

美術館に関する意識調査（関西エリア）

2023年度調査報告書

独立行政法人国立美術館

国立アートリサーチセンター 社会連携促進グループ

2024年6月

調査主催：独立行政法人国立美術館 国立アートリサーチセンター

調査実施機関：株式会社インテージ



独立行政法人国立美術館

国立アートリサーチセンター

National Center for Art Research

1. 美術館への来館頻度「あなたはどのくらいの頻度で美術館を訪れますか」	P 4
2. 来館頻度の変化「コロナ禍前と比べて、美術館に行く頻度は変わりましたか」	P 5
3. 来館頻度の減少理由「美術館に行く頻度が減ったのはなぜですか」	P 6
4. 美術館来館時の同行者「美術館へは誰と行きますか」	P 7
5. 情報認知経路「あなたが展覧会の情報を知るきっかけは何ですか」	P 8
6. 美術館に重視すること「美術館に行くとき、どのようなことを重視しますか」	P 9
7. 美術館の施設・サービス「導入した方が良いと思う施設・サービスはどれですか」	P10
8. チケット「利用したことがあるものはどれですか」	P11
9. チケット「利用したいものはどれですか」	P12
10. チケット「日時予約制チケットにどのようなイメージをお持ちですか」	P13

調査目的と調査概要

【調査目的】
本調査は、美術館に対する一般的な意識を確認することにより、国立美術館各館における活動の参考とすることを目的として、2023年に実施したものです。

【調査概要】

調査方法	・インターネット調査（スクリーニング調査 + 本調査）																																					
調査設計	1）スクリーニング調査（一次調査）として8,000サンプルを回収 ・株式会社 インテージのモニターを利用し、モニター登録属性より、以下を抽出 関西の2府4県（滋賀、京都、奈良、大阪、兵庫、和歌山）／20～79歳／男女個人 ※以下のモニターは抽出対象から除外 ・業種が以下のいずれかに該当する回答者：マスコミ・広告／新聞・放送業／市場調査 ・2015年からの当該調査の回答者（本調査は2015年から継続的に実施） 2）本調査（二次調査）として1,000サンプルを回収 ・スクリーニング調査の回答者の中から、以下を抽出 美術館への来館頻度が年1回以上と答えた「美術館高関与層」 800サンプル + 美術館への来訪頻度が年1回未満と答えた「美術館低関与層」 200サンプル ※「美術館には全く行かない」回答者を除く																																					
サンプルサイズ	スクリーニング調査：8,000サンプル 2府4県（滋賀、京都、奈良、大阪、兵庫、和歌山）の男女構成比に準拠 <table><tr><td>性別</td><td>Total</td><td>20-29歳</td><td>30-39歳</td><td>40-49歳</td><td>50-59歳</td><td>60-79歳</td></tr><tr><td>Total</td><td>8,000</td><td>1,094</td><td>1,138</td><td>1,460</td><td>1,623</td><td>2,685</td></tr><tr><td>男性</td><td>3,871</td><td>545</td><td>566</td><td>718</td><td>792</td><td>1,250</td></tr><tr><td>女性</td><td>4,129</td><td>549</td><td>572</td><td>742</td><td>831</td><td>1,435</td></tr></table>	性別	Total	20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	60-79歳	Total	8,000	1,094	1,138	1,460	1,623	2,685	男性	3,871	545	566	718	792	1,250	女性	4,129	549	572	742	831	1,435	本調査：1,000サンプル <table><tr><td></td><td>TOTAL</td></tr><tr><td>TOTAL</td><td>1,000</td></tr><tr><td>美術館高関与層（年1回以上）</td><td>800</td></tr><tr><td>美術館低関与層（年1回未満）</td><td>200</td></tr></table> ※「美術館にはまったく行かない」は除外		TOTAL	TOTAL	1,000	美術館高関与層（年1回以上）	800	美術館低関与層（年1回未満）	200
性別	Total	20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	60-79歳																																
Total	8,000	1,094	1,138	1,460	1,623	2,685																																
男性	3,871	545	566	718	792	1,250																																
女性	4,129	549	572	742	831	1,435																																
	TOTAL																																					
TOTAL	1,000																																					
美術館高関与層（年1回以上）	800																																					
美術館低関与層（年1回未満）	200																																					
調査期間	スクリーニング実査 2023年 11/2（木）～11/6（月） 本調査実査 2023年 11/9（木）～11/13（月）																																					

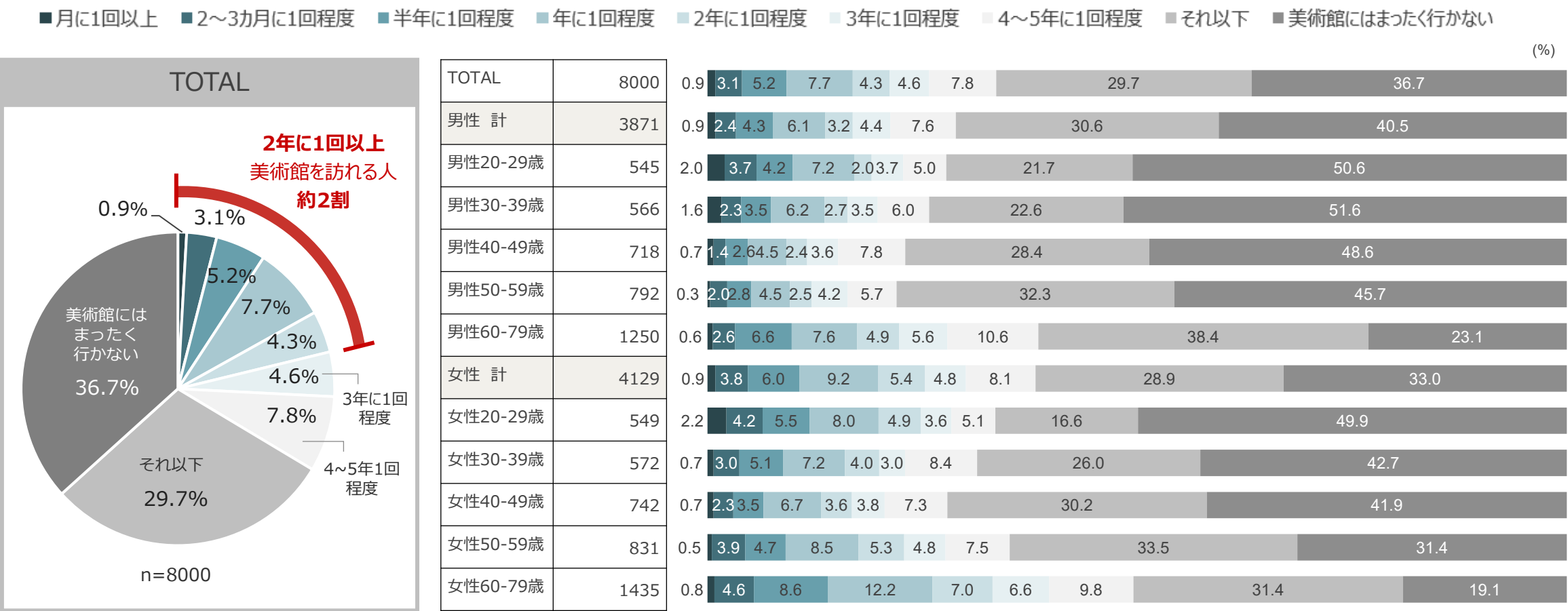


調查結果

美術館への来館頻度「あなたはどのくらいの頻度で美術館を訪れますか」

- ✓ 美術館の来館頻度は、「美術館にはまったく行かない」が36.7%で最も高く、次いで「それ以下」29.7%、「4～5年に1回程度」7.8%が続く。
- ✓ 全体の約2割が、2年に1回以上の頻度で美術館を訪れている。
- ✓ 性年代別では、男女20代と男性30代の約5割が「美術館にはまったく行かない」と回答している。

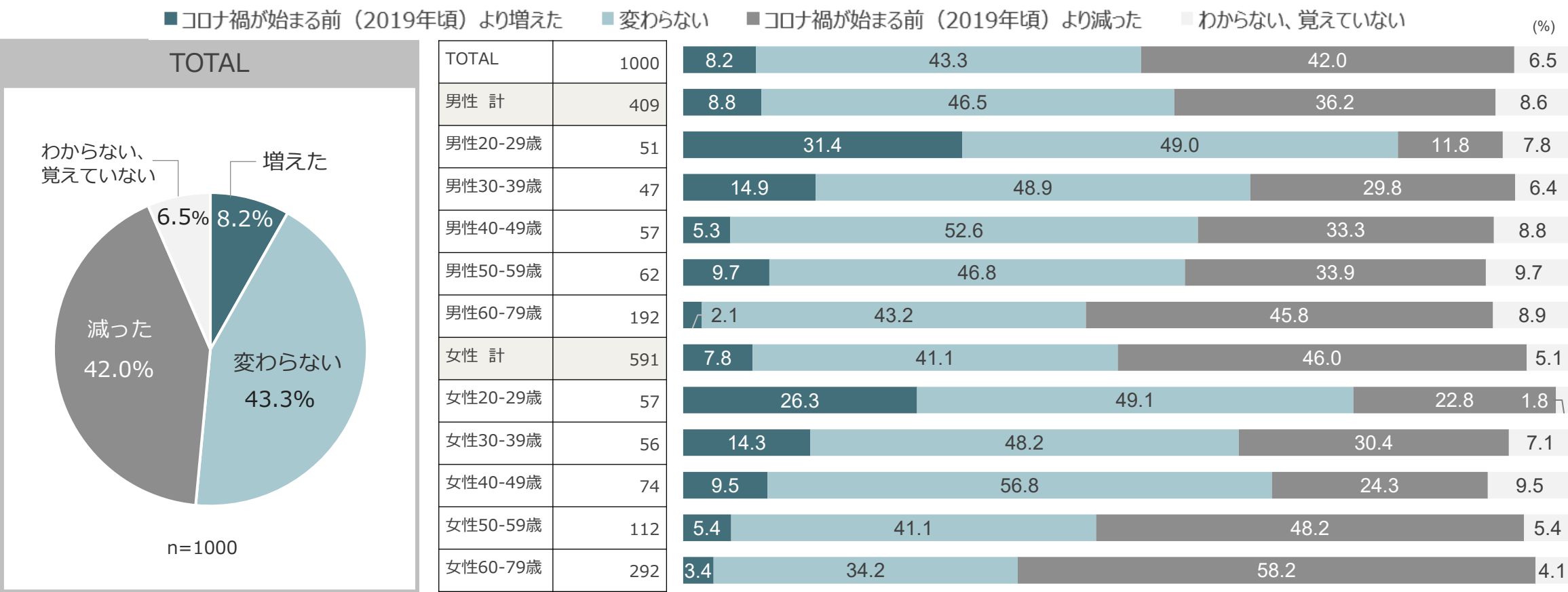
Q あなたは美術鑑賞のため、どのくらいの頻度で美術館を訪れていますか。あてはまるものをひとつお選びください。



来館頻度の変化「コロナ禍前と比べて、美術館に行く頻度は変わりましたか」

- ✓ コロナ禍前と比べた美術館来館頻度の変化では、「変わらない」が43.3%で最も高く、次いで「コロナ禍が始まる前（2019年頃）より減った」42.0%、「コロナ禍が始まる前（2019年頃）より増えた」8.2%が続く。
- ✓ 性年代別では、女性40代を除き、男女とも年代が高いほど「コロナ禍が始まる前（2019年頃）より減った」と回答した割合が高い。
- ✓ 男女20代は「コロナ禍が始まる前（2019年頃）より増えた」が他の性年代と比べて顕著に高い。

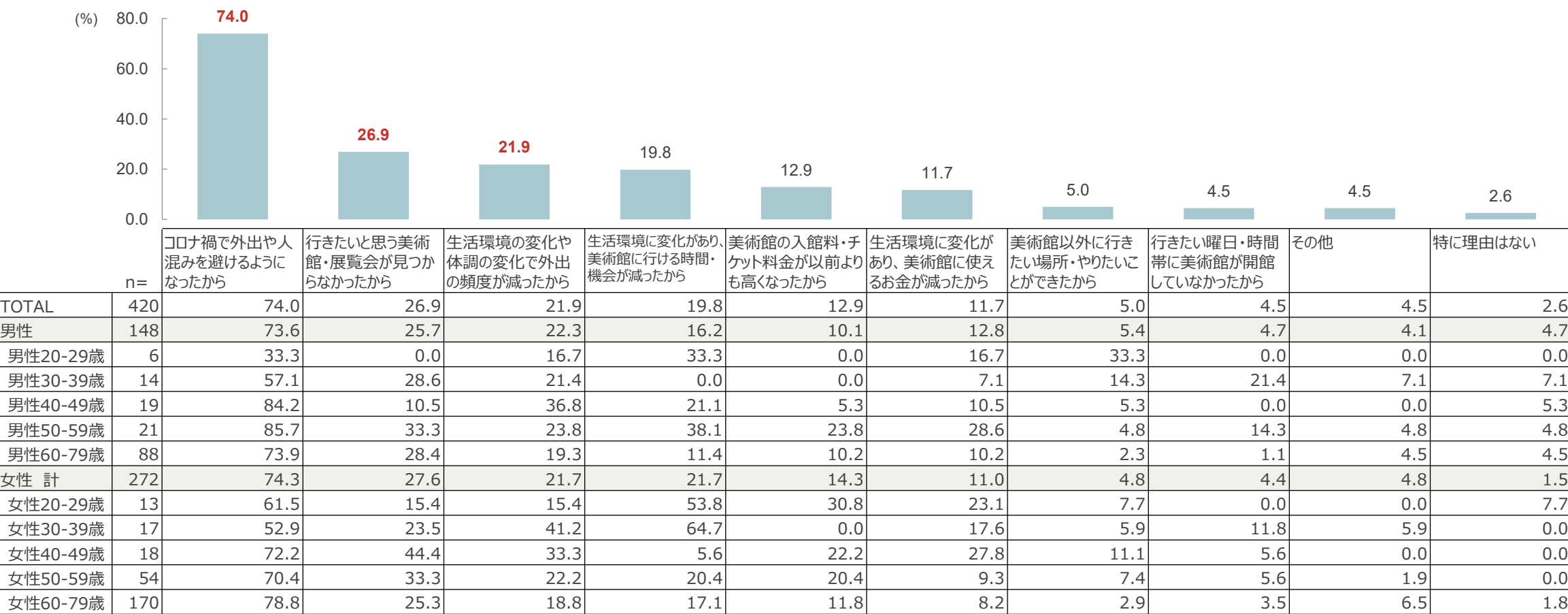
Q コロナ禍が始まる前（2019年頃）と比べて、美術館に行く頻度は変わりましたか。あてはまるものをひとつお選びください。



来館頻度の減少理由「美術館に行く頻度が減ったのはなぜですか」

- ✓ コロナ禍前と比べた美術館来館頻度が減った理由では、「コロナ禍で外出や人混みを避けるようになったから」が74.0%で最も高く、次いで「生活環境の変化や体調の変化で外出の頻度が減ったから」26.9%、「行きたいと思う美術館・展覧会が見つからなかったから」21.9%が続く。
- ✓ 性年代別では、特に男女40代以上で「コロナ禍で外出や人混みを避けるようになったから」が高く、7割を超える。

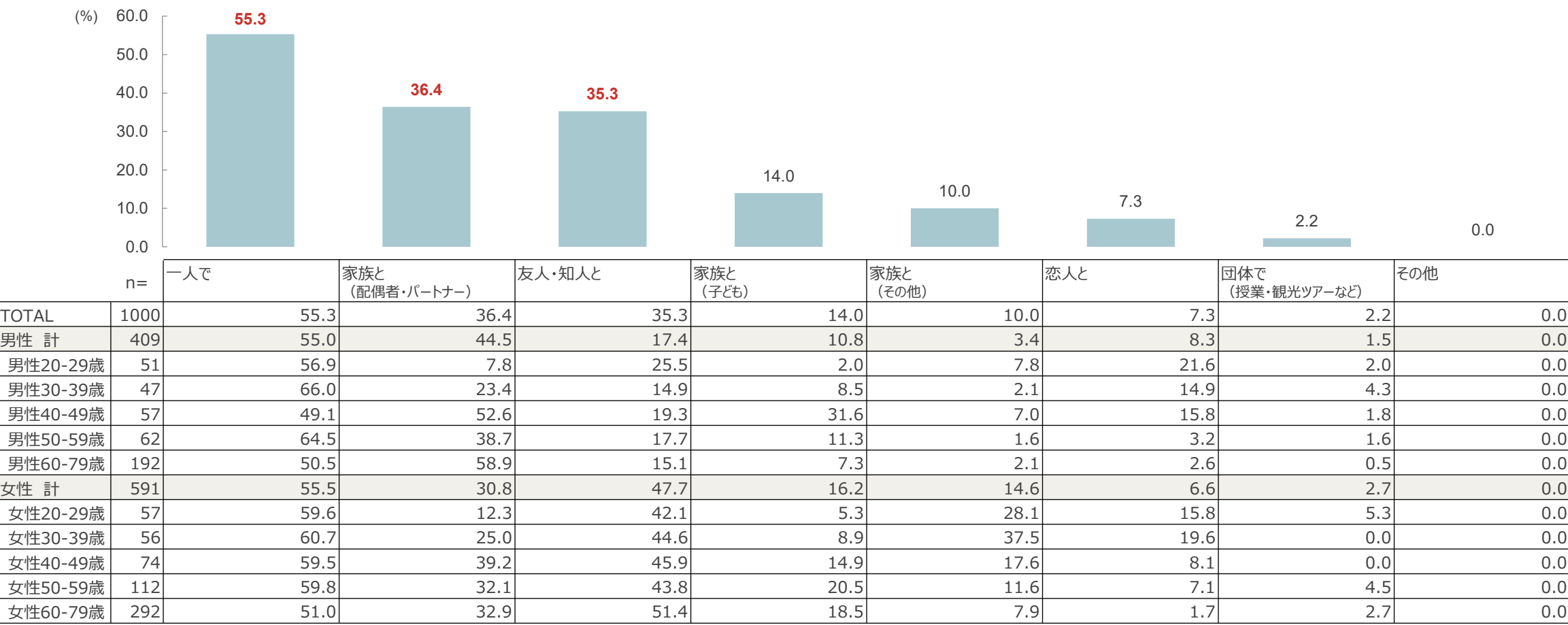
Q あなたは美術館に行く頻度について「コロナ禍が始まる前（2019年頃）より減った」と回答しました。それはどのような理由からでしょうか。あてはまるものをいくつでもお選びください。



美術館来館時の同行者「美術館へは誰と行きますか」

- ✓ 美術館来館時の同行者については、「一人で」が55.3%で最も高く、次いで「家族と（配偶者・パートナー）」36.4%、「友人・知人と」35.3%が続く。
- ✓ 性別では、女性は全ての年代において「友人・知人と」が男性よりも顕著に高い。
- ✓ 性年代別では、男性40代・60代は「家族と（配偶者・パートナーと）」が最も高い。

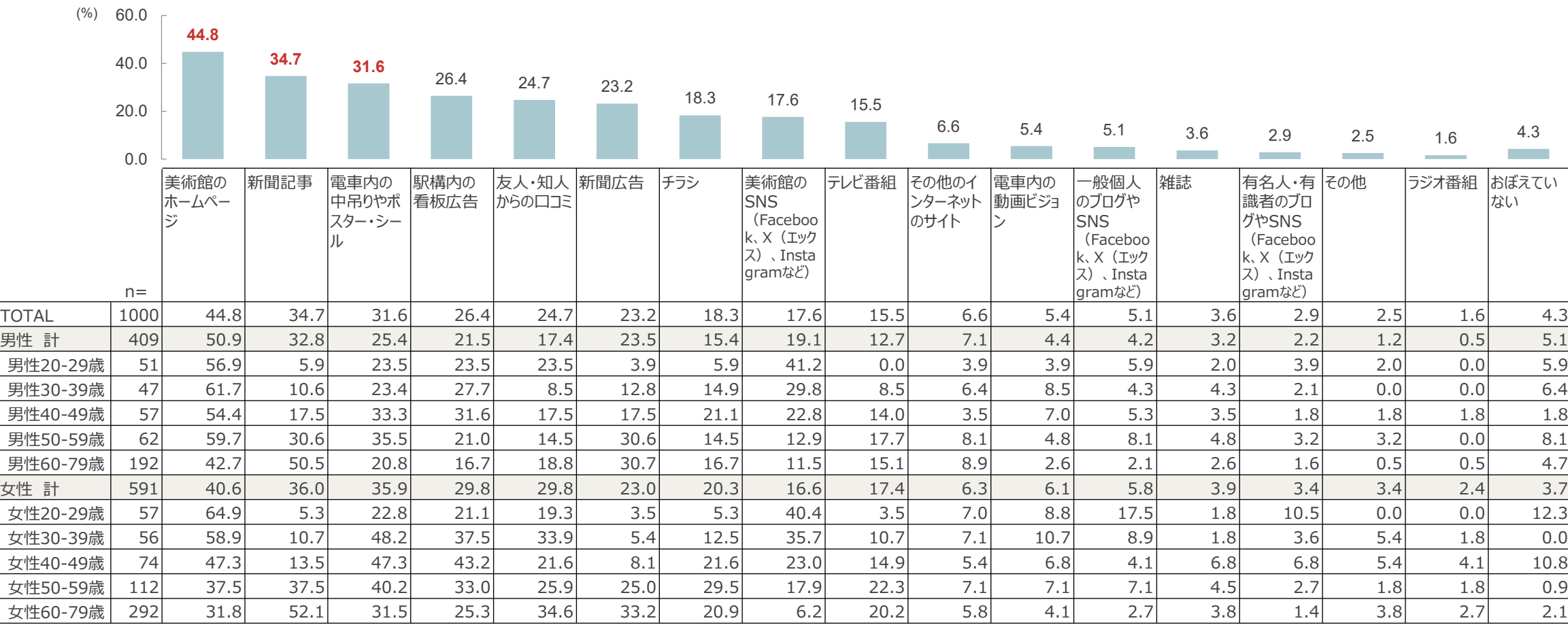
Q あなたは美術館に行くとき、どのような方と一緒にいきますか。あてはまるものをいくつでもお選びください。



情報認知経路「あなたが展覧会の情報を知るきっかけは何ですか」

- ✓ 展覧会を知るきっかけは、「美術館のホームページ」が44.8%で最も高く、次いで「新聞記事」34.7%、「電車内の中吊りやポスター・シール」31.6%が続く。
- ✓ 性年代別では、男女ともに年代が高いほど「新聞記事」及び「新聞広告」が高い。一方で、男女ともに年代が低いほど「美術館のSNS（Facebook、X（エックス）、Instagramなど）」が高い。

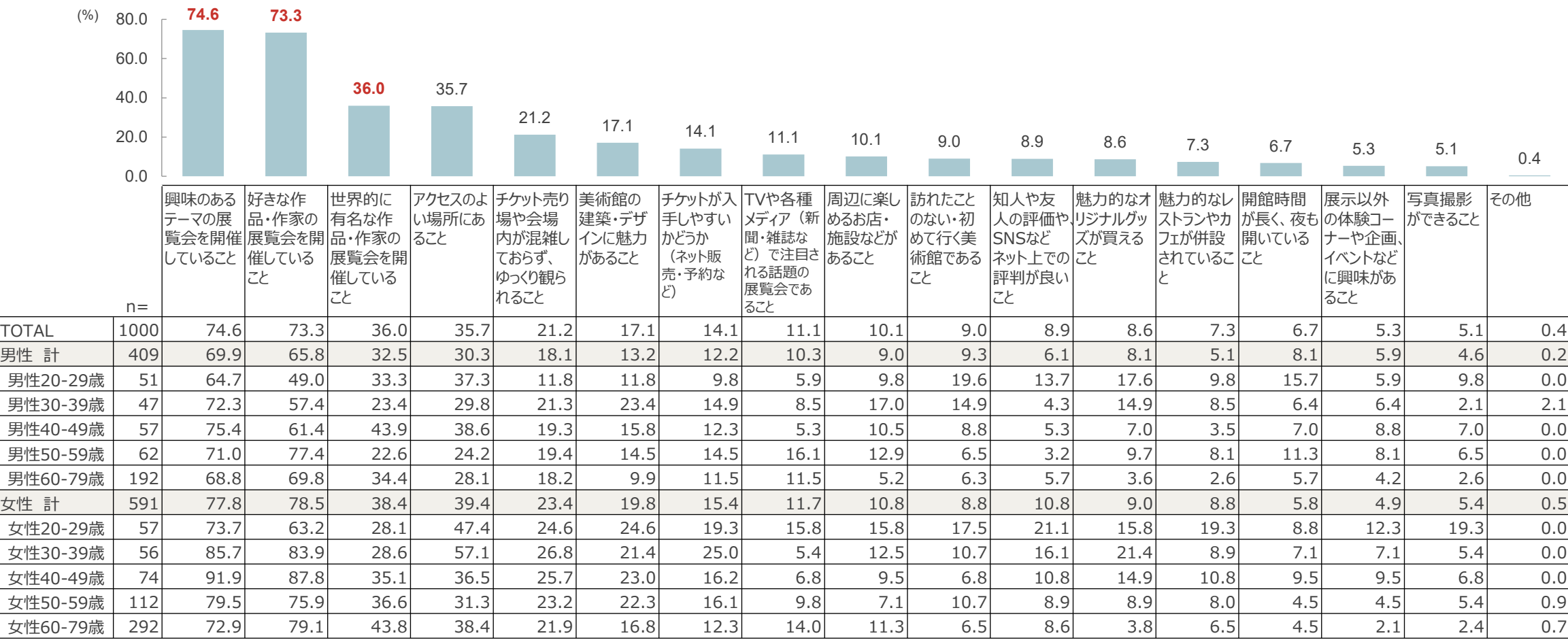
Q あなたが普段、美術館の展覧会の情報を知るきっかけはなんですか。あてはまるものをいくつでもお選びください。



美術館に重視すること「美術館に行くとき、どのようなことを重視しますか」

- ✓ 美術館に行くときに重視することは、「興味のあるテーマの展覧会を開催していること」が74.6%で最も高く、次いで「好きな作品・作家の展覧会を開催していること」73.3%、「世界的に有名な作品・作家の展覧会を開催していること」36%が続く。
- ✓ 性年代別では、男性50代以上と女性60-70代は「好きな作品・作家の展覧会を開催していること」が最も高い。

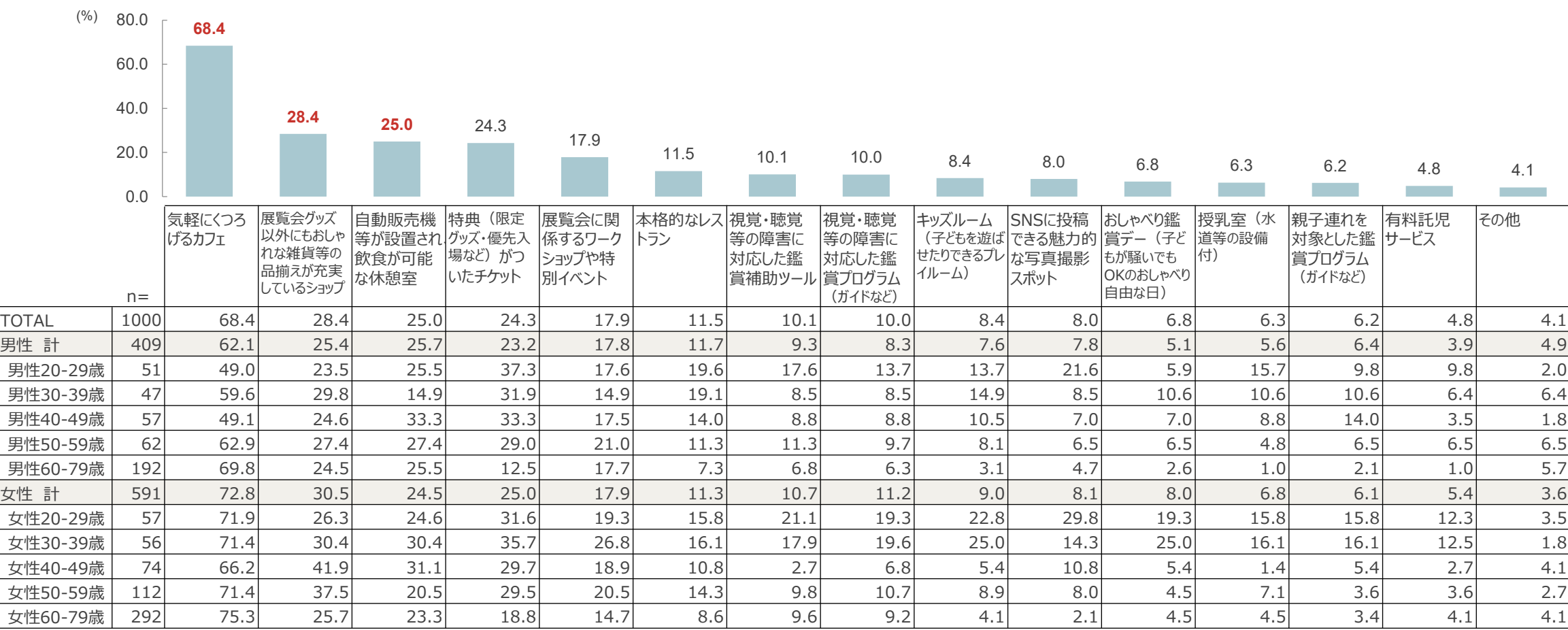
Q あなたが美術館に行くとき、どのようなことを重視しますか。あてはまるものをいつでもお選びください。



美術館の施設・サービス「導入した方が良いと思う施設・サービスはどれですか」

- ✓ 美術館で導入した方が良いと思う施設・サービスは、「気軽にくつろげるカフェ」が68.4%で最も高く、次いで「展覧会グッズ以外にもおしゃれな雑貨等の品揃えが充実しているショップ」28.4%、「自動販売機等が設置され、飲食が可能な休憩室」25.0%が続く。
- ✓ 性年代別では、女性は全ての世代で「気軽にくつろげるカフェ」が男性よりも高く、40代を除き7割を超える。

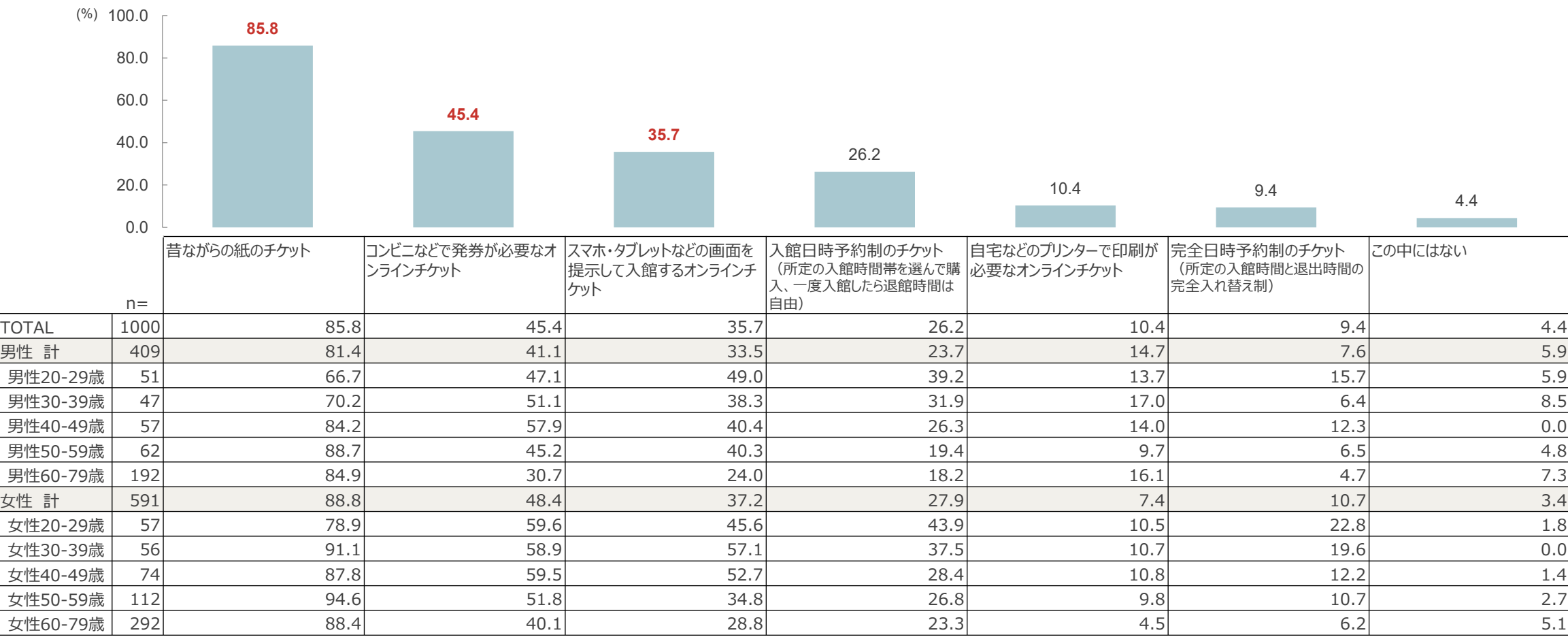
Q 美術館の施設・サービスについて、積極的に導入した方がよいと思うものをお答えください。あてはまるものをいくつでもお選びください。



チケット「利用したことがあるものはどれですか」

- ✓ チケットの利用経験は、「昔ながらの紙のチケット」が85.8%で最も高く、次いで「コンビニなどで発券が必要なオンラインチケット」45.4%、「スマホ・タブレットなどの画面を提示して入館するオンラインチケット」35.7%が続く。
- ✓ 性年代別では、男性30代以下と女性20代を除く全ての年代で「昔ながらの紙チケット」が顕著に高く、8割を超える。

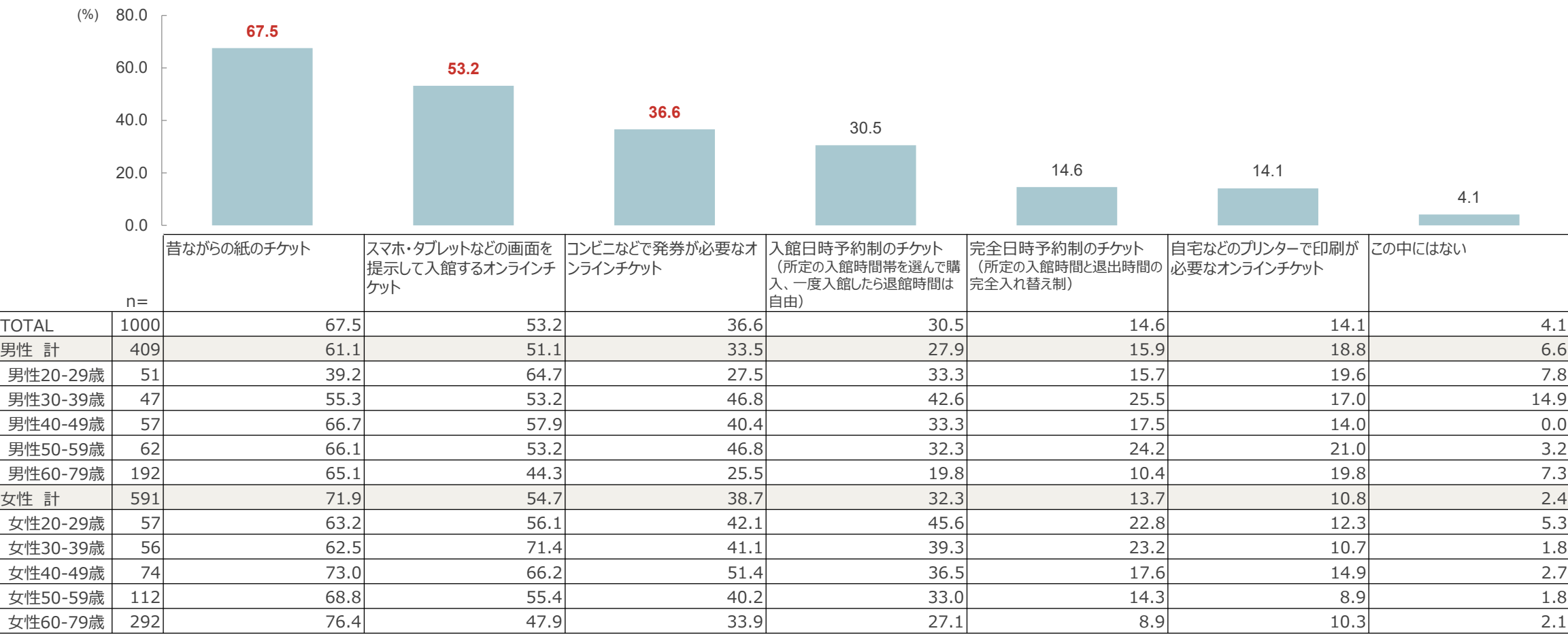
Q 以下のチケットサービスの利用について、利用したことがあるものをいくつでもお選びください。



チケット「利用したいものはどれですか」

- ✓ チケットの利用意向は、「昔ながらの紙のチケット」が67.5%で最も高く、次いで「スマホ・タブレットなどの画面を提示して入館するオンラインチケット」53.2%、「コンビニなどで発券が必要なオンラインチケット」36.6%が続く。
- ✓ 性年代別では、男性20代と女性30代で「スマホ・タブレットなどの画面を提示して入館するオンラインチケット」の利用意向が最も高い。

Q 以下のチケットサービスの利用について、今後（今後も）利用したいものをいくつでもお選びください。

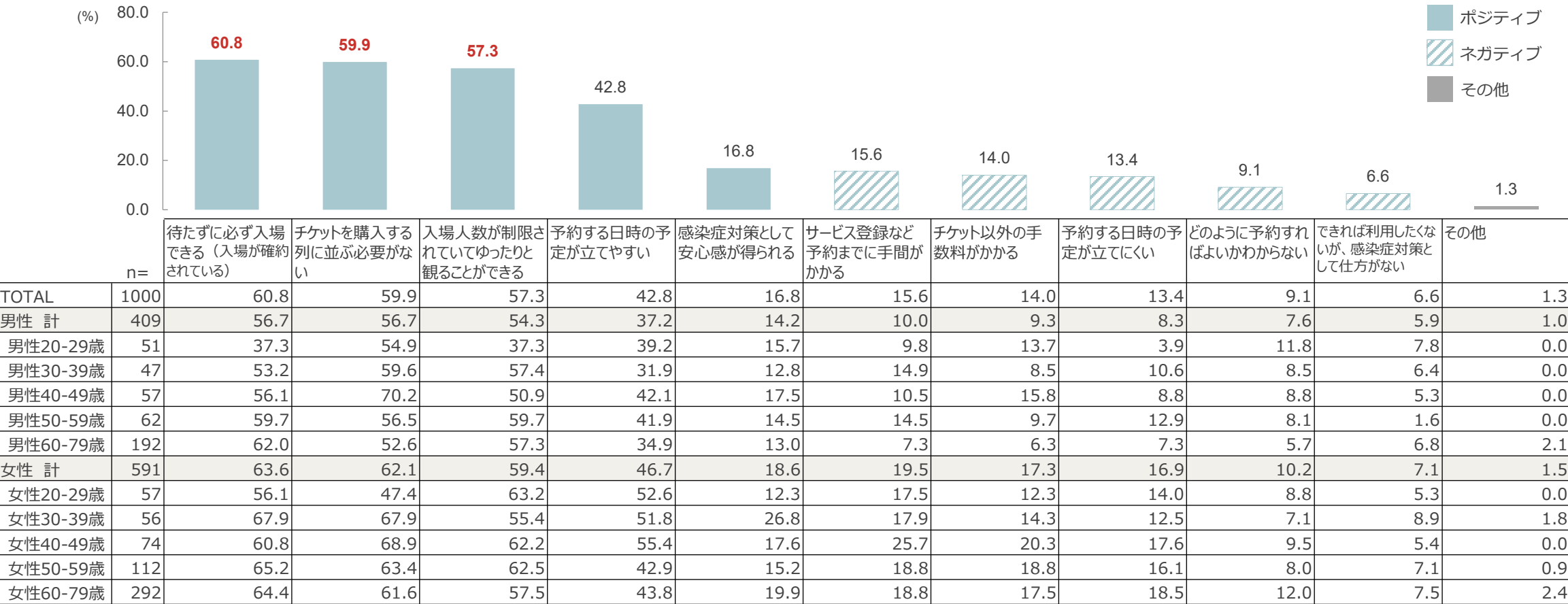


チケット「日時予約制チケットにどのようなイメージをお持ちですか」

- ✓ 日時予約制チケットのイメージは、「待たずに必ず入場できる（入場が確約されている）」が60.8%で最も高く、次いで「チケットを購入する列に並ぶ必要がない」59.9%、「入場人数が制限されていてゆったりと観ることができる」57.3%が続く。
- ✓ 性年代を問わず、日時予約制チケットに対してポジティブなイメージが持たれている。
- ✓ 性年代別では、男性40代以下と女性30代・40代で「チケットを購入する列に並ぶ必要がない」が最も高い。

Q 美術館の展覧会の日時予約制のチケットについて、どのようなイメージをお持ちですか。以下からあてはまるものをいくつでもお選びください。

日時予約制チケットに対するイメージ





独立行政法人国立美術館

国立アトリサーチセンター

National Center for Art Research

【調査に関するお問い合わせ先】

独立行政法人国立美術館
国立アトリサーチセンター
社会連携促進グループ

Mail: social-c@artmuseums.go.jp