

美術館に関する意識調査（関西エリア）

2024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

2025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. 美術館来館時の同行者「美術館へは誰と行きますか」	P 5
3. 美術館への来館動機「美術館へはどんな時に行きますか」	P 6
4. 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 7
5. 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 8
6. 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」	P 9
7. チケットの利用経験「利用したことがあるものはどれですか」	P10
8. チケットの利用意向「利用したいものはどれですか」	P11
9. 日時予約制チケット「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」	P12
10. 美術館における支出「美術館を訪れる際にどの程度の金額を使いますか（展覧会の観覧料を含む）」	P13
11. 美術館における支出の用途「展覧会の観覧料の他に、金額の使用用途として思い浮かべたものはどれですか」	P14

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、2024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 ・2018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><th>性別</th><th>Total</th><th>20-29歳</th><th>30-39歳</th><th>40-49歳</th><th>50-59歳</th><th>60-79歳</th></tr><tr><td>Total</td><td>8,000</td><td>1,096</td><td>1,128</td><td>1,418</td><td>1,672</td><td>2,686</td></tr><tr><td>男性</td><td>3,873</td><td>546</td><td>562</td><td>697</td><td>817</td><td>1,251</td></tr><tr><td>女性</td><td>4,127</td><td>550</td><td>566</td><td>721</td><td>855</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	1,096	1,128	1,418	1,672	2,686	男性	3,873	546	562	697	817	1,251	女性	4,127	550	566	721	855	1,435	本調査：1,000サンプル <table><tr><th></th><th>TOTAL</th></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	1,096	1,128	1,418	1,672	2,686																																
男性	3,873	546	562	697	817	1,251																																
女性	4,127	550	566	721	855	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 2024年 10/3（木）～10/8（火） 本調査実査 2024年 10/10（木）～10/15（火）																																					

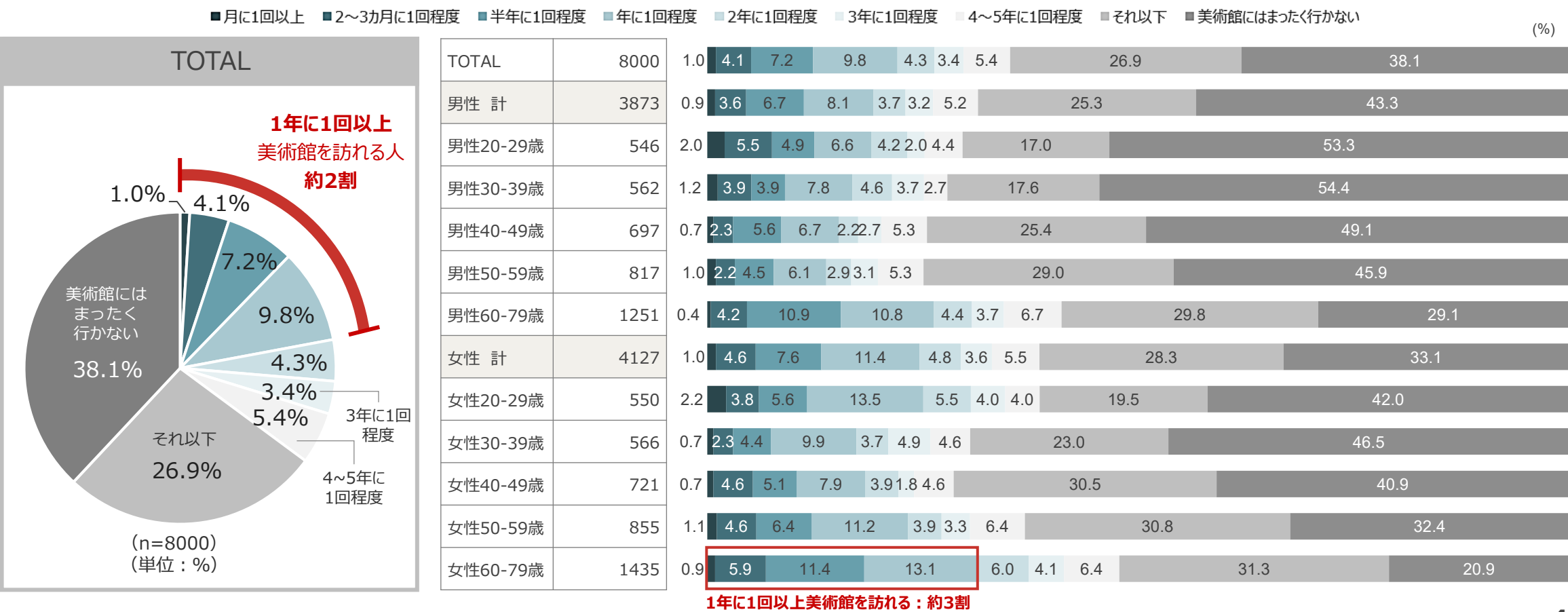


調查結果

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38.1%で最も高く、次いで「それ以下」26.9%、「年に1回程度」9.8%が続く。
- ✓ 全体の約2割が、1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、女性60-70代の約3割が、1年に1回以上の頻度で美術館を訪れると回答している。
- ✓ 男性20-30代は「美術館にはまったく行かない」が高く、5割を超える。

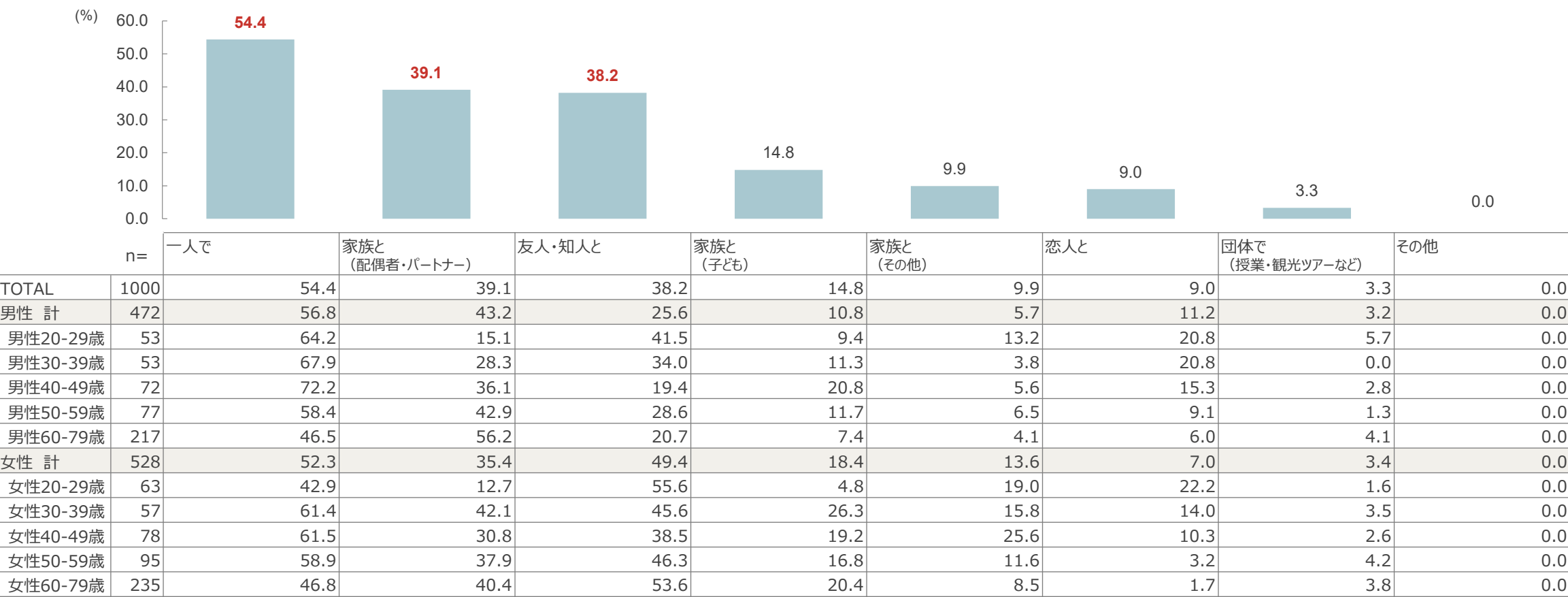
Q あなたは美術鑑賞のため、どのくらいの頻度で美術館を訪れていますか。あてはまるものをひとつお選びください。



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54.4%で最も高く、次いで「家族と（配偶者・パートナー）」39.1%、「友人・知人と」38.2%が続く。
- ✓ 性別では、女性は「友人・知人と」が男性よりも顕著に高い。
- ✓ 性年代別では、多くの性年代で「一人で」が最も高いのに対し、男性60-70代は「家族と（配偶者・パートナー）」が、女性20代と女性60-70代は「友人・知人と」が最も高い。

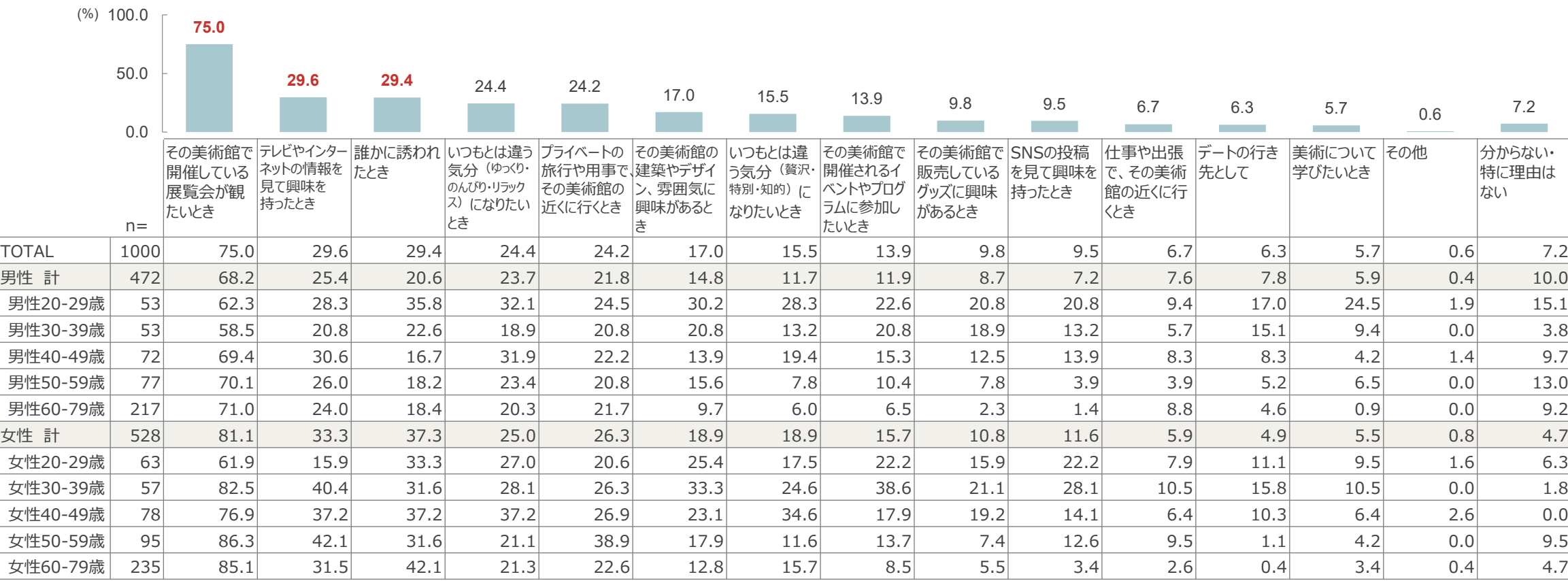
Q あなたは美術館に行くとき、どのような方と一緒にいきますか。あてはまるものをいくつでもお選びください。



美術館への来館動機「美術館へはどんな時に行きますか」

- ✓ 美術館への来館動機については、「その美術館で開催している展覧会が観たいとき」が75.0%で最も高く、次いで「テレビやインターネットの情報を見て興味を持ったとき」29.6%、「誰かに誘われたとき」29.4%が続く。
- ✓ 性別では、女性は「その美術館で開催している展覧会が観たいとき」と「誰かに誘われたとき」が男性よりも顕著に高い。
- ✓ 性年代別では、女性30代は「その美術館で開催されるイベントやプログラムに参加したいとき」が、女性50代は「プライベートの旅行や用事で、その美術館の近くに行くとき」が、それぞれ他の性年代と比べて顕著に高い。

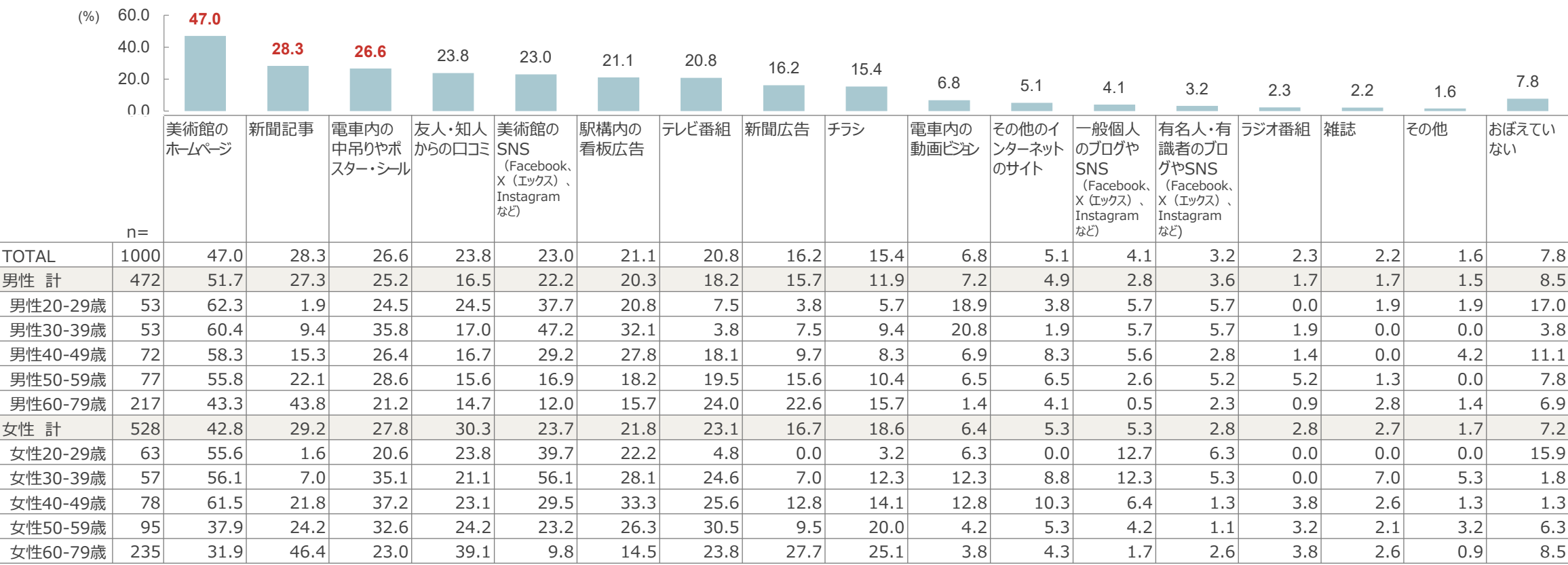
Q あなたはどんな時に美術館に行っていますか。あてはまるものをいくつでもお選びください。



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47.0%で最も高く、次いで「新聞記事」28.3%、「電車内の中吊りやポスター・シール」26.6%が続く。
- ✓ 性別では、女性は「友人・知人からの口コミ」が男性よりも顕著に高い。
- ✓ 性年代別では、男女ともに年代が高いほど「新聞記事」が高い。
- ✓ 多くの性年代で「美術館のホームページ」が最も高いのに対し、男女60-70代は「新聞記事」が最も高く、女性30代は「美術館のSNS（Facebook、X（エックス）、Instagramなど）」が「美術館のホームページ」と同率で最も高い。

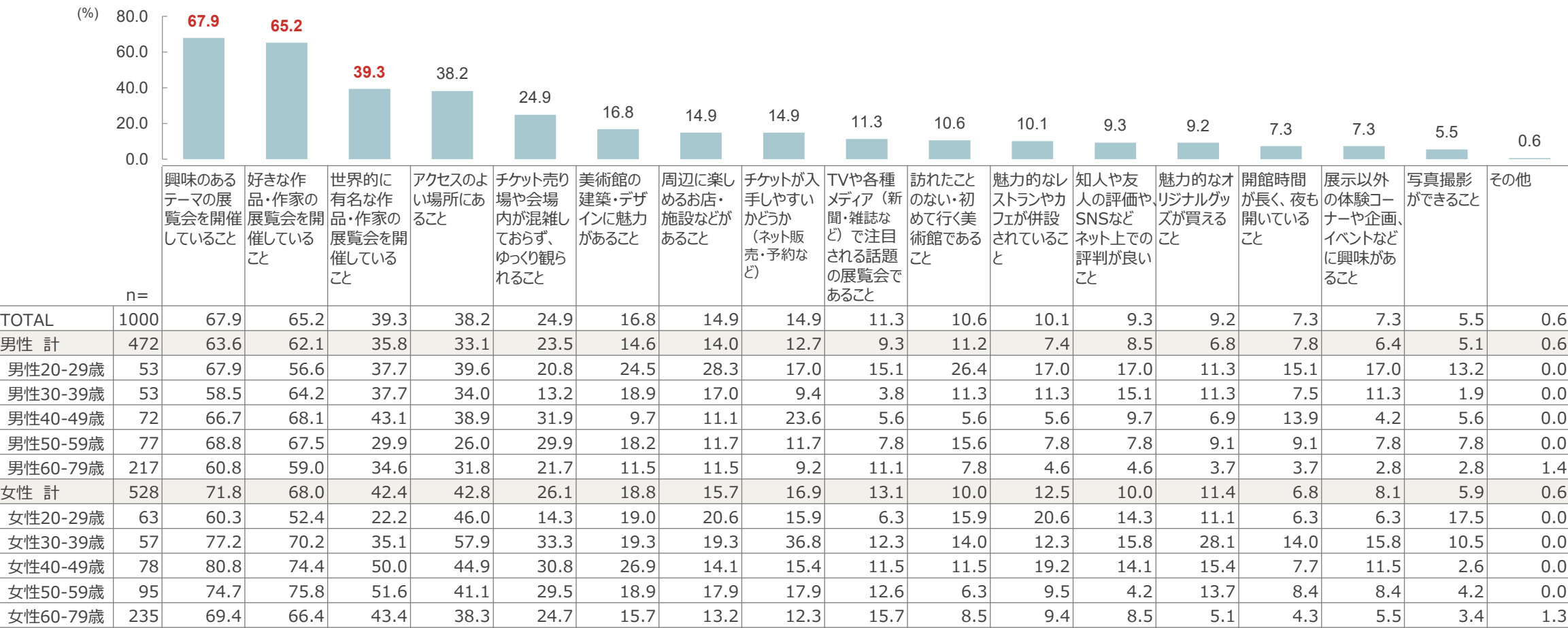
Q あなたが普段、美術館の展覧会の情報を知るきっかけはなんですか。あてはまるものをいくつでもお選びください。



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67.9%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」65.2%、「世界的に有名な作品・作家の展覧会を開催していること」39.3%が続く。
- ✓ 性年代別では、女性30代は「アクセスのよい場所にあること」、「チケットが入手しやすいかどうか（ネット販売・予約など）」、「魅力的なオリジナルグッズが買えること」が、いずれも他の性年代と比べて顕著に高い。

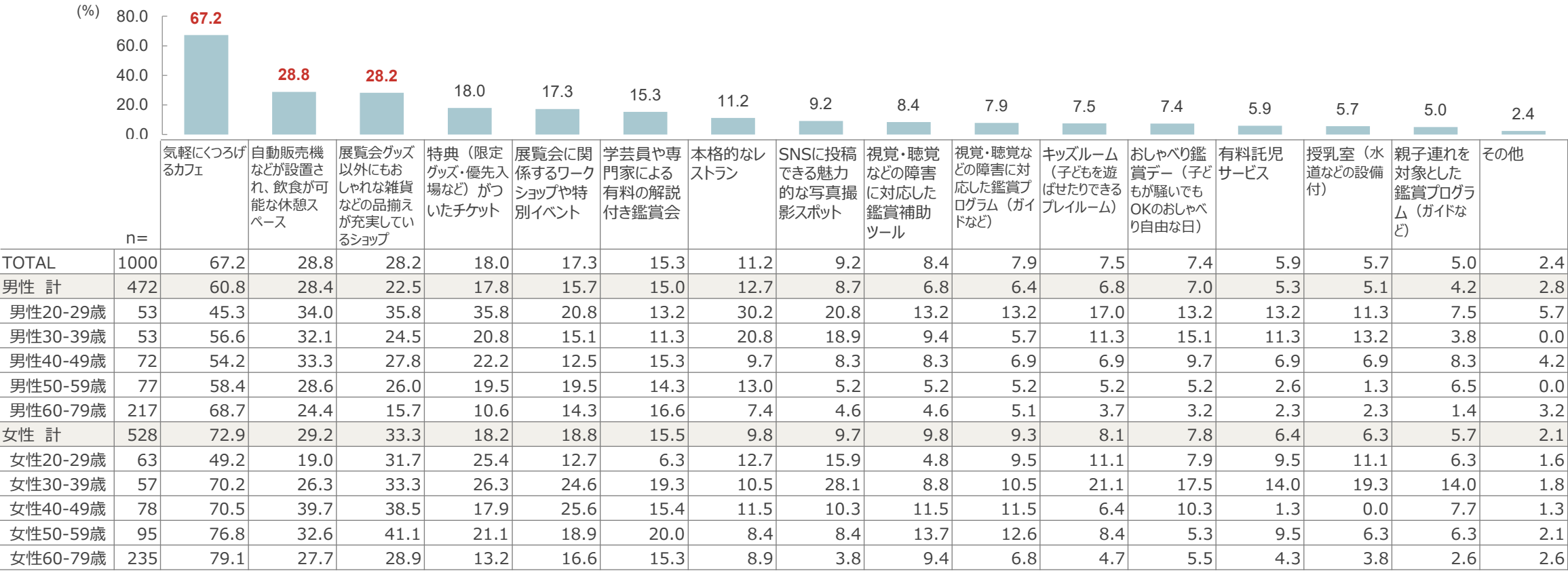
Q あなたが美術館に行くとき、どのようなことを重視しますか。あてはまるものをいくつでもお選びください。



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67.2%で最も高く、次いで「自動販売機などが設置され、飲食が可能な休憩スペース」28.8%、「展覧会グッズ以外にもおしゃれな雑貨などの品揃えが充実しているショップ」28.2%が続く。
- ✓ 性別では、女性は「気軽にくつろげるカフェ」と「展覧会グッズ以外にもおしゃれな雑貨などの品揃えが充実しているショップ」が男性よりも顕著に高い。

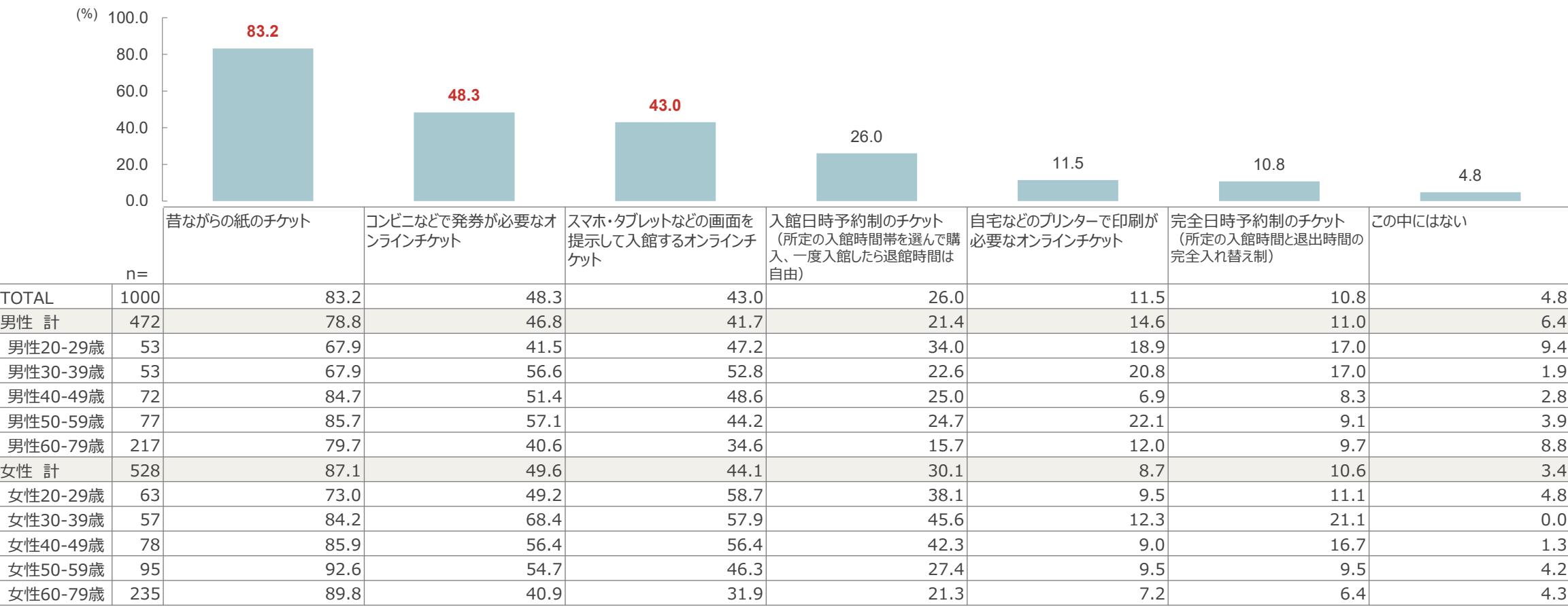
Q 美術館の施設・サービスについて、積極的に導入した方がよいと思うものをお答えください。あてはまるものをいくつでもお選びください。



チケットの利用経験「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83.2%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」48.3%、「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」43.0%が続く。
- ✓ 性年代別では、女性50代は「昔ながらの紙のチケット」が9割を超える。

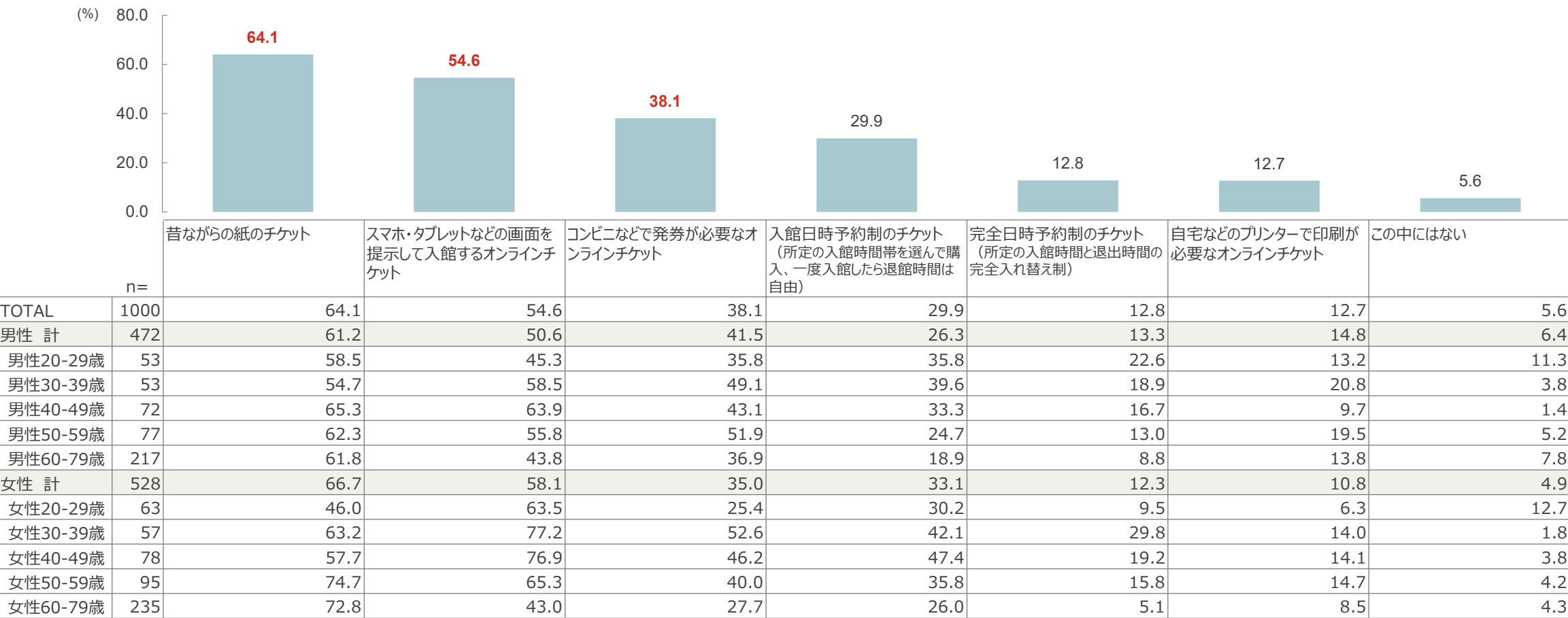
Q 以下のチケットサービスの利用について、利用したことがあるものをいくつでもお選びください。



チケットの利用意向「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64.1%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」54.6%、「コンビニなどで発券が必要なオンラインチケット」38.1%が続く。
- ✓ 性年代別では、多くの性年代で「昔ながらの紙のチケット」が最も高いのに対し、男性30代と女性20-40代は「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。

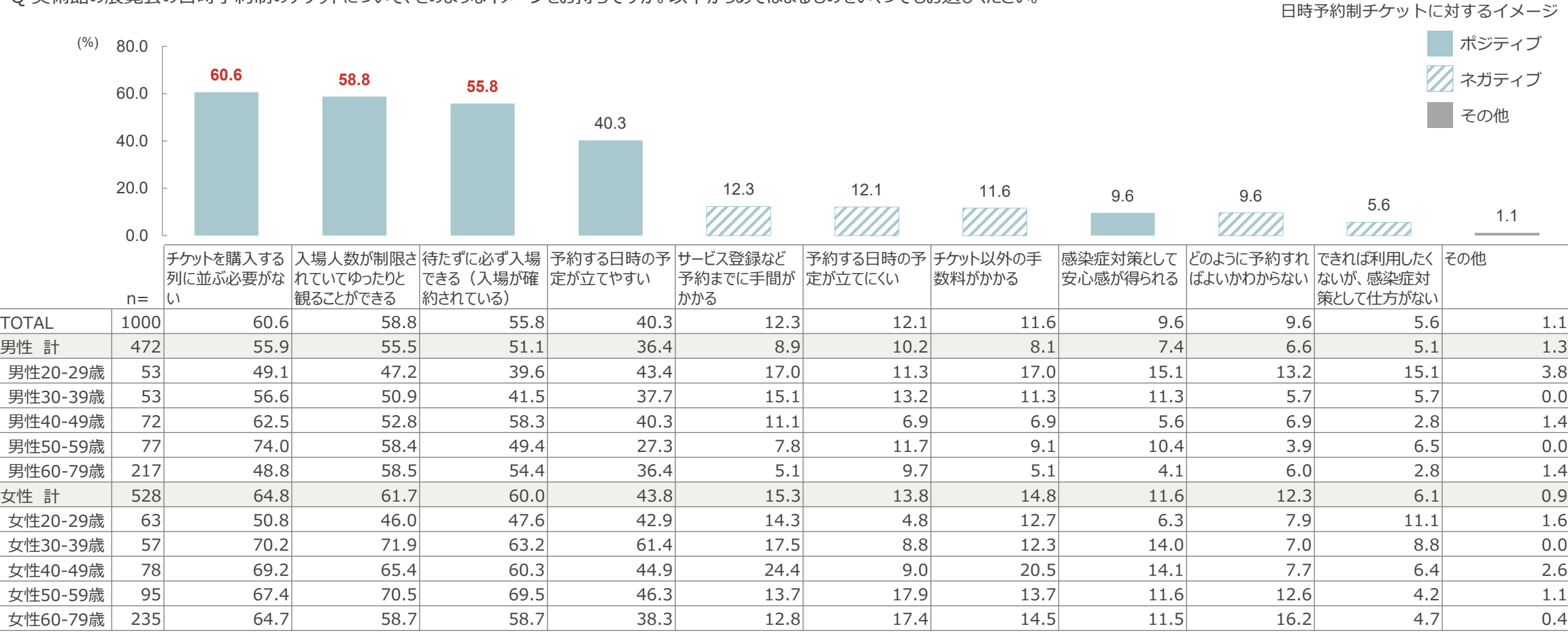
Q 以下のチケットサービスの利用について、今後（今後も）利用したいものをいくつかもお選びください。



日時予約制チケット「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、「チケットを購入する列に並ぶ必要がない」が60.6%で最も高く、次いで「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」58.8%、「待たずに必ず入場できる（入場が確約されている）」55.8%が続く。
- ✓ 性年代を問わず、日時予約制チケットに対して比較的ポジティブなイメージが持たれている。

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。

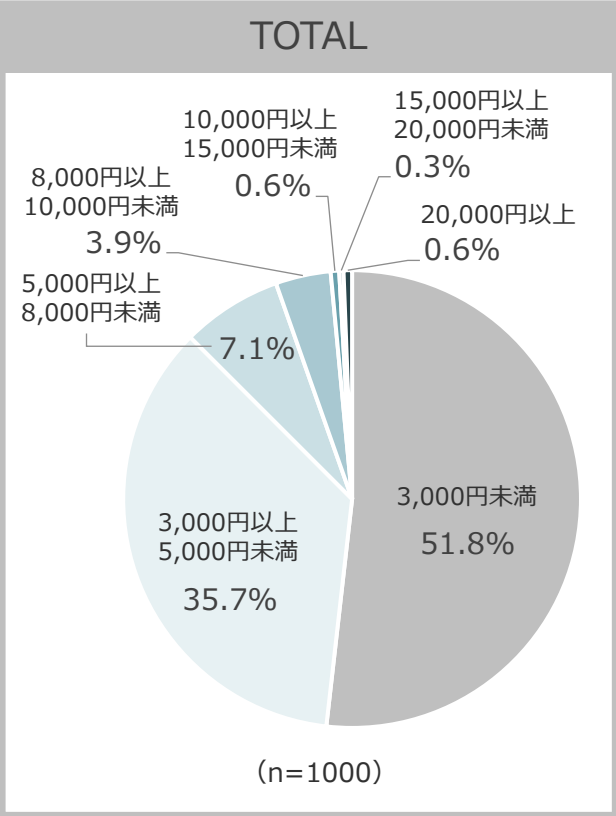


美術館における支出「美術館を訪れる際にどの程度の金額を使いますか（展覧会の観覧料を含む）」

- ✓ 美術館を訪れる際の支出金額は、「3,000円未満」が51.8%で最も多く、次いで「3,000円以上～5,000円未満」35.7%、「5,000円以上～8,000円未満」7.1%が続く。
- ✓ 性年代別では、多くの性年代で「3,000円未満」が最も高いのに対し、男性30代と女性20代は「3,000円以上～5,000円未満」が最も高い（女性20代は「3,000円未満」と同率）。
- ✓ 男性50代と女性40代・60-70代は、10,000円以上の金額を使うと回答した人はいなかった。

Q あなたは普段、美術館を訪れる際にどの程度の金額を使いますか。展覧会の観覧料を含む1人当たりの金額をお答えください。

■ 3,000円未満 ■ 3,000円以上～5,000円未満 ■ 5,000円以上～8,000円未満 ■ 8,000円以上～10,000円未満 ■ 10,000円以上～15,000円未満 ■ 15,000円以上～20,000円未満 ■ 20,000円以上 (%)

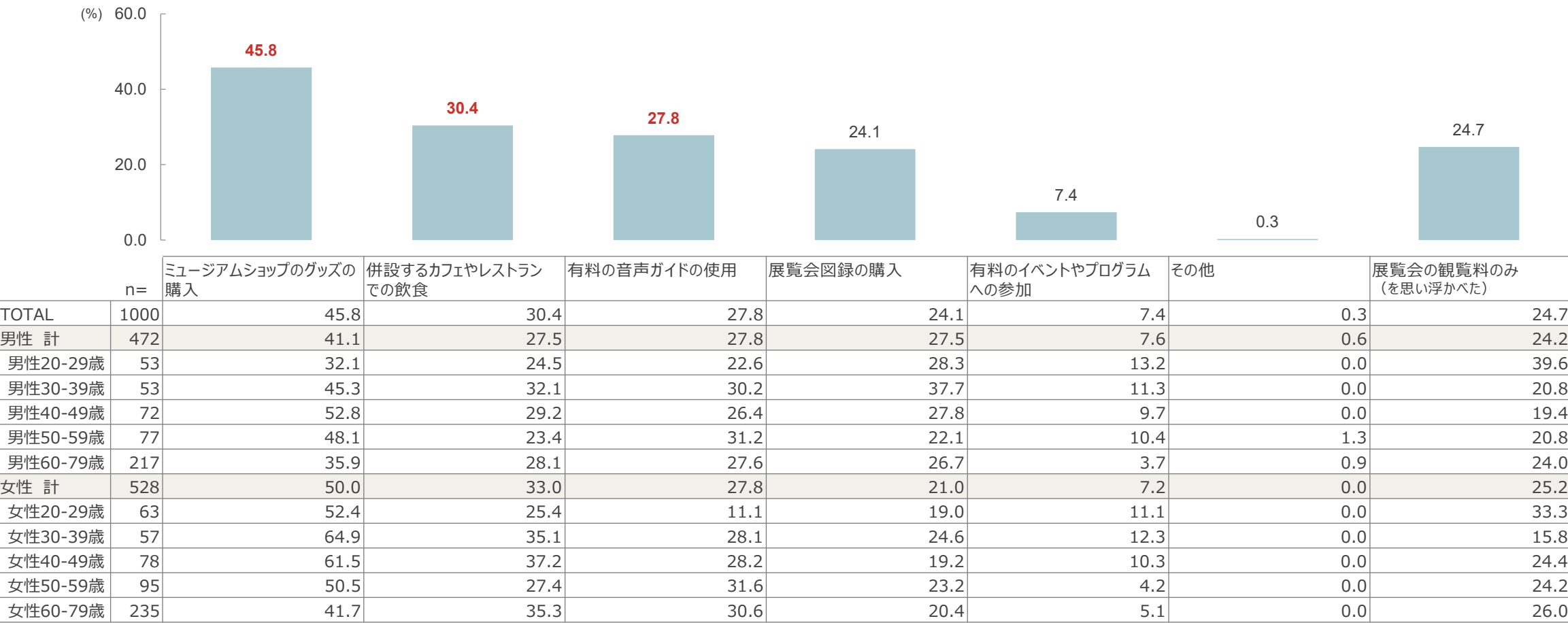


		3,000円未満	3,000円以上～5,000円未満	5,000円以上～8,000円未満	8,000円以上～10,000円未満	10,000円以上～15,000円未満	15,000円以上～20,000円未満	20,000円以上
TOTAL	1000	51.8	35.7	7.1	3.9	0.6	0.3	0.6
男性 計	472	49.2	35.4	8.9	4.7	0.8	0.4	0.6
男性20-29歳	53	45.3	24.5	13.2	9.4	3.8	0.0	3.8
男性30-39歳	53	34.0	43.4	15.1	5.7	0.0	1.9	0.0
男性40-49歳	72	55.6	31.9	8.3	1.4	1.4	0.0	1.4
男性50-59歳	77	58.4	24.7	9.1	7.8	0.0	0.0	0.0
男性60-79歳	217	48.4	41.0	6.5	3.2	0.5	0.5	0.0
女性 計	528	54.2	36.0	5.5	3.2	0.4	0.2	0.6
女性20-29歳	63	44.4	44.4	6.3	3.2	0.0	1.6	0.0
女性30-39歳	57	50.9	33.3	7.0	3.5	1.8	0.0	3.5
女性40-49歳	78	53.8	42.3	2.6	1.3	0.0	0.0	0.0
女性50-59歳	95	65.3	28.4	4.2	0.0	1.1	0.0	1.1
女性60-79歳	235	53.2	35.3	6.4	5.1	0.0	0.0	0.0

美術館における支出の用途「展覧会の観覧料の他に、金額の使用用途として思い浮かべたものはどれですか」

- ✓ 美術館における支出金額の使用用途（展覧会観覧料を除く）は、「ミュージアムショップのグッズの購入」が45.8%で最も高く、次いで「併設するカフェやレストランでの飲食」30.4%、「有料の音声ガイドの使用」27.8%が続く。
- ✓ 性年代別では、多くの性年代で「ミュージアムショップのグッズの購入」が最も高いのに対し、男性20代は「展覧会観覧料のみ（を思い浮かべた）」が最も高い。

Q 前問で金額を選択する際、展覧会の観覧料の他に、金額の使用用途として思い浮かべたものはどれですか。以下からあてはまるものをいくつでもお選びください。





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

<注意事項>

- ・引用・転載する場合には、出典を明記してください。
- ・調査データを編集・加工等して利用する場合には、その旨も明記してください。
- ・国立アトリサーチセンターは、利用者が本調査結果を用いて行う一切の行為（調査結果を編集・加工等した情報を利用することを含む。）について、何ら責任を負うものではありません。
- ・上記記載事項は、著作権法上認められている引用などの利用について、制限するものではありません。

【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