

平成 18 年度静岡県立美術館評価業務 報告書

平成 19 年 3 月

(財) 静岡総合研究機構

## 目 次

1	評価業務の概要	1
2	「ミュージアム・ナビ」における現状値	3
3	展覧会事業の現状値に関する集計・分析	4
3-1	観覧者（回答者）の属性	4
3-2	展覧会に関して観覧者（回答者）が感じた価値	11
4	その他の事業に関する集計・分析	20
4-1	教育・普及プログラム	20
4-2	ロダン館コンサート	27
4-3	図書閲覧室	31
4-4	レストラン	33
4-5	ミュージアム・ショップ	38
4-6	ホームページ	41
4-7	県政インターネット・モニターアンケート	44

## 1 評価業務の概要

本業務では、静岡県立美術館において平成 18 年度に実施した以下の事業について、観覧者、参加者、利用者等を対象とするアンケート調査によってその効果を測定するために、回収された調査票の集計・分析等を行った。これらの測定結果の一部は、同館の自己評価システムである「ミュージアム・ナビ」の評価指標のうち、主に定量的指標の値を算出するために用いている。

なお、展覧会事業については、アンケート調査票の自由回答欄（あなたの生活において「美術館」はどのような存在・位置付けですか。）で得られた文章をテキストマイニング手法で処理し、定性的指標「観覧者の生活に変化をもたらしたか」の評価に備えて現状に関する分析を別途行った（この分析については、別途報告する）。

### (1) 展覧会事業

- ・山内一豊とその妻

平成 18 年 4 月 15 日（土）～5 月 28 日（日）

- ・コレクション 20 年の熱情Ⅰ－心にひびく風景画 富士山からセザンヌ、ゴーギャンまで  
平成 18 年 6 月 6 日（火）～7 月 9 日（日）

- ・コレクション 20 年の熱情Ⅱ－時代を超える個性 若冲、クレーから戦後アメリカまで  
平成 18 年 7 月 26 日（水）～9 月 3 日（日）

- ・世界遺産ナスカ展－地上絵の創造者たち－  
平成 18 年 9 月 12 日（火）～10 月 30 日（月）

- ・森鷗外と美術－明治、大正美術を支えた友情と栄光の物語  
平成 18 年 11 月 7 日（火）～12 月 17 日（日）

- ・ロダン－創造の秘密－  
平成 19 年 2 月 4 日（日）～3 月 25 日（日）

### (2) 教育普及事業

- ・粘土開放日
- ・絵の具開放日
- ・色彩アトリエ
- ・土曜工作室
- ・版画入門
- ・絵画ワークショップ
- ・夏休み子どもワークショップ
- ・創作週間イベント

### (3) ロダン館コンサート

- ・松谷 卓（ピアノ）、多井智紀（チェロ）…平成 18 年 6 月 17 日（土）
- ・小澤真智子（ヴァイオリン）…平成 19 年 8 月 19 日（土）

### (4) 図書閲覧室

### (5) レストラン

### (6) ミュージアムショップ

(7) ホームページ

また、県立美術館で実施したこれらのアンケート調査に加え、静岡県が実施した、平成 18 年度県政インターネット・モニターアンケート第 7 回「県立美術館の利用に関する意識調査」の結果についても考察を加えた。

## 2 「ミュージアム・ナビ」に関する現状値

アンケート調査から算出した、「ミュージアム・ナビ」の指標に関する平成18年度事業の現状値を以下に記載した。表1では、美術館評価に関する自主研究で設定した「ベンチマークス」の指標による測定値（平成14～16年度）を参考として掲げ、表2では、17～18年度の展覧会ごとの内訳を含めて記載してある。

現在の「ミュージアム・ナビ」の指標による現状値測定は、平成17年度の「アルタイの至宝」展から始まっているが、18年度には、アンケート調査の実査や、測定目的の検討結果を反映させながら比較項目や設問等に徐々に改良を加えている。例えば、地域別観覧者数の割合を、「市内：県内：県外」を「中部：西部：東部：県外」としたことや、設問の追加や整理等を挙げることができる。使用した調査票は、資料編にまとめた。

(表1)

### 「ミュージアム・ナビ」に関する現状値

※14～16年度は旧「ベンチマークス」の現状値を参考として掲出

		H14年度	H15年度	H16年度	H17年度	H18年度
A	観覧者リピート%	82.4	82.2		82.8	77.3
	観覧者満足度%	58.1	62.4	62.8	65.8	67.7
	普及事業満足度%	89.0	98.6	86.0	93.9	84.8
	実技から展覧会観覧%			11.1	37.5	35.6
	鑑賞環境満足度%	82.8	78.2	85.1	89.6	84.6
B	風景の美術館認知度%				30.9	27.3
C	情報が入手しやすい%	39.3	37.0		71.5	69.7
	公共交通機関アクセス満足度%	45.3	77.8		82.5	78.9
	自家用車アクセス満足度%	84.6	78.4		76.0	67.3
	スタッフ対応満足度%	84.1	90.6	72.0	81.9	78.7
	ロダン・エントランス催事満足度%				94.8	93.6
	レストラン満足度%	33.0	57.6		63.2	57.1
	ショップ満足度%	72.7	82.8		89.3	77.1
D	ボランティア満足度%	89.4			78.8	
	友の会満足度%	82.8			90.0	
	HP満足度%	60.1	68.7		69.6	77.8
	図書閲覧室満足度%	30.5	65.2		67.5	73.5
	新規観覧者%	17.6	17.8		17.2	22.7
	新規観覧者満足度%	56.5	52.2		65.7	67.7
	地域別観覧者数(市内：県内：県外)%	48:42:10	45:46:9	42:47:11	44:48:8	61:13:15:11
	2・3世代観覧者%				26.7	29.7

■ データ読替等

※地域別観覧者数

■ データなし

～⑪ 市内：県内：県外

⑩～ 中部：西部：東部：県外

(表2)

### 「ミュージアム・ナビ」に関する現状値 (17～18年度通年値及び内訳)

現状値	H17年度							現状値	H18年度					
	20世紀	物語	展覧会	アルタイ	文人の夢	誘惑	花鳥風月		山内-豊	熱情I	熱情II	ナスカ	鷗外	ロダン
観覧者リピート%	82.8			83.2	83.1	78.7	83.4	77.3	80.9	78.6	72.2	84.2	80.6	68.3
観覧者満足度%	65.8	60.5	61.5	81.4	59.5	51.4	66.6	67.7	67.5	57.9	60.1	75.8	66.6	73.9
普及事業満足度%	93.9	—	—	—	—	—	—	84.8	—	—	—	—	—	—
実技から展覧会観覧%	37.5	—	—	—	—	—	—	35.6	—	—	—	—	—	—
鑑賞環境満足度%	89.6	88.6	88.5	92.1	86.9	84.1	92.0	84.6	82.1	89.1	88.2	74.4	91.6	87.4
風景の美術館認知度%	30.9			25.7	32.8	25.0	36.0	27.3	33.0	33.7	21.9	25.6	35.0	18.0
情報が入手しやすい%	71.5			86.7	62.9	62.8	66.6	69.7	73.3	64.2	64.8	73.5	72.8	69.9
公共交通機関アクセス満足度%	82.5			88.1	75.1	83.5	82.1	78.9	79.3	75.7	73.5	80.7	87.3	77.1
自家用車アクセス満足度%	76.0			82.5	66.9	71.0	77.1	67.3	69.2	70.8	58.5	56.7	84.2	75.6
スタッフ対応満足度%	81.9	76.0	75.0	93.9	75.8	75.8	83.0	78.7	79.0	80.4	81.7	74.1	82.0	77.6
ロダン・エントランス催事満足度%	94.8	—	—	—	—	—	—	93.6	—	—	—	—	—	—
レストラン満足度%	63.2	—	—	—	—	—	—	57.1	—	—	—	—	—	—
ショップ満足度%	89.3	—	—	—	—	—	—	77.1	—	—	—	—	—	—
ボランティア満足度%	78.8	—	—	—	—	—	—		—	—	—	—	—	—
友の会満足度%	90.0	—	—	—	—	—	—		—	—	—	—	—	—
HP満足度%	69.6	—	—	—	—	—	—	77.8	—	—	—	—	—	—
図書閲覧室満足度%	67.5	—	—	—	—	—	—	73.5	—	—	—	—	—	—
新規観覧者%	17.2			16.8	16.9	21.3	16.6	22.7	19.1	22.4	27.8	15.8	19.4	32.7
新規観覧者満足度%	65.7			84.6	52.4	52.0	64.3	67.7	51.1	62.2	62.1	70.4	75.4	73.4
地域別観覧者数(市内：県内：県外)%※	44:48:8	43:43:14	49:44:7	40:57:3	43:48:9	44:49:7	44:46:10	61:13:15:11	64:13:17:6	62:14:12:12	61:9:12:17	67:13:16:4	61:8:15:16	51:21:13:14
2・3世代観覧者%	26.7			41.7	16.0	13.4	20.1	29.7	23.5	13.7	42.2	32.9	19.1	38.5

### 3 展覧会事業の現状値に関する集計・分析

平成 18 年度にアンケート調査を実施し、集計・分析を行った展覧会及びアンケート調査票回収状況は、以下のとおりである（表 3）。

（表 3）展覧会別アンケート回収状況

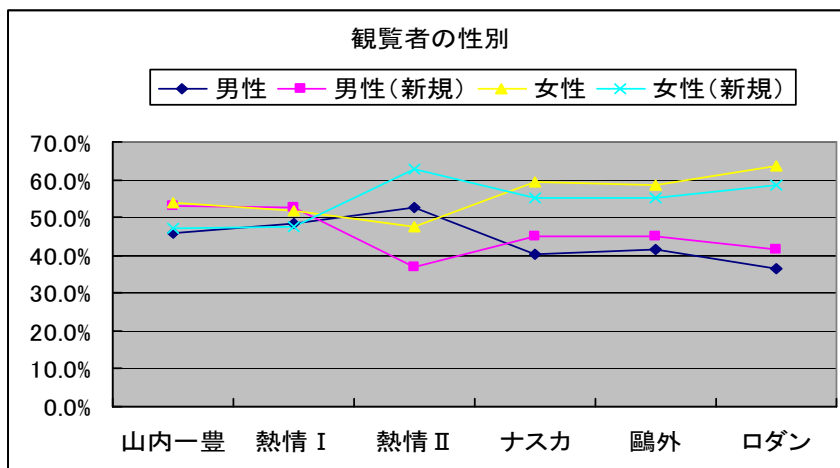
展覧会名	回収数（A）	観覧者数（B）	(A/B)×100%
山内一豊とその妻	510	30,444	1.7
コレクション 20 年の熱情 I	456	6,868	6.6
コレクション 20 年の熱情 II	491	13,947	3.5
世界遺産ナスカ展	658	84,612	0.8
森鷗外と美術	381	7,360	5.2
ロダンー創造の秘密	530	46,904	1.1
計	3,026	190,135	1.6

以下に、設問ごとの集計・分析結果を記載する。

#### 3-1 観覧者（回答者）の属性

##### （1）性別

展覧会名	男性	男性(新規)	女性	女性(新規)
山内一豊	46.0%	53.1%	54.0%	46.9%
熱情 I	48.3%	52.5%	51.7%	47.5%
熱情 II	52.5%	37.1%	47.5%	62.9%
ナスカ	40.3%	45.0%	59.4%	55.0%
鷗外と美術	41.4%	44.9%	58.6%	55.1%
ロダン	36.5%	41.5%	63.5%	58.5%



回答者全体では、「熱情 II」を除いて女性の比率が高いが、新規来館者については、「山内一豊」「熱情 I」において男性がやや女性を上回り、「ナスカ」「鷗外」「ロダン」においては、回答者全体に比べて差が縮小している。

「熱情 II」では今年度の展覧会で唯一男性の比率（52.5%）が女性を上回ったが、新規来館者についてはその比率が逆転し、女性が 60%を超えている。

(2) 年齢層

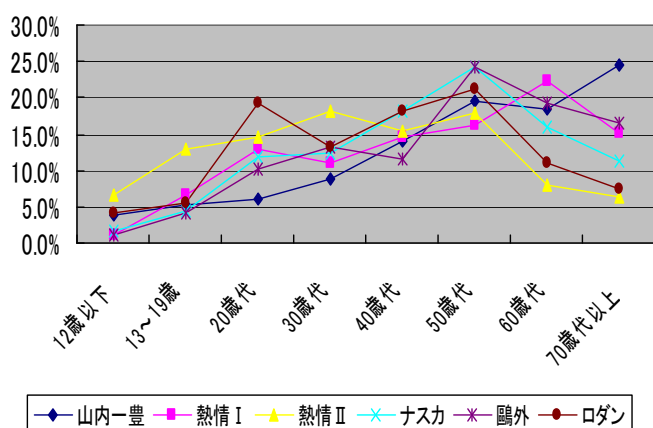
【回答者全体】

	12歳以下	13～19歳	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上
山内一豊	3.8%	5.2%	6.0%	8.7%	13.9%	19.5%	18.5%	24.5%
熱情Ⅰ	1.1%	6.7%	12.9%	10.9%	14.7%	16.3%	22.3%	15.1%
熱情Ⅱ	6.6%	13.0%	14.7%	18.2%	15.3%	17.8%	8.1%	6.2%
ナスカ	1.6%	4.4%	11.9%	12.5%	18.1%	24.2%	16.1%	11.4%
鷗外	1.1%	4.0%	10.2%	13.1%	11.5%	24.3%	19.3%	16.6%
ロダン	4.2%	5.5%	19.2%	13.1%	18.3%	21.3%	11.0%	7.4%

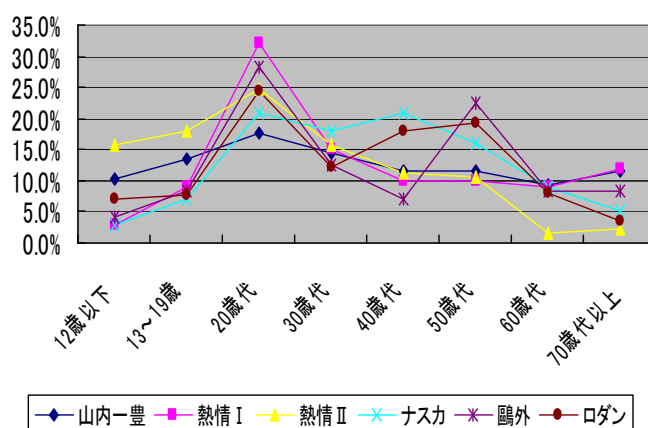
【新規来館者】

	12歳以下	13～19歳	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上
山内一豊	10.4%	13.5%	17.7%	14.6%	11.5%	11.5%	9.4%	11.5%
熱情Ⅰ	3.0%	9.0%	32.0%	15.0%	10.0%	10.0%	9.0%	12.0%
熱情Ⅱ	15.8%	18.0%	24.8%	15.8%	11.3%	10.5%	1.5%	2.3%
ナスカ	3.0%	7.0%	21.0%	18.0%	21.0%	16.0%	9.0%	5.0%
鷗外	4.2%	8.5%	28.2%	12.7%	7.0%	22.5%	8.5%	8.5%
ロダン	7.0%	7.6%	24.4%	12.2%	18.0%	19.2%	8.1%	3.5%

観覧者の年齢層【回答者全体】



観覧者の年齢層【新規来館者】



回答者全体では、50歳代の比率が他の年齢層に比べて高くなってはいるものの、「山内一豊」では70歳代以上が、「熱情Ⅱ」では30歳代と50歳代、「ロダン」では20歳代と50歳代がそれぞれピークとなっており、展覧会ごとに観覧者の年齢構成の特徴があり、必ずしも中高年の観覧者だけが多いわけではないことを示している。

一方、新規来館者を見ると、どの展覧会においても20歳代の比率の高さが目立ち、年齢層は比較的若い世代が主であることがわかる。同時に、「ナスカ」では40歳代、「ロダン」「鷗外」では50歳代の比率も高くなっており、ここでも展覧会の特徴が観覧者の年齢構成に影響を与えていることを見て取ることができる。

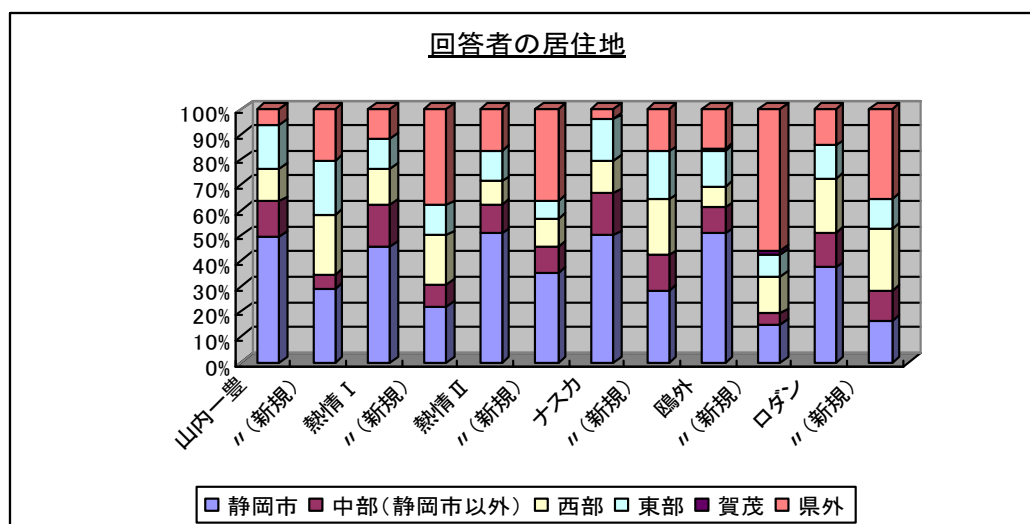
### (3) 居住地

#### 【回答者全体】

	静岡市	中部(静岡以外)	西部	東部	賀茂	県外
山内一豊	49.4%	14.0%	13.0%	17.4%	0.2%	6.0%
熱情Ⅰ	45.7%	16.8%	14.2%	11.7%	0.0%	11.7%
熱情Ⅱ	50.8%	11.4%	9.3%	12.1%	0.0%	16.4%
ナスカ	50.0%	16.5%	13.1%	16.3%	0.3%	3.7%
鷗外	50.8%	10.3%	8.1%	14.6%	0.5%	15.7%
ロダン	37.2%	14.1%	21.0%	13.4%	0.0%	14.3%

#### 【新規】

	静岡市	中部(静岡以外)	西部	東部	賀茂	県外
山内一豊	29.0%	5.4%	23.7%	21.5%	0.0%	20.4%
熱情Ⅰ	21.7%	8.7%	19.6%	12.0%	0.0%	38.0%
熱情Ⅱ	35.2%	10.4%	11.2%	7.2%	0.0%	36.0%
ナスカ	28.4%	13.7%	22.1%	18.9%	0.0%	16.8%
鷗外	14.7%	4.4%	14.7%	8.8%	1.5%	55.9%
ロダン	16.5%	11.8%	24.7%	11.8%	0.0%	35.3%

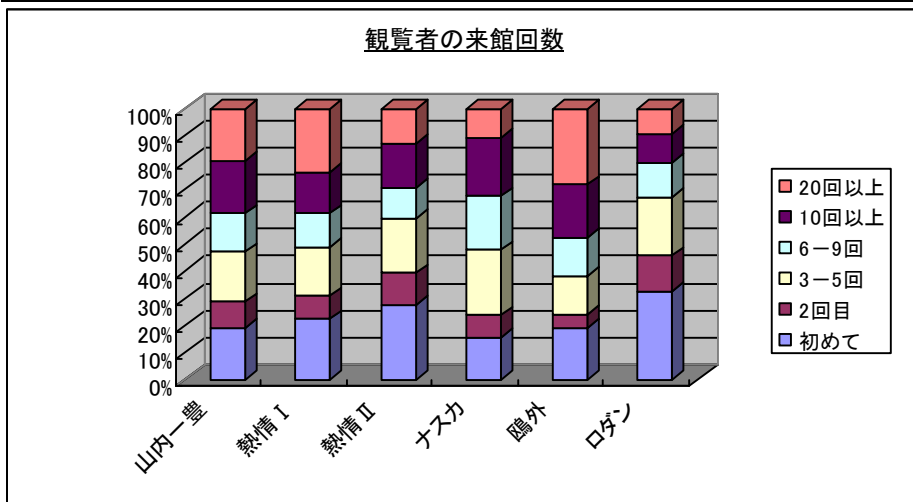


回答者全体では、静岡市内の居住者が「ロダン」を除いてほぼ半数を占め、中部地域全体では60%程度に達する。これ以外の地域では、東部、西部、県外が展覧会ごとに順位を入れ替えて続いている。賀茂地域についてはほとんどサンプルが無い状態である。「熱情Ⅰ」「鷗外」については、県外居住者の割合が東部、西部をやや上回った。「ロダン」では静岡市内が40%に満たず、中部地域全体でも50%程度だった分西部地域が比率(21%)を高め、東部、県外と合わせて約50%となった。また、「山内一豊」「ナスカ」はマスメディアが共催者となつての全国巡回展であるため、県外居住者の比率はかなり低い数値となった。

新規来館者については、静岡市内居住者の比率が明らかに低下し、西部、東部、県外の比率が高まる。このうち、県外居住者は、「鷗外」(55.9%)を筆頭に「熱情Ⅰ」(38.0%)、「熱情Ⅱ」(36.0%)、「ロダン」(35.3%)において最も比率が高く、夏休み等の季節的な要因の影響(「熱情Ⅱ」は夏休み期間中)が考えられるとはいえ、展覧会の企画内容が県外居住者を惹きつけた結果と考えることができるだろう。

(4) 来館回数

	初めて	2回目	3-5回	6-9回	10回以上	20回以上
山内一豊	19.1%	9.6%	18.3%	14.4%	19.3%	19.3%
熱情Ⅰ	22.4%	8.4%	18.2%	12.2%	15.2%	23.6%
熱情Ⅱ	27.8%	11.5%	20.0%	11.5%	16.2%	12.8%
ナスカ	15.8%	8.0%	24.1%	19.7%	21.5%	10.8%
鷗外	19.4%	4.8%	14.0%	14.2%	19.6%	28.0%
ロダン	32.7%	13.1%	21.3%	12.7%	10.8%	9.3%



当館の中心的な顧客層は、来館回数の多いリピーターと考えられてきた。確かにその傾向は強いものの、展覧会の内容、仕立て等によって観覧者層に変化が現れている。

新規来館者比率が高かった展覧会は、「ロダン」(32.7%)、「熱情Ⅱ」(27.8%)であり、逆に1年間の来館回数が20回以上というハード・リピーターの比率が高かったのは、「鷗外」(28.0%)、「熱情Ⅰ」(23.6%)だった。特に「ロダン」と「鷗外」は対照的であり、「ロダン」では新規来館者と2回目の来館者を合わせた比率が約45%に達し、「鷗外」では「10回以上」「20回以上」の合計が50%近くとなっている。

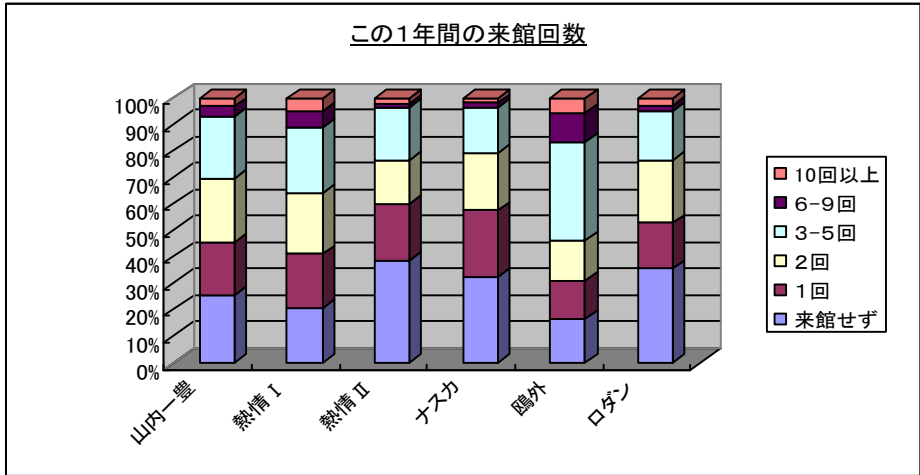
また、いわゆる“文明展”である「ナスカ」は、集客力では圧倒的な強さを見せながらも新規来館者の比率は、今年度の展覧会の中で最も低い数値(15.8%)となった。その一方で来館回数が10回に満たないリピーターの合計が70%近くに達している。平成17年度に実施した「アルタイの至宝」(新規=16.8%、10回以上=約30%)においても同様の傾向が見られることから、従来新規顧客層の開拓を目的の一つに掲げてきた文明展が、必ずしもその目的を十分に果たしていないことや、定例化した文明展を目的に来館する“文明展リピーター”層が存在すること等が浮かび上がってくる。

来館経験者に対する設問である「この1年間の来館回数」からも、「ナスカ」で“来館経験あり”とした回答者の32.3%が1年以上来館しておらず、1年以内に1回とした回答者が25.2%であったことから、“文明展リピーター”層の存在を感じ取ることができる。同時に、「ナスカ」、「熱情Ⅱ」、「ロダン」では、この1年間で「来館せず」「1回」を合わせた比率が50%を超えており、これらの展覧会が、以前来館したものの足が遠ざかっていた層を呼び戻す役割を果たしたということが考えられる。

この設問から、「ミュージアム・ナビ」の指標である「観覧者リピート率」「新規観覧者率」を算出している。

この1年間の来館回数

	来館せず	1回	2回	3-5回	6-9回	10回以上
山内一豊	25.7%	19.8%	23.9%	23.4%	4.1%	3.1%
熱情Ⅰ	20.8%	20.2%	23.2%	24.7%	6.3%	4.8%
熱情Ⅱ	38.7%	21.4%	16.2%	19.9%	1.7%	2.0%
ナスカ	32.3%	25.2%	21.6%	17.2%	1.9%	1.7%
鷗外	16.5%	14.8%	14.8%	37.1%	11.3%	5.5%
ロダン	35.6%	17.1%	23.6%	18.5%	2.3%	2.8%



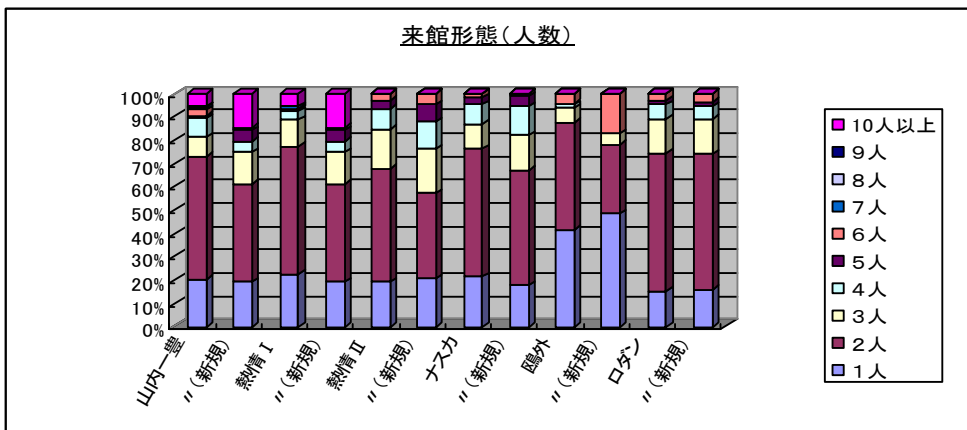
(5) 来館形態 (人数)

【回答者全体】

	1人	2人	3人	4人	5人	6人	7人	8人	9人	10人以上
山内一豊	20.3%	52.8%	8.4%	7.9%	1.4%	2.5%	0.9%	0.5%	0.0%	5.4%
熱情Ⅰ	22.7%	54.9%	11.3%	3.4%	0.5%	0.7%	1.0%	0.0%	0.0%	5.5%
熱情Ⅱ	19.2%	48.6%	16.9%	8.9%	3.6%	2.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
ナスカ	21.3%	55.0%	10.6%	8.3%	3.0%	1.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
鷗外	41.7%	46.0%	6.0%	1.7%	0.3%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
ロダン	15.6%	59.8%	14.8%	6.3%	1.8%	3.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

【新規】

	1人	2人	3人	4人	5人	6人	7人	8人	9人	10人以上
山内一豊	19.3%	42.2%	13.3%	4.8%	4.8%	0.0%	0.0%	1.2%	0.0%	14.5%
熱情Ⅰ	12.6%	55.8%	13.7%	4.2%	0.0%	0.0%	4.2%	0.0%	0.0%	9.5%
熱情Ⅱ	20.6%	36.5%	19.0%	11.9%	7.1%	4.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
ナスカ	17.9%	49.5%	14.7%	12.6%	4.2%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
鷗外	48.4%	29.7%	4.7%	0.0%	0.0%	17.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
ロダン	15.8%	57.6%	14.8%	5.5%	1.8%	3.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%



「鷗外」以外の展覧会では、回答者全体、新規来館者ともに2人で来館する比率が最も高い。

「鷗外」では、回答者全体でも他の展覧会と比較して1人での来館比率が高く（41.7%）、新規来館者では1人での来館比率が48.4%に達し、最多の来館形態となっている。

一般に、新規来館者では来館時の人数が回答者全体と比較してやや多くなる傾向があるが、「鷗外」に関しては傾向を異にしている。また、「ロダン」では、回答者全体と新規来館者との間で傾向の違いは見られなかった。

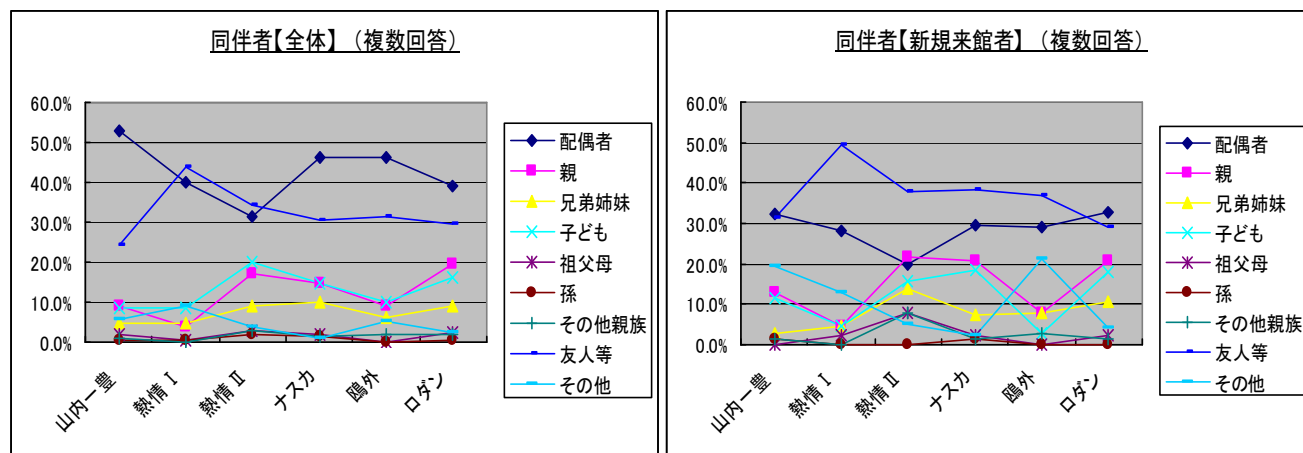
## （6）複数人数で来館した場合の同伴者

【回答者全体】（複数回答）

	配偶者	親	兄弟姉妹	子ども	祖父母	孫	その他親族	友人等	その他
山内一豊	52.7%	8.9%	4.5%	8.7%	1.9%	0.4%	1.0%	24.4%	5.8%
熱情Ⅰ	39.9%	4.0%	4.6%	8.5%	0.6%	0.6%	0.0%	43.6%	9.1%
熱情Ⅱ	31.6%	17.0%	9.3%	20.1%	3.1%	2.1%	3.1%	34.4%	3.9%
ナスカ	46.4%	14.8%	10.1%	14.8%	1.9%	1.4%	1.6%	30.6%	1.0%
鷗外	46.2%	8.9%	6.2%	10.2%	0.0%	0.0%	1.8%	31.6%	5.3%
ロダン	38.9%	19.5%	8.9%	16.3%	2.2%	0.4%	2.0%	29.3%	2.5%

【新規】（複数回答）

	配偶者	親	兄弟姉妹	子ども	祖父母	孫	その他親族	友人等	その他
山内一豊	32.5%	13.0%	2.6%	11.7%	0.0%	1.3%	1.3%	31.2%	19.5%
熱情Ⅰ	28.2%	4.7%	4.7%	4.7%	2.4%	0.0%	0.0%	49.4%	12.9%
熱情Ⅱ	19.8%	21.8%	13.9%	15.8%	7.9%	0.0%	7.9%	37.6%	5.0%
ナスカ	29.6%	21.0%	7.4%	18.5%	2.5%	1.2%	1.2%	38.3%	2.5%
鷗外	28.9%	7.9%	7.9%	2.6%	0.0%	0.0%	2.6%	36.8%	21.1%
ロダン	32.6%	20.8%	10.4%	18.1%	2.1%	0.0%	1.4%	29.2%	4.2%



回答者全体では、「熱情Ⅰ」「熱情Ⅱ」を除いて配偶者と来館する比率が40～50%程度と最も高く、次いで友人等が30～40%程度を占めている。「熱情Ⅱ」では、配偶者の比率がやや低下する一方で、親、子ども、兄弟姉妹の比率が高まったため同伴者間の差が縮小し、分散傾向を示した。また、「熱情Ⅰ」では、配偶者（39.9%）よりも友人等（43.6%）とする回答が多かった。

一方、新規来館者では、「山内一豊」「ロダン」で配偶者の比率が最も高いが、それ以外の展覧会では、友人等とする比率の方が高くなる。また、「熱情Ⅱ」「ナスカ」「ロダン」については親または子どもとする回答の比率が比較的高い。なお、「山内一豊」「鷗外」でそのほか約20%と他の展覧会に比べて高くなっているのは、趣味や地域のグループでの来館者がやや増加したためである。

回答者全体と比べて、新規来館者では、上位の配偶者、友人等と他の同伴者との差が小さい。  
また、全体、新規ともに兄弟姉妹、祖父母とする回答の比率はほぼ一定している。

この設問から、「ミュージアム・ナビ」の指標である「2、3世代で一緒に観覧に来ている割合」を算出している。

### (7) 来館の「きっかけ」理由

【全体】(複数回答)

	ポスター	チラシ	新聞	テレビ	県民だより	美術館HP	いつも来館	誘われて	一度来たい	たまたま時間	その他
山内一豊	16.7%	13.8%	21.3%	33.7%	9.6%	4.3%	11.0%	19.9%	4.7%	同左	13.8%
熱情I	20.2%	9.5%	14.9%	3.3%	6.0%	6.9%	15.3%	24.6%	11.5%	13.3%	15.7%
熱情II	14.5%	18.8%	11.2%	3.9%	8.2%	11.5%	8.2%	21.9%	9.0%	16.6%	25.2%
ナスカ	29.1%	17.5%	46.9%	28.9%	7.4%	3.8%	7.5%	17.2%	1.5%	3.2%	6.6%
鷗外	22.8%	7.4%	19.4%	1.9%	4.8%	5.8%	19.9%	22.3%	5.6%	10.3%	13.0%
ロダン	12.1%	4.8%	22.2%	42.9%	4.4%	4.0%	6.5%	21.1%	9.6%	6.9%	7.5%

【新規】(複数回答)

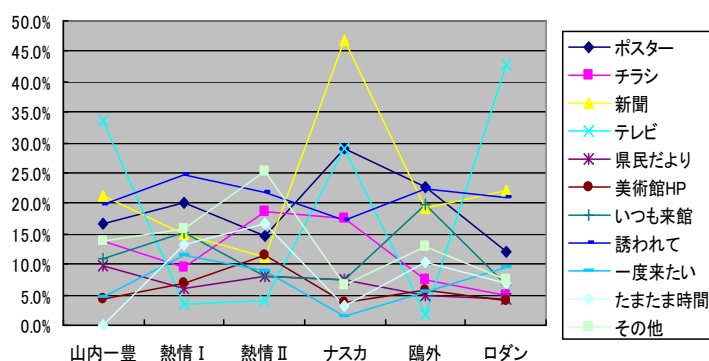
	ポスター	チラシ	新聞	テレビ	県民だより	美術館HP	いつも来館	誘われて	一度来たい	たまたま時間	その他
山内一豊	9.4%	12.5%	6.3%	22.9%	3.1%	8.3%	—	24.0%	13.5%	同左	30.2%
熱情I	7.0%	3.0%	3.0%	1.0%	3.0%	10.0%	—	27.0%	40.0%	11.0%	18.0%
熱情II	7.5%	3.7%	6.0%	3.7%	5.2%	17.2%	—	29.1%	26.9%	12.7%	24.6%
ナスカ	16.2%	16.2%	30.3%	26.3%	2.0%	9.1%	—	26.3%	6.1%	6.1%	11.1%
鷗外	7.1%	7.1%	5.7%	1.4%	0.0%	5.7%	—	27.1%	30.0%	10.0%	22.9%
ロダン	7.1%	4.1%	14.2%	36.7%	1.2%	3.0%	—	28.4%	26.0%	7.1%	5.7%

回答者全体、新規来館者ともに、「新聞」テレビを理由、きっかけとする比率が、マスメディアと実行委員会を組織した展覧会で高まるのは共通の傾向である。また、「誘われて」の比率が、全体、新規ともに20~30%程度を占めていることに注意する必要がある。

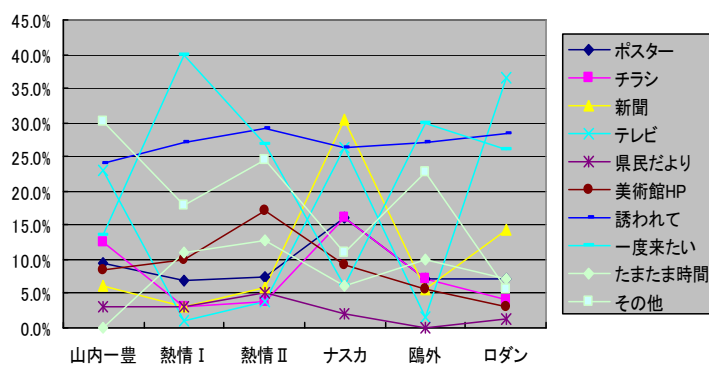
全体、新規の間で差が見られるのは、「ポスター」である。全体での比率は12%~30%であるのに対し、新規では7%~16%にとどまっている。

新規来館者に特有の「一度、県立美術館に来てみたかった」の比率は、「熱情I」「鷗外」といった、マスメディア広告へ登場する機会がほぼ無かった展覧会で比率が高かった。

【回答者全体】(複数回答)



【新規来館者】(複数回答)



### 3-2 展覧会に関して観覧者（回答者）が感じた価値

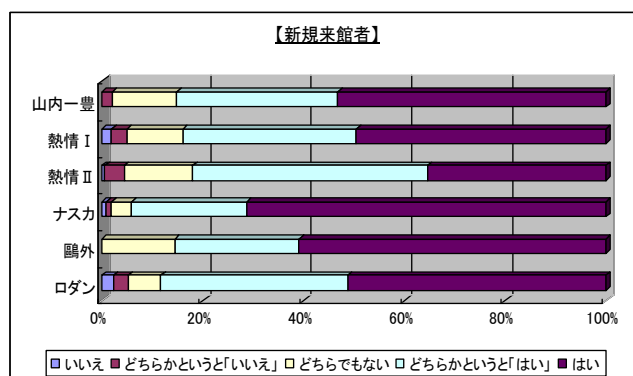
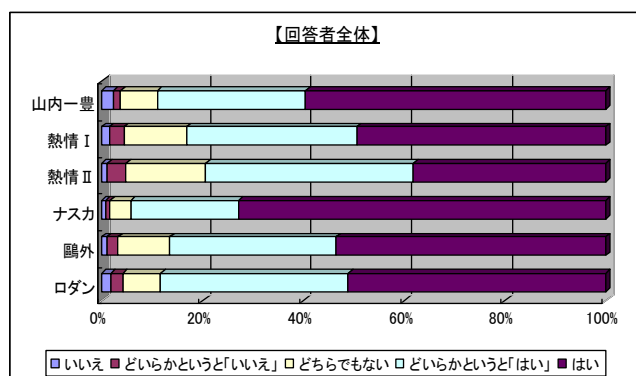
#### (1) 作品やテーマへの興味・関心

##### 【回答者全体】

	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
山内一豊	2.5%	1.4%	7.2%	29.4%	59.5%
熱情Ⅰ	1.6%	2.9%	12.4%	33.7%	49.3%
熱情Ⅱ	1.2%	3.7%	15.7%	41.2%	38.1%
ナスカ	0.8%	0.9%	4.1%	21.4%	72.8%
鷗外	1.1%	2.3%	10.3%	33.4%	54.1%
ロダン	1.9%	2.3%	7.5%	37.2%	51.1%

##### 【新規来館者】

	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
山内一豊	0.0%	2.1%	12.8%	31.9%	53.2%
熱情Ⅰ	2.0%	3.0%	11.1%	34.3%	49.5%
熱情Ⅱ	0.8%	3.8%	13.5%	46.6%	35.3%
ナスカ	1.0%	1.0%	4.0%	22.8%	71.3%
鷗外	0.0%	0.0%	14.5%	24.6%	60.9%
ロダン	2.4%	2.9%	6.5%	37.1%	51.2%



「はい」「どちらかという」と「はい」を合わせると、回答者全体、新規来館者ともにほぼ80%以上を占める。回答者全体、新規来館者ともに同様の傾向である。この設問に対しては全体的に肯定的な解答が多いが、構成の内訳見ること、回答者の反応を推測することができる。

例えば、「熱情Ⅱ」の回答者全体を見ると、他の展覧会と比べて「はい」の比率が低く(38.1%)、「どちらかという」と「はい」(41.2%)、「どちらでもない」(15.7%)が高くなっている。「熱情Ⅱ」は、数多くの新たな試みに取り組んだ展覧会であり、従来の展覧会をイメージしていた回答者にとっては実際目にした展覧会との間に何らかのギャップが生じた結果このような結果が現れたと考えることは可能である。もちろん、この設問の解答だけから展覧会の成否を判断することはできない。回答者の戸惑いが、今までに無い展覧会の構成や展示等に起因しているとするれば、美術館が意図した新たな価値の提示に対する反応を得られた点では成功ではあるが、反応の内容、つまり美術館が意図した目的を達成できたかどうかは他の設問への回答と併せて判断する必要がある。

## (2) 観覧料に見合う内容だったか

展覧会相互間には、(1)の設問「作品やテーマへの興味・関心」と同様の回答傾向が見られるが、回答者全体、新規来館者ともに観覧料の高低の影響がうかがえる。

例えば、「熱情Ⅱ」では、(1)と比較して「はい」の比率が高まり（全体 38.1%→50.4%、新規 35.3%→55.3%）、作品や展覧会のテーマに対する戸惑いがある一方で、観覧料（600円）

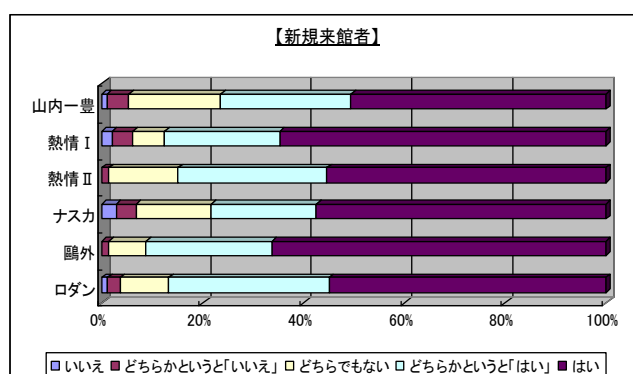
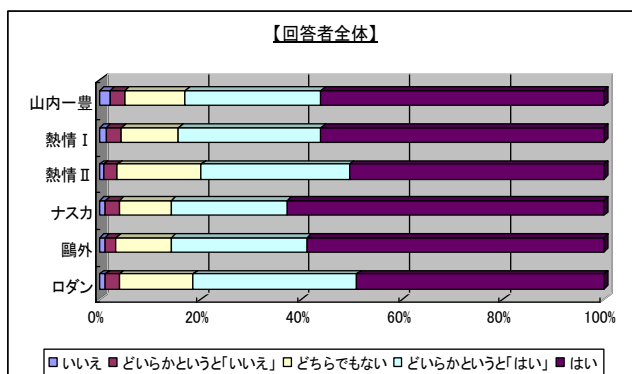
を考えれば満足度が上がったと考えることができる。他方、作品やテーマに対する興味・関心が最も高かった「ナスカ」では観覧料（1,100円）との対比においては「はい」の比率が低下している（全体 72.8%→62.8%、新規 71.3%→57.4%）。

【回答者全体】

	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
山内一豊	2.1%	3.0%	12.0%	26.8%	56.1%
熱情Ⅰ	1.4%	3.0%	11.3%	28.2%	56.1%
熱情Ⅱ	0.8%	2.7%	16.6%	29.4%	50.4%
ナスカ	1.3%	2.7%	10.4%	22.9%	62.8%
鷗外	1.1%	2.2%	11.0%	26.9%	58.8%
ロダン	1.2%	2.8%	14.7%	32.4%	48.9%

【新規来館者】

	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
山内一豊	1.1%	4.3%	18.3%	25.8%	50.5%
熱情Ⅰ	2.1%	4.2%	6.3%	22.9%	64.6%
熱情Ⅱ	0.0%	1.5%	13.6%	29.5%	55.3%
ナスカ	3.0%	4.0%	14.9%	20.8%	57.4%
鷗外	0.0%	1.5%	7.4%	25.0%	66.2%
ロダン	1.2%	2.4%	9.8%	31.7%	54.9%



## (3) 心地よく鑑賞できたか

館内の混雑状況や展示室の環境（温度、明暗、順路設定、他の観覧者の動性等）による影響が現れる設問である。会期中約 84,000 人の観覧者を迎えた「ナスカ」では、日時によっては鑑賞に困難を感じるほどの観覧者が集中した結果、「はい」は回答者全体で 44.4%、新規来館者では 38.0%にとどまり、「いいえ」「どちらかという」と「いいえ」を合わせた比率は、

【全体】

	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
山内一豊	2.9%	3.3%	11.7%	28.8%	53.3%
熱情Ⅰ	1.4%	2.0%	7.5%	23.1%	66.1%
熱情Ⅱ	1.7%	2.5%	7.7%	25.1%	63.1%
ナスカ	3.1%	8.5%	14.0%	29.9%	44.4%
鷗外	0.5%	1.9%	5.9%	28.9%	62.7%
ロダン	1.1%	4.0%	7.5%	31.4%	56.0%

【新規来館者】

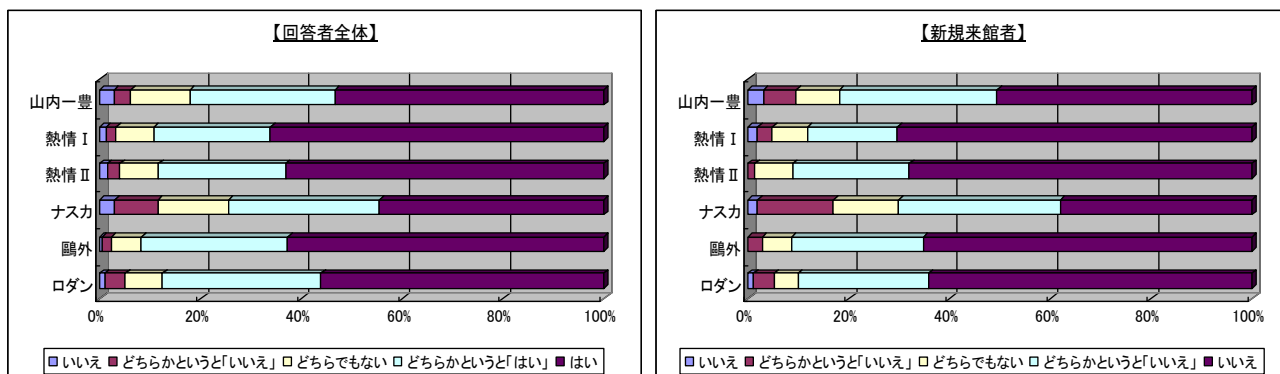
	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
山内一豊	3.2%	6.5%	8.6%	31.2%	50.5%
熱情Ⅰ	2.0%	3.0%	6.9%	17.8%	70.3%
熱情Ⅱ	0.0%	1.5%	7.5%	23.1%	67.9%
ナスカ	2.0%	15.0%	13.0%	32.0%	38.0%
鷗外	0.0%	2.9%	5.8%	26.1%	65.2%
ロダン	1.2%	4.1%	4.7%	25.9%	64.1%

全体で約 11%、新規来館者では約 17%にのぼり、「心地よく鑑賞」という設問に対しては最も低

い評価となった。

また、「山内一豊」においても、「はい」の比率が低い。回答者（観覧者）の約25%が70歳以上、約43%が60歳以上であったことの影響も考えられる。

この設問からは、「ミュージアム・ナビ」の指標「鑑賞環境に対する満足度」を算出している。



#### (4) 館内でスムーズに行動できたか

【回答者全体】

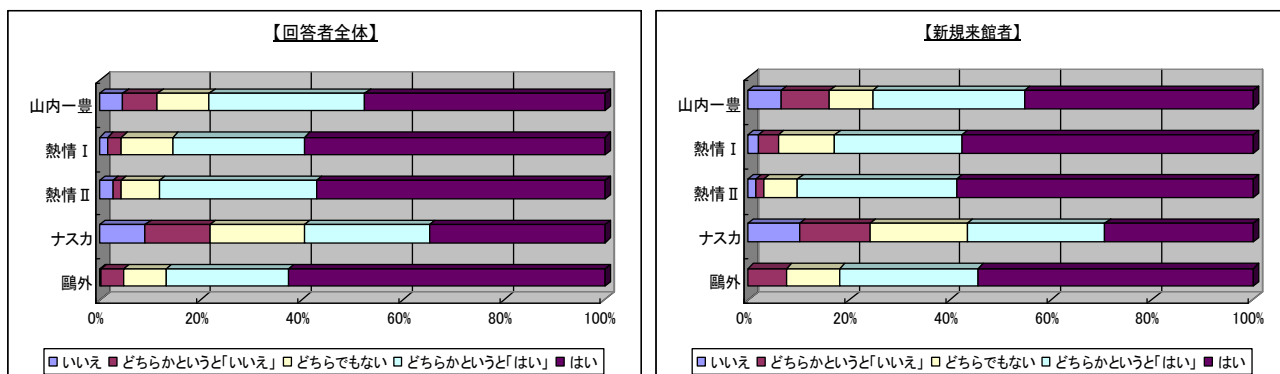
	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかという&#39;はい	はい
山内一豊	4.5%	6.8%	10.3%	30.8%	47.5%
熱情Ⅰ	1.6%	2.7%	10.1%	26.2%	59.4%
熱情Ⅱ	2.5%	1.7%	7.7%	31.1%	57.1%
ナスカ	9.0%	12.8%	18.7%	24.8%	34.7%
鷗外	0.3%	4.4%	8.5%	24.3%	62.6%

【新規来館者】

	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかという&#39;はい	はい
山内一豊	6.5%	9.7%	8.6%	30.1%	45.2%
熱情Ⅰ	2.0%	4.0%	11.1%	25.3%	57.6%
熱情Ⅱ	1.5%	1.5%	6.8%	31.6%	58.6%
ナスカ	10.1%	14.1%	19.2%	27.3%	29.3%
鷗外	0.0%	7.6%	10.6%	27.3%	54.5%

鑑賞環境を左右するのは移動のスムーズさだけではないが、関係は深いと考えられるため設問に加えている。なお、「ロダン」では、他に新たな設問を加えたため、この設問を実施していない。

回答者全体、新規来館者ともに、(3)「心地よく鑑賞できたか」に類似する傾向を示しているが、“館内での移動”限定した設問であるため、否定的な回答がやや強く出ている。



### (5) スタッフ対応の適切さ

混雑する大規模な展覧会において、美術館スタッフが増員されるような場合にやや「はい」が低下する。このような展覧会では、回答者（観覧者）に対してスタッフが案内や注意等を行う場合が多く、接点が増えた結果十分ではない対応が目につくことも考えられる。

回答者（観覧者）と接する機会が最も多いと考えられるのはミュージズ・スタッフだが、仕事の内容や意味が回答者（観覧者）に充分知られていないことも、満足度が低下する一因となっている可能性もある。

また、各展覧会で「どちらでもない」が回答者全体で20%前後を占めている。来館中ほとんどスタッフとの接点を持たなかった回答者（観覧者）層と考えることもできるが、現在のところ理由を特定するには至っていない。

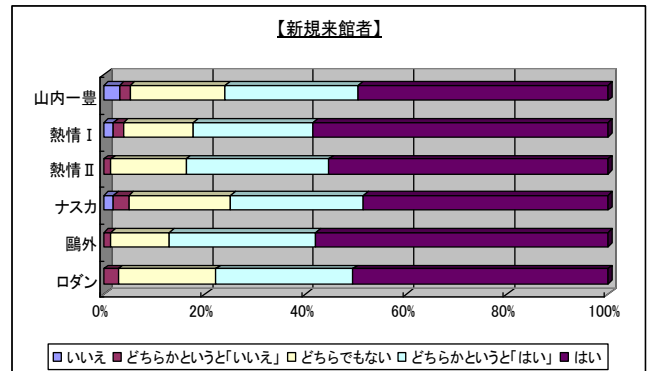
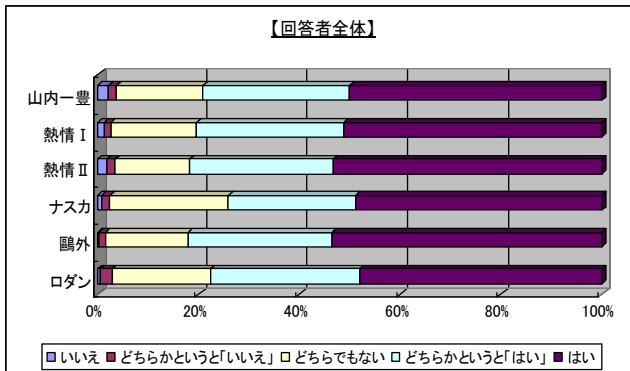
この設問は、「ミュージアム・ナビ」の指標「美術館スタッフの対応に満足した人の割合」に対応している。

【回答者全体】

	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
山内一豊	2.3%	1.5%	17.2%	29.0%	50.0%
熱情Ⅰ	1.4%	1.4%	16.9%	29.1%	51.2%
熱情Ⅱ	1.9%	1.7%	14.8%	28.5%	53.1%
ナスカ	0.8%	1.7%	23.4%	25.3%	48.8%
鷗外	0.3%	1.4%	16.3%	28.5%	53.6%
ロダン	0.6%	2.3%	19.5%	29.5%	48.1%

【新規来館者】

	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
山内一豊	3.2%	2.1%	18.9%	26.3%	49.5%
熱情Ⅰ	2.0%	2.0%	13.9%	23.8%	58.4%
熱情Ⅱ	0.0%	1.5%	14.9%	28.4%	55.2%
ナスカ	2.0%	3.0%	20.2%	26.3%	48.5%
鷗外	0.0%	1.4%	11.6%	29.0%	58.0%
ロダン	0.0%	2.9%	19.4%	27.1%	50.6%



(6) 他人に伝え、来館を勧めるか<総合満足度>

展覧会の総合満足度を問う設問であり、「ミュージアム・ナビ」指標「展覧会の満足度」に対応している。

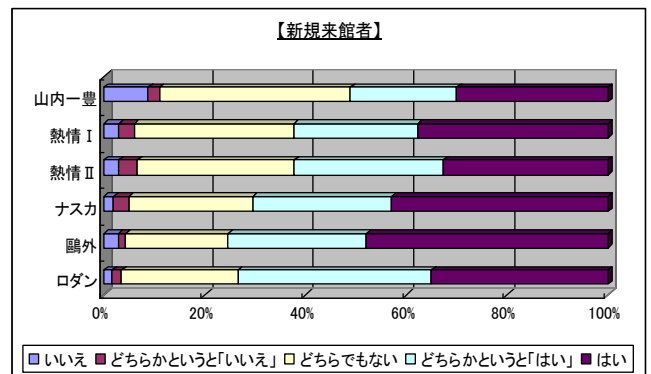
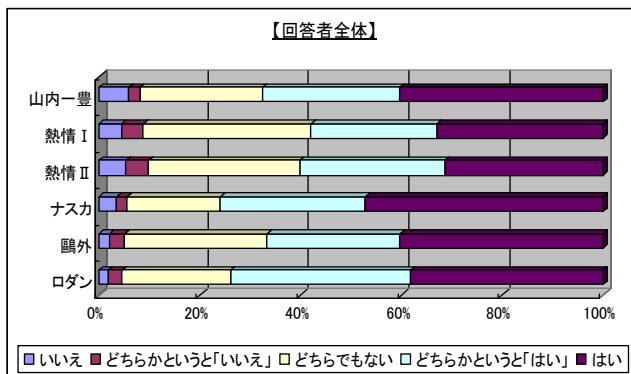
展覧会の内容や鑑賞環境、後述する交通アクセス等に関する設問と比較して「はい」「どちらか」という肯定的な回答の比率が低いが、「いいえ」「どちらか」という肯定的な回答の比率は10%程度までである。その分、

【回答者全体】

	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
山内一豊	6.0%	2.2%	24.3%	27.3%	40.2%
熱情Ⅰ	4.6%	4.3%	33.2%	24.9%	33.0%
熱情Ⅱ	5.5%	4.4%	30.0%	28.7%	31.4%
ナスカ	3.6%	2.0%	18.5%	28.7%	47.1%
鷗外	2.2%	3.0%	28.3%	26.4%	40.2%
ロダン	1.9%	2.7%	21.5%	35.8%	38.1%

【新規来館者】

	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
山内一豊	8.9%	2.2%	37.8%	21.1%	30.0%
熱情Ⅰ	3.1%	3.1%	31.6%	24.5%	37.8%
熱情Ⅱ	3.0%	3.8%	31.1%	29.5%	32.6%
ナスカ	2.0%	3.1%	24.5%	27.6%	42.9%
鷗外	2.9%	1.4%	20.3%	27.5%	47.8%
ロダン	1.8%	1.8%	23.1%	38.5%	34.9%



「どちらでもない」とする比率が高まっており、回答者全体では18.5%（ナスカ）～33.2%（熱情Ⅰ）、新規来館者では20.3%（鷗外）～37.8%（山内一豊）となっている。

「鷗外」「ロダン」で「今回のご来館は総合的にみてご満足いただけましたか」という設問を試みたところ、肯定的な回答の比率が高まったことから、本設問での回答がそのまま回答者の総合満足度を表しているわけではなく、他の要因によって低めの値となっている可能性がある。

自由回答欄や、欄外への記入からは、回答者が「他人に伝え、来館を勧める」ことについて、“そうしたいと思うくらいに満足”と理解することにとどまらず、“実際に自分が他の人に勧めることが可能か”を考え、回答していることがうかがわれた。「今日は展覧会の最終日だから、勧めても来られないので勧めない。」「友人に勧めたいが、遠方で来館できないから勧めない。」「家族や友人等に興味を持ちそうな人がいない。」等の反応である。

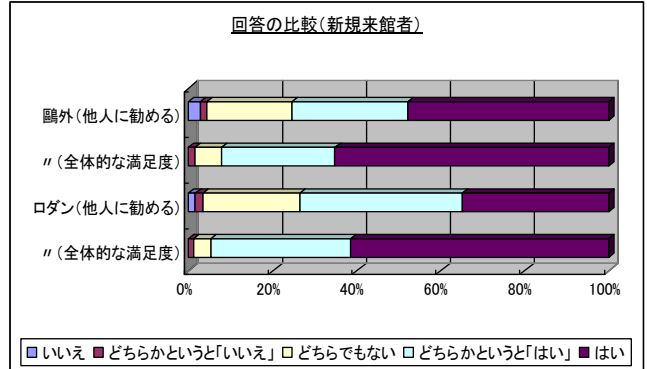
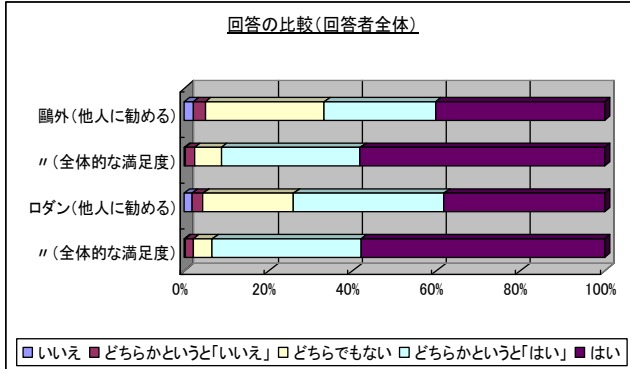
このように、本設問には回答者の総合満足度を測定する際の課題が生じているため、設問の変更等を検討する必要がある。

回答の比較(回答者全体)

	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
鷗外(他人に勧める)	2.2%	3.0%	28.3%	26.4%	40.2%
//(全体的な満足度)	0.3%	2.3%	6.4%	32.9%	58.1%
ロダン(他人に勧める)	1.9%	2.7%	21.5%	35.8%	38.1%
//(全体的な満足度)	0.4%	1.7%	4.7%	35.3%	57.9%

回答の比較(新規来館者)

	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
鷗外(他人に勧める)	2.9%	1.4%	20.3%	27.5%	47.8%
//(全体的な満足度)	0.0%	1.6%	6.3%	27.0%	65.1%
ロダン(他人に勧める)	1.8%	1.8%	23.1%	38.5%	34.9%
//(全体的な満足度)	0.0%	1.2%	4.2%	33.1%	61.4%



(7) 当館に関する情報は入手しやすかったか

「はい」「どちらかという」と「はい」を合わせれば、回答者全体、新規来館者ともに60%台から70%台の比率で肯定的な回答が得られているが、「どちらでもない」が20%~30%に達している。

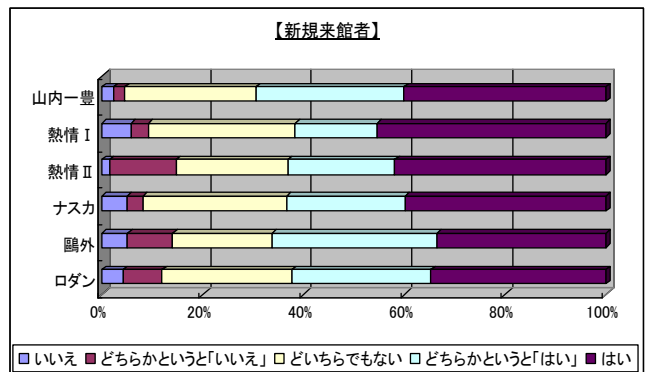
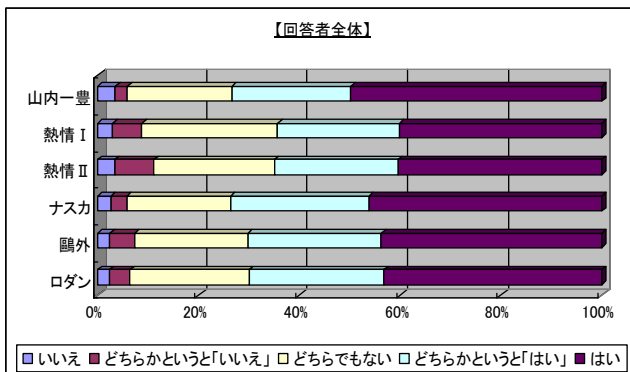
回答者全体では、マスメディアとの実行委員会を組織した「山内一豊」「ナスカ」「ロダン」では肯定的な意見の比率が高まるが、ポスターや

【回答者全体】

	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
山内一豊	3.7%	2.3%	20.8%	23.5%	49.8%
熱情Ⅰ	3.0%	5.8%	27.0%	24.2%	40.1%
熱情Ⅱ	3.4%	7.8%	24.0%	24.4%	40.4%
ナスカ	2.7%	3.1%	20.6%	27.4%	46.1%
鷗外	2.5%	5.0%	22.4%	26.5%	43.6%
ロダン	2.4%	4.2%	23.6%	26.7%	43.2%

【新規来館者】

	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
山内一豊	2.4%	2.4%	25.9%	29.4%	40.0%
熱情Ⅰ	5.8%	3.5%	29.1%	16.3%	45.3%
熱情Ⅱ	1.6%	13.1%	22.1%	21.3%	41.8%
ナスカ	5.1%	3.1%	28.6%	23.5%	39.8%
鷗外	6.1%	10.6%	23.1%	38.5%	39.4%
ロダン	4.2%	7.8%	25.7%	27.5%	34.7%



チラシ、ホームページ、県の広報媒体といった自前の手段を中心とする他の展覧会と大きな差が生じない一方で、「どちらでもない」の比率はどの展覧会も20%台となっている。

また、新規来館者では、全体と比べて肯定的な回答比率はやや減少し、否定的回答と「どちらでもない」の比率が若干増加する。

回答者全体、新規来館者ともに「どちらでもない」が20数パーセントに達していることは、「当館の情報」という設問の表現が何を指すのかについての明確なイメージを回答者が抱きにくいことを意味している可能性もある。展覧会の情報は何らかの方法で入手して来館しているとするれば、「展覧会の情報」との間にギャップが生じているのかもしれない。あるいは、美術館についての情報自体を明確に認識することが少ないために現在のような回答の傾向を生じている可能性も考えられる。いずれにしても、すべての展覧会で20数パーセントを占める「どちらでもない」層を生む原因等の検討が必要である。

本設問は、「ミュージアム・ナビ」指標の「当館に関する情報が入手しやすいと考える方の割合」に対応している。

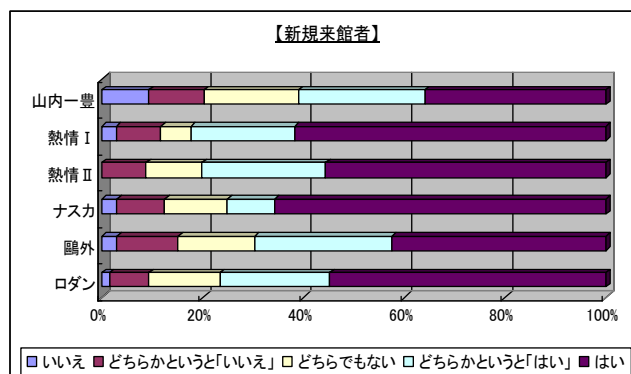
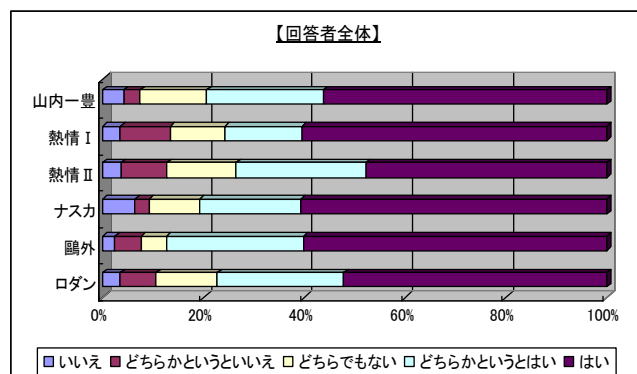
### (8) 公共交通機関の利用はスムーズだったか

#### 【全体】

	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかという はい	はい
山内一豊	4.3%	3.3%	13.2%	23.0%	56.3%
熱情Ⅰ	3.6%	9.9%	10.8%	15.3%	60.4%
熱情Ⅱ	3.8%	9.1%	13.6%	25.8%	47.7%
ナスカ	6.4%	2.9%	10.0%	20.0%	60.7%
鷗外	2.5%	5.1%	5.1%	27.1%	60.2%
ロダン	3.6%	7.1%	12.1%	25.0%	52.1%

#### 【新規来館者】

山内一豊	9.4%	10.9%	18.8%	25.0%	35.9%
熱情Ⅰ	2.1%	6.4%	4.3%	14.9%	44.7%
熱情Ⅱ	0.0%	8.9%	11.1%	24.4%	55.6%
ナスカ	3.1%	9.4%	12.5%	9.4%	65.6%
鷗外	3.0%	12.1%	15.2%	27.3%	42.4%
ロダン	1.6%	7.8%	14.1%	21.9%	54.7%



電車（JR、静鉄）、路線バス、タクシーといった公共交通機関スムーズさについての設問が、「ミュージアム・ナビ」指標「公共交通機関利用者のアクセス満足度」に対応している。

自家用車での来館者が多い静岡県立美術館にとって、公共交通機関の利用者は主に県外からの来館者、高齢者である。60歳代、70歳代の回答者比率が40%を超えた「山内一豊」、県外か

らの来館者が多かった「鷗外」については、特に新規来館者からの否定的な回答が増加した。

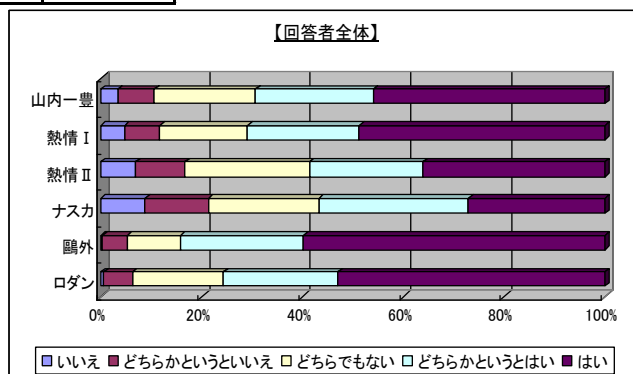
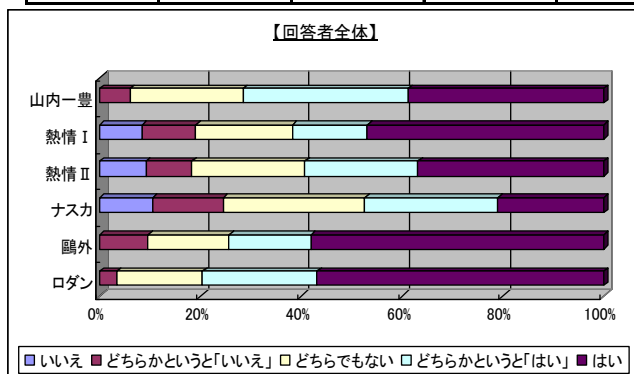
(9) 駐車場は利用しやすかったか

【回答者全体】

	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
山内一豊	3.5%	7.2%	20.1%	23.3%	45.9%
熱情Ⅰ	4.8%	7.0%	17.3%	22.1%	48.7%
熱情Ⅱ	7.1%	9.6%	24.8%	22.5%	36.0%
ナスカ	8.9%	12.5%	21.9%	29.7%	27.0%
鷗外	0.5%	4.8%	10.5%	24.4%	59.8%
ロダン	0.7%	5.7%	18.1%	22.7%	52.8%

【新規】

	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかというとはい	はい
山内一豊	0.0%	6.1%	22.4%	32.7%	38.8%
熱情Ⅰ	8.5%	10.6%	19.1%	14.9%	46.8%
熱情Ⅱ	9.2%	9.2%	22.4%	22.4%	36.8%
ナスカ	10.5%	14.0%	28.1%	26.3%	21.1%
鷗外	0.0%	9.7%	16.1%	16.1%	58.1%
ロダン	0.0%	3.4%	17.0%	22.7%	56.8%



駐車場の利用しやすさについての本設問は、

「ミュージアム・ナビ」指標「自家用車で来館した人のアクセス満足度」に対応している。

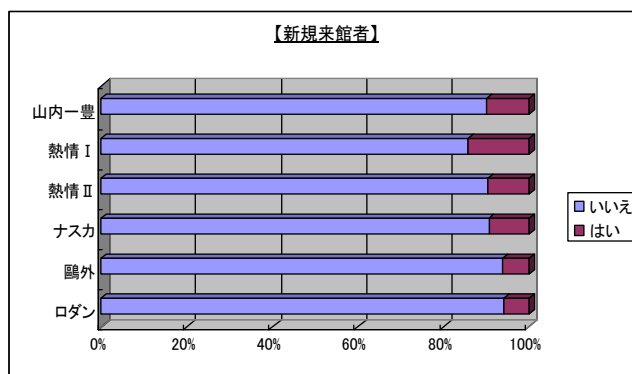
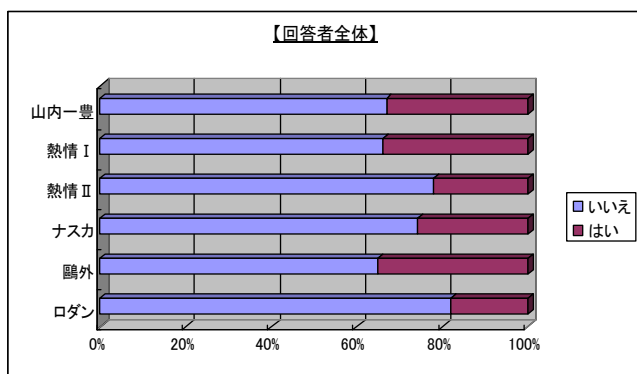
回答者の約 60%~70%が自家用車により来館しているのが当館の顧客層の特徴のひとつである。大規模展、文明展開催中の週末、祝日には駐車場への入場待ちの車が南幹線にまで延び、自由回答欄には後日公共交通機関を使って出直したとする回答も見受けられた。

最も満足度が低かったのは「ナスカ」であり、「熱情Ⅱ」「山内一豊」が続く。「熱情Ⅱ」は夏休み期間とあって親子連れでの来館者が多く、第4駐車場に駐車した場合に炎暑の中を子供連れで美術館まで歩くことが、「山内一豊」では高齢者が同じく第4駐車場から美術館まで徒歩で移動することが負担であることが不満につながっている。

また、駐車場に関しては、係員による誘導や空車状況案内が不十分である点等への指摘が自由回答欄でなされている。

(10) 「風景の美術館」の認知度

【回答者全体】			【新規来館者】		
	いいえ	はい	いいえ	はい	
山内一豊	67.0%	33.0%	90.1%	9.9%	
熱情Ⅰ	66.3%	33.7%	85.7%	14.3%	
熱情Ⅱ	78.1%	21.9%	90.4%	9.6%	
ナスカ	74.4%	25.6%	90.6%	9.4%	
鷗外	65.0%	35.0%	93.8%	6.2%	
ロダン	82.0%	18.0%	94.1%	5.9%	



当館の特徴のひとつである「風景の美術館」について、回答者の認知度を聞く設問であり、「ミュージアム・ナビ」指標「風景の美術館としての認知度」に対応している。

認知度は、展覧会の来館者層を反映しており、新規来館者や来館頻度の低い来館者が多い場合は、「はい」の比率が低下する。ハード・リピーターの比率が多かった「鷗外」では認知度が35.0%となる一方で、新規来館者の比率が高かった「ロダン」では、18.0%にとどまった。

しかしながら、本指標についても、単純に数値の高低だけで判断することは難しいことに注意する必要がある。現状では、認知度が上昇したとしても、そのことは同時に新規顧客の獲得という面ではマイナスに作用している面を否定できないといったジレンマが生じている。また、30%程度の認知度が続くようであれば、当館の主要テーマの再検討やアピールの方法を検討し直すことも求められていくと考えられる。

#### 4 その他の事業に関する集計・分析

##### 4-1 教育・普及プログラム

平成 18 年度に実施された教育・普及プログラムのうち、右表についてアンケート調査を実施し、集計・分析を行ったうえで、「ミュージアム・ナビ」指標「教育・普及プログラムの満足度」「教育・普及プログラムに参加した人で、展覧会も観覧した人の割合」について算出した。

なお、指標に関する現状値算出に当たっては、平成 17 年度は、粘土開放日のみを対象としたが、18 年度は 8 つのプログラムを対象とし、通算して算出している。

また、絵画ワークショップ、夏休み子どもワークショップ、創作週間イベントについては、サンプル数が少ない（20 以下）ため、分析とコメントは主に粘土開放日、絵の具開放日、色彩アトリエ、土曜工作室、版画入門を対象とした。

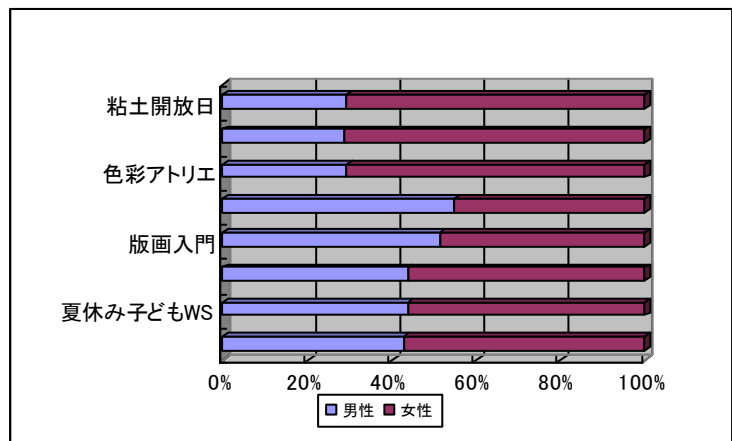
更に、教育・普及プログラムのアンケート回答者については、次の点に留意する必要がある。すなわち、粘土開放日、絵の具開放日、色彩アトリエといった子どもを対象とするプログラム、小学生以上を対象としたプログラムでは、回答者が参加者本人（子ども）ではなく、付き添いの保護者であるケースが相当数存在するという点である。したがって、以下の記述については、基本的には、回答者（保護者）が参加者本人（子ども）の意思を確認しつつ記入していると考えられるが、参加者本人の属性や意思と実際の回答者が記入した回答との間にずれが生じている可能性もあるということ的前提として調査結果を理解する必要がある。

プログラム名	対象年齢	アンケート数
粘土具開放日	3歳から12歳	116
絵の具開放日	4歳から12歳	110
色彩アトリエ	小中学生	76
土曜工作室	小学生以上	64
版画入門	中学生以上	38
絵画WS	小学生以上	18
夏休み子どもWS	小学生	16
創作週間イベント	高校生上	7
計		445

#### (1) 回答者の属性

##### ① 性別

	男性	女性	計
粘土開放日	29.5%	70.5%	100.0%
	33	79	112
絵の具開放日	29.0%	71.0%	100.0%
	31	76	107
色彩アトリエ	29.3%	70.7%	100.0%
	22	53	75
土曜工作室	55.0%	45.0%	100.0%
	33	27	60
版画入門	51.4%	48.6%	100.0%
	19	18	37
絵画WS	43.8%	56.3%	100.0%
	7	9	16
夏休み子どもWS	43.8%	56.3%	100.0%
	7	9	16
創作週間イベント	42.9%	57.1%	100.0%
	3	4	7
Total	36.0%	64.0%	100.0%
	155	275	430



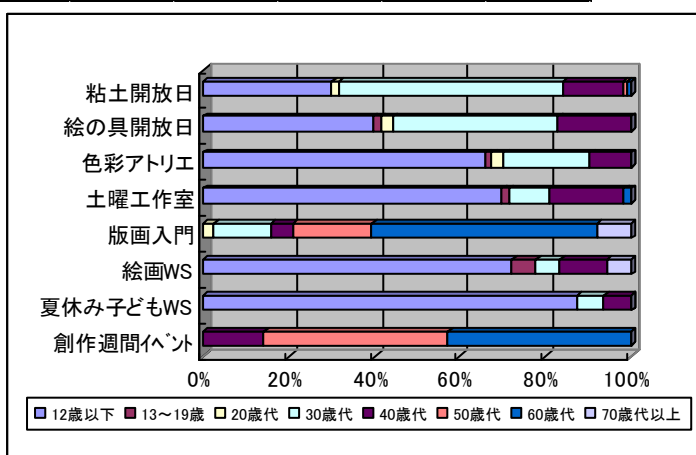
粘土開放日、絵の具開放日、色彩アトリエについては、約 70%が女性だが、土曜工作室、版画入門では男女がほぼ半分ずつとなっている。サンプル数が少ない、絵画ワークショップ、m 夏休み子どもワークショップ、創作週間イベントでは、男女比はほぼ 4 : 6 である。

## ② 年齢層

	12歳以下	13～19歳	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上	計
粘土開放日	30.1%	0.0%	1.8%	52.2%	14.2%	0.9%	0.9%	0.0%	100.0%
	34	0	2	59	16	1	1	0	113
絵の具開放日	39.6%	1.9%	2.8%	38.7%	17.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	42	2	3	41	18	0	0	0	106
色彩アトリエ	66.2%	1.4%	2.7%	20.3%	9.5%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	49	1	2	15	7	0	0	0	74
土曜工作室	69.8%	1.6%	0.0%	9.5%	17.5%	0.0%	1.6%	0.0%	100.0%
	44	1	0	6	11	0	1	0	63
版画入門	0.0%	0.0%	2.6%	13.2%	5.3%	18.4%	52.6%	7.9%	100.0%
	0	0	1	5	2	7	20	3	38
絵画WS	72.2%	5.6%	0.0%	5.6%	11.1%	0.0%	0.0%	5.6%	100.0%
	13	1	0	1	2	0	0	1	18
夏休み子どもWS	87.5%	0.0%	0.0%	6.3%	6.3%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	14	0	0	1	1	0	0	0	16
創作週間イベント	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	42.9%	42.9%	0.0%	100.0%
	0	0	0	0	1	3	3	0	7
Total	45.1%	1.1%	1.8%	29.4%	13.3%	2.5%	5.7%	0.9%	100.0%
	196	5	8	128	58	11	25	4	435

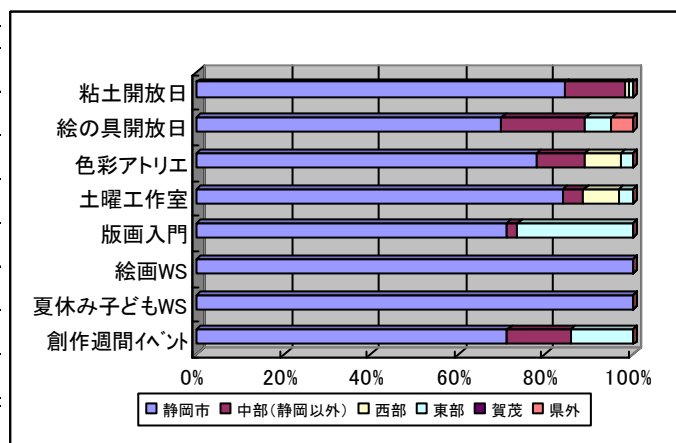
子どもを対象とするプログラムで20歳代以上の回答があるのは、付き添いの保護者が回答しているケースであると考えられる。

一方、中学生以上を対象とする版画入門、高校生以上を対象とする創作週間イベントでの回答者は、50歳代、60歳代の比率が高まり、参加者本人と考えられる年齢層となっている。



## ③ 居住地

	静岡市	中部(静岡以外)	西部	東部	賀茂	県外	計
粘土開放日	84.4%	13.8%	0.9%	0.9%	0.0%	0.0%	100.0%
	92	15	1	1	0	0	109
絵の具開放日	69.9%	19.4%	0.0%	5.8%	0.0%	4.9%	100.0%
	72	20	0	6	0	5	103
色彩アトリエ	78.1%	11.0%	8.2%	2.7%	0.0%	0.0%	100.0%
	57	8	6	2	0	0	73
土曜工作室	83.9%	4.8%	8.1%	3.2%	0.0%	0.0%	100.0%
	52	3	5	2	0	0	62
版画入門	71.1%	2.6%	0.0%	26.3%	0.0%	0.0%	100.0%
	27	1	0	10	0	0	38
絵画WS	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	16	0	0	0	0	0	16
夏休み子どもWS	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	15	0	0	0	0	0	15
創作週間イベント	71.4%	14.3%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%	100.0%
回答数=7	5	1	0	1	0	0	7
Total	79.4%	11.3%	2.8%	5.2%	0.0%	1.2%	100.0%
	336	48	12	22	0	5	423

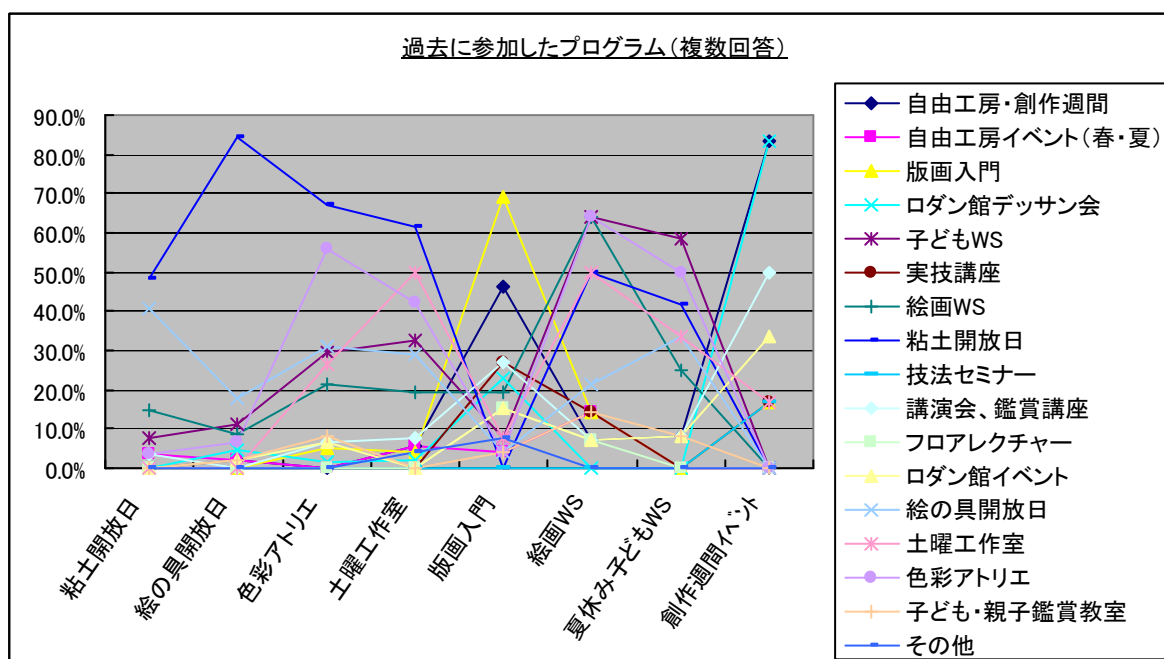
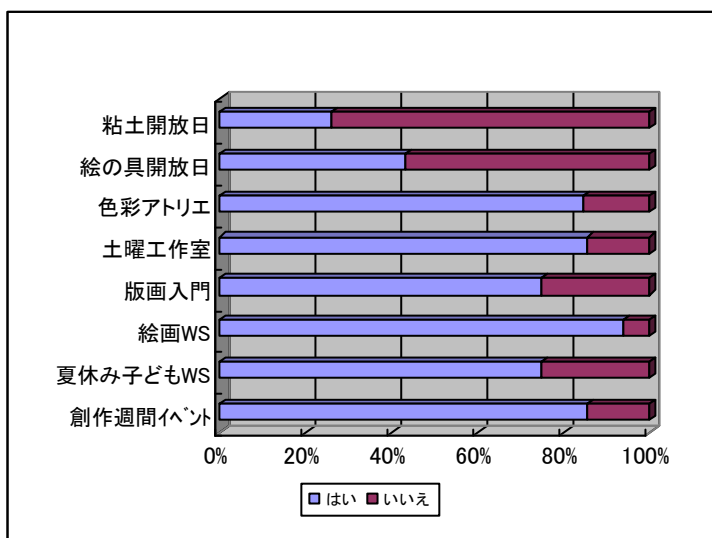


各プログラムとも静岡市内居住者が約70%から100%であり、静岡市以外の中部地域を加えると、他の地域の比率は数パーセントから多くても25%程度(版画入門)にとどまる。サンプル数の多いプログラムは子どもを対象としたものが主であるため、このような傾向がより強く現れていると考えられるが、展覧会と比較して、中部地域への集中が顕著である。

中部以外地域の居住者へは、年2回実施している移動美術展での教育・普及プログラムで対応している面があるため、今後はそれらの機会にもアンケート調査を実施するとともに、これらの地域での事業のあり方を検討する必要も生じている。

#### ④ 過去のプログラム参加経験

	はい	いいえ	計
粘土開放日	26.1%	73.9%	100.0%
	30	85	115
絵の具開放日	43.1%	56.9%	100.0%
	44	58	102
色彩アトリエ	84.7%	15.3%	100.0%
	61	11	72
土曜工作室	85.5%	14.5%	100.0%
	53	9	62
版画入門	75.0%	25.0%	100.0%
	27	9	36
絵画WS	94.1%	5.9%	100.0%
	16	1	17
夏休み子どもWS	75.0%	25.0%	100.0%
	12	4	16
創作週間イベント	85.7%	14.3%	100.0%
	6	1	7
Total	58.3%	41.7%	100.0%
	249	178	427



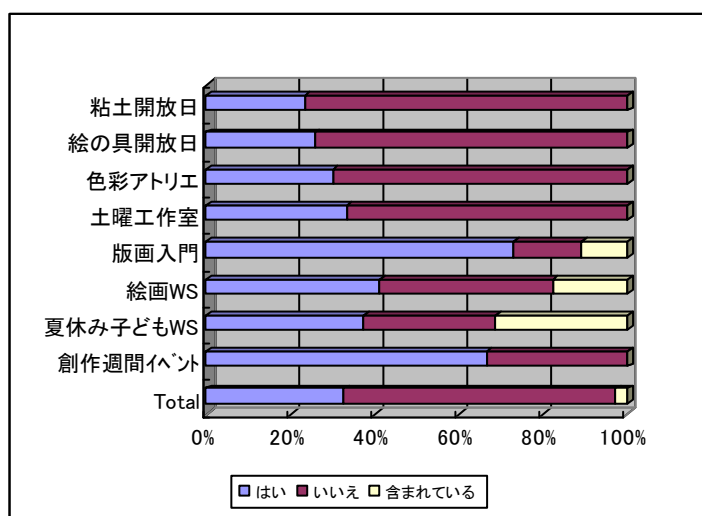
粘土開放日、絵の具開放日を除いて、過去に教育・普及プログラムに参加した経験のある回答者が75%以上を占める。今年度から始まった絵の具開放日も、粘土開放日と比較して過去のプログラム経験者は約1.5倍となっており、粘土開放日のような参加しやすいプログラムへの参加をきっかけとして他のプログラムへ参加する例も見られる。

一方、過去のプログラム経験者の比率の高さは、参加者のリピーター化を物語っており、土曜工作室、版画入門、絵画ワークショップなどでは、同じプログラムや類似のプログラムへの参加という例を見ることができる。

強固な顧客層の確保は、美術館運営上の重要なテーマではあるが、顧客層の固定化は新規層の参加を難しくする面もあるため、各プログラム目的の再確認を行ったうえで今後の展開を進めていく必要がある。

⑤ プログラムの前後に展覧会を観覧

	はい	いいえ	含まれる	計
粘土開放日	23.4%	76.6%	0.0%	100.0%
	26	85	0	111
絵の具開放日	25.7%	74.3%	0.0%	100.0%
	26	75	0	101
色彩アトリエ	30.1%	69.9%	0.0%	100.0%
	22	51	0	73
土曜工作室	33.3%	66.7%	0.0%	100.0%
	20	40	0	60
版画入門	73.0%	16.2%	10.8%	100.0%
	27	6	4	37
絵画WS	41.2%	41.2%	17.6%	100.0%
	7	7	3	17
夏休み子どもWS	37.5%	31.3%	31.3%	100.0%
	6	5	5	16
創作週間イベント	66.7%	33.3%	0.0%	100.0%
	4	2	0	6
Total	32.8%	64.4%	2.9%	100.0%
	138	271	12	421



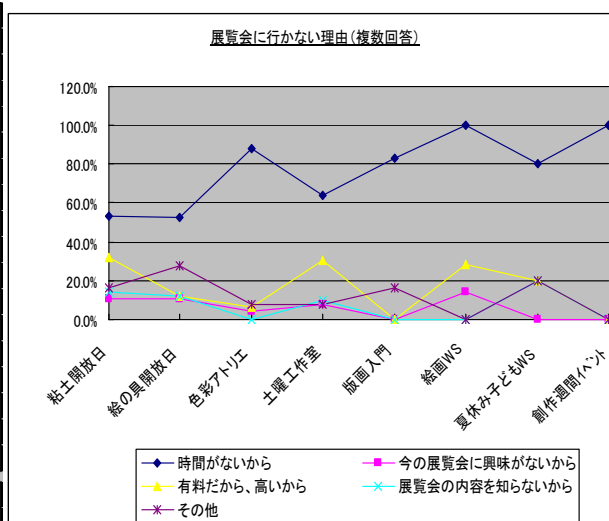
「ミュージアム・ナビ」指標である「実技系プログラムに参加した人で、展覧会も観覧した人の割合」に対応する設問である。

プログラムによって展覧会を観覧した回答者の比率は異なるが、サンプル数が多いプログラムでは、版画入門を除き 30%程度であり、サンプル数の少ないプログラムでは、やや増加している。これらの差の要因のひとつとして、プログラムの内容（展覧会との関連付け等）や目的が、観覧者比率に影響を与えていることが考えられる。

なお、一部のプログラムには展覧会の鑑賞が含まれているが、「はい」とは区別し、観覧者としてはカウントしなかった。

また、展覧会を観覧しない理由は、以下のように各プログラムで「時間がないから」が最多である。教育・普及プログラム自体が半日から一日の時間を要するため、更に展覧会を鑑賞するだけの時間的余裕が持てないことが要因と考えられる。また、粘土開放日や絵の具開放日など、子どもを対象とするプログラムでは、子どもが長時間にわたって美術館で過ごすことの難しさや、展覧会で子どもが騒いでしまうことへの懸念から観覧を控えている、といった回答が寄せられている。

	時間が ない	今の展覧会に 興味がない	有料 高い	展覧会の内容を 知らない	その他	回答者数
粘土開放日	52.9%	10.6%	31.8%	14.1%	16.5%	
	45	9	27	12	14	85
絵の具開放日	52.6%	10.5%	11.8%	11.8%	27.6%	
	40	8	9	9	21	76
色彩アトリエ	87.8%	4.1%	6.1%	0.0%	8.2%	
	43	2	3	0	4	49
土曜工作室	64.1%	7.7%	30.8%	10.3%	7.7%	
	25	3	12	4	3	39
版画入門	83.3%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	
	5	0	0	0	1	6
絵画WS	100.0%	14.3%	28.6%	0.0%	0.0%	
	7	1	2	0	0	7
夏休み子どもWS	80.0%	0.0%	20.0%	20.0%	20.0%	
	4	0	1	1	1	5
創作週間イベント	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
	2	0	0	0	0	2
Total	63.6%	8.6%	20.1%	9.7%	16.4%	
	171	23	54	26	44	269



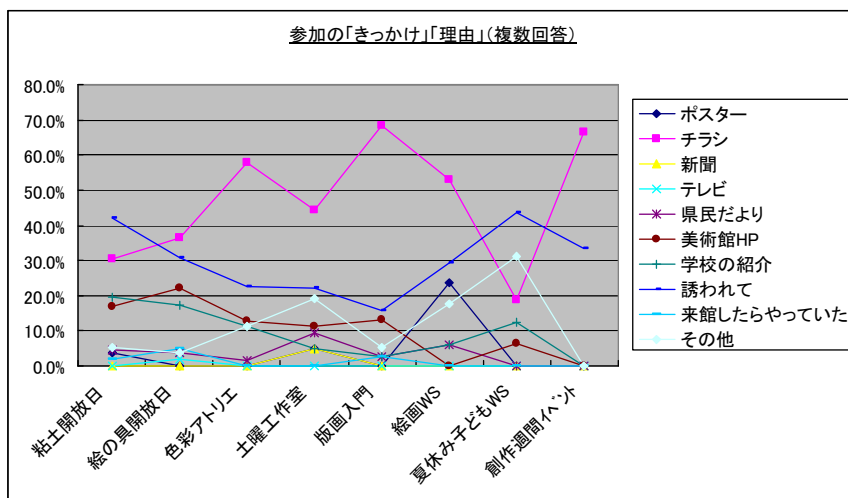
## ⑥ 参加のきっかけ、理由

粘土開放日、夏休み子どもワークショップでは誰かに誘われて、それ以外のプログラムでは、チラシでプログラムを知って参加した回答者の比率が最も高い。

展覧会と異なり、マスメディアでのPRがほとんど行われていない教育・普及プログラムでは、チラシや口コミが参加のきっかけとなることが多い。

また、美術館ホームページ、学校の紹介という回答も5～20%程度の比率を保っている。その他では、美術館からのダイレクトメールとする回答が複数寄せられた。

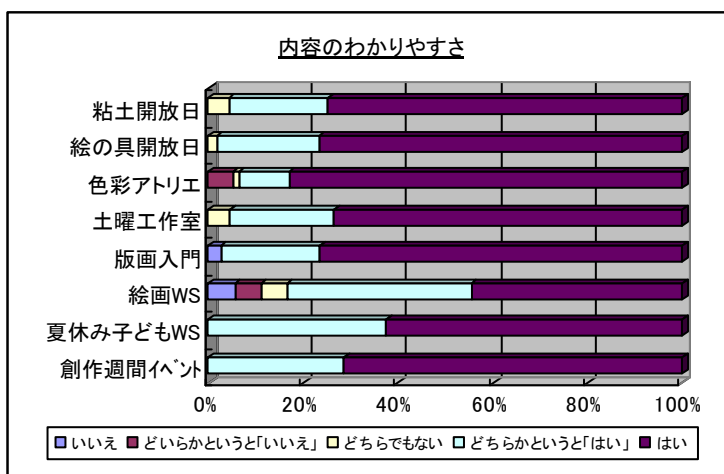
	ポスター	チラシ	新聞	テレビ	県民だより	美術館HP	学校の紹介	誘われて	やって来た	その他	回答者数
粘土開放日	3.6%	30.4%	0.0%	0.0%	4.5%	17.0%	19.6%	42.0%	1.8%	5.4%	112
絵の具開放日	0.0%	36.5%	0.0%	1.9%	3.8%	22.1%	17.3%	30.8%	4.8%	3.8%	104
色彩アトリエ	0.0%	57.7%	0.0%	0.0%	1.4%	12.7%	11.3%	22.5%	0.0%	11.3%	71
土曜工作室	4.8%	44.4%	4.8%	0.0%	9.5%	11.1%	4.8%	22.2%	0.0%	19.0%	63
版画入門	0.0%	68.4%	0.0%	0.0%	2.6%	13.2%	2.6%	15.8%	2.6%	5.3%	38
絵画WS	23.5%	52.9%	0.0%	0.0%	5.9%	0.0%	5.9%	29.4%	0.0%	17.6%	17
夏休み子どもWS	0.0%	18.8%	0.0%	0.0%	0.0%	6.3%	12.5%	43.8%	0.0%	31.3%	16
創作週間イベント	0.0%	66.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	6
Total	2.6%	42.9%	0.7%	0.5%	4.2%	15.0%	12.9%	30.2%	1.9%	9.4%	427



## (2) プログラム内容への反応

### ① 内容のわかりやすさ

プログラム名	いいえ	どちらかというとい	どちらでもない	どちらかというはい	はい	計
粘土開放日	0.0%	0.0%	4.3%	20.9%	74.8%	100.0%
絵の具開放日	0.0%	0.0%	1.9%	21.5%	76.6%	100.0%
色彩アトリエ	0.0%	5.3%	1.3%	10.5%	82.9%	100.0%
土曜工作室	0.0%	0.0%	4.7%	21.9%	73.4%	100.0%
版画入門	2.6%	0.0%	0.0%	21.1%	76.3%	100.0%
絵画WS	5.6%	5.6%	5.6%	38.9%	44.4%	100.0%
夏休み子どもWS	0.0%	0.0%	0.0%	37.5%	62.5%	100.0%
創作週間イベント	0.0%	0.0%	0.0%	28.6%	71.4%	100.0%
計	0.5%	1.1%	2.7%	20.9%	74.8%	100.0%

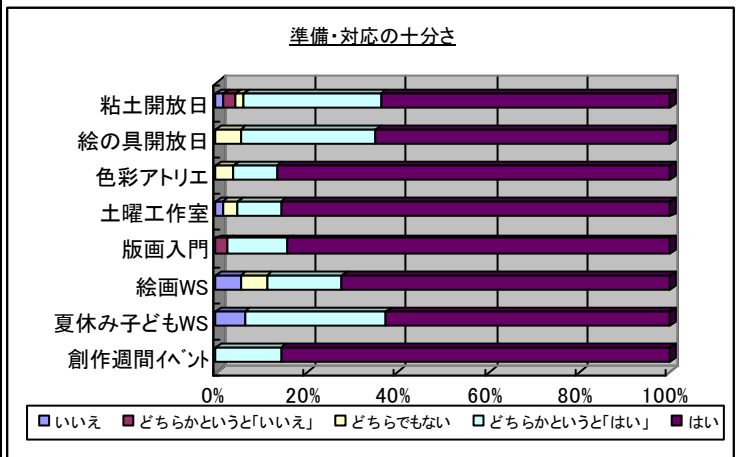


絵画WS、夏休み子供WSを除いて「はい」とした回答が70～80%台、「どちらかという」と「はい」を合わせれば、90%以上が肯定的な回答を寄せている。一方、ワークショップ系のプログラムでは肯定的な回答が低くなる傾向が見られるが、サンプル数が少ないため一定の傾向かど

うかは不明である。

## ② 準備・対応の十分さ

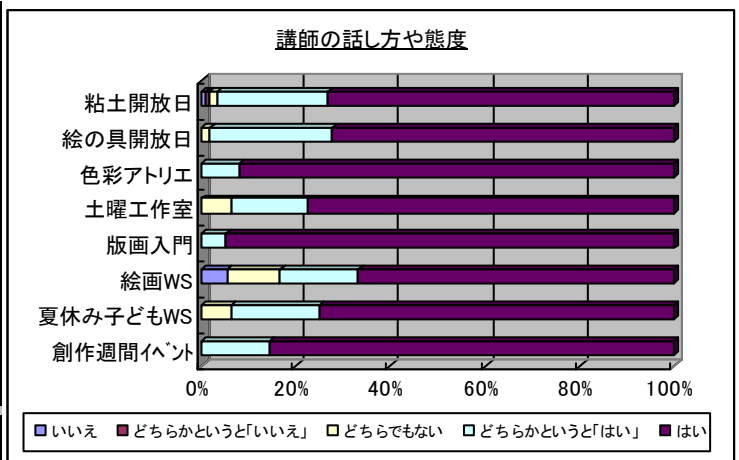
	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかという はい	はい	計
粘土開放日	1.8%	2.7%	1.8%	30.1%	63.7%	100.0%
	2	3	2	34	72	113
絵の具開放日	0.0%	0.0%	5.6%	29.6%	64.8%	100.0%
	0	0	6	32	70	108
色彩アトリエ	0.0%	0.0%	4.0%	9.3%	86.7%	100.0%
	0	0	3	7	65	75
土曜工作室	1.6%	0.0%	3.2%	9.5%	85.7%	100.0%
	1	0	2	6	54	63
版画入門	0.0%	2.6%	0.0%	13.2%	84.2%	100.0%
	0	1	0	5	32	38
絵画WS	5.6%	0.0%	5.6%	16.7%	72.2%	100.0%
	1	0	1	3	13	18
夏休み子どもWS	6.3%	0.0%	0.0%	31.3%	62.5%	100.0%
	1	0	0	5	10	16
創作週間イベント	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	85.7%	100.0%
	0	0	0	1	6	7
Total	1.1%	0.9%	3.2%	21.2%	73.5%	100.0%
	5	4	14	93	322	438



参加者の自由度の高いプログラムに比べて、講師やインストラクターの指導やアドバイスの機会が多いと考えられるプログラムで「はい」の比率が高いが、「どちらかという」と「はい」を加えれば、ほぼ90%以上が肯定的な回答である。

## ③ 講師の話し方や態度

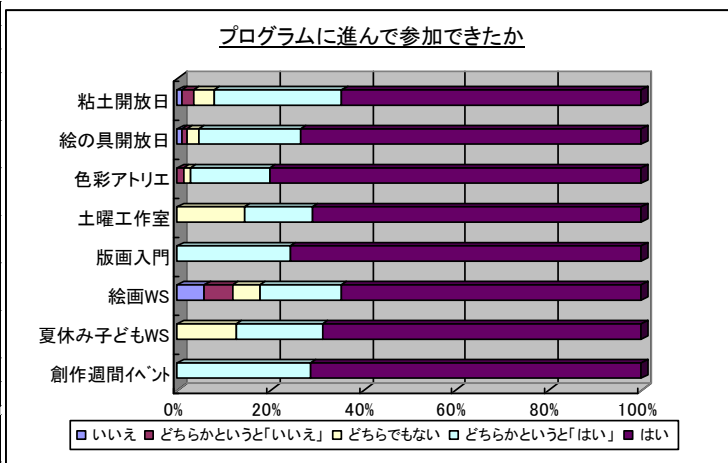
	いいえ	どちらかといういいえ	どちらでもない	どちらかという はい	はい	計
粘土開放日	0.9%	0.9%	1.7%	23.5%	73.0%	100.0%
	1	1	2	27	84	115
絵の具開放日	0.0%	0.0%	1.9%	25.9%	72.2%	100.0%
	0	0	2	28	78	108
色彩アトリエ	0.0%	0.0%	0.0%	8.0%	92.0%	100.0%
	0	0	0	6	69	75
土曜工作室	0.0%	0.0%	6.5%	16.1%	77.4%	100.0%
	0	0	4	10	48	62
版画入門	0.0%	0.0%	0.0%	5.3%	94.7%	100.0%
	0	0	0	2	36	38
絵画WS	5.6%	0.0%	11.1%	16.7%	66.7%	100.0%
	1	0	2	3	12	18
夏休み子どもWS	0.0%	0.0%	6.3%	18.8%	75.0%	100.0%
	0	0	1	3	12	16
創作週間イベント	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	85.7%	100.0%
	0	0	0	1	6	7
Total	0.5%	0.2%	2.5%	18.2%	78.6%	100.0%
	2	1	11	80	345	439



色彩アトリエ、版画入門で「はい」の比率が高い。他のプログラムも「はい」「どちらかという」と「はい」を合わせて90%以上が肯定的な回答である。サンプル数の少ない絵画ワークショップで、やや肯定的回答が減少している。

#### ④プログラムに進んで参加できた

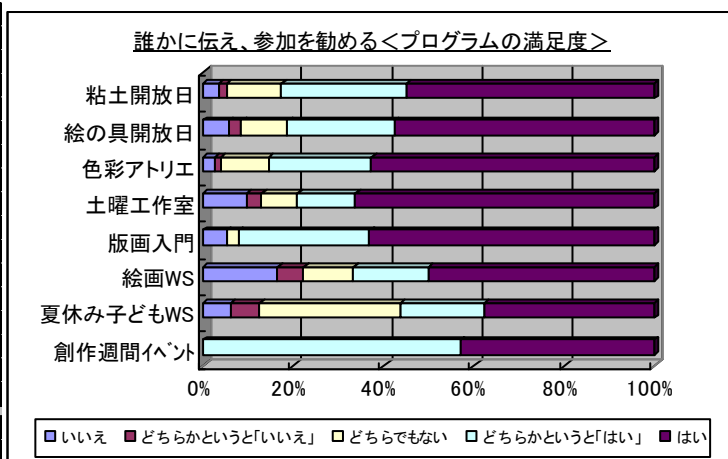
	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかという はい	はい	計
粘土開放日	0.9%	2.7%	4.4%	27.4%	64.6%	100.0%
	1	3	5	31	73	113
絵の具開放日	0.9%	0.9%	2.8%	21.7%	73.6%	100.0%
	1	1	3	23	78	106
色彩アトリエ	0.0%	1.3%	1.3%	17.3%	80.0%	100.0%
	0	1	1	13	60	75
土曜工作室	0.0%	0.0%	14.5%	14.5%	71.0%	100.0%
	0	0	9	9	44	62
版画入門	0.0%	0.0%	0.0%	24.3%	75.7%	100.0%
	0	0	0	9	28	37
絵画WS	5.9%	5.9%	5.9%	17.6%	64.7%	100.0%
	1	1	1	3	11	17
夏休み子どもWS	0.0%	0.0%	12.5%	18.8%	68.8%	100.0%
	0	0	2	3	11	16
創作週間イベント	0.0%	0.0%	0.0%	28.6%	71.4%	100.0%
	0	0	0	2	5	7
Total	0.7%	1.4%	4.8%	21.5%	71.6%	100.0%
	3	6	21	93	310	433



土曜工作室で「どちらでもない」の比率が14.5%と他のプログラムより高く、「はい」の比率がやや低い(71.0%)。粘土開放日でも「はい」が64.4%と、他のプログラムよりも低めである。サンプルが少ない絵画WS、夏休み子どもWSでも「はい」は60%台にとどまっている。

#### ⑤誰かに伝え、勧める(プログラムの満足度)

	いいえ	どちらかというといいえ	どちらでもない	どちらかという はい	はい	計
粘土開放日	3.5%	1.7%	12.2%	27.8%	54.8%	100.0%
	4	2	14	32	63	115
絵の具開放日	5.7%	2.8%	10.4%	23.6%	57.5%	100.0%
	6	3	11	25	61	106
色彩アトリエ	2.7%	1.3%	10.7%	22.7%	62.7%	100.0%
	2	1	8	17	47	75
土曜工作室	9.7%	3.2%	8.1%	12.9%	66.1%	100.0%
	6	2	5	8	41	62
版画入門	5.3%	0.0%	2.6%	28.9%	63.2%	100.0%
	2	0	1	11	24	38
絵画WS	16.7%	5.6%	11.1%	16.7%	50.0%	100.0%
	3	1	2	3	9	18
夏休み子どもWS	6.3%	6.3%	31.3%	18.8%	37.5%	100.0%
	1	1	5	3	6	16
創作週間イベント	0.0%	0.0%	0.0%	57.1%	42.9%	100.0%
	0	0	0	4	3	7
Total	5.5%	2.3%	10.5%	23.6%	58.1%	100.0%
	24	10	46	103	254	437



「ミュージアム・ナビ」指標の「教育・普及プログラムの満足度」に対応する設問である。肯定的な回答比率がやや低めなのは、展覧会アンケートでの同じ設問に対する反応と共通の理由(現実に誰かに勧めることを想定してしまう等)を推定することができる。サンプル数が20に満たないプログラムを除いて、「はい」「どちらかという」と「はい」の比率は80%を超えている。また、サンプル数が不足しているプログラムではあるが、絵画ワークショップでは、他の設問においても否定的な意見の比率が他に比べて高めとなっている。

## 4-2 ロダン館コンサート

ロダン館で行われた次の2回のコンサートについてアンケート調査を行った。

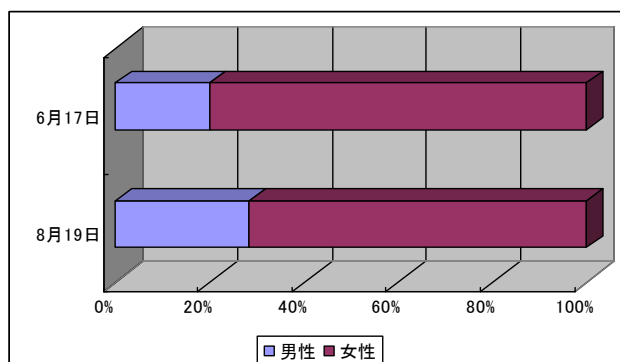
日時	出演	アンケート数
平成19年6月17日 18:00～	松谷卓(Pf.)、多井智紀(Vc.) ほか	106
〃 8月19日 18:00～	小澤真紀子(Vl.)ほか	74
計		180

### (1) 回答者の属性

#### ①性別

	男性	女性	計
6月17日	20.0%	80.0%	100.0%
	21	84	105
8月19日	28.4%	71.6%	100.0%
	21	53	74

どちらのコンサートも女性の回答者が多く、6月17日では80%が女性である。

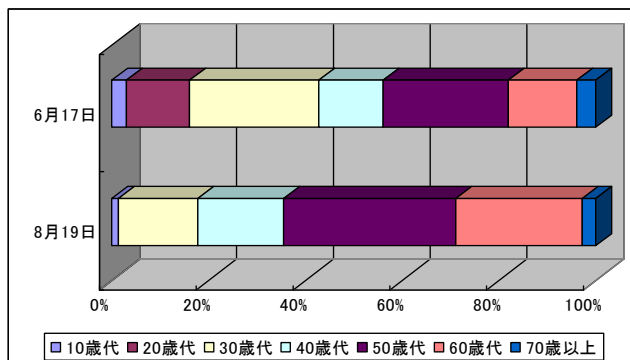


#### ②年齢

	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	計
6月17日	2.9%	13.3%	26.7%	13.3%	25.7%	14.3%	3.8%	
	3	14	28	14	27	15	4	105
8月19日	1.4%	0.0%	16.4%	17.8%	35.6%	26.0%	2.7%	
	1	0	12	13	26	19	2	73

6月17日は30歳代、50歳代がそれぞれ約25%ずつで回答者のほぼ半数を占め、20歳代、40歳代、60歳代が約13%ずつである。一方、8月19日は50歳代(35.6%)、60歳代(26.0%)で約60%を占める。

傾向の違いは、出演者に関心を持つ年齢層の違いを反映しており、6月は



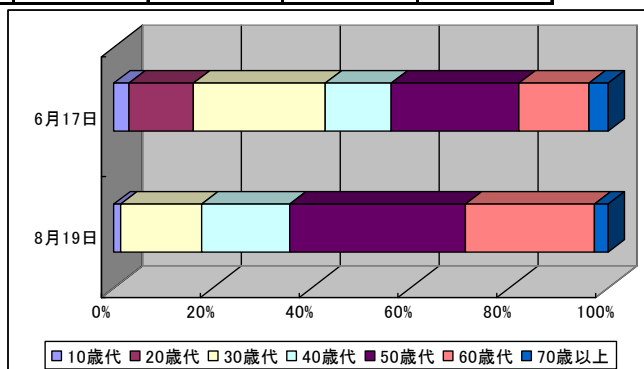
当館の従来の顧客層と比較して若い世代の比率が高く、8月は年齢の重点が50歳代から60歳代と、従来の顧客層の構成に近い。どちらのコンサートも、開催中の展覧会(6月は「熱情Ⅰ」、8月は「熱情Ⅱ」)アンケート回答者の年齢構成(6月は60歳代が最多、8月は30歳代・50歳代が最多)とは異なる結果となった。

### ③居住地

	静岡市	中部(静岡西部)	東部	賀茂	県外	計	
6月17日	56.1%	27.6%	5.1%	3.1%	0.0%	8.2%	100.0%
	55	27	5	3	0	8	98
8月19日	75.3%	6.5%	2.6%	5.2%	0.0%	10.4%	100.0%
	58	5	2	4	0	8	77

6月17日で静岡市以外の中部地域が27.6%となったのは、主な出演者が同地域出身であったためと考えられる。また、この出演者を目当てに来館したとみられる県外居住者の比率が、東部、西部地域よりも高い。

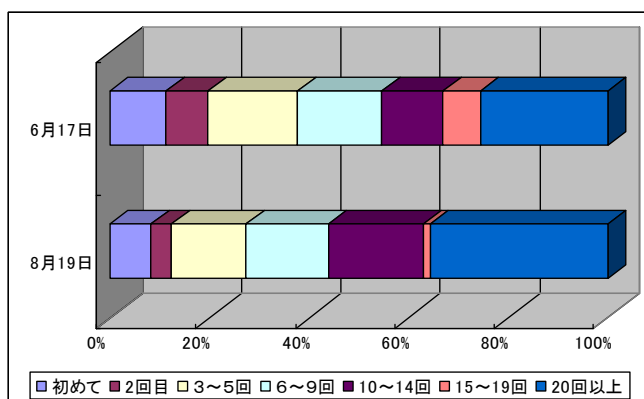
一方、8月19日では、約75%が静岡市内居住者であるとともに、県外居住者が約10%を占めた。開催中の展覧会「熱情Ⅱ」の観覧者で県外居住者が比較的多かったことの反映と考えることもできる。



### ④来館回数

	初めて	2回目	3~5回	6~9回	10~14回	15~19回	20回以上	計
6月17日	11.3%	8.6%	18.1%	17.1%	12.4%	7.6%	25.7%	106
	12	9	19	18	13	8	27	
8月19日	8.2%	4.1%	15.1%	16.4%	19.2%	1.4%	35.6%	73
	6	3	11	12	14	1	26	

どちらのコンサートも最も回答者の比率が高いのは、来館20回以上のハード・リピーターだが、6月17日では8月19日に比べてその比率が約10%低下し、全体的に来館回数の少ない回答者が多くなっている。

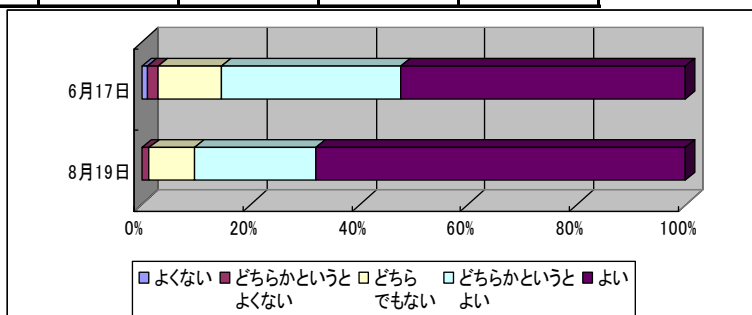


## (2) コンサートに対する反応

### ① 会場の雰囲気

	よくない	どちらかというによくない	どちらでもない	どちらかというともよい	よい	計
6月17日	1.0%	1.9%	11.7%	33.0%	52.4%	—
	1	2	12	34	54	103
8月19日	0.0%	1.4%	8.3%	22.2%	68.1%	—
	0	1	6	16	49	72

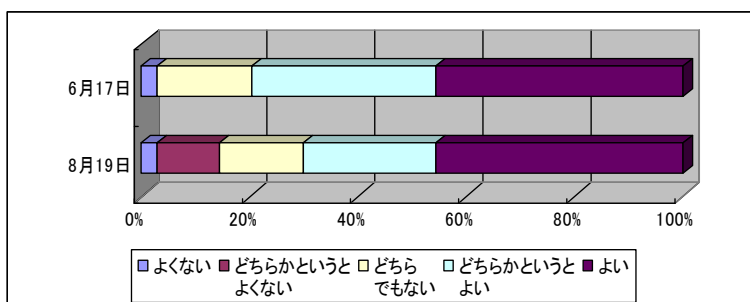
両日とも「よい」「どちらかというともよい」を合わせると80%以上が肯定的な回答を寄せているが、6月では「よい」の比率が8月より約15%低く、「どちらかというともよい」「どちらでもない」の比率が高くなっている。



### ② 音響

	よくない	どちらかというによくない	どちらでもない	どちらかというともよい	よい	計
6月17日	2.9%	0.0%	17.5%	34.0%	45.6%	—
	3	0	18	35	47	103
8月19日	2.9%	11.4%	15.7%	24.3%	45.7%	—
	2	8	11	17	32	70

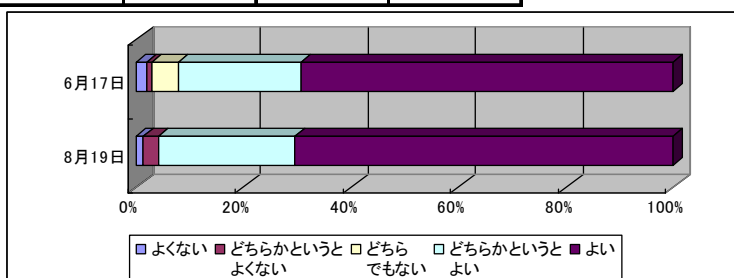
「はい」の比率は、両日ともほぼ同じだが、8月19日では「どちらかというともよくない」の比率が約10%高い。音楽のジャンル、楽器の種類の違い、音響機材の有無等が回答に影響を与えている可能性がある。



### ③ 満足度

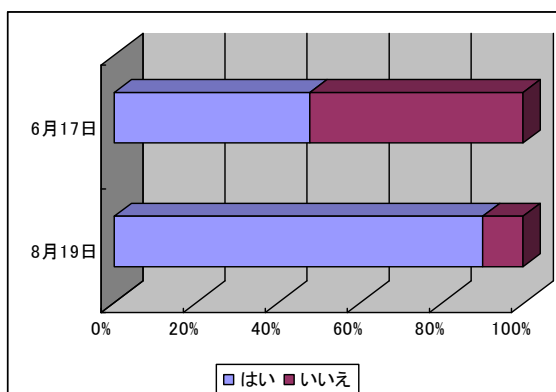
	よくない	どちらかというによくない	どちらでもない	どちらかというともよい	よい	計
6月17日	2.0%	1.0%	5.0%	22.8%	69.3%	—
	2	1	5	23	70	101
8月19日	1.4%	2.8%	0.0%	25.4%	70.4%	—
	1	2	0	18	50	71

両日とも「よい」が約70%、「どちらかというともよい」を含めると90%以上が肯定的な回答である。



#### ④ 展覧会の鑑賞

	はい	いいえ	計
6月17日	48.0%	52.0%	
	48	52	100
8月19日	90.0%	10.0%	
	63	7	70



6月17日は、回答者の約半数が展覧会を鑑賞しない（しなかった）としている。対照的に、8月19日では、鑑賞する（した）という回答が90%に達している。

また、鑑賞しない（しなかった）回答者にその理由を尋ねた結果は、以下のとおりとなっている。

	時間が無い	興味が無い	料金が低い	内容を知らない	その他	計
6月17日	80.8%	7.7%	0.0%	5.8%	11.5%	—
	42	4	0	3	6	52
8月19日	71.4%	14.3%	0.0%	14.3%	14.3%	—
	5	1	0	1	1	7

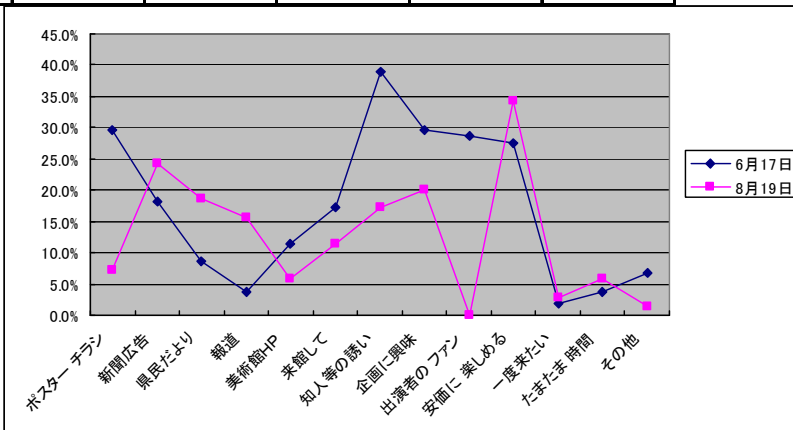
#### ⑤ 来館の「きっかけ」「理由」（複数回答）

	ポスターチラシ	新聞広告	県民だより	報道	美術館HP	来館して	知人等の誘い
6月17日	29.5%	18.1%	8.6%	3.8%	11.4%	17.1%	39.0%
	31	19	9	4	12	18	41
8月19日	7.1%	24.3%	18.6%	15.7%	5.7%	11.4%	17.1%
	5	17	13	11	4	8	12

	企画に興味	出演者のファン	安価に楽しめる	一度来たい	たまたま時間	その他	回答者数
6月17日	29.5%	28.6%	27.6%	1.9%	3.8%	6.7%	—
	31	30	29	2	4	7	105
8月19日	20.0%	0.0%	34.3%	2.9%	5.7%	1.4%	—
	14	0	24	2	4	1	70

6月17日では、出演者が地元出身の人気ミュージシャンということもあり、「知人等の誘い」の比率が最も高い。同時に、「チラシ」「企画に興味」「安価に楽しめる」もそれぞれ約30%を占め、ロダン館という空間で特定のミュージシャンが演奏することへの関心が高かったことを反映していると考えられる。



一方、8月19日は、「安価に楽しめる」の比率が最も高く、「新聞広告」「企画に興味」が続く。回答者の関心は“観覧料300円のロダン館でコンサートがある”ことに重点が置かれており、「新聞広告」「県民だより」「報道」「クチコミ」によって情報を得ている。

### 4-3 図書閲覧室

アンケート実施期間：平成18年4月～19年2月

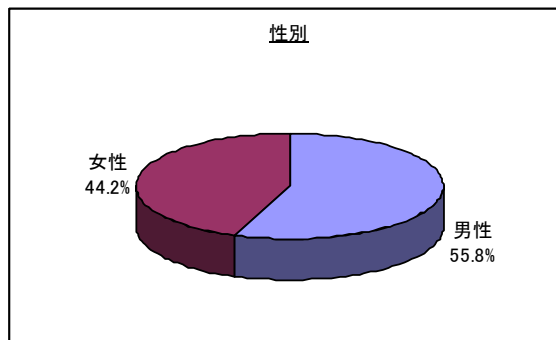
アンケート数：105

#### (1) 回答者の属性

##### ①性別

	男性	女性	計
%	55.8%	44.2%	100.0%
回答数	58	46	104

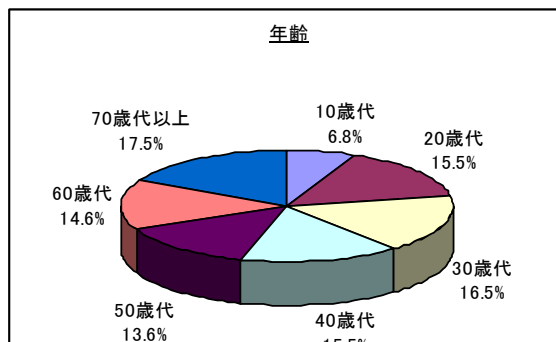
男性回答者が過半数であり、展覧会観覧者、教育・普及プログラムとは傾向が異なっている。



##### ②年齢

	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上	計
%	6.8%	15.5%	16.5%	15.5%	13.6%	14.6%	17.5%	100.0%
回答数	7	16	17	16	14	15	18	103

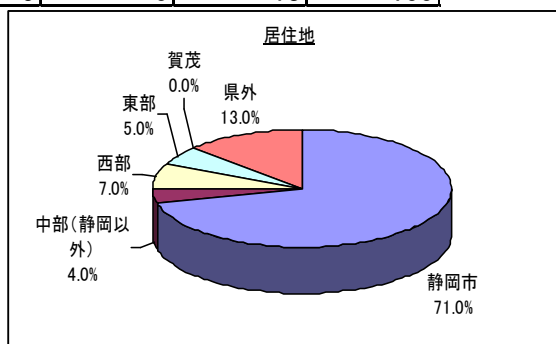
10代を除き、回答者の年齢構成は、それぞれ15%前後に分散しており、特に利用者の比率が高い年齢層は見られなかった。



##### ③居住地

	静岡市	中部(静岡)	西部	東部	賀茂	県外	計
%	71.0%	4.0%	7.0%	5.0%	0.0%	13.0%	100.0%
回答数	71	4	7	5	0	13	100

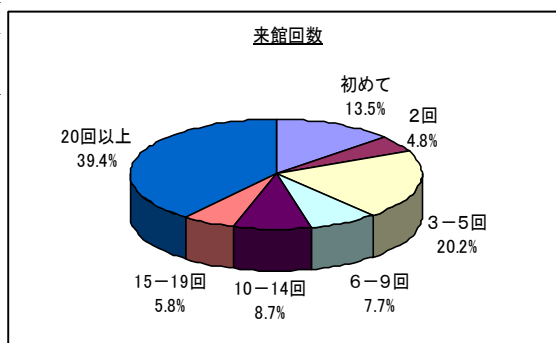
静岡市内居住者の比率が70%を超えており、教育・普及プログラム参加者とやや傾向が似ている。ただし、中部地区居住者はほとんど見られない一方で、県外居住者が約10%を占めている。



##### ④来館回数

	初めて	2回	3-5回	6-9回	10-14回	15-19回	20回以上	計
%	13.5%	4.8%	20.2%	7.7%	8.7%	5.8%	39.4%	100.0%
回答数	14	5	21	8	9	6	41	104

回答者のうち、約40%は来館回数20回以上のリピーターだった。また、新規来館者は13.5%を、3～5回来館経験を持つリピーターは20.2%を占めた。

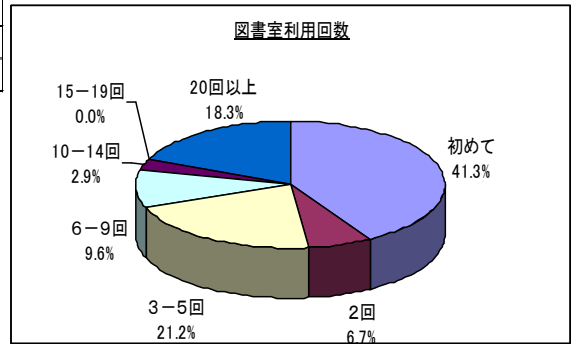


### ⑤ 図書室閲覧室の利用経験

	初めて	2回	3-5回	6-9回	10-14回	15-19回	20回以上	計
%	41.3%	6.7%	21.2%	9.6%	2.9%	0.0%	18.3%	100.0%
回答数	43	7	22	10	3	0	19	104

回答者の約40%が初めての利用であり、3-5回の利用者が約21.2%。20回以上の利用経験を持つ回答者は18.3%だった。

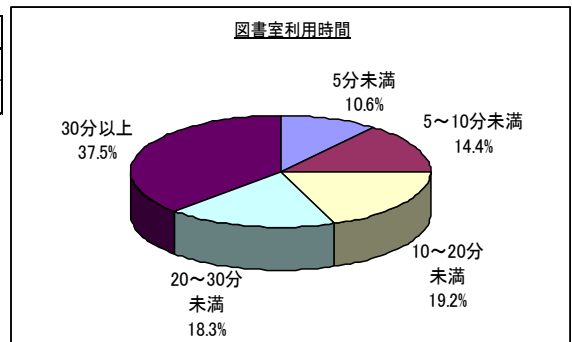
利用者の約40%が来館20回以上であるにもかかわらず、図書閲覧室を初めて利したとする回答者40%を超えていることで、いわゆるヘビー・リピーターが必ずしも図書閲覧室を利用しているわけではないことがうかがえる。



### ⑥ 図書閲覧室の利用（滞在）時間

	5分未満	5~10分未満	10~20分未満	20~30分未満	30分以上	計
%	10.6%	14.4%	19.2%	18.3%	37.5%	100.0%
回答数	11	15	20	19	39	104

30分以上の利用とした回答者が最も多く（37.5%）、以下、10~20分（19.2%）、20~30分（18.3%）と続いている。一度入室すれば、ある程度まとまった時間を過していることがわかる。

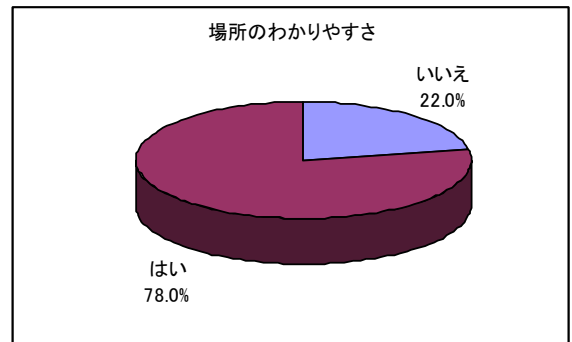


## (2) 図書閲覧室を利用しての反応

### ① 図書閲覧室の場所のわかりやすさ

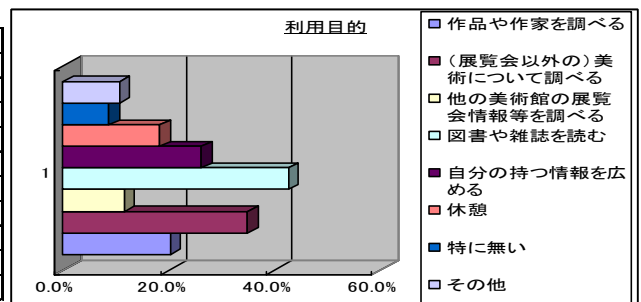
	いいえ	はい
%	22.0%	78.0%
回答数	22	78

1階エントランスホールの奥というロケーションにもかかわらず、78.0%が「わかりやすい」と回答している。図書室利用者の80%以上が美術館への来館経験者であり、来館経験が10回を超える回答者が50%を超えていることから、このような結果となったと考えることができる。



### ② 利用目的（複数回答）

	回答数	%
展覧会の作品や作家を調べる	21	20.4%
(展覧会以外の)美術について調べる	36	35.0%
他の美術館の展覧会情報等を調べる	12	11.7%
図書や雑誌を読む	44	42.7%
自分の持つ情報を広める	27	26.2%
休憩	19	18.4%
特に無い	9	8.7%
その他	11	10.7%
回答者数	103	—



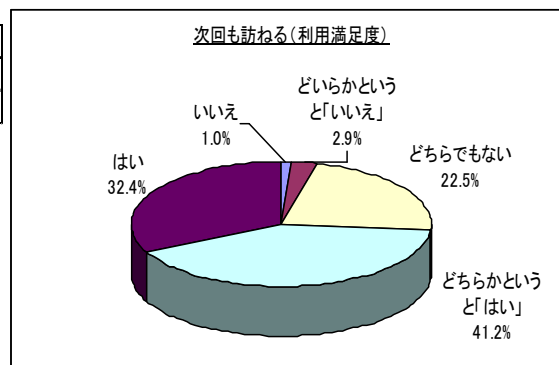
美術館所蔵の図書や雑誌を読むことを目的とする回答者の比率が 42.7%と最も高い。次いで、「(展覧会以外の) 美術について調べる」(35.0%)、「自分のもつ情報を広げる」(26.2%)の比率が他よりも高い。一方、「展覧会の作品や作家を調べる」は 20%程度である。また、「その他」(10.7%)の中には「研究」「学習」や「静かなところで時間を過ごすため」等の回答が見られた。

### ③次回来館時も図書閲覧室を訪ねる(満足度)

	いいえ	どちらかという「いいえ」	どちらでもない	どちらかという「はい」	はい	計
%	1.0%	2.9%	22.5%	41.2%	32.4%	100.0%
回答数	1	3	23	42	33	102

「ミュージアム・ナビ」の評価指標「図書閲覧室の満足度」に対応する設問である。

「はい」「どちらかというとはい」を合わせれば、73.5%が肯定的な回答を寄せているが、展覧会、教育・普及プログラムの設問と比較すると、「はい」の比率が高いとはいえ、保留的な態度「どちらでもない」を示す回答者が 22.5%に達している。



## 4-4 レストラン

アンケート実施期間：平成 18 年 11 月～19 年 2 月（平日 6 日、土日 5 日）

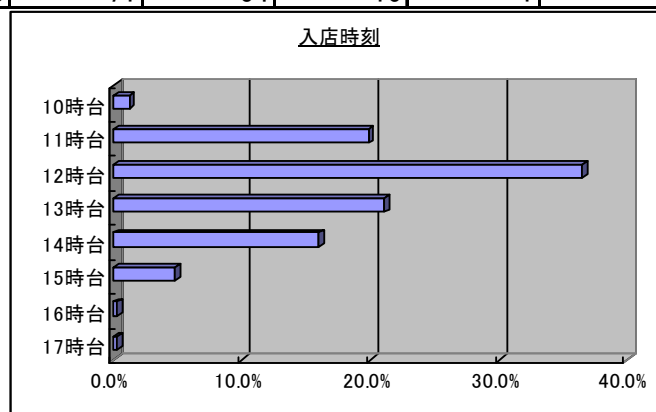
アンケート数：343

### (1) 回答者の属性

#### ①入店時刻

	10時台	11時台	12時台	13時台	14時台	15時台	16時台	17時台
%	1.2%	19.9%	36.5%	21.1%	16.0%	4.7%	0.3%	0.3%
回答数	4	67	123	71	54	16	1	1

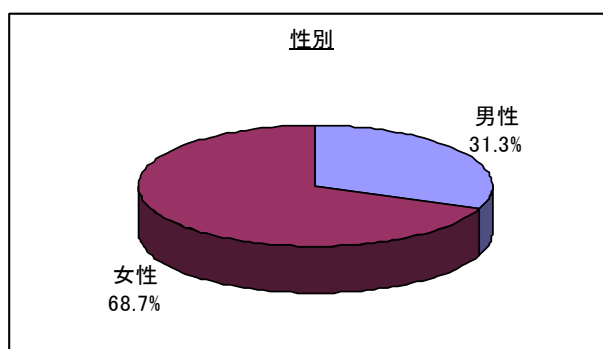
県立美術館の開館時間(10:00～17:30)から、昼食時間帯の中心 12 時台が 36.5%と最も多く、次いで 13 時台(21.1%)、11 時台(19.9%)となっている。また、昼食時間帯後である 14 時台及び 15 時台のティータイムを合わせると、回答者の約 20%となる。



## ②性別

	男性	女性	計
%	31.3%	68.7%	100.0%
回答数	102	224	326

回答者の約70%は女性であり、展覧会観覧者（50%から60%程度）よりも高い比率となっている。

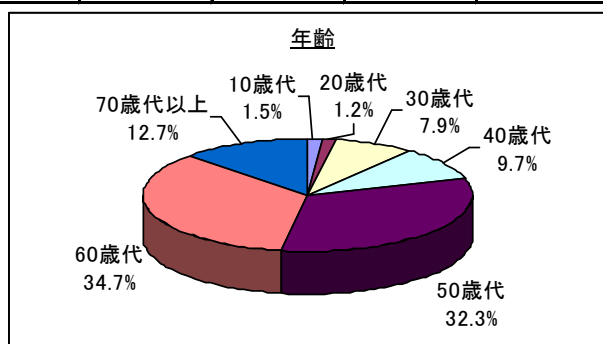


## ③年齢

	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以	計
%	1.5%	1.2%	7.9%	9.7%	32.3%	34.7%	12.7%	100.0%
回答数	5	4	26	32	107	115	42	331

50歳代（32.2%）、60歳代（34.7%）で回答者の70%近くを占め、40歳代以下は20%程度である。アンケート実施は、「鷗外」（3日間）、「富嶽ビエンナーレ」（5日間）、「ロダン」（3日間）である。「富嶽」では観覧者アンケートを実施していないが、50歳代以上の割合が「鷗外」で約60%、「ロダン」で約40%であることを考える

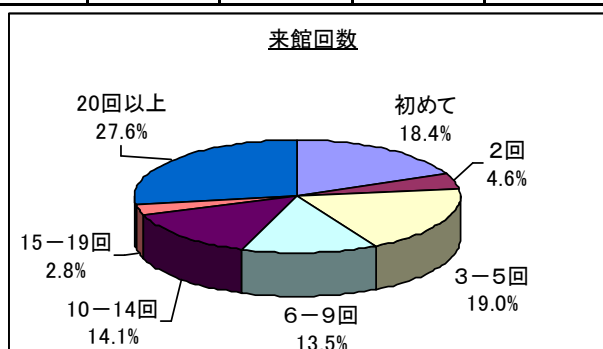
と、レストラン利用者は中高年齢層寄りといえる。ただし、50歳代以上の回答者が30%に満たない「熱情Ⅱ」、50%程度の「ナスカ」の回答者が加われば、利用者の年齢層構成はもう少し若年化した可能性がある。



## ④美術館への来館回数

	初めて	2回	3-5回	6-9回	10-14回	15-19回	20回以上	計
%	18.4%	4.6%	19.0%	13.5%	14.1%	2.8%	27.6%	100.0%
回答数	60	15	62	44	46	9	90	326

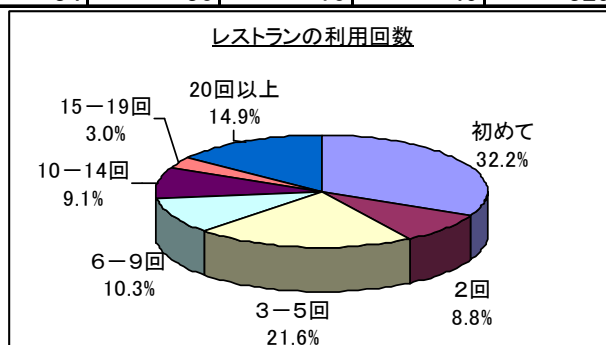
回答者比率が最も高いのは、20回以上の来館経験を持つ層（27.6%）であり、3-5回（19.0%）、新規来館者（18.4%）が続く。回数が限定され気味の2回、15-19回を除いて突出した層は無く、回答者は来館経験に強く影響されてレストランを利用しているわけではないことがうかがわれる。



### ⑤ レストランの利用回数

	初めて	2回	3-5回	6-9回	10-14回	15-19回	20回以上	計
%	32.2%	8.8%	21.6%	10.3%	9.1%	3.0%	14.9%	100.0%
回答数	106	29	71	34	30	10	49	329

レストラン利用が初めてという回答者が32.2%と、最もその比率が高く、3-5回(21.6%)、20回以上(14.9%)がこれに続く。5回程度までの利用者比率が60%を超えており、レストランに関しては、展覧会や教育・普及プログラムほど顧客のリピーター化は進んでいないと考えられる。

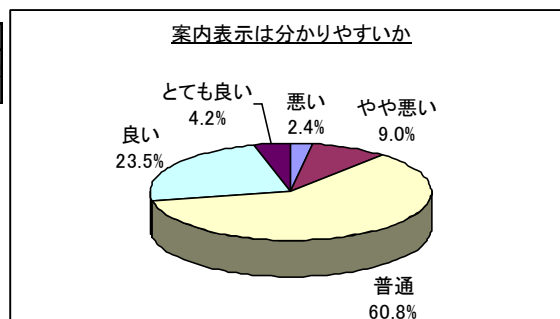


### (2) レストランを利用しての反応

#### ① 案内表示の分かりやすさ

	悪い	やや悪い	普通	良い	とても良い	計
%	2.4%	9.0%	60.8%	23.5%	4.2%	100.0%
回答数	8	30	202	78	14	332

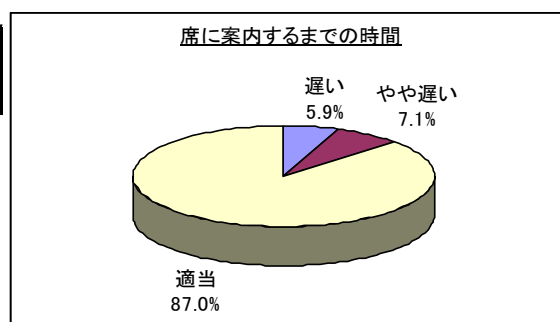
レストランの案内表示については、「普通」とする回答者が約60%に達し、更に肯定的な評価は30%弱にとどまる。また、「悪い」「やや悪い」とした回答者の比率は10%程度である。



#### ② 席に案内するまでの時間

	遅い	やや遅い	適当	計
%	5.9%	7.1%	87.0%	100.0%
回答数	19	23	282	324

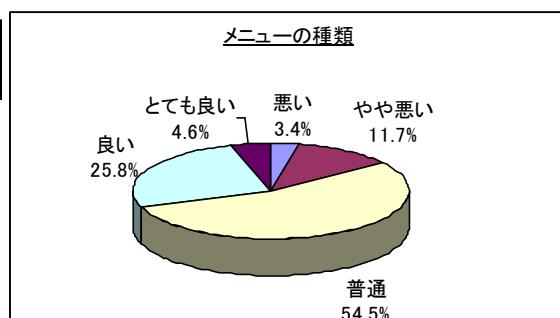
回答者の87%が適当と答えている。一方、時間帯、曜日の影響が考えられるが、「遅い」「やや遅い」とする回答者の比率は13%だった。



#### ③ メニューの種類

	悪い	やや悪い	普通	良い	とても良い	計
%	3.4%	11.7%	54.5%	25.8%	4.6%	100.0%
回答数	11	38	177	84	15	325

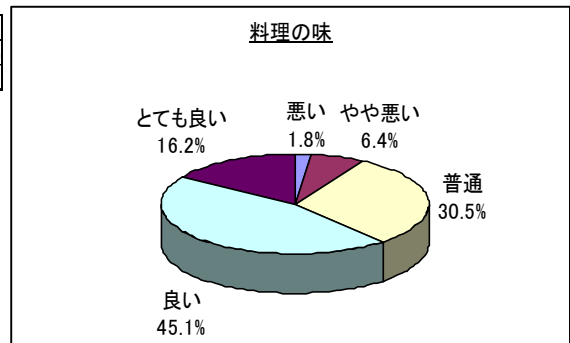
「普通」とする回答者の比率が約55%。更に肯定的に「良い」「とても良い」捉えた回答者の比率が約30%だった。「悪い」「やや悪い」とした回答者の比率は、合わせて約15%である。



#### ④料理の味

	悪い	やや悪い	普通	良い	とても良い	計
%	1.8%	6.4%	30.5%	45.1%	16.2%	100.0%
回答数	6	21	100	148	53	328

「良い」「とても良い」とする肯定的な回答比率が60%を超え、「普通」とする回答比率(30.5%)の約2倍となった。

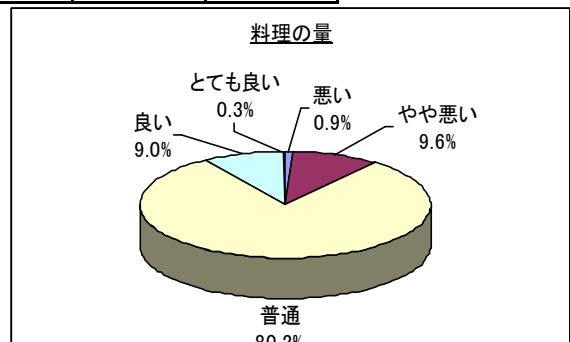


#### ⑤料理の量

	悪い	やや悪い	普通	良い	とても良い	計
%	0.9%	9.6%	80.2%	9.0%	0.3%	100.0%
回答数	3	31	260	29	1	324

約80%が「普通」(適当)と回答し、「良い」「とても良い」の合計、「悪い」「やや悪い」の合計がそれぞれ約10%だった。

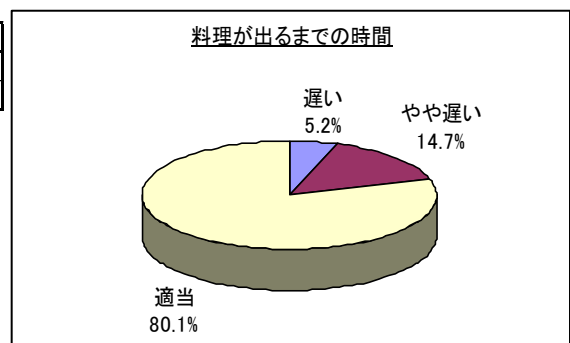
なお、現在の選択肢では「悪い」内容(多い、少ない)が不明なため、変更が必要と考えられる。



#### ⑥料理が出るまでの時間

	遅い	やや遅い	適当	計
%	5.2%	14.7%	80.1%	100.0%
回答数	17	48	262	327

約80%が「適当」と回答しているものの、約20%の回答者は程度の差こそあれ「遅い」と回答を寄せている。席に案内するまでの時間(13.0%が「遅い」「やや遅い」と比較して、料理が出るまでの時間を遅いと感じる回答者の比率やや高い結果となった。

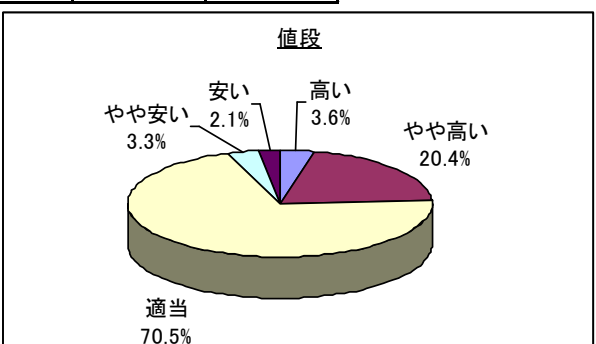


#### ⑦値段

	高い	やや高い	適当	やや安い	安い	計
%	3.6%	20.4%	70.5%	3.3%	2.1%	100.0%
回答数	12	67	232	11	7	329

「適当」とする回答比率が約70%に達する一方で、「高い」「やや高い」の合計が24.0%を占めている。

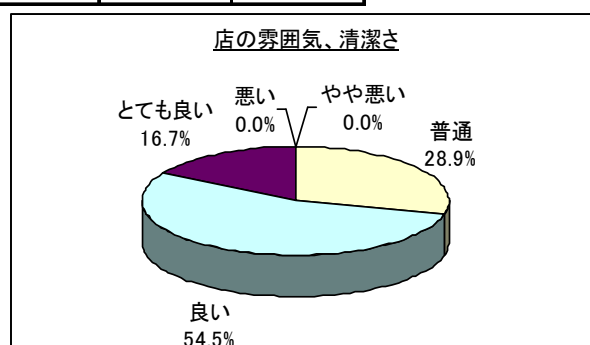
自由回答では「軽食類を増やして値段を安く」「量を減らしてその分安価に」等の一方で、「値段が多少上がっても良いから、料理の種類や質の充実を」という意見が寄せられた。



### ⑧店の雰囲気、清潔さ

	悪い	やや悪い	普通	良い	とても良い	計
%	0.0%	0.0%	28.9%	54.5%	16.7%	100.0%
回答数	0	0	97	183	56	336

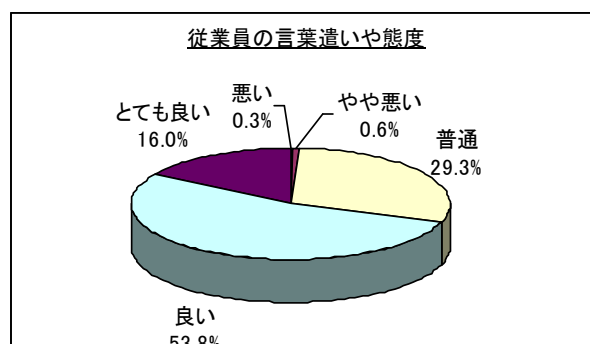
回答者の約70%が「良い」「とても良い」とし、約30%が「普通」と回答している。否定的な「悪い」「やや悪い」との回答は寄せられていない。



### ⑨従業員の言葉遣いや態度

	悪い	やや悪い	普通	良い	とても良い	計
%	0.3%	0.6%	29.3%	53.8%	16.0%	100.0%
回答数	1	2	97	178	53	331

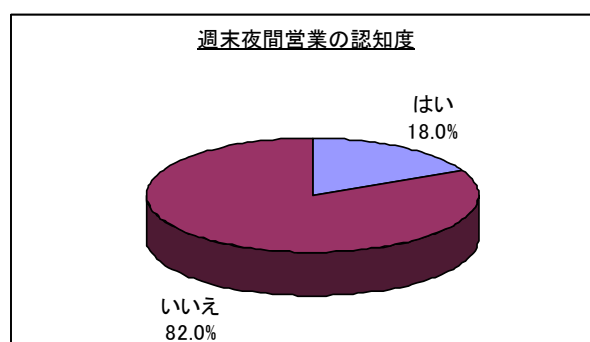
前の設問である「店の雰囲気、清潔さ」と、ほぼ同様の回答比率である。わずかに「悪い」「やや悪い」との回答が見られる。



### ⑩週末の夜間営業の認知度

	はい	いいえ	計
%	18.0%	82.0%	100.0%
回答数	58	264	322

週末（金曜～日曜）にレストランが20時までの夜間営業を行っていることについての認知度を尋ねた。夜間営業を知っていると回答したのは18%であり、そのうちの約40%は20回以上のレストラン利用者である。また、約10%は初めての利用と回答している。

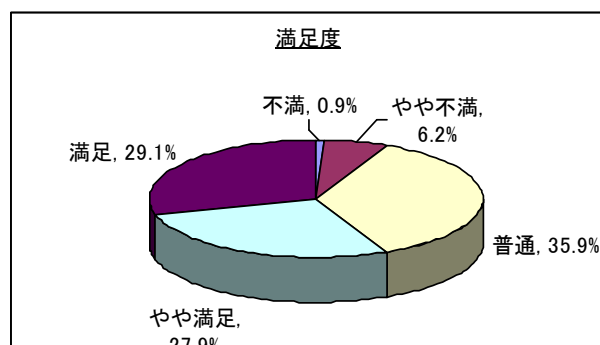


### ⑪利用満足度

	不満	やや不満	普通	やや満足	満足	計
%	0.9%	6.2%	35.9%	27.9%	29.1%	100.0%
回答数	3	21	122	95	99	340

「ミュージアム・ナビ」指標の「レストランの満足度」に対応する設問である。

「満足」(29.1%)、「やや満足」(27.9%)とした回答者数の合計の比率を「レストランの満足度」とし、57.1%の満足度として捉えた。評価試行中の平成15年度に得られた満足度57.6%、17年度の63.2%と比較すれば、著しく低いわけではないが、展覧会、教育・普及プログラム、ミュージアム・ショップの満足度と比べてやや水準が低くなっている。



#### 4-5 ミュージアム・ショップ

アンケート実施期間：平成19年1月～19年3月（平日5日、土日5日）

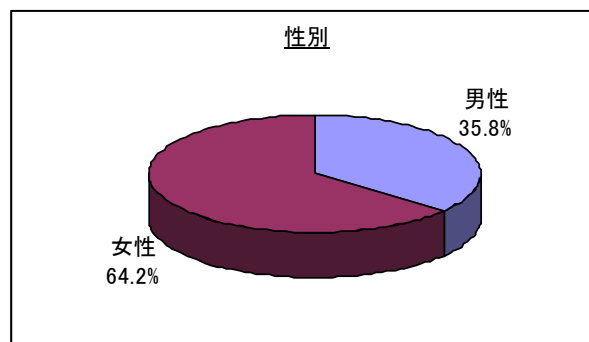
アンケート数：375

##### (1) 回答者の属性

###### ①性別

	男性	女性	計
%	35.8%	64.2%	100.0%
回答数	132	237	369

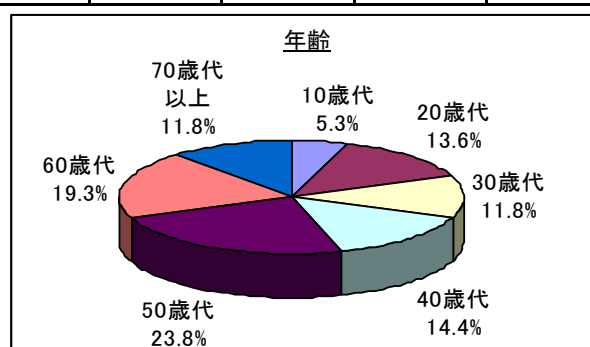
レストラン・アンケートの回答者と比べて若干男女比率の差が小さくなり、展覧会アンケート回答者の比率（男性44：女性56）にやや近くなっている。



###### ②年齢

	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上	計
%	5.3%	13.6%	11.8%	14.4%	23.8%	19.3%	11.8%	100.0%
回答数	20	51	44	54	89	72	44	374

回答者の比率が最も高いのが50歳代（23.8%）。次いで60歳代（19.3%）だが、他の年代にもほぼ10%台で分散しているため、40歳代以下の利用者が約47%となった。

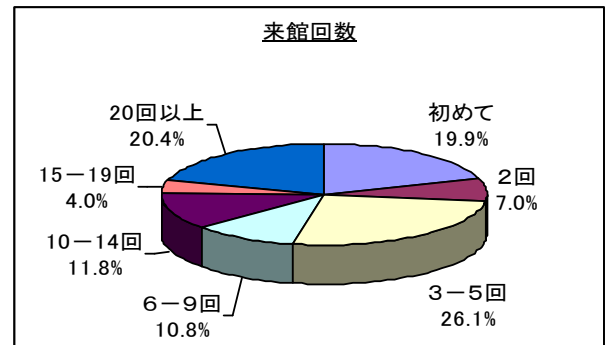


###### ③来館回数

	初めて	2回	3-5回	6-9回	10-14回	15-19回	20回以上	計
%	19.9%	7.0%	26.1%	10.8%	11.8%	4.0%	20.4%	100.0%
回答数	74	26	97	40	44	15	76	372

来館回数が3-5回の回答者が26.1%と最も比率が高いが、20回以上（20.4%）、新規来館者（19.9%）との差は5%程度である。また、新規及び5回程度までの来館経験を持つ回答者の合計比率が約53%となっている。

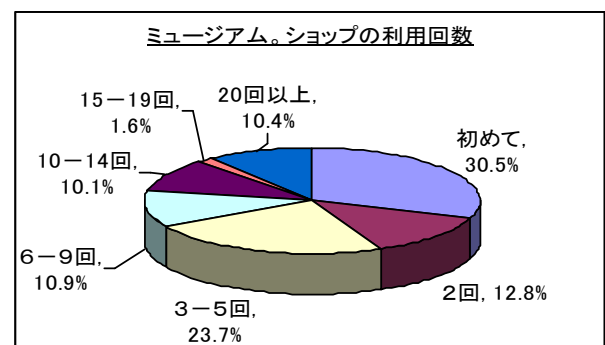
なお、回答者のうちの新規来館者によるミュージアム・ショップ利用率は、展覧会アンケートによる平成18年度の新規来館者比率22.7%には及ばないが、17年度以前の17%台を若干上回っている。



#### ④ミュージアム・ショップの利用回数

	初めて	2回	3-5回	6-9回	10-14回	15-19回	20回以上	計
%	30.5%	12.8%	23.7%	10.9%	10.1%	1.6%	10.4%	100.0%
回答数	112	47	87	40	37	6	38	367

初めての利用者の比率が30.5%と最も高く、5回程度までの利用経験者を合計した比率が70%近くに達している。

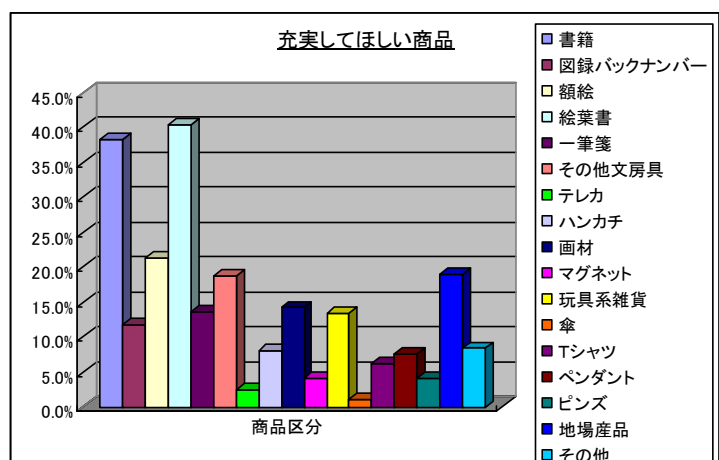


## (2) ミュージアム・ショップを利用したの反応

### ①充実してほしい商品（複数回答）

	書籍	図録バックナンバー	額絵	絵葉書	一筆箋	その他文房具	テレカ	ハンカチ
%	38.4%	11.8%	21.3%	40.3%	13.7%	18.8%	2.5%	8.1%
回答数	137	42	76	144	49	67	9	29
	画材	マグネット	玩具系雑貨	傘	Tシャツ	ペンダント	ピンズ	地場産品
%	14.3%	4.2%	13.4%	1.1%	6.2%	7.6%	4.2%	19.0%
回答数	51	15	48	4	22	27	15	68
	その他		回答者数					
%	8.4%		—					
回答数	30		357					

書籍、絵葉書がそれぞれ約40%ずつの充実希望を集めた。次に希望が多かったのは、額絵、その他文房具、地場産品で、約20%ずつとなっている。

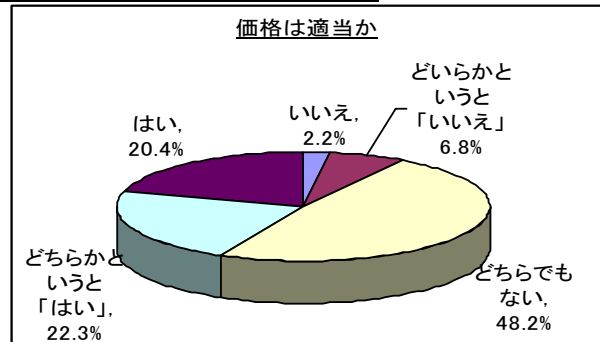


## ②価格

	いいえ	どちらかというど「いいえ」	どちらでもない	どちらかというど「はい」	はい	計
%	2.2%	6.8%	48.2%	22.3%	20.4%	100.0%
回答数	8	25	177	82	75	367

「どちらでもない」との回答比率が約50%に達している。また、否定的な回答は約10%である。

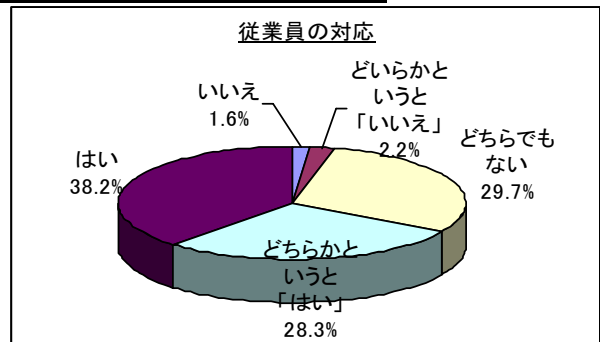
設問が、「価格は適当ですか」であることに加え、回答の選択肢で価格に直結する言葉（高い、安い）を使用しなかったため、「適当」と考える回答者が「どちらでもない」を選択した可能性が考えられる。



## ③従業員の態度

	いいえ	どちらかというど「いいえ」	どちらでもない	どちらかというど「はい」	はい	計
%	1.6%	2.2%	29.7%	28.3%	38.2%	100.0%
回答数	6	8	108	103	139	364

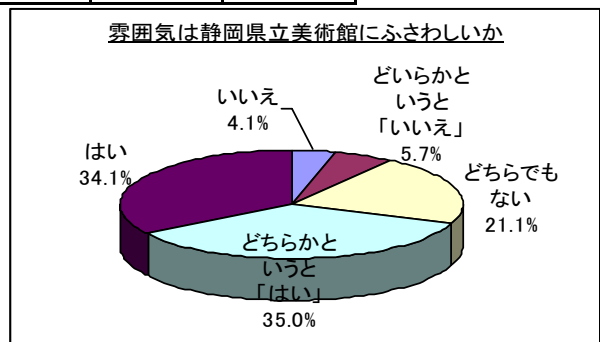
「従業員の態度は良かったですか」との問いに対して、「はい」「どちらかというど「はい」」とした回答者は、合わせて66.5%だった。また、「どちらでもない」が約30%という比率である。これらの結果は、レストランの従業員についての設問とほぼ同様となった。



## ④雰囲気は静岡県立美術館にふさわしいか

	いいえ	どちらかというど「いいえ」	どちらでもない	どちらかというど「はい」	はい	計
%	2.8%	4.5%	15.5%	24.9%	52.3%	100.0%
回答数	10	16	55	88	185	354

「はい」「どちらかというど「はい」」とした回答者の比率が約77%であり、一方、否定的な回答比率は10%程度だった。

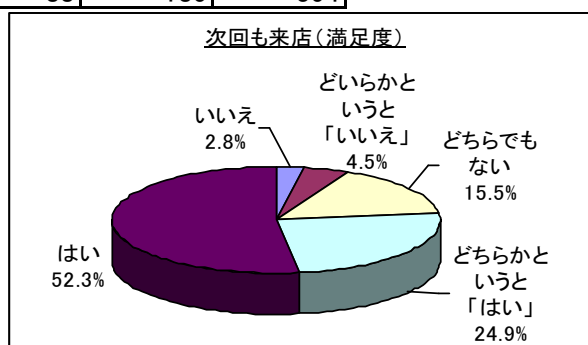


### ⑤次回も来店（満足度）

	いいえ	どちらかというと「いいえ」	どちらでもない	どちらかというと「はい」	はい	計
%	2.8%	4.5%	15.5%	24.9%	52.3%	100.0%
回答数	10	16	55	88	185	354

「ミュージアム・ナビ」指標の「ミュージアム・ショップの満足度」に対応する設問である。回答者 77.1% のが「はい」「どちらか」というと「はい」を選択した。

業態、利用形態、客層等が異なるため単純な比較はできないが、レストランの満足度（57.1%）と比較すると 20% ほど高くなっている。



## 4-6 ホームページ

アンケート実施期間：平成 18 年 4 月～19 年 1 月

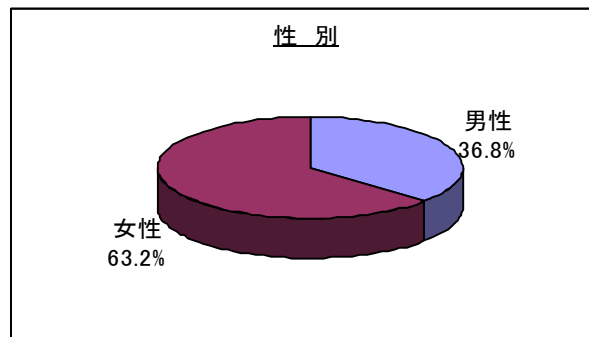
アンケート数：215

### (1) 回答者の属性

#### ①性別

	男性	女性	計
%	36.8%	63.2%	100.0%
回答数	78	134	212

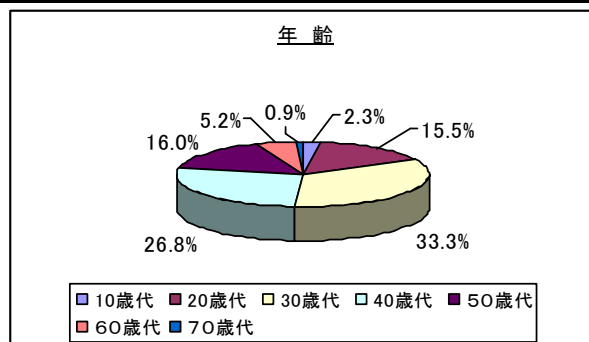
展覧会アンケート回答者の男女比（男性 44:女性 56）よりも女性の比率が高くなっている。



#### ②年齢

	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	計
%	2.3%	15.5%	33.3%	26.8%	16.0%	5.2%	0.9%	100.0%
回答数	5	33	71	57	34	11	2	213

展覧会アンケートとは異なり、30歳代（33.3%）以下の回答者比率が50%を上回っている。60歳代、70歳代の回答者は少なく、80歳代以上からの回答は寄せられていない。

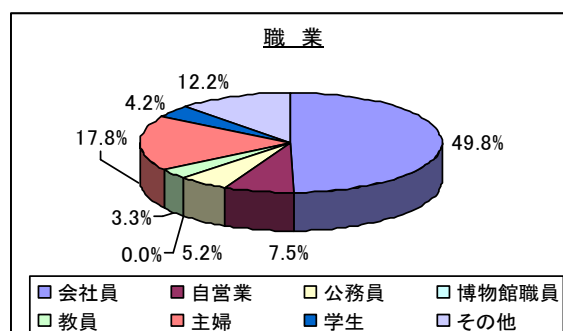


### ③職業

	会社員	自営業	公務員	博物館職員	教員	主婦	学生	その他	計
%	49.8%	7.5%	5.2%	0.0%	3.3%	17.8%	4.2%	12.2%	100.0%
回答数	106	16	11	0	7	38	9	26	213

回答者の約半数（49.8%）が会社員、次いで主婦（17.8%）、その他（12.2%）等である。

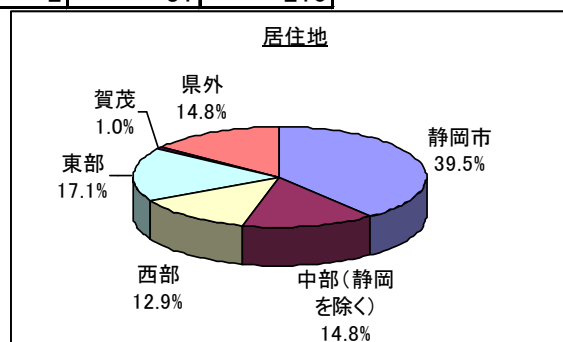
教員の比率はわずか（3.3%）であり、学生（4.2%）も同様である。博物館職員からの回答は見られなかった。



### ④居住地

静岡市	中部（静岡を除く）	西部	東部	賀茂	県外	計
39.5%	14.8%	12.9%	17.1%	1.0%	14.8%	100.0%
83	31	27	36	2	31	210

中部地域居住者からの回答比率が約55%となったが、展覧会アンケートに比べて静岡市内居住者の比率が低下し、その分、西部、東部、県外の比率が高まっている。

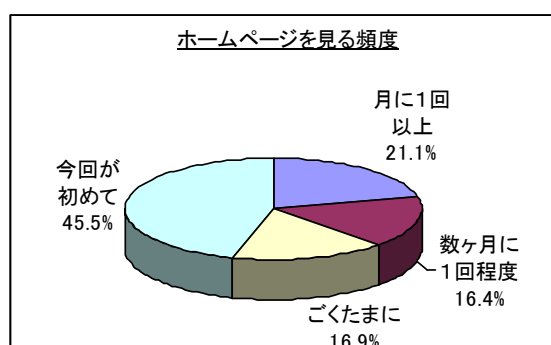


## （2）ホームページアクセスに伴う反応

### ①県立美術館ホームページを見る頻度

	月に1回以上	数ヶ月に1回程度	ごくたまに	今回が初めて	計
%	21.1%	16.4%	16.9%	45.5%	100.0%
回答数	45	35	36	97	213

県立美術館ホームページに初めてアクセスしたという回答者の比率が45.5%と最も高いが、月に1回以上という頻度の高いリピーターも21.1%に達している。「数か月に1度」「ごくたまに」を加えれば、アクセス経験者の比率が50%をやや上回っている。



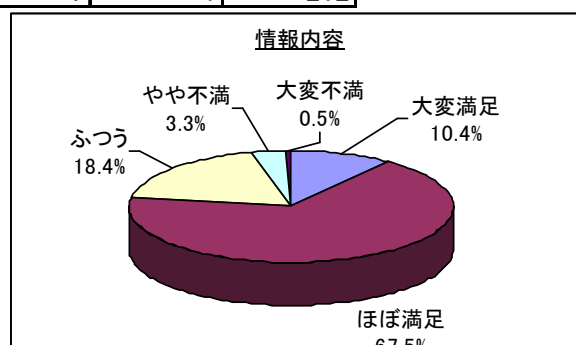
## ②情報内容

	大変満足	ほぼ満足	ふつう	やや不満	大変不満	計
%	10.4%	67.5%	18.4%	3.3%	0.5%	100.0%
回答数	22	143	39	7	1	212

「ミュージアム・ナビ」の指標「ホーム・ページの満足度」に対応する設問である。

「大変満足」「ほぼ満足」とした回答者数の合計の比率(77.8%)を満足度として捉えた。

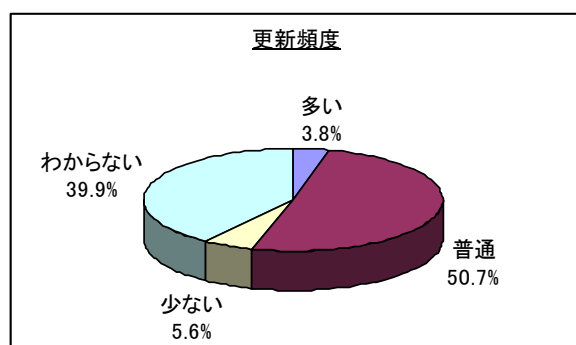
「ほぼ満足」とする回答の比率が最多(67.5%)であり、「やや不満」「大変不満」という否定的な回答は4%程度にとどまっている。



## ③更新頻度

	多い	普通	少ない	わからない	計
%	3.8%	50.7%	5.6%	39.9%	100.0%
回答数	8	108	12	85	213

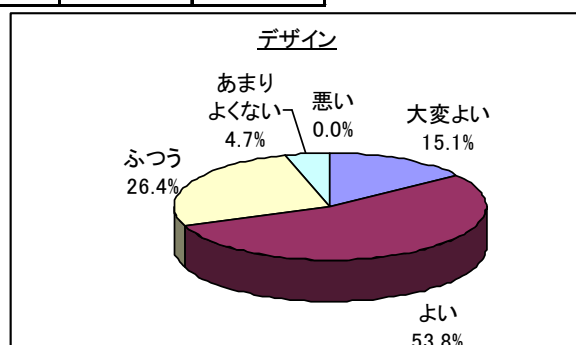
「普通」とする回答者比率が約50%ではあるものの、「わからない」も約40%となっており、更新頻度については回答者が評価しかねている様子もうかがえる。ただし、頻度が低い(少ない)とする回答は5%程度である。



## ④ホームページ・デザイン

	大変よい	よい	ふつう	あまりよくない	悪い	計
%	15.1%	53.8%	26.4%	4.7%	0.0%	100.0%
回答数	32	114	56	10	0	212

70%近くの回答者が「大変よい」「よい」と肯定的に捉えており、否定的な回答は「あまりよくない」の5%程度にとどまっている。同時に、「ふつう」とする回答が26.4%あり、インパクトのあるページ・デザインであるとは言い難い面も現れている。

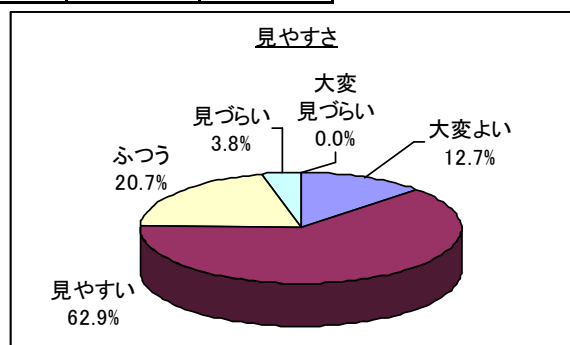


### ⑤見やすさ

	大変見やすい	見やすい	ふつう	見づらい	大変見づらい	計
%	12.7%	62.9%	20.7%	3.8%	0.0%	100.0%
回答数	27	134	44	8	0	213

前出のページ・デザインに関連する設問である。

デザインに対する評価以上に、見やすさについては肯定的な回答（「大変見やすい」「見やすい」）の比率が高い（75.6%）。「普通」（20.7%）を加えれば、95%以上の回答者が、見やすさについては水準以上と評価している。



## 4-7 県政インターネット・モニターアンケート（県立美術館の利用に関する意識調査）

アンケート実施期間：平成 18 年 10 月 18 日～年 11 月 1 日

アンケート数：443

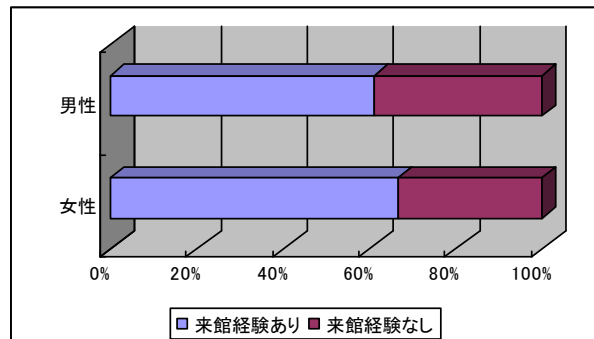
来館者アンケートとは異なり、来館経験の無い回答者をも対象とした調査であるため、来館経験の有無によるクロス集計・分析を行った。

### (1) 回答者の属性

#### ① 性別

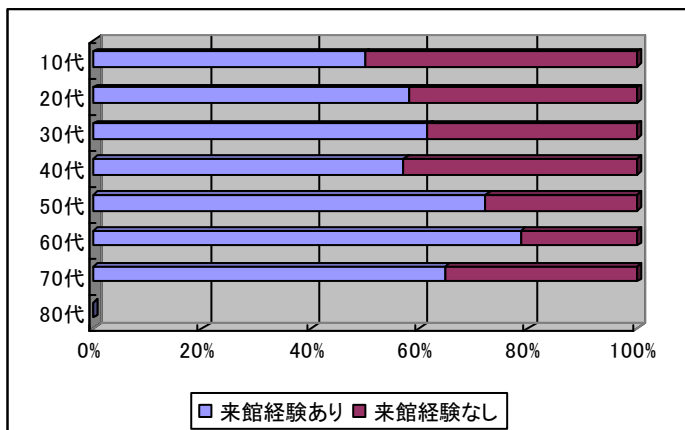
	来館経験あり	来館経験なし	計
男性	61.2%	38.8%	100.0%
	128	81	209
女性	66.7%	33.3%	100.0%
	156	78	234

男女ともに回答者の 60%以上が来館経験者である。また、男女比は、来館経験者で「男性 45 : 女性 55」、来館未経験者で「男性 50 : 女性 50」となった。



#### ② 年齢

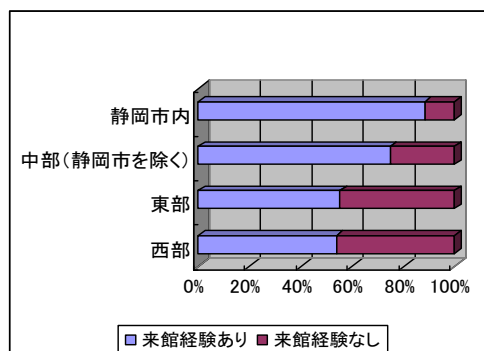
	来館経験あり	来館経験なし	計
10代	50.0%	50.0%	100.0%
	1	1	2
20代	58.3%	41.7%	100.0%
	21	15	36
30代	61.6%	38.4%	100.0%
	90	56	146
40代	57.3%	42.7%	100.0%
	71	53	124
50代	72.2%	27.8%	100.0%
	39	15	54
60代	78.7%	21.3%	100.0%
	48	13	61
70代	64.7%	35.3%	100.0%
	11	6	17
80代	0.0%	0.0%	0.0%
	0	0	0



60歳代で来館経験者の比率が最も高く、80%弱に達する。50歳代で70%を超え、70歳代も約65%となっている。なお、10代はサンプル数が2のみであるため、一定の傾向として捉えるのは困難である。また、80歳代の回答者はいなかった。

### ③ 居住地

	来館経験あり	来館経験なし	計
静岡市内	88.3%	11.7%	100.0%
	91	12	103
中部(静岡市を除く)	75.0%	25.0%	100.0%
	36	12	48
東部	55.5%	44.5%	100.0%
	81	65	146
西部	53.9%	46.1%	100.0%
	76	65	141

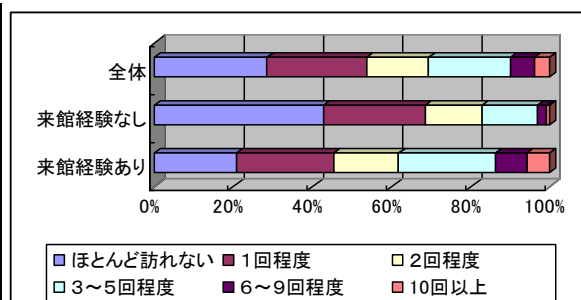


静岡市内の回答者は来館経験者の比率が90%近くに達し、中部地域でも75%となっている。東部、西部地域はそれぞれ50%をやや超える程度だった。

## (2) 意識調査への回答結果

### ① 全国のミュージアム等の文化施設の年間利用回数

	来館経験あり	来館経験なし	全体
ほとんど訪れない	20.8%	42.8%	28.7%
	59	68	127
1回程度	24.6%	25.8%	25.1%
	70	41	111
2回程度	16.5%	14.5%	15.8%
	47	23	70
3～5回程度	24.3%	13.8%	20.5%
	69	22	91
6～9回程度	8.1%	2.5%	6.1%
	23	4	27
10回以上	5.6%	0.6%	3.8%
	16	1	17

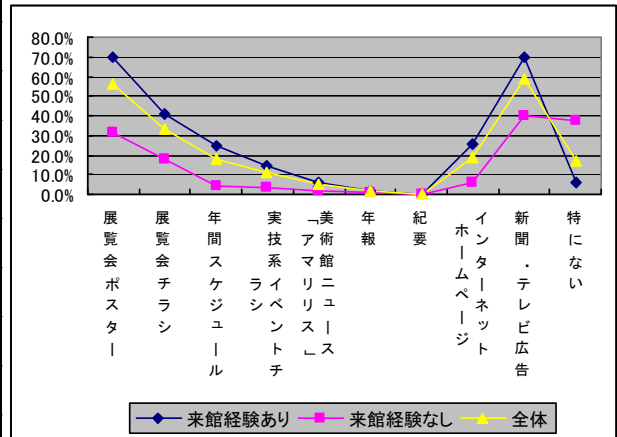


「ほとんど訪れない」とする層では、来館経験の無い回答者の比率は、経験者の約2倍となったが、年に1、2回訪れるとする層で両者の差はほとんど見られなかった。訪問回数の多い層でも、「3～5回」の層で約10%の差となったが、それ以上では数パーセントの差だった。

### ② 見たことのある県立美術館の情報媒体(複数回答)

来館経験の無い回答者は、来館経験者に比べてそれぞれの媒体について見かけた経験が少ない。展覧会ポスターで約35%、新聞・テレビ広告で約30%などでその差は広がっている。逆に、「特にない」とする回答の比率は、来館経験者6.3%に比べて未経験者で37.1%に達している。ただし、この「特にない」を除くと、媒体間ごとの認知の差は来館経験者、未経験者で差を生じておらず、グラフでは類似の曲線を描いている。

	来館経験あり	来館経験なし	全体
展覧会ポスター	69.4%	31.4%	55.8%
	197	50	247
展覧会チラシ	41.2%	18.2%	33.0%
	117	29	146
年間スケジュール	25.0%	4.4%	17.6%
	71	7	78
実技系イベントチラシ	14.8%	3.8%	10.8%
	42	6	48
美術館ニュース「アマリリス」	6.3%	1.9%	4.7%
	18	3	21
年報	1.8%	0.6%	1.4%
	5	1	6
紀要	0.4%	0.0%	0.2%
	1	0	1
インターネットホームページ	25.7%	5.7%	18.5%
	73	9	82
新聞・テレビ広告	70.1%	39.6%	59.1%
	199	63	262
特にない	6.3%	37.1%	17.4%
	18	59	77

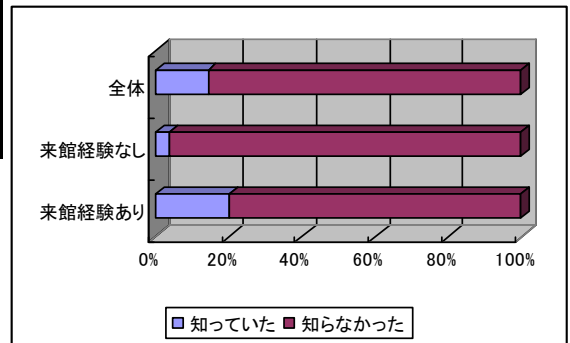


### ③「風景の美術館」をキーワードとしていることの認知度

	来館経験あり	来館経験なし	全体
知っていた	20.4%	3.8%	14.4%
	58	6	64
知らなかった	79.6%	96.2%	85.6%
	226	153	379

来館経験者で約 20%、未経験者では約 4%の回答者が「風景の美術館」を認知している。

回答者全体で展覧会アンケートと比較すると、10～15%低くなっている。

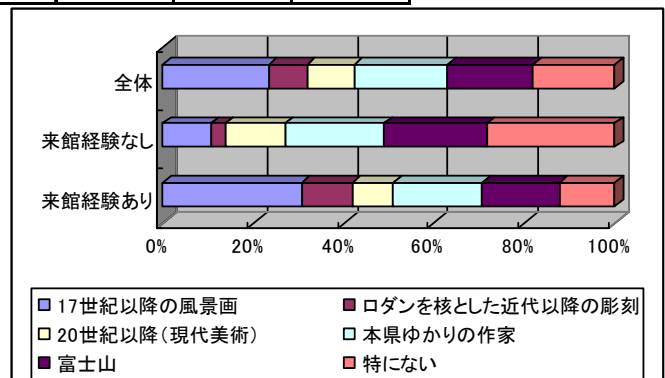


### ④最も力を注いでほしい作品収集のテーマ

	来館経験あり	来館経験なし	全体
17世紀以降の日本と西洋の風景画	30.6%	10.7%	23.5%
	87	17	104
ロダンを核とした近代以降の彫刻	11.3%	3.1%	8.4%
	32	5	37
20世紀以降の美術の歴史を表す作品(現代美術作品)	9.2%	13.2%	10.6%
	26	21	47
本県ゆかりの作家の作品	19.7%	22.0%	20.5%
	56	35	91
静岡県を象徴する富士山	16.9%	22.6%	19.0%
	48	36	84
特にない	12.3%	28.3%	18.1%
	35	45	80

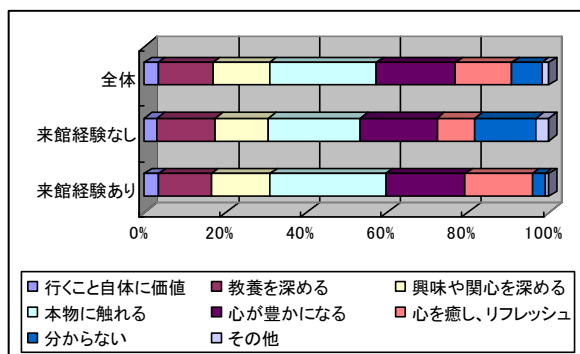
「20世紀以降の美術」「本県ゆかりの作家」については、来館経験による意見の差はほとんど見られず、「富士山」については来館経験の無い回答者の方が選択した比率が高かった。

また、「特にない」は、来館経験の無い回答者層で来館経験のある層を 15%ほど上回った。



⑤生活における美術館の存在（位置付け）

	来館経験あり	来館経験なし	全体
行くこと自体に価値	3.5%	3.1%	3.4%
	10	5	15
教養を深めるところ	13.0%	14.5%	13.5%
	37	23	60
興味や関心を満たすところ	14.4%	13.2%	14.0%
	41	21	62
本物に触れるところ	28.5%	22.6%	26.4%
	81	36	117
心が豊かになるところ	19.7%	18.9%	19.4%
	56	30	86
心を癒し、リフレッシュする	16.5%	9.4%	14.0%
	47	15	62
分からない	3.2%	15.1%	7.4%
	9	24	33
その他	1.1%	3.1%	1.8%
	3	5	8



「行くこと自体に価値」「教養を深める」「興味や関心を深める」「心が豊かになる」では、来館経験の有無による差は見られないが、「本物に触れるところ」「心を癒し、リフレッシュする」については、来館経験者の回答率が高い。逆に、「分からない」は、来館経験の無い回答者の回答比率が経験者を10%余り上回った。