%を超えた。この結果、来場者として次のような特性が示される。

有料展示来場者特性 ①：関東圏在住、60代、退職者

無料展示来場者特性 ①：東京都在住、40代、就業者

次に芸術に対する関与度を、年間の展示鑑賞回数により比較する。

表 3 有料展示来場者：直近一年間の有料展示／無料展示の鑑賞回数

|      | 有料展示      |       |           |       |           |       | 無料展示      |       |           |       |           |       |
|------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|
|      | 平日 (n=30) |       | 休日 (n=31) |       | 合計 (n=61) |       | 平日 (n=30) |       | 休日 (n=31) |       | 合計 (n=61) |       |
| ない   | 0         | 0.0%  | 1         | 3.2%  | 1         | 1.6%  | 5         | 16.7% | 5         | 16.1% | 10        | 16.4% |
| 1-2回 | 5         | 16.7% | 3         | 9.7%  | 8         | 13.1% | 8         | 26.7% | 11        | 35.5% | 19        | 31.1% |
| 3-4回 | 8         | 26.7% | 11        | 35.5% | 19        | 31.1% | 7         | 23.3% | 8         | 25.8% | 15        | 24.6% |
| 5-6回 | 5         | 16.7% | 4         | 12.9% | 9         | 14.8% | 1         | 3.3%  | 1         | 3.2%  | 2         | 3.3%  |
| 7回以上 | 12        | 40.0% | 12        | 38.7% | 24        | 39.3% | 9         | 30.0% | 6         | 19.4% | 15        | 24.6% |

表 4 無料展示来場者：直近一年間の有料展示／無料展示の鑑賞回数

|      | 有料展示      |       |           |       |           |       | 無料展示      |       |           |       |           |       |
|------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|
|      | 平日 (n=30) |       | 休日 (n=31) |       | 合計 (n=61) |       | 平日 (n=30) |       | 休日 (n=31) |       | 合計 (n=61) |       |
| ない   | 4         | 13.3% | 6         | 19.4% | 10        | 16.4% | 2         | 6.7%  | 1         | 3.2%  | 3         | 4.9%  |
| 1-2回 | 8         | 26.7% | 2         | 6.5%  | 10        | 16.4% | 8         | 26.7% | 7         | 22.6% | 15        | 24.6% |
| 3-4回 | 7         | 23.3% | 6         | 19.4% | 13        | 21.3% | 10        | 33.3% | 6         | 19.4% | 16        | 26.2% |
| 5-6回 | 7         | 23.3% | 4         | 12.9% | 11        | 18.0% | 5         | 16.7% | 2         | 6.5%  | 7         | 11.5% |
| 7回以上 | 4         | 13.3% | 13        | 41.9% | 17        | 27.9% | 5         | 16.7% | 15        | 48.4% | 20        | 32.8% |

また、本調査では関与度について、展示の鑑賞回数を基に、各展示来場者を次のような3つのレベルのユーザーとして分類した。<sup>2</sup>

ない／1-2回 : ライト・ユーザー  
 3-4回／5-6回 : ミドル・ユーザー  
 7回以上 : ヘビー・ユーザー

<sup>2</sup> 芸術の関与度に関しては、次の先行研究でモデルを提案している。「関与レベルの違いに起因する鑑賞行動変化の測定」橋本幸子、福崎昭人、安藤美奈、多田良子、2009年、日本行動計量学会大会発表論文抄録集 37, 138-139

有料展示来場者において、有料展示ではライト・ユーザー層が少ないのに対し、ヘビー・ユーザー層が平日、休日ともに40%近くあり、一つの傾向を表していると言える。また、無料展示の鑑賞回数においては、有料展示では少なかったライト・ユーザー層が増加している。一方、無料展示来場者では、有料展示の鑑賞回数でユーザー層に大きな差異は現れていないが、休日にヘビー・ユーザー層が多くなっている点は、留意すべき点と言える。また、展示の鑑賞回数においては、1-2回/3-4回という、本調査研究で定義したライト・ユーザーとミドル・ユーザーの境界周辺が多くなっている点にも注目したい。

ユーザー層の分析からは、次のような来場者特性が考えられる。各展示来場者特性②から、有料展示来場者は、有料展示への来場経験が多く、それに比較すると無料展示への来場経験が少ない傾向にある。また、無料展示来場者は有料展示/無料展示各々に、ライト/ヘビー・ユーザー層が確かに存在するが、ミドル・ユーザー傾向の方が強いと考えられる。

有料展示来場者特性 ②：有料展示—ヘビー・ユーザー  
無料展示—ライト・ユーザー

無料展示来場者特性 ②：有料展示—ライト/ミドル・ユーザー  
無料展示—ヘビー/ミドル・ユーザー

さらに有料展示/無料展示来場者を代表する居住地を軸に、展示の鑑賞回数などの属性を参照し、来場者像の検討を試みる。東京を始めとする関東に居住する来場者層から分析すると、来場者特性③で示すように、有料展示来場者と無料展示来場者では、年代、職業、ユーザー層で異なる傾向があることが分かった。また、本調査では、居住地を関東以外とした来場者が、有料展示で20%を超え、無料展示でも18%と高い割合になっている。関東圏外からの来場者特性は、同じく来場者特性③に示すが、無料展示来場者で、関東圏外からの来場にもかかわらず、平日に多くなっていることが注目される。

有料展示来場者特性 ③

関東圏在住：60-70代、退職者・専業主婦等、ヘビー・ユーザー

関東圏外：平日・休日、60代、退職者・専業主婦等、  
ヘビー・ユーザー



無料展示来場者特性 ③

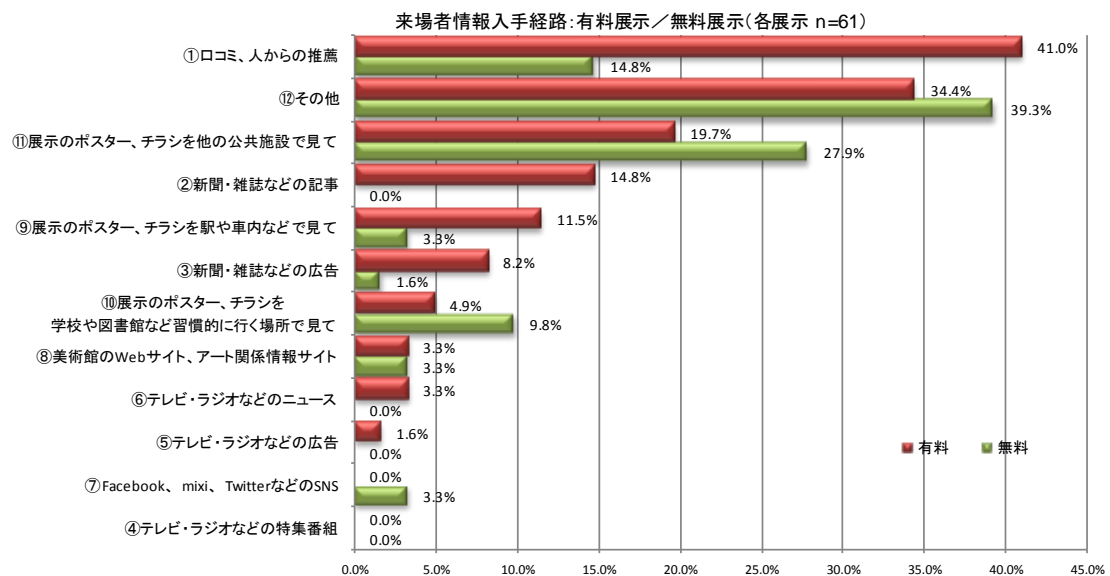
東京都在住：40代、会社員・アルバイトなど就業している、  
 ライト／ヘビー・ユーザー  
 関東圏外：平日、40代中心、退職者・専業主婦等、  
 ライト／ミドル・ユーザー

3.2. 情報入手方法

調査期間中、調査会場となった東京藝術大学大学美術館では、美術館本館にて彫刻の有料展示が開催され、陳列館にて産学共同企画として、かばんメーカーによるデザインの展示が行われていた。これらの展覧会へ来場する動機付けの大きな要因となる“情報”について、調査票の設問7～9で、その入手経路、最初に接触した情報、来場に際して採用した情報という、3つのポイントに絞り調査を行った。質問では、情報の入手方法の選択肢を設け、選択肢の中から今回の展示の情報をどのように入手したかを、複数選択してもらった。また、この項目では、選択肢「その他」において、分類可能な傾向が見られたことから、「その他」を除外せずに、その内容を分析する。

表 5 入手経路上位3項目

|   | 有料展示来場者 (n=61)        |       | 無料展示来場者 (n=61)        |       |
|---|-----------------------|-------|-----------------------|-------|
| 1 | 口コミ、人からの推薦            | 41.0% | その他                   | 39.3% |
| 2 | その他                   | 34.4% | 展示のポスター、チラシを他の公共施設で見て | 27.9% |
| 3 | 展示のポスター、チラシを他の公共施設で見て | 19.7% | 口コミ、人からの推薦            | 14.8% |



この上位3項目の結果が示すように、有料展示／無料展示来場者を比較すると、情報入手に関して異なる傾向が明らかとなっている。有料展示では、「口コミ、人からの推薦」が最も多く、次に「その他」「展示のポスター、チラシを他の公共施設で見て」と続いた。有料展示の「その他」では「たまたま見に来た」「美術館の近くに来たのでたまたま立ち寄った」という、その有料展示を鑑賞の目的とせずに、偶然に来場したとする回答が多かった。

一方、無料展示で最も多い回答であった「その他」には、「通りすがり、近所なので」という回答と「美術館を見たついで」という2つの回答に集約された。また有料展示と同じく「展示のポスター、チラシを他の公共施設で見て」「口コミ、人からの推薦」も挙げられたが、「口コミ」に関しては、最も多かった「その他」の半数程度の割合であった。

では情報入手方法は、前述の鑑賞回数を基準としたユーザー別ではどのような傾向が表れるのか。有料展示／無料展示来場者特性③にあるユーザー層をもとに、クロス集計を行った結果から、次のような来場者特性が想定された。

**有料展示来場者特性 ④：ヘビー・ユーザー**

70代、退職者・専業主婦等、新聞・雑誌などの広告

**無料展示来場者特性 ④：ミドル・ユーザー**

30-40代、就業者、通りすがり

次に、最初に接触した情報と来場を決定した情報について見ると、本調査では、有料展示／無料展示来場者共に、最初に接触した情報が、来場を決めた情報となっていることがわかった。本調査において仮定した、「人はいくつかの接触した情報から選択し、その中から採用した情報に基づいて来場する」という仮説とは、異なる結果となった。この結果から、最初に接触する情報が、来場者にとって大きな影響を持つということが明らかとなった。そして、いくつかの情報に接触する場合は、最初に接触した情報をより確実なものとするための補足情報になっていると推測される。展示施設側にとっては、来場を誘導するための、来場者にとって接触しやすい媒体を吟味し、いかに情報を発信するかが重要な課題となる。

表 6 情報の第一接触、採用上位 3 項目

|   | 有料展示来場者 (n=61)                |      |                               |      | 無料展示来場者 (n=61)                |      |                               |      |
|---|-------------------------------|------|-------------------------------|------|-------------------------------|------|-------------------------------|------|
|   | 最初に接触した情報 (%)                 |      | 採用した情報 (%)                    |      | 最初に接触した情報 (%)                 |      | 採用した情報 (%)                    |      |
| 1 | 口コミ、人からの推薦                    | 37.7 | 口コミ、人からの推薦                    | 41.0 | その他                           | 37.7 | その他                           | 37.7 |
| 2 | その他                           | 14.8 | その他                           | 18.0 | 展示のポスター、<br>チラシを他の公共<br>施設で見て | 29.7 | 展示のポスター、<br>チラシを他の公共<br>施設で見て | 29.7 |
| 3 | 展示のポスター、<br>チラシを他の公共<br>施設で見て | 13.1 | 展示のポスター、<br>チラシを他の公共<br>施設で見て | 13.1 | 口コミ、人からの推薦                    | 14.8 | 口コミ、人からの推薦                    | 14.8 |

### 3.3. 普段の情報入手方法

設問 10、11 の普段の情報入手について、本調査対象とした有料展示／無料展示に対する情報入手方法と異なる傾向が表れ、興味深い結果となった。

まず、無料展示の情報入手について、有料展示／無料展示来場者いずれも「口コミ、人づて」「駅など公共の場にある広告を見て」が上位を占めた。次に多かった「その他」について詳細を見ると、概ね「たまたま、通りがかかりに見る」「特に情報収集しない」に二分されることが分かった。これは、今回の無料展示来場者の最も多かった方法が「通りすがり」であったこととも共通している。

これに対し、有料展示の情報入手方法は、有料展示／無料展示来場者共に「一般的な新聞・雑誌など読んで」「インターネットを使って」が上位 2 項目となった。また「駅など公共の場にある広告を見て」が、前述の無料展示と比較するとやや少ない割合になっているものの、情報入手方法として 15% 近く選択されており、駅などの広告については、有料展示／無料展示両方の利用者にとって、一定の広告効果があることが確認された。駅などの広告については、これまで本研究報告者たちが実施してきた、芸術関与度に関する調査研究からも、情報入手方法として挙げられており、同広告が来場を誘引する有効性は高いと考えられる。<sup>3</sup>

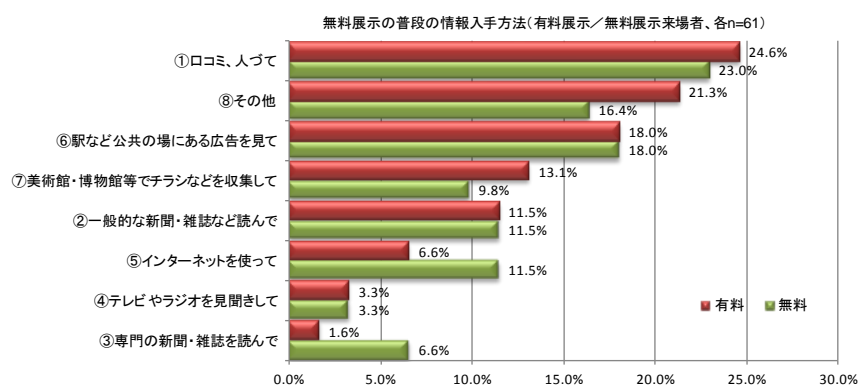
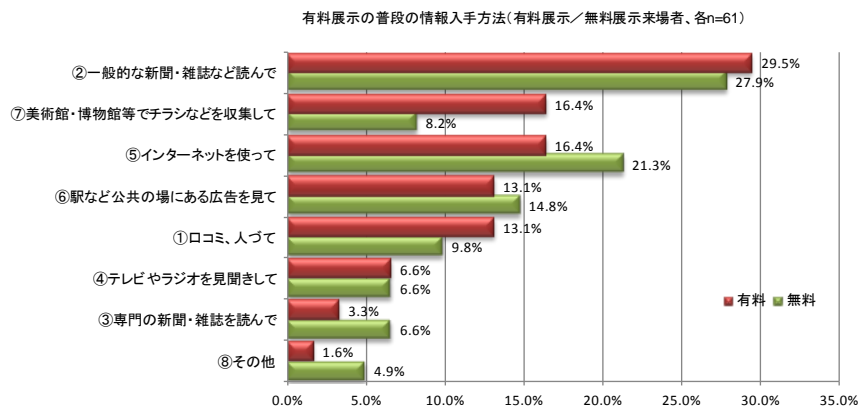
また、有料展示来場者では、情報入手方法に「美術館・博物館等でチラシなどを収集して」が「インターネットを使って」と同率で上位項目に入っている。この傾向に関して次節で分析する。

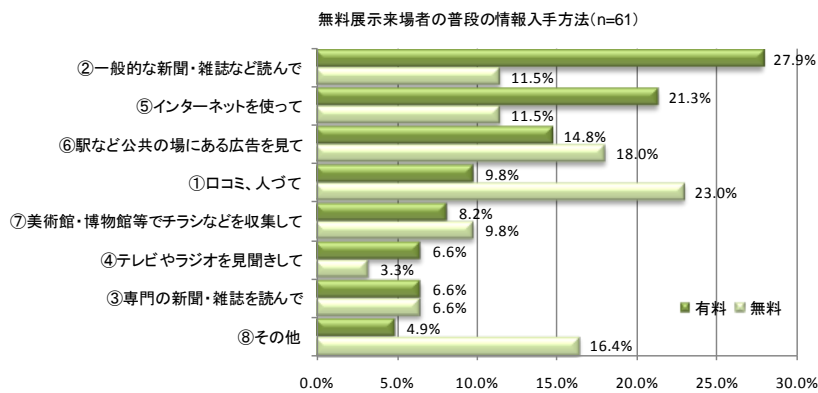
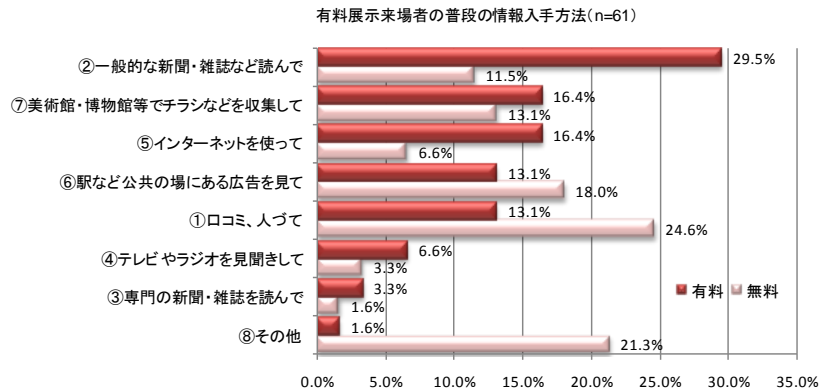
<sup>3</sup> 先行研究「美術館における展示テーマによる来場者の傾向変化の研究」(安藤・橋本、2008 年～) から、20 代～40 代、通勤通学で駅などを利用する層において、駅などの広告は情報収集の方法として、多く支持されている。

ここで、有料展示の情報入手に挙げられた、「インターネットを使って」に着目してみると、有料展示／無料展示の両方の普段の情報収集に「インターネットを利用」している層は、10代～30代までの若い世代に多い傾向が見られた。「インターネットを利用」している層は就業者あるいは学生であり、PCもしくはスマートフォンなど整ったネット環境にある層と推測される。このように、展示／イベントの情報入手方法に関して世代だけでなく、関与度を表すユーザー層、情報伝達媒体といった様々な視点からの検討が可能であり、さらなる調査検証が求められる。

表 7 普段の情報入手経路上位 3 項目

|      | 有料展示来場者 (n=61)  | 無料展示来場者 (n=61)                                    |
|------|---|---|
| 有料展示 | 一般的な新聞・雑誌などを読んで<br>美術館・博物館等でチラシなどを収集して<br>インターネットを使って | 一般的な新聞・雑誌などを読んで<br>インターネットを使って<br>駅など公共の場にある広告を見て |
| 無料展示 | 口コミ、人づて<br>その他<br>駅など公共の場にある広告を見て                     | 口コミ、人づて<br>駅など公共の場にある広告を見て<br>その他                 |





### 3.4. 情報入手に対する態度

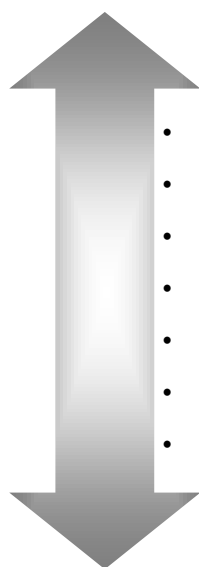
これまでの調査結果から、本調査対象展示の情報入手と普段の展示情報の入手方法の概要が明らかとなった。ここでは、本調査で用いた設問 7～11 の選択肢を、情報を入手する者の態度の基準として、次のように分類し、新たな分析を試みる。

人の日常生活における情報収集活動、情報接触機会を、その者の能動的な態度と受動的な態度に分ける。つまり、日常的な人とのコミュニケーションから情報に接する、駅など情報に接することが主目的ではない場で、副次的に情報に触れる、テレビやラジオ<sup>4</sup>などで、視聴した番組で偶然情報が紹介される、といった情報入手・接触を受動的な情報入手とする。これに対し、明らかに興味があると考えられるチラシの収集、美術など専門の新聞、雑誌の購読、インターネットを用いた検索、情報入手は、能動的な情報入手に分類する。一般的な新聞、雑誌の購読・情報収集については、ここでは中間的なポジションに分類する。ただし、これらの分類は、年代、性別などの属性要因を加味することで、多少の変動があることが想定される。

<sup>4</sup> ここでは特定の分野・情報を特集した専門番組を除く。

こうした観点から、有料展示／無料展示来場者の傾向を検討すると、有料展示の情報入手において、「一般的な新聞・雑誌などを読んで」「インターネットを使って」という能動的なあるいは積極的な情報入手活動を行う傾向にあり、無料展示の情報入手においては、「口コミ、人づて」「駅など公共の場にある広告を見て」といった受動的なもしくは消極的な情報入手の傾向にあることが分かる。有料展示／無料展示という異なる展示形態における、このような情報入手態度の差異、傾向は、来場動機となる情報の発信方法の検討の参考となるであろう。

#### 能動的／積極的信息入手



- 美術館・博物館でチラシを収集する
- 専門の新聞・雑誌を読む
- インターネットを使う
- 一般的な新聞・雑誌を読む
- テレビやラジオで見聞きする
- 駅などの公共の場で広告を見る
- 口コミ、人づてに聞く

#### 受動的／消極的信息入手

### 3.5. 回遊性について

分析の最後に、近接する施設間、地域における回遊性の検討を試みる。

本調査における無料展示来場者の来場に至る情報入手について、「たまたま、通りすがりに」「ポスターを見て」といったケースが多く見受けられ、また設問 13 で比較対象の有料展示の訪問の有無を尋ねた結果から、無料展示を鑑賞する前に有料展示の方を見ていたと考えられる回答が多く、有料展示を開催していた大学美術館本館から無料展示を開催していた陳列館への流入、相互の回遊ルートが存在が考えられる。

同様に設問 13 の観点から有料展示来場者を見ると、無料展示来場者の場合に比べて、無料展示である陳列館の展示を「見ない」とした割合が多くなっている。この「見ない」とした理由で最も多かったのは、「時間がないから」であった。一方で「見た」とした理由について、「美術館に来たついで」「展示に興味があるから」とした回答が多数を占め、「無料」だからとした回答はごく少数であった。本調査研究は、来場者の情報入手方法の把握を目

的としているが、今後の課題の一つとして、情報伝達による来場意欲の向上を検討することが挙げられる。このような課題として、「時間がないため無料展示を見なかった」層に対し、有料展示に来場する前に無料展示の情報を入手する機会があったのかどうか、無かった場合、事前に無料展示情報を入手していたら、無料展示への訪問を検討したかどうか、を検証することが求められるだろう。

また、情報入手経路把握の一環として、設問 12 で同日に訪問した施設を尋ねた。調査結果の全体的な傾向では、文化施設を訪問するよりもむしろ、上野公園、アメヤ横丁など上野という町全体を訪れ、楽しむ傾向が表れていた。しかしながら、2011 年 10 月 22 日（土）からゴヤ展が始まった国立西洋美術館への訪問が、有料展示／無料展示来場者共に、10% 以上あったことは、施設間での回遊性の観点から注目したい点である。近接する施設間での情報発信は、施設間の回遊性を向上させるか否か、という点も今後検討すべき課題の一つである。

#### 4. まとめ

以上のように、本研究について調査結果を分析してきたが、ここで調査結果を総括し、今後の課題を検討したい。

本調査結果の要点：

- 来場者特性から導き出される本調査における来場者モデル：  
有料展示来場者：60-70 代、退職者・専業主婦等、ヘビー・ユーザー  
無料展示来場者：東京都在住、40 代、会社員・アルバイトなど就業している、  
ライト／ヘビー・ユーザー
- 有料展示来場者では、ヘビー・ユーザーほど自ら情報を取得するなど、能動的な情報入手方法を用い、ライト・ユーザーは受動的な情報入手方法に頼る傾向がある。
- 無料展示来場者では、ヘビー・ユーザー、ミドル・ユーザー、ライト・ユーザー間での特徴的な傾向は見受けられず、全体として“通りすがり”や“ポスターを見て”といった受動的な情報入手傾向にある。
- 来場者にとって情報源は一つである場合が多く、かつ最初に接触した情報が来場を促す場合が多い。
- ヘビー・ユーザーの有料展示来場者は、関東圏外からの来場が多く、積極的に情報を収集し、鑑賞行動につなげる傾向がある。
- 無料展示には、各ユーザー層が来場しており、通りすがりに立ち寄ったなど、一見の傾向が強いと考えられる。
- 有料展示／無料展示ごとに各来場者が両施設の情報を入手する方法は、異なるものであることが分かった。

本調査では、彫刻とデザインという異なるジャンルの展示であったにもかかわらず、有料展示／無料展示の互いの展示を「見なかった」理由の多くは、「時間がない」であり、「興味がない」は少数であった。この結果は、美術分野／美術館というカテゴリーにおいては、近接する展示施設での、相互の情報発信による効果的な誘客の可能性を示唆するものである。つまりこのような来場者は、展示を鑑賞することに興味を持ち、次の展示へ能動的／受動的な情報収集を行う人たちであること、そして彼らに対して来場動機・意欲を醸成する機会の可能性を示しているのである。

本調査の結果から、来場の決定には、最初に接触した情報が重要な要因となることが分かった。さらに情報入手方法には、世代、居住地、芸術関与度により、能動的／受動的な情報入手方法に分かれ、情報発信、伝達には多角的な視点はもとより、“誰に見てもらいたいか、来場してもらいたいか”というターゲットの設定、あるいはターゲット層に基づく、展示企画自体の吟味が重要である。そのためには、多様な展示／イベント来場者を分析するための、さらに複眼的な情報が必要であり、継続的な調査研究が求められる。

#### 参考文献及び資料

「美術館における展示テーマによる来場者の傾向変化」安藤美奈、橋本幸子 2008 年～継続研究  
「関与レベルの違いに起因する鑑賞行動変化の測定」橋本幸子、福崎昭人、安藤美奈、多田良子、2009 年、日本行動計量学会大会発表論文抄録集 37, 138-139

「観光地における文化施設の芸術消費に係わる機能—箱根町を事例とした調査・分析をもとに—」安藤 美奈、2007 年度慶應大学大学院文学研究科修士論文

#### 謝辞

本研究に際し、選考委員の方々より貴重な助言、有益な提案をいただき、そのご厚意に感謝いたします。また本調査にご協力いただきました東京藝術大学大学美術館にも謝意を表します。



付録1：GT 集計結果

|    | 有料 |    | 合計 |
|----|----|----|----|
|    | 平日 | 休日 |    |
| 女性 | 22 | 18 | 40 |
| 男性 | 8  | 13 | 21 |
|    | 30 | 31 | 61 |

|  | 無料 |    | 合計 |
|--|----|----|----|
|  | 平日 | 休日 |    |
|  | 18 | 13 | 31 |
|  | 12 | 18 | 30 |
|  | 30 | 31 | 61 |

Q1.居住地

|          |    |        |    |        |    |        |
|----------|----|--------|----|--------|----|--------|
| 1 ① 東京都  | 13 | 43.3%  | 10 | 32.3%  | 23 | 37.7%  |
| 2 ② 埼玉県  | 3  | 10.0%  | 4  | 12.9%  | 7  | 11.5%  |
| 3 ③ 神奈川県 | 2  | 6.7%   | 7  | 22.6%  | 9  | 14.8%  |
| 4 ④ 千葉県  | 1  | 3.3%   | 2  | 6.5%   | 3  | 4.9%   |
| 5 ⑤ 栃木県  | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   |
| 6 ⑥ 群馬県  | 0  | 0.0%   | 2  | 6.5%   | 2  | 3.3%   |
| 7 ⑦ 茨城県  | 3  | 10.0%  | 1  | 3.2%   | 4  | 6.6%   |
| 8 ⑧ その他  | 8  | 26.7%  | 5  | 16.1%  | 13 | 21.3%  |
|          | 30 | 100.0% | 31 | 100.0% | 61 | 100.0% |

|        |    |        |    |        |    |        |
|--------|----|--------|----|--------|----|--------|
| ① 東京都  | 14 | 46.7%  | 19 | 61.3%  | 33 | 54.1%  |
| ② 埼玉県  | 1  | 3.3%   | 3  | 9.7%   | 4  | 6.6%   |
| ③ 神奈川県 | 2  | 6.7%   | 6  | 19.4%  | 8  | 13.1%  |
| ④ 千葉県  | 2  | 6.7%   | 0  | 0.0%   | 2  | 3.3%   |
| ⑤ 栃木県  | 1  | 3.3%   | 0  | 0.0%   | 1  | 1.6%   |
| ⑥ 群馬県  | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   |
| ⑦ 茨城県  | 2  | 6.7%   | 0  | 0.0%   | 2  | 3.3%   |
| ⑧ その他  | 8  | 26.7%  | 3  | 9.7%   | 11 | 18.0%  |
|        | 30 | 100.0% | 31 | 100.0% | 61 | 100.0% |

Q2.年代

|        |    |        |    |        |    |        |
|--------|----|--------|----|--------|----|--------|
| ①10代   | 1  | 3.3%   | 2  | 6.5%   | 3  | 4.9%   |
| ②20代   | 1  | 3.3%   | 8  | 25.8%  | 9  | 14.8%  |
| ③30代   | 3  | 10.0%  | 2  | 6.5%   | 5  | 8.2%   |
| ④40代   | 4  | 13.3%  | 3  | 9.7%   | 7  | 11.5%  |
| ⑤50代   | 5  | 16.7%  | 2  | 6.5%   | 7  | 11.5%  |
| ⑥60代   | 8  | 26.7%  | 12 | 38.7%  | 20 | 32.8%  |
| ⑦70代以上 | 8  | 26.7%  | 2  | 6.5%   | 10 | 16.4%  |
|        | 30 | 100.0% | 31 | 100.0% | 61 | 100.0% |

|        |    |        |    |        |    |        |
|--------|----|--------|----|--------|----|--------|
| ①10代   | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   |
| ②20代   | 5  | 16.7%  | 5  | 16.1%  | 10 | 16.4%  |
| ③30代   | 6  | 20.0%  | 4  | 12.9%  | 10 | 16.4%  |
| ④40代   | 6  | 20.0%  | 11 | 35.5%  | 17 | 27.9%  |
| ⑤50代   | 4  | 13.3%  | 2  | 6.5%   | 6  | 9.8%   |
| ⑥60代   | 6  | 20.0%  | 5  | 16.1%  | 11 | 18.0%  |
| ⑦70代以上 | 3  | 10.0%  | 4  | 12.9%  | 7  | 11.5%  |
|        | 30 | 100.0% | 31 | 100.0% | 61 | 100.0% |

Q3.職業

|                        |    |        |    |        |    |        |
|------------------------|----|--------|----|--------|----|--------|
| ①会社員・アルバイトなど<br>就業している | 7  | 23.3%  | 10 | 32.3%  | 17 | 27.9%  |
| ②自営業                   | 2  | 6.7%   | 0  | 0.0%   | 2  | 3.3%   |
| ③退職している、専業主婦<br>など     | 18 | 60.0%  | 10 | 32.3%  | 28 | 45.9%  |
| ④東京芸大教職員               | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   |
| ⑤芸大生                   | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   |
| ⑥東京芸大以外の学生             | 1  | 3.3%   | 6  | 19.4%  | 7  | 11.5%  |
| ⑦その他                   | 2  | 6.7%   | 5  | 16.1%  | 7  | 11.5%  |
|                        | 30 | 100.0% | 31 | 100.0% | 61 | 100.0% |

|                        |    |        |    |        |    |        |
|------------------------|----|--------|----|--------|----|--------|
| ①会社員・アルバイトなど就業<br>している | 19 | 63.3%  | 21 | 67.7%  | 40 | 65.6%  |
| ②自営業                   | 0  | 0.0%   | 1  | 3.2%   | 1  | 1.6%   |
| ③退職している、専業主婦など         | 8  | 26.7%  | 7  | 22.6%  | 15 | 24.6%  |
| ④東京芸大教職員               | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   |
| ⑤芸大生                   | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   |
| ⑥東京芸大以外の学生             | 1  | 3.3%   | 2  | 6.5%   | 3  | 4.9%   |
| ⑦その他                   | 2  | 6.7%   | 0  | 0.0%   | 2  | 3.3%   |
|                        | 30 | 100.0% | 31 | 100.0% | 61 | 100.0% |

Q4.訪問頻度(有料)

|       |    |        |    |        |    |        |
|-------|----|--------|----|--------|----|--------|
| ①ない   | 0  | 0.0%   | 1  | 3.2%   | 1  | 1.6%   |
| ②1-2回 | 5  | 16.7%  | 3  | 9.7%   | 8  | 13.1%  |
| ③3-4回 | 8  | 26.7%  | 11 | 35.5%  | 19 | 31.1%  |
| ④5-6回 | 5  | 16.7%  | 4  | 12.9%  | 9  | 14.8%  |
| ⑤7回以上 | 12 | 40.0%  | 12 | 38.7%  | 24 | 39.3%  |
|       | 30 | 100.0% | 31 | 100.0% | 61 | 100.0% |

|       |    |        |    |        |    |        |
|-------|----|--------|----|--------|----|--------|
| ①ない   | 4  | 13.3%  | 6  | 19.4%  | 10 | 16.4%  |
| ②1-2回 | 8  | 26.7%  | 2  | 6.5%   | 10 | 16.4%  |
| ③3-4回 | 7  | 23.3%  | 6  | 19.4%  | 13 | 21.3%  |
| ④5-6回 | 7  | 23.3%  | 4  | 12.9%  | 11 | 18.0%  |
| ⑤7回以上 | 4  | 13.3%  | 13 | 41.9%  | 17 | 27.9%  |
|       | 30 | 100.0% | 31 | 100.0% | 61 | 100.0% |

Q5.訪問頻度(無料)

|       |    |        |    |        |    |        |
|-------|----|--------|----|--------|----|--------|
| ①ない   | 5  | 16.7%  | 5  | 16.1%  | 10 | 16.4%  |
| ②1-2回 | 8  | 26.7%  | 11 | 35.5%  | 19 | 31.1%  |
| ③3-4回 | 7  | 23.3%  | 8  | 25.8%  | 15 | 24.6%  |
| ④5-6回 | 1  | 3.3%   | 1  | 3.2%   | 2  | 3.3%   |
| ⑤7回以上 | 9  | 30.0%  | 6  | 19.4%  | 15 | 24.6%  |
|       | 30 | 100.0% | 31 | 100.0% | 61 | 100.0% |

|       |    |        |    |        |    |        |
|-------|----|--------|----|--------|----|--------|
| ①ない   | 2  | 6.7%   | 1  | 3.2%   | 3  | 4.9%   |
| ②1-2回 | 8  | 26.7%  | 7  | 22.6%  | 15 | 24.6%  |
| ③3-4回 | 10 | 33.3%  | 6  | 19.4%  | 16 | 26.2%  |
| ④5-6回 | 5  | 16.7%  | 2  | 6.5%   | 7  | 11.5%  |
| ⑤7回以上 | 5  | 16.7%  | 15 | 48.4%  | 20 | 32.8%  |
|       | 30 | 100.0% | 31 | 100.0% | 61 | 100.0% |

Q6.展示ジャンル

|           |    |        |    |        |    |        |
|-----------|----|--------|----|--------|----|--------|
| ①西洋絵画     | 8  | 26.7%  | 6  | 19.4%  | 14 | 23.0%  |
| ②日本、東洋の絵画 | 7  | 23.3%  | 7  | 22.6%  | 14 | 23.0%  |
| ③現代美術     | 3  | 10.0%  | 2  | 6.5%   | 5  | 8.2%   |
| ④彫刻       | 11 | 36.7%  | 14 | 45.2%  | 25 | 41.0%  |
| ⑤工芸       | 1  | 3.3%   | 2  | 6.5%   | 3  | 4.9%   |
| ⑥デザイン     | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   |
| ⑦建築       | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   |
| ⑧映像       | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   |
| ⑨サブカルチャー  | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   |
| ⑩その他      | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   |
|           | 30 | 100.0% | 31 | 100.0% | 61 | 100.0% |

|           |    |        |    |        |    |        |
|-----------|----|--------|----|--------|----|--------|
| ①西洋絵画     | 6  | 20.0%  | 7  | 22.6%  | 13 | 21.3%  |
| ②日本、東洋の絵画 | 2  | 6.7%   | 4  | 12.9%  | 6  | 9.8%   |
| ③現代美術     | 2  | 6.7%   | 3  | 9.7%   | 5  | 8.2%   |
| ④彫刻       | 4  | 13.3%  | 4  | 12.9%  | 8  | 13.1%  |
| ⑤工芸       | 2  | 6.7%   | 4  | 12.9%  | 6  | 9.8%   |
| ⑥デザイン     | 5  | 16.7%  | 7  | 22.6%  | 12 | 19.7%  |
| ⑦建築       | 6  | 20.0%  | 2  | 6.5%   | 8  | 13.1%  |
| ⑧映像       | 2  | 6.7%   | 0  | 0.0%   | 2  | 3.3%   |
| ⑨サブカルチャー  | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   |
| ⑩その他      | 1  | 3.3%   | 0  | 0.0%   | 1  | 1.6%   |
|           | 30 | 100.0% | 31 | 100.0% | 61 | 100.0% |

Q7.情報入手経路

|  |    |       |    |       |    |       |
|--|----|-------|----|-------|----|-------|
| ①口コミ、人からの推薦  | 11 | 36.7% | 14 | 45.2% | 25 | 41.0% |
| ②新聞・雑誌などの記事  | 5  | 16.7% | 4  | 12.9% | 9  | 14.8% |
| ③新聞・雑誌などの広告  | 2  | 6.7%  | 3  | 9.7%  | 5  | 8.2%  |
| ④テレビ・ラジオなどの特<br>集番組                                | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  |
| ⑤テレビ・ラジオなどの広<br>告                                  | 1  | 3.3%  | 0  | 0.0%  | 1  | 1.6%  |
| ⑥テレビ・ラジオなどの<br>ニュース                                | 2  | 6.7%  | 0  | 0.0%  | 2  | 3.3%  |
| ⑦Facebook、mixi、Twitter<br>などのSNS                   | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  |
| ⑧美術館のWebサイト、<br>アート関係情報サイト                         | 2  | 6.7%  | 0  | 0.0%  | 2  | 3.3%  |
| ⑨展示のポスター、チラシ<br>を駅や車内などで見て                         | 4  | 13.3% | 3  | 9.7%  | 7  | 11.5% |
| ⑩展示のポスター、チラシ<br>を学校や図書館など習慣<br>的に行く場所で見            | 2  | 6.7%  | 1  | 3.2%  | 3  | 4.9%  |
| ⑪展示のポスター、チラシ<br>を他の公共施設(美術館・<br>博物館、劇場、公民館等)<br>で見 | 5  | 16.7% | 7  | 22.6% | 12 | 19.7% |
| ⑫その他   | 7  | 23.3% | 14 | 45.2% | 21 | 34.4% |
|  | 41 |       | 46 |       | 87 |       |

|  |    |       |    |       |    |       |
|--|----|-------|----|-------|----|-------|
| ①口コミ、人からの推薦  | 4  | 13.3% | 5  | 16.1% | 9  | 14.8% |
| ②新聞・雑誌などの記事  | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  |
| ③新聞・雑誌などの広告  | 1  | 3.3%  | 0  | 0.0%  | 1  | 1.6%  |
| ④テレビ・ラジオなどの特集<br>番組                                | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  |
| ⑤テレビ・ラジオなどの広告                                      | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  |
| ⑥テレビ・ラジオなどの<br>ニュース                                | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  |
| ⑦Facebook、mixi、Twitterな<br>どのSNS                   | 1  | 3.3%  | 1  | 3.2%  | 2  | 3.3%  |
| ⑧美術館のWebサイト、アート<br>関係情報サイト                         | 2  | 6.7%  | 0  | 0.0%  | 2  | 3.3%  |
| ⑨展示のポスター、チラシを<br>駅や車内などで見て                         | 2  | 6.7%  | 0  | 0.0%  | 2  | 3.3%  |
| ⑩展示のポスター、チラシを<br>学校や図書館など習慣的<br>に行く場所で見            | 3  | 10.0% | 3  | 9.7%  | 6  | 9.8%  |
| ⑪展示のポスター、チラシを<br>他の公共施設(美術館・博<br>物館、劇場、公民館等)<br>で見 | 7  | 23.3% | 10 | 32.3% | 17 | 27.9% |
| ⑫その他   | 12 | 40.0% | 12 | 38.7% | 24 | 39.3% |
|  | 32 |       | 31 |       | 63 |       |

|    | 有料 |        |    |        | 合計 |        |
|----|----|--------|----|--------|----|--------|
|    | 平日 |        | 休日 |        |    |        |
| 女性 | 22 | 73.3%  | 18 | 58.1%  | 40 | 65.6%  |
| 男性 | 8  | 26.7%  | 13 | 41.9%  | 21 | 34.4%  |
|    | 30 | 100.0% | 31 | 100.0% | 61 | 100.0% |

Q8.最初に接触した情報

|   |    |       |    |       |    |       |
|---|----|-------|----|-------|----|-------|
| ①口コミ、人からの推薦                             | 9  | 30.0% | 14 | 45.2% | 23 | 37.7% |
| ②新聞・雑誌などの記事                             | 3  | 10.0% | 2  | 6.5%  | 5  | 8.2%  |
| ③新聞・雑誌などの広告                             | 2  | 6.7%  | 3  | 9.7%  | 5  | 8.2%  |
| ④テレビ・ラジオなどの特集番組                         | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  |
| ⑤テレビ・ラジオなどの広告                           | 1  | 3.3%  | 0  | 0.0%  | 1  | 1.6%  |
| ⑥テレビ・ラジオなどのニュース                         | 1  | 3.3%  | 0  | 0.0%  | 1  | 1.6%  |
| ⑦Facebook、mixi、TwitterなどのSNS            | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  |
| ⑧美術館のWebサイト、アート関係情報サイト                  | 3  | 10.0% | 0  | 0.0%  | 3  | 4.9%  |
| ⑨展示のポスター、チラシを駅や車内などで見て                  | 3  | 10.0% | 2  | 6.5%  | 5  | 8.2%  |
| ⑩展示のポスター、チラシを学校や図書館など習慣的に行き場所で見て        | 0  | 0.0%  | 1  | 3.2%  | 1  | 1.6%  |
| ⑪展示のポスター、チラシを他の公共施設(美術館・博物館、劇場、公民館等)で見て | 3  | 10.0% | 5  | 16.1% | 8  | 13.1% |
| ⑫その他                                    | 5  | 16.7% | 4  | 12.9% | 9  | 14.8% |
|   | 30 |       | 31 |       | 61 |       |

Q9.情報の採用決定

|   |    |       |    |       |    |       |
|---|----|-------|----|-------|----|-------|
| ①口コミ、人からの推薦                             | 11 | 36.7% | 14 | 45.2% | 25 | 41.0% |
| ②新聞・雑誌などの記事                             | 1  | 3.3%  | 2  | 6.5%  | 3  | 4.9%  |
| ③新聞・雑誌などの広告                             | 1  | 3.3%  | 3  | 9.7%  | 4  | 6.6%  |
| ④テレビ・ラジオなどの特集番組                         | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  |
| ⑤テレビ・ラジオなどの広告                           | 1  | 3.3%  | 0  | 0.0%  | 1  | 1.6%  |
| ⑥テレビ・ラジオなどのニュース                         | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  |
| ⑦Facebook、mixi、TwitterなどのSNS            | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  |
| ⑧美術館のWebサイト、アート関係情報サイト                  | 3  | 10.0% | 0  | 0.0%  | 3  | 4.9%  |
| ⑨展示のポスター、チラシを駅や車内などで見て                  | 3  | 10.0% | 2  | 6.5%  | 5  | 8.2%  |
| ⑩展示のポスター、チラシを学校や図書館など習慣的に行き場所で見て        | 0  | 0.0%  | 1  | 3.2%  | 1  | 1.6%  |
| ⑪展示のポスター、チラシを他の公共施設(美術館・博物館、劇場、公民館等)で見て | 3  | 10.0% | 5  | 16.1% | 8  | 13.1% |
| ⑫その他                                    | 7  | 23.3% | 4  | 12.9% | 11 | 18.0% |
|   | 30 |       | 31 |       | 61 |       |

Q10.情報入手方法(有料)

|                      |    |       |    |       |    |       |
|----------------------|----|-------|----|-------|----|-------|
| ①口コミ、人づて             | 3  | 10.0% | 5  | 16.1% | 8  | 13.1% |
| ②一般的な新聞・雑誌など読んで      | 9  | 30.0% | 9  | 29.0% | 18 | 29.5% |
| ③専門の新聞・雑誌を読んで        | 2  | 6.7%  | 0  | 0.0%  | 2  | 3.3%  |
| ④テレビやラジオを見聞きして       | 4  | 13.3% | 0  | 0.0%  | 4  | 6.6%  |
| ⑤インターネットを使って         | 4  | 13.3% | 6  | 19.4% | 10 | 16.4% |
| ⑥駅など公共の場にある広告を見て     | 1  | 3.3%  | 7  | 22.6% | 8  | 13.1% |
| ⑦美術館・博物館等でチラシなどを収集して | 6  | 20.0% | 4  | 12.9% | 10 | 16.4% |
| ⑧その他                 | 1  | 3.3%  | 0  | 0.0%  | 1  | 1.6%  |
|                      | 30 |       | 31 |       | 61 |       |

Q11.情報入手方法(無料)

|                      |    |       |    |       |    |       |
|----------------------|----|-------|----|-------|----|-------|
| ①口コミ、人づて             | 9  | 30.0% | 6  | 19.4% | 15 | 24.6% |
| ②一般的な新聞・雑誌など読んで      | 3  | 10.0% | 4  | 12.9% | 7  | 11.5% |
| ③専門の新聞・雑誌を読んで        | 1  | 3.3%  | 0  | 0.0%  | 1  | 1.6%  |
| ④テレビやラジオを見聞きして       | 2  | 6.7%  | 0  | 0.0%  | 2  | 3.3%  |
| ⑤インターネットを使って         | 2  | 6.7%  | 2  | 6.5%  | 4  | 6.6%  |
| ⑥駅など公共の場にある広告を見て     | 1  | 3.3%  | 10 | 32.3% | 11 | 18.0% |
| ⑦美術館・博物館等でチラシなどを収集して | 5  | 16.7% | 3  | 9.7%  | 8  | 13.1% |
| ⑧その他                 | 7  | 23.3% | 6  | 19.4% | 13 | 21.3% |
|                      | 30 |       | 31 |       | 61 |       |

|  | 無料 |        |    |        | 合計 |        |
|--|----|--------|----|--------|----|--------|
|  | 平日 |        | 休日 |        |    |        |
|  | 18 | 60.0%  | 13 | 41.9%  | 31 | 50.8%  |
|  | 12 | 40.0%  | 18 | 58.1%  | 30 | 49.2%  |
|  | 30 | 100.0% | 31 | 100.0% | 61 | 100.0% |

|   |    |       |    |       |    |       |
|---|----|-------|----|-------|----|-------|
| ①口コミ、人からの推薦                             | 4  | 13.3% | 5  | 16.1% | 9  | 14.8% |
| ②新聞・雑誌などの記事                             | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  |
| ③新聞・雑誌などの広告                             | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  |
| ④テレビ・ラジオなどの特集番組                         | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  |
| ⑤テレビ・ラジオなどの広告                           | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  |
| ⑥テレビ・ラジオなどのニュース                         | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  |
| ⑦Facebook、mixi、TwitterなどのSNS            | 1  | 3.3%  | 1  | 3.2%  | 2  | 3.3%  |
| ⑧美術館のWebサイト、アート関係情報サイト                  | 2  | 6.7%  | 0  | 0.0%  | 2  | 3.3%  |
| ⑨展示のポスター、チラシを駅や車内などで見て                  | 2  | 6.7%  | 0  | 0.0%  | 2  | 3.3%  |
| ⑩展示のポスター、チラシを学校や図書館など習慣的に行き場所で見て        | 3  | 10.0% | 3  | 9.7%  | 6  | 9.8%  |
| ⑪展示のポスター、チラシを他の公共施設(美術館・博物館、劇場、公民館等)で見て | 7  | 23.3% | 10 | 32.3% | 17 | 27.9% |
| ⑫その他                                    | 11 | 36.7% | 12 | 38.7% | 23 | 37.7% |
|   | 30 |       | 31 |       | 61 |       |

|   |    |       |    |       |    |       |
|---|----|-------|----|-------|----|-------|
| ①口コミ、人からの推薦                             | 4  | 13.3% | 5  | 16.1% | 9  | 14.8% |
| ②新聞・雑誌などの記事                             | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  |
| ③新聞・雑誌などの広告                             | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  |
| ④テレビ・ラジオなどの特集番組                         | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  |
| ⑤テレビ・ラジオなどの広告                           | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  |
| ⑥テレビ・ラジオなどのニュース                         | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  | 0  | 0.0%  |
| ⑦Facebook、mixi、TwitterなどのSNS            | 1  | 3.3%  | 1  | 3.2%  | 2  | 3.3%  |
| ⑧美術館のWebサイト、アート関係情報サイト                  | 2  | 6.7%  | 0  | 0.0%  | 2  | 3.3%  |
| ⑨展示のポスター、チラシを駅や車内などで見て                  | 2  | 6.7%  | 0  | 0.0%  | 2  | 3.3%  |
| ⑩展示のポスター、チラシを学校や図書館など習慣的に行き場所で見て        | 3  | 10.0% | 3  | 9.7%  | 6  | 9.8%  |
| ⑪展示のポスター、チラシを他の公共施設(美術館・博物館、劇場、公民館等)で見て | 7  | 23.3% | 10 | 32.3% | 17 | 27.9% |
| ⑫その他                                    | 11 | 36.7% | 12 | 38.7% | 23 | 37.7% |
|   | 30 |       | 31 |       | 61 |       |

|                      |    |       |    |       |    |       |
|----------------------|----|-------|----|-------|----|-------|
| ①口コミ、人づて             | 5  | 16.7% | 1  | 3.2%  | 6  | 9.8%  |
| ②一般的な新聞・雑誌など読んで      | 10 | 33.3% | 7  | 22.6% | 17 | 27.9% |
| ③専門の新聞・雑誌を読んで        | 3  | 10.0% | 1  | 3.2%  | 4  | 6.6%  |
| ④テレビやラジオを見聞きして       | 2  | 6.7%  | 2  | 6.5%  | 4  | 6.6%  |
| ⑤インターネットを使って         | 5  | 16.7% | 8  | 25.8% | 13 | 21.3% |
| ⑥駅など公共の場にある広告を見て     | 3  | 10.0% | 6  | 19.4% | 9  | 14.8% |
| ⑦美術館・博物館等でチラシなどを収集して | 0  | 0.0%  | 5  | 16.1% | 5  | 8.2%  |
| ⑧その他                 | 2  | 6.7%  | 1  | 3.2%  | 3  | 4.9%  |
|                      | 30 |       | 31 |       | 61 |       |

|                      |    |       |    |       |    |       |
|----------------------|----|-------|----|-------|----|-------|
| ①口コミ、人づて             | 8  | 26.7% | 6  | 19.4% | 14 | 23.0% |
| ②一般的な新聞・雑誌など読んで      | 4  | 13.3% | 3  | 9.7%  | 7  | 11.5% |
| ③専門の新聞・雑誌を読んで        | 2  | 6.7%  | 2  | 6.5%  | 4  | 6.6%  |
| ④テレビやラジオを見聞きして       | 1  | 3.3%  | 1  | 3.2%  | 2  | 3.3%  |
| ⑤インターネットを使って         | 3  | 10.0% | 4  | 12.9% | 7  | 11.5% |
| ⑥駅など公共の場にある広告を見て     | 6  | 20.0% | 5  | 16.1% | 11 | 18.0% |
| ⑦美術館・博物館等でチラシなどを収集して | 2  | 6.7%  | 4  | 12.9% | 6  | 9.8%  |
| ⑧その他                 | 4  | 13.3% | 6  | 19.4% | 10 | 16.4% |
|                      | 30 |       | 31 |       | 61 |       |

|    | 有料 |        |    |        | 合計 |        |
|----|----|--------|----|--------|----|--------|
|    | 平日 |        | 休日 |        |    |        |
| 女性 | 22 | 73.3%  | 18 | 58.1%  | 40 | 65.6%  |
| 男性 | 8  | 26.7%  | 13 | 41.9%  | 21 | 34.4%  |
|    | 30 | 100.0% | 31 | 100.0% | 61 | 100.0% |

Q12.同日に訪問した施設

|                 | 平日 |        | 休日 |        | 合計  |        |
|-----------------|----|--------|----|--------|-----|--------|
| ①芸大美術館          | 30 | 100.0% | 31 | 100.0% | 61  | 100.0% |
| ②芸大美術館陳列館       | 15 | 50.0%  | 10 | 32.3%  | 25  | 41.0%  |
| ③東京国立博物館        | 5  | 16.7%  | 1  | 3.2%   | 6   | 9.8%   |
| ④国立科学博物館        | 1  | 3.3%   | 0  | 0.0%   | 1   | 1.6%   |
| ⑤国立西洋美術館        | 2  | 6.7%   | 6  | 19.4%  | 8   | 13.1%  |
| ⑥上野の森美術館        | 1  | 3.3%   | 0  | 0.0%   | 1   | 1.6%   |
| ⑦日本芸術院          | 1  | 3.3%   | 1  | 3.2%   | 2   | 3.3%   |
| ⑧SCAI BUS HOUSE | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   | 0   | 0.0%   |
| ⑨黒田清輝記念室        | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   | 0   | 0.0%   |
| ⑩国際こども図書館       | 0  | 0.0%   | 1  | 3.2%   | 1   | 1.6%   |
| ⑪東京藝術大学旧奏楽堂     | 1  | 3.3%   | 0  | 0.0%   | 1   | 1.6%   |
| ⑫東京文化会館         | 0  | 0.0%   | 1  | 3.2%   | 1   | 1.6%   |
| ⑬上野動物園          | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   | 0   | 0.0%   |
| ⑭下町風俗資料館        | 1  | 3.3%   | 0  | 0.0%   | 1   | 1.6%   |
| ⑮谷中霊園           | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   | 0   | 0.0%   |
| ⑯上野公園           | 4  | 13.3%  | 1  | 3.2%   | 5   | 8.2%   |
| ⑰鈴木演芸場          | 1  | 3.3%   | 1  | 3.2%   | 2   | 3.3%   |
| ⑱アメヤ横丁          | 5  | 16.7%  | 0  | 0.0%   | 5   | 8.2%   |
| ⑳その他            | 5  | 16.7%  | 7  | 22.6%  | 12  | 19.7%  |
|                 | 72 |        | 60 |        | 132 |        |

Q13.芸大比較施設の訪問の有無

|     | 平日 |       | 休日 |       | 合計 |       |
|-----|----|-------|----|-------|----|-------|
| 見た  | 15 | 50.0% | 10 | 32.3% | 25 | 41.0% |
| 見ない | 15 | 50.0% | 21 | 67.7% | 36 | 59.0% |
|     | 30 |       | 31 |       | 61 |       |

Q14.訪問した理由(有料)

|              | 平日 |       | 休日 |       | 合計 |       |
|--------------|----|-------|----|-------|----|-------|
| ①展示に興味があるから  | 8  | 26.7% | 3  | 9.7%  | 11 | 18.0% |
| ②入場無料だから     | 1  | 3.3%  | 1  | 3.2%  | 2  | 3.3%  |
| ③美術館に来たついでから | 6  | 20.0% | 6  | 19.4% | 12 | 19.7% |
|              | 15 |       | 10 |       | 25 |       |

Q14.訪問した理由(無料)

|  | 無料 |        |    |        | 合計 |        |
|--|----|--------|----|--------|----|--------|
|  | 平日 |        | 休日 |        |    |        |
|  | 18 | 60.0%  | 13 | 41.9%  | 31 | 50.8%  |
|  | 12 | 40.0%  | 18 | 58.1%  | 30 | 49.2%  |
|  | 30 | 100.0% | 31 | 100.0% | 61 | 100.0% |

|                 | 平日 |        | 休日 |        | 合計  |        |
|-----------------|----|--------|----|--------|-----|--------|
| ①芸大美術館          | 10 | 33.3%  | 19 | 61.3%  | 29  | 47.5%  |
| ②芸大美術館陳列館       | 30 | 100.0% | 31 | 100.0% | 61  | 100.0% |
| ③東京国立博物館        | 2  | 6.7%   | 1  | 3.2%   | 3   | 4.9%   |
| ④国立科学博物館        | 1  | 3.3%   | 0  | 0.0%   | 1   | 1.6%   |
| ⑤国立西洋美術館        | 2  | 6.7%   | 8  | 25.8%  | 10  | 16.4%  |
| ⑥上野の森美術館        | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   | 0   | 0.0%   |
| ⑦日本芸術院          | 1  | 3.3%   | 0  | 0.0%   | 1   | 1.6%   |
| ⑧SCAI BUS HOUSE | 0  | 0.0%   | 2  | 6.5%   | 2   | 3.3%   |
| ⑨黒田清輝記念室        | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   | 0   | 0.0%   |
| ⑩国際こども図書館       | 1  | 3.3%   | 0  | 0.0%   | 1   | 1.6%   |
| ⑪東京藝術大学旧奏楽堂     | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   | 0   | 0.0%   |
| ⑫東京文化会館         | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   | 0   | 0.0%   |
| ⑬上野動物園          | 1  | 3.3%   | 0  | 0.0%   | 1   | 1.6%   |
| ⑭下町風俗資料館        | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   | 0   | 0.0%   |
| ⑮谷中霊園           | 3  | 10.0%  | 1  | 3.2%   | 4   | 6.6%   |
| ⑯上野公園           | 3  | 10.0%  | 0  | 0.0%   | 3   | 4.9%   |
| ⑰鈴木演芸場          | 0  | 0.0%   | 0  | 0.0%   | 0   | 0.0%   |
| ⑱アメヤ横丁          | 1  | 3.3%   | 1  | 3.2%   | 2   | 3.3%   |
| ⑳その他            | 2  | 6.7%   | 3  | 9.7%   | 5   | 8.2%   |
|                 | 57 |        | 66 |        | 123 |        |

|     | 平日 |       | 休日 |       | 合計 |       |
|-----|----|-------|----|-------|----|-------|
| 見た  | 10 | 33.3% | 19 | 61.3% | 29 | 47.5% |
| 見ない | 20 | 66.7% | 12 | 38.7% | 32 | 52.5% |
|     | 30 |       | 31 |       | 61 |       |

|             | 平日 |       | 休日 |       | 合計 |       |
|-------------|----|-------|----|-------|----|-------|
| ①展示に興味があるから | 10 | 33.3% | 16 | 51.6% | 26 | 42.6% |
| ②招待券をもらったから | 0  | 0.0%  | 2  | 6.5%  | 2  | 3.3%  |
| ③その他        | 0  | 0.0%  | 1  | 3.2%  | 1  | 1.6%  |
|             | 10 |       | 19 |       | 29 |       |

Q15.訪問しない理由

|          | 平日 |       | 休日 |       | 合計 |       |
|----------|----|-------|----|-------|----|-------|
| ①興味がないから | 3  | 10.0% | 3  | 9.7%  | 6  | 9.8%  |
| ②時間がないから | 12 | 40.0% | 16 | 51.6% | 28 | 45.9% |
| ③その他     | 0  | 0.0%  | 2  | 6.5%  | 2  | 3.3%  |
|          | 15 |       | 21 |       | 36 |       |

|          | 平日 |       | 休日 |       | 合計 |       |
|----------|----|-------|----|-------|----|-------|
| ①興味がないから | 3  | 10.0% | 1  | 3.2%  | 4  | 6.6%  |
| ②時間がないから | 12 | 40.0% | 10 | 32.3% | 22 | 36.1% |
| ③その他     | 5  | 16.7% | 1  | 3.2%  | 6  | 9.8%  |
|          | 20 |       | 12 |       | 32 |       |

## 付録2：調査票

以下に今回アンケート調査に使用した調査票を付す。有料及び無料の区別は、設問の4、5、10及び11において、「有料」「無料」がそれぞれ入れ替わる。

### 来館に関するアンケート

該当するものに○印をつけて下さい。

- お住まいの地域を教えてください。その他の場合は県名を記入してください。  
① 東京都                      ② 埼玉県                      ③ 神奈川県                      ④ 千葉県  
⑤ 栃木県                      ⑥ 群馬県                      ⑦ 茨城県                      ⑧ その他
- 年代を教えてください。  
①10代    ②20代    ③30代    ④40代    ⑤50代    ⑥60代    ⑦70代以上
- ご職業を教えてください。  
①会社員・アルバイトなど就業している                      ②自営業                      ③退職している、専業主婦など  
④東京芸大教職員                      ⑤芸大生                      ⑥東京芸大以外の学生  
⑦その他
- 最近1年以内に**何回、有料の展覧会**を見ましたか？  
①ない                      ②1－2回                      ③3－4回                      ④5－6回                      ⑤7回以上
- 最近1年以内に**何回、無料の展覧会**を見ましたか？  
①ない                      ②1－2回                      ③3－4回                      ④5－6回                      ⑤7回以上
- 一番好きな展示のジャンルを教えてください。一つだけお答えください。

|  |          |  |           |
|--|----------|--|-----------|
|  | ①西洋絵画    |  | ②日本、東洋の絵画 |
|  | ③現代美術    |  | ④彫刻       |
|  | ⑤工芸      |  | ⑥デザイン     |
|  | ⑦建築      |  | ⑧映像       |
|  | ⑨サブカルチャー |  | ⑩その他      |

7. 今回の展覧会の情報は何で知りましたか？見たり聞いたりしたものをいくつか教えてください。

|   |                                  |
|---|----------------------------------|
| ① 口コミ、人からの推薦                            | ② 新聞・雑誌などの記事                     |
| ③ 新聞・雑誌などの広告                            | ④ テレビ・ラジオなどの特集番組                 |
| ⑤ テレビ・ラジオなどの広告                          | ⑥ テレビ・ラジオなどのニュース                 |
| ⑦ Facebook、mixi、TwitterなどのSNS           | ⑧ 美術館の Web サイト、アート関係情報サイト        |
| ⑨ 展示のポスター、チラシを駅や車内などで見て                 | ⑩ 展示のポスター、チラシを学校や図書館など慣例的に行く場所で見 |
| ⑪ 展示のポスター、チラシを他の公共施設（美術館・博物館、劇場、公民館等）で見 | ⑫ その他：具体的に教えてください。               |

8. 上記の情報の中で、**最初に見聞きした**のはどれですか？**一つだけ**お答えください。

|  |                                  |
|--|----------------------------------|
| ① 口コミ、人からの推薦                           | ② 新聞・雑誌などの記事                     |
| ③ 新聞・雑誌などの広告                           | ④ テレビ・ラジオなどの特集番組                 |
| ⑤ テレビ・ラジオなどの広告                         | ⑥ テレビ・ラジオなどのニュース                 |
| ⑦ Facebook、mixi、TwitterなどのSNS          | ⑧ 美術館の Web サイト、アート関係情報サイト        |
| ⑨ 展示のポスター、チラシを駅や車内などで見て                | ⑩ 展示のポスター、チラシを学校や図書館など慣例的に行く場所で見 |
| ⑪ 展示のポスター、チラシを他の公共施設（美術館・博物館、劇場、公民館等）見 | ⑫ その他：具体的に教えてください。               |

9. 上記の情報の中で、**どの情報を見て、展覧会に行こうと思いましたか？**

**一つだけ**お答えください。

|  |                                  |
|--|----------------------------------|
| ① 口コミ、人からの推薦                           | ② 新聞・雑誌などの記事                     |
| ③ 新聞・雑誌などの広告                           | ④ テレビ・ラジオなどの特集番組                 |
| ⑤ テレビ・ラジオなどの広告                         | ⑥ テレビ・ラジオなどのニュース                 |
| ⑦ Facebook、mixi、TwitterなどのSNS          | ⑧ 美術館の Web サイト、アート関係情報サイト        |
| ⑨ 展示のポスター、チラシを駅や車内などで見て                | ⑩ 展示のポスター、チラシを学校や図書館など慣例的に行く場所で見 |
| ⑪ 展示のポスター、チラシを他の公共施設（美術館・博物館、劇場、公民館等）見 | ⑫ その他：具体的に教えてください。               |

10. 普段はどのように**有料**の展覧会の情報を収集していますか？**最も利用する方法を一つ**選んで下さい。

|                      |                  |
|----------------------|------------------|
| ①口コミ、人づて             | ②一般的な新聞・雑誌など読んで  |
| ③専門の新聞・雑誌を読んで        | ④テレビやラジオを見聞きして   |
| ⑤インターネットを使って         | ⑥駅など公共の場にある広告を見て |
| ⑦美術館・博物館等でチラシなどを収集して | ⑧その他             |

11. 普段はどのように**無料**の展覧会の情報を収集していますか？**最も利用する方法を一つ**選んで下さい。

|                      |                  |
|----------------------|------------------|
| ①口コミ、人づて             | ②一般的な新聞・雑誌など読んで  |
| ③専門の新聞・雑誌を読んで        | ④テレビやラジオを見聞きして   |
| ⑤インターネットを使って         | ⑥駅など公共の場にある広告を見て |
| ⑦美術館・博物館等でチラシなどを収集して | ⑧その他             |

12. 本日はどの施設に行きましたか、あるいはこれから行きますか？**いくつでも**お答え下さい。

|           |                 |          |
|-----------|-----------------|----------|
| ①芸大美術館    | ②芸大美術館陳列館       | ③東京国立博物館 |
| ④国立科学博物館  | ⑤国立西洋美術館        | ⑥上野の森美術館 |
| ⑦日本芸術院    | ⑧SCAI BUS HOUSE | ⑨黒田清輝記念室 |
| ⑩国際こども図書館 | ⑪東京藝術大学旧奏楽堂     | ⑫東京文化会館  |
| ⑬上野動物園    | ⑭下町風俗資料館        | ⑮谷中霊園    |
| ⑯上野公園     | ⑰鈴木演芸場          | ⑱アメヤ横丁   |
| ⑳その他      |                 |          |

13. 本日は芸大美術館の「彫刻の時間—継承と展開—」をご覧になりましたか？

|        |       |
|--------|-------|
| ①見た／見る | →問14へ |
| ②見ない   | →問15へ |

14. 問13で①見た／見るとお答えになった方にお尋ねします。**見た／見る理由**は何ですか。**一つだけ**お答えください。

a. 展示に興味があるから      b. 招待券をもらったから      c. その他

15. 問13で②見ないとお答えになった方にお尋ねします。**見ない理由**は何ですか。**一つだけ**お答えください。

a. 興味がないから      b. 時間がないから      c. その他

**以上でアンケートは終わりです。ご協力どうもありがとうございました。**