

静岡県立美術館評価に関する調査等業務委託報告書

【 本 編 】

平成 18 年 3 月 31 日

北海道大学大学院文学研究科 佐々木亨研究室

静岡県立美術館評価に関する調査等業務委託報告書

目次

【本編】

I	業務委託の概要	1
II	「ミュージアム・ナビ」における現状値	
	1 定量的な現状値	3
	2 定性的な現状値	5
III	現状値に関する分析	
	1 展覧会事業	1 1
	2 その他の事業	1 9
	3 インターネットモニター	3 1
IV	ミュージアム・ナビの改善に向けて	
	1 アンケートの改善点	3 4
	2 「ミュージアム・ナビ」の改善点・事業改善に関する検討事項	3 6

I 業務委託の概要

本業務委託では、静岡県立美術館において平成 17（2005）年度に実施した以下に掲げる事業について、利用者等を対象にアンケート調査などを行った。

① 展覧会事業

- ・ 美術の 20 世紀展（以下、「20 世紀展」と省略する）
開催期間：平成 17 年 4 月 19 日（火）～5 月 29 日（日）
- ・ 物語のある絵画展（以下、「物語展」と省略する）
開催期間：平成 17 年 6 月 10 日（金）～7 月 18 日（月・祝）
- ・ アルタイの至宝展（以下、「アルタイ展」と省略する）
開催期間：平成 17 年 7 月 26 日（火）～9 月 4 日（日）
- ・ 文人の夢・田能村竹田の世界展（以下、「文人の夢展」と省略する）
開催期間：平成 17 年 9 月 30 日（金）～11 月 6 日（日）
- ・ 誘惑の光景展（以下、「誘惑展」と省略する）
開催期間：平成 17 年 11 月 12 日（土）～12 月 18 日（日）
- ・ 花鳥風月展
開催期間：平成 17 年 12 月 23 日（金・祝）～2 月 12 日（日）

* 「20 世紀展」と「物語展」において用いたアンケート票に関する留意事項

「20 世紀展」と「物語展」における調査は、今回の業務委託契約の範囲外である。しかし、1 年間を通した展覧会の状況を比較するためには、平成 17 年度におけるすべての展覧会に関するデータが必要である。そのため、両展覧会については平成 16 年度に使用したアンケート票を用いて収集したデータを利用した。

2 つのアンケート票は設問設定が異なっているため、以下の分析のなかで「20 世紀展」と「物語展」のデータがないもの、またはカテゴリ設定の異なるものがある。

② その他の事業

- ・ 教育普及プログラム（粘土開放日）
- ・ ロダン館・エントランスでの催事（ミュージアム・コンサート）
- ・ 友の会（一般会員・シニア会員・特別会員）
- ・ ボランティア
- ・ 図書閲覧室
- ・ レストラン
- ・ ミュージアム・ショップ
- ・ ホーム・ページ

上記の調査結果をもとに、「ミュージアム・ナビ」評価指標の定量的な現状値を算出した。また、展覧会事業については、アンケート調査の自由回答欄の文章をテキストマイニング手法で分析し、さらにインタビューを実施して裏付けを行い、定性的な指標に関するデータを収集した。教育普及プログラム（粘土開放日）については、アンケート調査の自由回答欄の文章から直接、定性的な指標に関するデータを収集した（第Ⅱ章）。

さらに、「ミュージアム・ナビ」にはあらわれない、アンケート調査から判明したことを分析した。また、第6回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」の結果も分析した（第Ⅲ章）。

平成17（2005）年度における一連の調査を終了した上で判明した、ミュージアム・ナビやアンケート調査に関する、来年度に向けた改善点や検討課題などを最後に整理した（第Ⅳ章）。

以上が、本業務委託報告書の「本編」で扱った内容である。「本編」に加え、各調査対象事業に関するアンケート票および詳細なデータのすべてを「データ編」に掲載した。

II ミュージアム・ナビにおける現状値

平成 17 (2005) 年度における「ミュージアム・ナビ」の現状値は、定量的なもの
と定性的なものの2つからなる。

1 定量的な現状値

定量的な現状値は、表の通りである。

平成 17 年度「ミュージアム・ナビ」に関する現状値(参考:旧「ベンチマークス」の各年度現状値)

	H14年度	H15年度	H16年度	H17年度							
				現状値	展覧会						
					20世紀	物語	アルタイ	文人の夢	誘惑	花鳥風月	
A	観覧者レポート%	82.4	82.2		82.8			83.2	83.1	78.7	83.4
	観覧者満足度%	58.1	62.4	62.8	65.8	60.5	61.5	81.4	59.5	51.4	66.6
	普及事業満足度% * 粘土開放対象	89.0	98.6	86.0	93.9						
	実技から展覧会観覧% * 粘土開放対象			11.1	37.5						
	鑑賞環境満足度%	82.8	78.2	85.1	89.6	88.6	88.5	92.1	86.9	84.1	92.0
B	風景の美術館認知度%				30.9			25.7	32.8	25.0	36.0
C	情報が入手しやすい%	39.3	37.0		71.5			86.7	62.9	62.8	66.6
	公共交通機関アクセス満足度%	45.3	77.8		82.5			88.1	75.1	83.5	82.1
	自家用車アクセス満足度%	84.6	78.4		76.0			82.5	66.9	71.0	77.1
	スタッフ対応満足度%	84.1	90.6	72.0	81.9	76.0	75.0	93.9	75.8	75.8	83.0
	ロダン・エントランス催事満足度%				94.8						
	レストラン満足度%	33.0	57.6		63.2						
	ショップ満足度%	72.7	82.8		89.3						
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						
	図書閲覧室満足度%	30.5	65.2		72.4						
	新規観覧者%	17.6	17.8		17.2			16.8	16.9	21.3	16.6
	新規観覧者満足度%	56.5	52.2		65.7			84.6	52.4	52.0	64.3
	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	43:43:14	49:44:7	40:57:3	43:48:9	44:49:7	44:46:10
	2・3世代観覧者%				26.7			41.7	16.0	13.4	20.1

■ データ読替等
■ データなし

この表に数値に関する留意事項

- ① 展覧会事業については、6つの展覧会ごとに各指標の数値を算出し、最終的にすべての展覧会の値を合算して現状値とした。
- ② 「風景の美術館認知度」、「情報が入手しやすい」、「公共交通機関アクセス 満足度」、「自家用車アクセス満足度」の4つについては、教育普及プログラムのアンケートのなかでもデータを得ている。また、「風景の美術館認知度」については、インターネットモニターのなかでも数値が出ている。しかし、調査対象者層がまったく異なるため、展覧会のデータとは合算しなかった。以下に、教育普及プログラムにおける各数値とインターネットモニターでの数値を記す。

- ・ 「風景の美術館認知度」:
教育普及プログラム 18.7%、インターネットモニター 8.7%
- ・ 「情報が入手しやすい」: 75.7%
- ・ 「公共交通機関アクセス満足度」: 82.4%
- ・ 「自家用車アクセス満足度」: 82.3%

- ③ 「レストラン満足度」に関しては、「アルタイ展」と「文人の夢展」開催時の2回に分けてアンケート調査を行った。表の現状値はそれを合算したものである。
- ④ 「友の会満足度」に関しては、一般会員・シニア会員・特別会員ごとに、アンケート調査を行った。表の現状値はそれを合算したものである。
- ⑤ 「新規来館者満足度」は、来館回数の「新規観覧者」と「観覧者満足度」のクロス集計から算出した。
- ⑥ 「2・3世代観覧者%」の算出方法は、15 ページに詳細を記した。

平成17年度「ミュージアム・ナビ」に関する現状値(参考:旧「ベンチマークス」の各年度現状値)

		H17年度				展覧会				
		H14年度	H15年度	H16年度	現状値	20世紀	物語	アルタイ	文人の夢	誘
A	観覧者リピート%	82.4	82.2		82.8			83.2	83.1	
	観覧者満足度%	58.1	62.4	62.8	65.8	60.5	61.5	81.4	59.5	
	普及事業満足度% *粘土開放対象	89.0	98.6	86.0	93.9					
	実技から展覧会観覧% *粘土開放対象			11.1	37.5					
	鑑賞環境満足度%	82.8	78.2	85.1	89.6	88.6	88.5	92.1	86.9	
B	風景の美術館認知度%				30.9			25.7	32.8	
C	情報が入手しやすい%	39.3	37.0		71.5			86.7	62.9	
	公共交通機関アクセス満足度%	45.3	77.8		82.5			88.1	75.1	
	自家用車アクセス満足度%	84.6	78.4		76.0			82.5	66.9	
	スタッフ対応満足度%	84.1	90.6	72.0	81.9	76.0	75.0	93.9	75.8	
	ロダン・エントランス催事満足度%				94.8					
	レストラン満足度%	33.0	57.6		63.2					
	ショップ満足度%	72.7	82.8		89.3					
	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					
	図書閲覧室満足度%	30.5	65.2		72.4					
	新規観覧者%	17.6	17.8		17.2			16.8	16.9	
	新規観覧者満足度%	56.5	52.2		65.7			84.6	52.4	
	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	43:43:14	49:44:7	40:57:3	43:48:9	4
	2・3世代観覧者%				26.7			41.7	16.0	

データ読替等

データなし

2 定性的な現状値

この業務委託では、以下の2つの現状について定性的に調査した。

- ・ 展覧会観覧者の生活に変化をもたらしたかどうか。
- ・ 教育普及プログラム参加者の生活に変化をもたらしたかどうか。

調査方法は、以下のとおりである。

展覧会観覧者に関しては、アンケート調査の自由回答欄の文章をテキストマイニング手法で分析し、現状におけるクラスターを明らかにした（グループ分けをした）。

ただし、この分析では数千を超える大量のテキストデータが必要となるため、平成17年度のデータだけでは不十分であった。そのため、平成14年度から蓄積されているアンケート調査の自由回答欄のデータも利用した。今回は「あなたの生活において「美術館」はどのような存在または位置づけですか」という設問に対する回答を分析対象として、平成14年度から平成17年度までの4カ年間の展覧会観覧者のクラスターを明らかとした。

これによって現時点で、展覧会観覧者の生活における美術館の位置を明確にできる。今後は、経年的にその変化を追うことで、「展覧会観覧者の生活に変化をもたらしたかどうか」を観察することが可能と考える。

さらに、3/3-5の3日間で、展覧会観覧者に対して個別インタビューを実施して、クラスターが正しいかどうか裏付け調査を実施した。

教育普及プログラム（粘土開放日）については、アンケート調査の自由回答欄の文章から直接、定性的な指標に関するデータを収集した。

◎展覧会に関する定性的評価

「観覧者の生活に変化をもたらしたかどうか」

(1) 使用データ

使用したデータは、以下の13の展覧会開催時に回収したアンケートの自由回答欄の設問「あなたの生活において「美術館」はどのような存在、または位置づけですか」（平成17（2005）年度）から得たものである。なお、平成14（2002）年度と15（2003）年度においては「あなたにとって「美術館に行く」こと、または「美術鑑賞」はどんな意味がありますか」という設問であった。

会期のあとに記した〈 〉内の数字はアンケート回収数であり、総数は5,273件である。そのうち、本稿で用いたこの設問に対する回答文は2,696件である。

平成14（2002）年度

- ・ 「大トルコ展—文明と美術」4/17（水）～5/30（火）〈157〉

- ・ 「大本山相國寺・金閣・銀閣秘宝展」 6/8 (土) ～7/14 (日) <511>
- ・ 「今、ここにある風景」 7/27 (土) ～9/8 (日) <215>
- ・ 「吉田博展」, 「ザ・ベスト展」 9/14 (土) ～10/20 (日) <178>
- ・ 「印象派のあゆみ」 10/27 (日) ～12/8 (日) <265>
- ・ 「きらめく光 -日本とヨーロッパの点表現-」 2/18 (火) ～3/30 (日) <96>

平成 15 (2003) 年度

- ・ 「特集・狩野派の世界 2003」 4/12 (土) ～5/18 (日) <553>
- ・ 「神秘の王朝-マヤ文明展」 5/27 (火) ～7/10 (木) <1,027>
- ・ 「もうひとつの明治美術-明治美術会から太平洋画会へ」 7/19 (土) ～8/24 (日) <306>
- ・ 「江戸開府 400 年記念 徳川将軍家展」 9/20 (土) ～10/26 (日) <566>

平成 17 (2005) 年度

- ・ 「アルタイの至宝展」 7/26 (火) ～9/4 (日) <645>
- ・ 「文人の夢・田能村竹田の世界」 9/30 (金) ～11/6 (日) <502>
- ・ 「誘惑の光景」 11/12 (土) ～12/18 (日) <252>

(2) 分析手法

テキスト・マイニング (SPSS 社) を用いて、観覧者と美術館との関係を表す主要な名詞 (主要語) を抽出し、その係り先となる語 (係り先主要語) との関係から、観覧者を表のようなグループに分類する (クラスタ化する) ことができた。

また、表に現れたクラスタが本当に存在するのかどうか、3 月 3 日～5 日の 3 日間で、観覧者に対してヒアリング (163 サンプル) を実施した (別添: エクセルファイル「ヒアリングデータ」参照)。その結果、テキスト・マイニングから判明した各クラスタの主要語と係り先主要語が、ヒアリング結果からもほぼ確認できた。

(3) クラスタ化とプロファイリング

表の各クラスタの特徴を整理する (プロファイリングする) と以下のようなになる。

まず目を引くのは、クラスタ 82・85 のように、精神的充足を目的に来館しているとグループ化されたものが上位に存在することであり、これらに類似するクラスタ 24・42 を合わせると 35.7% になる。特に、クラスタ 82 は単独で全体の 25.7% を占め、観覧者の約 4 分の 1 が、生活における「美術館」の存在・位置づけを、「心」-「安らぎ」「栄養」「洗濯」「癒し」という文脈で捉えていることが分かる。

クラスタ 82 の次に大きいクラスタは 80 で、「自分」という主要語に係る先は「知る」や「感性」であり、美術館を内省の場と捉えたり、自らの感性を磨く場と捉えたりしていることがわかる。これと類似したクラスタとしては、クラスタ 68 があり、合わせると 13.2%となる。

一方、美術館を絵画の勉強や知識習得の場として位置づけているクラスタもいくつかあることが分かる。クラスタ 40・00・28・48・04 がそれに該当する（合計 17.6%）。このなかでクラスタ 40・04 を除くクラスタ（合計 9.6%）は、10 歳代の観覧者が突出したクラスタとなっており、学校の課題などの受動的観覧が多いことを回答文から読み取ることができる。また、クラスタ 04 はこのなかでも非常に特異な存在である。全クラスタの中で唯一、男女構成比において男性が上位に位置している。このクラスタの主要語と係り先主要語の関係をみると、美術館を教養を高める場として捉えていることがわかる。このクラスタは、40 歳代・50 歳代の世代が 6 割以上を占めている。中年世代の男性には、「教養志向」を持って美術館に来館するタイプが多く存在していると言える。

クラスタ 20（3.7%）も特異なクラスタであり、静岡県立美術館への来館回数が 20 回以上とした回答者が 4 割以上を占めている。このクラスタの主要語と係り先主要語の関係をみると、美術館を生活の一部として捉えている回答者が多い。来館回数と生活の中での美術館の位置づけの深さとは関係あることが窺える。

表の現れたクラスタをいくつかのグループにまとめ、%の多いものから記すと以下のようになり、合計 66.5%を占める。

- ① 精神的充足を美術館に求めているクラスタ群：35.7%
- ② 絵画の勉強や知識習得の場として美術館を位置づけるクラスタ群：17.6%
- ③ 自らの感性を磨く場として美術館を位置づけるクラスタ群：13.2%

（4）今後に向けて

「ミュージアム・ナビ」の定性的指標の基点を明らかにするという意味では、平成 14（2002）年度から平成 17（2005）年度の 4 カ年（ただし、平成 16（2004）年度のデータは用いていない）における、展覧会観覧者クラスタの分布状況とそれぞれのサイズが判明した。したがって、この 4 カ年を現時点と考えた場合、この分析結果を定性的指標の基点（現状値）とすることができる。この指標は「展覧会観覧者の生活に変化をもたらしたかどうか」であるため、これ以降も同様に、毎年度の観覧者アンケートを用いて、同じ設問に関する観覧者クラスタの分布状況とそれぞれのサイズの変化についてレビューを記すことが、この定性的指標の変化状況を観察するスタイルになると考える。

再構築された美術館のミッションは「静岡県立美術館は、創造的で多様性に

富んだ社会を実現していくために存在します。そのために、コレクションを基盤として以下の活動を行い、日本の新しい公立美術館となります。1」人々が美術と出会うことによって新たな考え方や価値を見出すための体験を提供します。2」地域をパートナーと考える経営を行います」である。定性的指標「展覧会観覧者の生活の変化」の方向としては、「創造的で多様性に富んだ社会を実現」に向かっているか否かが重要なポイントとなる。

クラス	比率 (%)	性別比 (男女比)	主要語	係り先主要語	このクラスの主たる傾向
82	25.7	3.7	心	安らぎ 栄養 洗濯 癒し	美術館を、心の安らぎや癒し、リフレッシュなど精神的充足の場としている。
80	10.6	2.8	自分	知る 間心 感性	美術館を、自省の場として捉えたり、自らの感性を磨く場として位置づけている。
40	4.5	3.7	知識	得る 深める 広める 高める	美術館を、知識を獲得する場と位置づけている。
85	4.3	3.7	気持ち	落ち着く なる なる リフレッシュ	クラス82と同様、美術館を、精神的充足の場としている。
00	3.8	2.8	絵	観る 描く 勉強 好き	美術館におけるアンケート調査であるので、絵を鑑賞する場と位置づけている来館者も多いが、絵の勉強や描き方を学ぶとする来館者もみられる。他のクラス外と比べ、10代が突出している。
08	3.8	3.7	興味	ある 持つ ない 満ち ず	美術館を、興味のある場、自らの興味を掻き立てる場として捉えている来館者が最も多い。その他、興味のある企画展の時このみ来館する場との意見もみられる。初来館や3-5回の来館者が多い。
20	3.7	3.7	生活	一部 中 潤い 離れる	来館者の4割が来館回数20回以上であり、来館者の生活において美術館が、生活の一部として機能していると考えられる。
44	3.6	3.7	文化 ゆとり	文化 触れる 文化 知る ゆとり 持つ てる ゆとり 時間	美術館を、文化との接触の場、生活におけるゆとりの時間を過ごす場として捉えている。
04	3.5	6.4	教養	高める 深める つける 向上	全クラス中、性別構成が唯一、男性が女性を上回っている。教養を高める場として、中高年男性からのニーズがあると考えられる。
24	3.5	4.6	安らぎ 気分 分換	安らぎ 場 安らぎ 得る 安らぎ 求める 気分 分換 ため 気分 分換 なる	心の平安、リフレッシュを志向するクラスと考えられる。
60	3.2	3.7	発見	する ある 求める 感動	新たな発見をする場として美術館を位置づけている。
28	3.1	3.7	勉強	なる ため 場 する	美術館を勉強の場として位置づけている。年齢構成は、10代が突出して4割近くにのぼる。
63	3.0	3.7	美術館	行く 来る ある 思う	来館者の生活における美術館の位置づけを問う設問に対する回答のため、「美術館」という単語が多く用いられるのは、当然の結果であると考えられる。
22	2.8	3.7	日常	離れる 忘れる 疲れ は なる	日常からの乖離を志向したクラスであり、年齢構成をみると、50代、30代、40代のいわゆる現役世代が全体の7割を占めている。
48	2.7	2.8	歴史	知る 勉強 感じる 場所	クラス28と同様、学習志向のクラスであり、年齢構成も同じ10代が最上位で割合を占めている。1回から5回の来館者が半数以上。
06	2.7	3.7	作品	観る 触れる ある 楽しむ	作品とのふれあいの場と捉えている。クラス71における回答者と同じ考えなのでと考えられる。
68	2.6	3.7	感性	磨く 高める 豊か になる 深める	美術館に来館することで、なんらかの感覚を惹起し、感性の向上・研磨の場として捉えている。50代、40代、30代の現役世代が多い。
66	2.5	3.7	世界	知る 広げる 浸る 観る	美術館に来館することで、自らの世界観を広めようとする回答者と世界各国の作品に触れる場として美術館を位置づけている回答者が見出せる。
02	2.3	3.7	感動	得る ある 求める 味わう	感動するための場所として、美術館を位置づけていると考えられる。
87	2.2	3.7	本物	観る 触れる 出会う 美術 作品	実物の作品に接触することを望むクラスと考えられる。現役世代多い。
42	2.2	3.7	癒し	場 求める 空間 場所	クラス82と同様、美術館を、精神的充足の場としている。
46	2.1	2.8	目	保養 養う 肥やす 観る	主に作品に対する鑑賞を養う場ととらえている回答者が多い。
26	1.9	4.6	美術	勉強 こと 観る 関心	年齢構成が、50代と2代で10代が8割を占めている。

◎教育普及プログラムに関する定性的評価

「参加者の生活に変化をもたらしたかどうか」

(1) 使用データ

使用したデータは、平成 17（2005）年度の粘土開放日において回収したアンケートの自由回答欄の設問「あなたの生活において「美術館」はどのような存在、または位置づけですか」から得たものである。

アンケート回収数は 117 件であり、このうち 31 件（有効回答は 29 件）がこの設問に回答していた。

(2) 分析手法

教育普及プログラムでは、過年度におけるデータがなく、また平成 17（2005）年度の有効データがきわめて少ないため、テキスト・マイニングによる手法は用いず、一文ずつチェックして、傾向を分析した。

（展覧会における定性的評価では、過年度のアンケートを含めて 2000 件以上の有効回答文があったため、テキスト・マイニング（SPSS 社）を用いて、観覧者と美術館との関係を表す主要な名詞（主要語）を抽出し、その係り先となる語（係り先主要語）との関係から、観覧者をいくつかのグループに分類する（クラスタ化する）ことができた。）

(3) 分析結果

29 件の有効回答文を次の 7 つの内容に分類した（下表参照）。ただし、1 件の有効回答文が 2 つの内容に該当する場合があった。

	美術館の存在	キーワード	件数	%
1	敷居の高い存在	たまに来る所、身近ではない、遠い存在、静かにしなくてはならない所、格式高い、敷居が高い	11	29.7
2	精神的充実を求める場	なごみ、リラックス、リフレッシュ、心のゆとり、心と頭が自由になる、癒し	10	27.0
3	好ましい場所	興味、好奇心、楽しみ、大好きな所、気持ちいい空間	7	18.9
4	子どもと行きにくい場	子どもが小さいので身近な存在ではない、子どもとどとなかなか	3	8.1
5	子どもと対話する場	子どもとたくさん話ができるきっかけとなる場、親子で楽しめる場	2	5.4
6	勉強するところ	教育、勉強する場	2	5.4
7	散歩するところ	近くなので、散歩コース	2	5.4
		計	37	

1 と 4（合計で 37.8%）は、美術館が日常生活の中で遠いところにある、または居心地の良くないところという回答であり、有益な存在とは考えられて

いないことが分かる。

一方、2の「精神的充実を求める場」は27.0%を占めている。3の「好ましい場所」および5の「子どもと対話する場」を合わせると51.3%になり、美術館の存在をポジティブに捉えている割合が半分を超えていることも分かる。

今回の回答文は、粘土開放日において回収したものであるので、子どもと美術館の関係に言及している4や5の分類が特徴的である。4の「子どもと行きにくい場」と同様の回答は、「普及事業参加の前後に、展覧会に行かない理由」にも上がっている。子どもの親が美術館を捉える視点として顕在化していると言える。

<参考>

展覧会観覧者における同設問から抽出したクラスタでは、上位3つは以下のようであった。

- ① 神的充足を美術館に求めているクラスタ群：35.7%
- ② 絵画の勉強や知識習得の場として美術館を位置づけるクラスタ群：17.6%
- ③ 自らの感性を磨く場として美術館を位置づけるクラスタ群：13.2%

(4) 今後に向けて

今年度は「ミュージアム・ナビ」の対象とした教育プログラムが粘土開放日のみであった。そのため、定性的指標の現状値（基点）を明らかにするという点では、まだデータ数が少なく不十分である。次年度においては、「ナビ」における教育プログラムの対象事業を幅広く設定し、「生活における美術館の位置づけ」の現状値（基点）を設定する必要があると考える。

Ⅲ 現状値に関する分析

1 展覧会事業

本項で扱う展覧会事業および回収したアンケート数は以下の表のとおりである。

	回収数 (A)	総観覧者数 (B)	(A/B) ×100%
20世紀展	395	8,098	4.9
物語展	377	7,437	5.1
アルタイ展	645	48,276	1.3
文人の夢展	502	7,173	7.0
誘惑展	252	5,460	4.6
花鳥風月展	779	13,941	5.6
合計	2,950	90,385	3.3

* 「アルタイ展」において用いたアンケート票に関する留意事項

「アルタイ展」において使用したアンケート票の設問のうち、観覧者が感じたことを尋ねる設問（例えば、「作品やテーマについて興味・関心を持ちましたか」）では、「いいえ」・「どちらかという」と「いいえ」・「どちらかという」と「はい」・「はい」の4つの選択肢を用いた。

一方、平成16年度までは上記の4つの選択肢のほかに、「どちらとも言えない」・「よくわからない」という選択肢も入れ、全部で6つの選択肢が用意されていた。平成17年度当初、平成16年度において15%程度存在していた「どちらとも言えない」と回答した観覧者は、「どちらかという」と「いいえ」または「どちらかという」と「はい」にほぼ均等に流れると予想していた（「よくわからない」は数%程度で少ない）。

しかし、「アルタイ展」の集計をした結果、「どちらかという」と「はい」または「はい」を選んだ観覧者がとても多く、観覧者が感じたことを尋ねるどの設問においても、平成16年度の展覧会と比較すると10～15%程度、数値が大きくなっていった。つまり、平成16年度において「どちらとも言えない」に回答していた観覧者層の大半は、「どちらかという」と「はい」に流れたと考えられる。

平成14、15年度のアンケート票においても、観覧者が感じたことを尋ねる設問に関しては、「どちらかという」と「いいえ」と「どちらかという」と「はい」との選択肢の間に「どちらとも言えない」を設定していた。

そのため、選択肢の設定を再検討した結果、以下の理由で選択肢に「どちらとも言えない」のみを付け加えた。

- ① 平成14年度以降の展覧会データとの比較をする際、同じ選択肢構成の方が便利である。ただし、「よくわからない」は極めて少数なので、選択肢からはずしても問題はない。
- ② いままで70～80%程度の観覧者満足度がある項目で、さらに満足度が15%程度上乗せされることにより、微かな満足度の変化が読みとりにくくなる。

以下の分析で、「アルタイ展」の「どちらとも言えない」の欄が「-」となっているのは、この理由による。

(1) 観覧者の属性

性別 (%)

	20世紀	物語	アルタイ	文人の夢	誘惑	花鳥風月
男性	42.2	33.2	39.8	46.3	43.8	38.2
女性	57.8	66.8	60.2	53.7	56.2	61.8

各展覧会とも「女性」の割合が高いが、「文人の夢展」は「男性」の割合が45%を超えている。平成16年度では、男性の割合が40%を超えた展覧会は5本中1つしかなかったが（中国展・イタリア展・彫刻展・香月展・若冲展のうち、香月展の43.3%のみ）、平成17年度は半分の展覧会において40%を超えている。

年齢 (%)

	20世紀	物語	アルタイ	文人の夢	誘惑	花鳥風月
12歳以下	10.8	4.9	7.3	2.0	1.2	1.2
13-19歳			9.2	4.2	13.9	6.9
20歳代	10.3	12.7	6.1	7.6	10.0	7.1
30歳代	7.7	12.4	11.4	10.0	10.0	9.6
40歳代	10.6	12.4	18.6	12.8	13.9	13.6
50歳代	19.6	24.1	19.5	23.0	20.7	25.2
60歳代	24.9	23.0	16.4	22.2	13.9	20.2
70歳以上	16.1	10.5	11.5	18.2	16.3	16.2

どの展覧会においても、「50歳代」または「60歳代」が最多観覧者層である。「アルタイ展」でも、「50歳代」が最多観覧者層であるが、そこが大きな山になっているわけではなく、「20歳代」を除くどの年齢層も10%台となっているのが特徴である。また、「10歳代以下」（「12歳以下」と「13-19歳」の合計）が16.5%であり最も高い。過年度の調査においても、展覧会会期の一部が夏休み中である場合（平成16年度の「彫刻展」は「10歳代以下」が11.0%と同年度中では最も高い）、同様の傾向がみられるが、「アルタイ展」のテーマ性による部分もあると考えられる。

居住地 (%)

	20世紀	物語	アルタイ	文人の夢	誘惑	花鳥風月
市内	42.5	49.3	40.2	42.8	44.1	44.5
県中部	43.0	44.2	21.8	17.0	18.2	19.5
県東部			20.6	19.4	15.8	13.0
県西部			14.4	11.4	15.0	13.4
県外	14.4	6.5	3.0	9.4	6.9	9.6

この設問から、「ミュージアム・ナビ」の指標「地域別の利用者数」を算出している。

「20世紀展」を除くどの展覧会においても「市内」を含めた「県内」が90%以上を占めている。特に「アルタイ」では97%と高い。

「アルタイ展」以降の展覧会において、県内観覧者の内訳を見ると、「アルタイ展」、「文人の夢展」、「誘惑展」では県西部が最も低く、「花鳥風月展」ではわずかの差で県東部が最も低くなっている。

来館回数 (%)

	20世紀	物語	アルタイ	文人の夢	誘惑	花鳥風月
初めて			16.8	16.9	21.3	16.6
2回目			13.9	6.4	10.4	9.1
3-5回目			26.4	18.3	16.9	17.0
6-9回目			13.1	12.7	12.4	12.2
10-14回目			12.6	13.1	13.7	14.0
15-19回目			1.2	4.0	3.6	4.9
20回目以上			15.9	28.5	21.7	26.2

この設問から、「ミュージアム・ナビ」の指標「展覧会のリピート率」および「展覧会における新規来館者の割合」を算出している。

「アルタイ展」以外の展覧会は、「20回目以上」の観覧者が最も多く、およそ4分の1を占めている。「アルタイ展」では、「3-5回目」の観覧者が26.4%で最も多かった。

「初めて」の観覧者を見ると、「誘惑展」のみが20%を超えていて、他はすべて16%台である。

この1年間の来館回数 (%)

	20世紀	物語	アルタイ	文人の夢	誘惑	花鳥風月
来館していない			27.3	15.0	16.9	19.8
1回			33.2	17.2	17.9	14.8
2回			18.9	20.4	20.5	19.3
3-5回			15.0	33.5	32.8	31.4
6-9回			3.3	8.5	7.2	8.2
10回以上			2.3	5.3	4.6	6.5

来館回数 (%) の表にある「初めて」以外の観覧者が、この1年間で何回、静岡県立美術館に来館したかを尋ねた。

「アルタイ展」では、本日の来館を除き「1回」が33.2%と最も多く、次いでこの1年間では「来館していない」が27.3%である。一方、その他の展覧会では、「3-5回」と回答した観覧者が最も多く30%を超えている。

来館形態＜人数＞（％）

	20世紀	物語	アルタイ	文人の夢	誘惑	花鳥風月
1人			17.5	28.4	28.3	25.9
2人			40.6	50.8	40.4	54.7
3人			18.2	8.9	8.1	9.8
4人			14.4	4.3	9.0	4.4
5人			5.2	0.4	2.2	2.1
6－9人			3.6	1.5	1.3	0.9
10人以上			0.6	5.7	10.6	2.1

来館時の人数としては、どの展覧会でも「2人」が最も多く、40～55%を占めている。「アルタイ展」を除く展覧会では、次いで「1人」が20%台後半となっており、「3人」以上は10%以下である。

しかし、「アルタイ展」においては、「2人」に次いで「3人」が18.2%と多い。また、他の展覧会と比較して、「4人」、「5人」、「6－9人」の割合が極めて高くなっているのも特徴である。

同伴者（複数回答％）

	20世紀	物語	アルタイ	文人の夢	誘惑	花鳥風月
配偶者			36.9	34.9	25.8	34.4
親			18.6	5.8	5.2	7.1
兄弟			11.8	2.4	4.8	4.5
子供			23.4	5.2	5.2	8.9
祖父母			4.3	0.8	0.8	0.6
孫			4.2	1.2	0.4	0.8
親族			5.3	0.8	3.6	1.2
友人など			14.7	24.3	26.2	25.2
その他			1.9	5.6	14.3	3.9

アンケート回答者が2人以上で来館している場合、当日どのようなメンバーで来館したかを上の選択肢から複数回答で選んでもらった。

「誘惑展」以外は、「配偶者」とともに観覧している割合が最も高く30%を超えている。また、「誘惑展」では、「友人など」と来ている方が最も多く26.2%である。「友人など」と来ているケースは、「文人の夢展」、「花鳥風月展」でも多く、ともに25%前後である。

「アルタイ展」以外では、「配偶者」または「友人など」との観覧が合わせて50～60%と半分以上を占める。一方で「アルタイ展」では、「配偶者」がもっとも高いものの、他の展覧会と比較して、「友人など」を除くそれ以外の選択肢の割合が高いことが分かる。

このことは、「ミュージアム・ナビ」の指標「2世代・3世代一緒に観覧に来ている割合」に現れている。

「ミュージアム・ナビ」の当該指標の現状値は、上の表の数字をもとに、以下の計算式を用いて算出した。

[(親の%+子供の%+祖父母の%+孫の%) / 全選択肢の%の総和] ×100 (%)

算出した結果は、下の表のとおりである。

2・3世代にわたる観覧者グループ%

アルタイ展	41.7
文人の夢展	16.0
誘惑展	13.4
花鳥風月展	20.1
合計	26.7

上で見たように「アルタイ展」においては、2人以上で観覧している観覧者グループの41.7%は2世代または3世代の家族・親族関係で構成されていることが分かる。一方、その他の展覧会では、その割合が13~20%程度に留まっている。

来館の理由・きっかけ（複数回答%）

	20世紀	物語	アルタイ	文人の夢	誘惑	花鳥風月
ポスター・チラシ	13.1	31.6	30.2	28.3	23.4	28.6
新聞広告	4.1	4.8	43.9	14.5	11.1	15.0
TVなどの報道	4.7	1.6	20.3	7.0	2.4	6.2
「県民だより」	4.4	2.9	4.5	5.0	4.4	5.5
HP	4.9	4.2	2.9	2.2	7.9	8.0
いつも来ている	19.2	15.0	7.9	18.9	17.1	19.5
誘われて・勧められて	23.0	24.0	22.3	21.3	24.6	21.7
一度来たい・たまたま	7.8	4.8	3.1	11.2	11.1	14.1
その他	18.9	11.2	7.3	15.5	20.2	9.4

どの展覧会でも「誘われて・勧められて」が20%以上を占めている。この傾向は昨年度（19~21%）よりも顕著になっている。また、「いつも来ている」も「アルタイ展」以外では10%台後半であり、根強い利用者層が健在であることが窺える。「ポスター・チラシ」も13~30%の間の高い値が出ている。

「新聞広告」の割合が高いものは「アルタイ展」43.9%、「花鳥風月展」15.0%、「文人の夢展」14.5%で、「TVなどの報道」の高いものは「アルタイ展」20.3%である。

一方、「県民だより」、「HP」はどの展覧会でも10%以下である。

(2) 展覧会に関して観覧者が感じた価値

前述したように、表の中の「アルタイ展」の項目に「-」の表記があるのは、「どちらとも言えない」という選択肢がないアンケート票を使用したためである（詳細は6ページ参照）。

したがって、厳密に言うと他の展覧会と「アルタイ展」とを比較することはできないので、ここでは「アルタイ展」に関するコメントを最小限とした。

興味や関心を持ちましたか (%)

	20世紀	物語	アルタイ	文人の夢	誘惑	花鳥風月
「はい」	37.1	45.0	51.2	45.6	38.5	55.1
どちらかという「はい」	40.8	37.3	45.1	32.3	37.3	33.7
どちらとも言えない	20.0	14.5	—	17.4	16.8	8.7
どちらかという「いいえ」	1.8	1.6	3.0	3.5	4.9	1.1
「いいえ」	0.3	1.6	0.6	1.2	2.5	1.5

どの展覧会でも「どちらかという「いいえ」または「いいえ」が数%程度であり、「はい」または「どちらかという「はい」が70~80%台を占める。「花鳥風月展」において「はい」が55.1%と高いのが目立つ。

観覧料に見合う内容であったか (%)

	20世紀	物語	アルタイ	文人の夢	誘惑	花鳥風月
「はい」	45.5	51.9	46.0	46.2	46.4	65.9
どちらかという「はい」	28.5	26.5	44.4	29.1	33.9	23.4
どちらとも言えない	21.0	17.0	—	20.1	17.2	7.9
どちらかという「いいえ」	4.3	3.2	8.3	3.3	1.7	1.5
「いいえ」	0.8	1.4	1.3	1.3	0.8	1.4

どの展覧会でも、「はい」または「どちらかという「はい」が70~80%台を占める。「花鳥風月展」において「はい」が65.9%と高いのが目立つ。

心地よく観覧できたか (%)

	20世紀	物語	アルタイ	文人の夢	誘惑	花鳥風月
「はい」	65.0	58.0	47.8	56.7	51.6	66.9
どちらかという「はい」	23.6	30.5	44.3	30.2	32.5	25.1
どちらとも言えない	8.8	9.0	—	8.9	10.6	4.8
どちらかという「いいえ」	1.6	1.6	6.1	1.9	4.1	1.7
「いいえ」	1.0	0.8	1.6	2.3	1.2	1.5

この設問は、「ミュージアム・ナビ」の指標「鑑賞環境に対する満足度」に対応するものである。どの展覧会においても多くの観覧者は心地よく観覧できたと考えられる。

スタッフの対応は適切だったか (%)

	20世紀	物語	アルタイ	文人の夢	誘惑	花鳥風月
「はい」	50.7	48.6	44.4	49.3	43.7	58.6
どちらかという「はい」	25.3	26.4	43.8	26.5	32.1	24.4
どちらとも言えない	20.9	23.1	—	20.2	18.7	14.2
どちらかという「いいえ」	1.6	1.1	4.2	2.3	0.8	0.8
「いいえ」	1.6	0.8	1.8	1.7	4.0	2.0

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」に対応するものである。どの展覧会においてもスタッフの対応は適切であったと考えられる。

館内はスムーズに行動できたか (%)

	20世紀	物語	アルタイ	文人の夢	誘惑	花鳥風月
「はい」	64.8	59.1	42.0	61.0	48.6	67.0
どちらかという「はい」	23.7	28.2	43.8	25.5	31.0	24.5
どちらとも言えない	8.6	10.3	—	9.4	13.5	5.6
どちらかという「いいえ」	2.1	2.2	11.6	2.1	5.7	1.1
「いいえ」	0.8	0.3	2.5	2.1	1.2	1.9

どの展覧会においても館内ではスムーズに行動できたと考えられる。

他人に来館を勧めるか<総合満足度> (%)

	20世紀	物語	アルタイ	文人の夢	誘惑	花鳥風月
「はい」	28.8	33.1	30.0	32.8	24.7	38.7
どちらかという「はい」	31.7	28.4	51.4	26.7	26.7	27.9
どちらとも言えない	30.9	32.2	—	28.6	35.0	26.4
どちらかという「いいえ」	3.4	2.5	13.8	5.5	9.1	3.7
「いいえ」	5.2	3.8	4.8	6.4	4.5	3.3

この「展覧会のことを誰かに伝え、来館を勧めますか」という設問は、「ミュージアム・ナビ」の指標「展覧会の観覧者の満足度」に対応するものである。

「はい」または「どちらかという「はい」」は、「20世紀展」60.5%、「物語展」61.5%、「アルタイ展」81.4%、「文人の夢展」59.5%、「誘惑展」51.4%、「花鳥風月展」66.6%である。

一方、「どちらかという「いいえ」」または「いいえ」をみると、「20世紀展」8.6%、「物語展」6.3%、「アルタイ展」18.6%、「文人の夢展」11.9%、「誘惑展」13.6%、「花鳥風月展」7.0%である。

満足度が50%台であったが「文人の夢展」と「誘惑展」は、不満足度もともに10%を超えている（ただし、「アルタイ展」は除外する）。

この2つの展覧会について、アンケート票にある不満や改善すべき点に関する自由回答欄の記述をみると、「駐車場に関する苦情」、「空調に関する苦情」、「他の観覧者やミュージズスタッフの話し声に対する苦情」など、展示内容には直接関係ないものが共通して多かった。

しかし、「誘惑展」では「順路が分かりにくい」、「展示の配置が良くない」、「気軽に観覧できるような配慮が欠けている」との不満も少なくなかった。また、「文人の夢展」では「宣伝内容と展覧会の内容の相違がはなはだしい時が多い」、「県民の见たいという欲求に応えていない。アカデミックすぎる」というような展覧会全般に関する不満があった。

公共交通機関の利用はスムーズだったか (%)

	20世紀	物語	アルタイ	文人の夢	誘惑	花鳥風月
「はい」			51.3	51.6	53.8	62.8
どちらかという「はい」			36.8	23.5	29.7	19.3
どちらとも言えない			—	14.2	11.7	11.3
どちらかという「いいえ」			9.1	4.8	3.4	2.8
「いいえ」			2.8	5.9	1.4	3.7

この設問は、「ミュージアム・ナビ」の指標「公共交通機関で来館した人のアクセス満足度」に対応するものである。どの展覧会でも、70～80%台の満足度があった。

駐車場は利用しやすかったか (%)

	20世紀	物語	アルタイ	文人の夢	誘惑	花鳥風月
「はい」			41.8	44.0	44.7	52.5
どちらかという「はい」			40.7	22.9	26.3	24.6
どちらとも言えない			—	18.5	17.8	13.6
どちらかという「いいえ」			13.1	9.7	6.6	5.0
「いいえ」			4.4	5.0	4.6	4.3

この設問は、「ミュージアム・ナビ」の指標「自家用車で来館した人のアクセス満足度」に対応するものである。「アルタイ展」を除く展覧会では、60～70%台の満足度があった。ただし、不満足度は「公共交通機関」と比較すると、どの展覧会でも5%程度高くなっている。

当美術館に関する情報は入手しやすかったか (%)

	20世紀	物語	アルタイ	文人の夢	誘惑	花鳥風月
「はい」			40.8	38.3	39.9	41.4
どちらかという「はい」			45.9	24.6	22.9	25.2
どちらとも言えない			—	26.8	28.4	25.8
どちらかという「いいえ」			10.6	5.4	6.4	4.2
「いいえ」			2.7	4.9	2.3	3.4

この設問は、「ミュージアム・ナビ」の指標「当館に関する情報が「入手しやすい」と答えた人の割合」に対応するものである。「アルタイ展」を除くどの展覧会でも60%台の満足度が出ている。一方で「どちらとも言えない」が20%台後半と低くない値を示している。

「風景の美術館」であることを知っているか (%)

	20世紀	物語	アルタイ	文人の夢	誘惑	花鳥風月
「はい」			25.7	32.8	25.0	36.0
「いいえ」			74.3	67.2	75.0	64.0

この設問は、「ミュージアム・ナビ」の指標「風景の美術館としての認知度」に対応するものである。「ミュージアム・ナビ」の値は30.9%であり、3分の1以下の認知度である。

2 その他の事業

本項で扱うその他の事業は以下の通りである。

- ・ 教育普及プログラム（粘土開放日）
- ・ ロダン館・エントランスでの催事（ミュージアム・コンサート）
- ・ 友の会（一般会員・シニア会員・特別会員）
- ・ ボランティア
- ・ 図書閲覧室
- ・ レストラン
- ・ ミュージアム・ショップ
- ・ ホーム・ページ

（1）教育普及プログラム（粘土開放日）

教育普及プログラムに関しては、同一のプログラムで十分なデータが集まった「粘土開放日」を対象とした。

アンケートを収集した日は、8/28、9/25、10/23、1/22、2/12 の5日間で、サンプル数は117件である。

参加者の属性は以下の通りである。

B-1 性別%

男	女
31.3	68.8

B-2 年齢%

12歳以下	13-19	20歳代	30	40	50	60	70歳以上
15.5	0.9	4.5	58.2	20.0	0.9	0.0	0.0

B-3 居住地%

市内	県中部	県東部	県西部	県外
69.7	18.3	8.3	1.8	1.8

B-4 過去のイベント参加経験あり%

1. はい	2. いいえ
30.6	69.4

参加イベント名%（複数回答）

自由工房	夏季工房	版画入門	デッサン会	子供WS	実技講座	絵画WS
1.7	0.0	0.0	0.0	6.0	0.0	3.4
粘土開放日	技法セミ	講演会	フロアレク	ロダン館	その他	
19.7	0.0	0.0	0.0	1.7	1.7	

アンケート票の記入を保護者が行う場合が多いが、その中心的な年代は「30歳代」であることが分かる。また、参加者自身が記入を行うこともある（「12歳以下」の15.5%、および「13-19歳」の0.9%が該当）。

居住地としては、「市内」および「県中部」を合わせると 88.0%となり、大半を占める。教育普及プログラムにおいても、展覧会観覧者と同様に県東部の方が県西部より参加率が高い。

過去のイベント参加経験に関しては、69.4%が今回の参加が初めての経験と回答している。30.6%の経験者がいままでに参加したイベントで、最も多かったのは「粘土開放日」であり、参加経験者の半数以上が参加していた。

以下では、「ミュージアム・ナビ」の指標を中心に見ていく。

教育普及プログラムのアンケート設問の中で、参加者が感じた価値に関する選択肢は、過年度では展覧会同様に 5 段階方式にしていたが、今回は 4 段階方式を採用した。途中で選択肢構成の見直しはせず、そのままアンケートを継続した。

A-5 参加を勧める（総合満足度）%

1. いいえ	2	3	4. はい
1.7	4.3	37.4	56.5

過年度において調査した結果と同様に、かなり高い満足度が示されている。

B-5 イベントの前後で展覧会を観る%

1. はい	2. いいえ
37.1	62.9

いいえの理由%（複数回答）

時間がない	興味がない	有料・高い	知らない	その他
20.5	3.4	16.2	15.4	7.7

イベント参加の前後で展覧会を観覧したか、または観覧する予定かを尋ねたところ、62.9%が観覧しないと回答した。その理由として最も多かったのが、「時間がない」であった。次いで「有料だから、または料金が安いから」、「展覧会をやっていることを知らなかった」となっている。「その他」の内容としては、「子どもと一緒にだから」または「子どもが迷惑をかけるから」といったように、「子ども」と展示室に入ることに對する戸惑いや躊躇がほとんどであった。

A-10 「風景の美術館」としての認知度%

1. いいえ	2. はい
81.3	18.7

展覧会観覧者では 30.9%が「はい」であったが、教育普及プログラム参加者ではさらに低く、18.7%であった。

A-9 美術館に関する情報は入手しやすい%

1. いいえ	2	3	4. はい
5.6	18.7	41.1	34.6

設問では選択肢が4つであるため、展覧会の結果とは単純に比較できない。しかし、同じく選択肢が4つであった「アルタイ展」における「はい」または「どちらか」という「はい」の割合である86.7%と比較しても、75.7%とほぼ変わりなく、高い値であることが分かる。

A-8 a 公共交通機関利用はスムーズ%

1. いいえ	2	3	4. はい
7.8	9.8	25.5	56.9

82.4%の高い満足度が示されている。

A-8 b 駐車場は利用しやすい%

1. いいえ	2	3	4. はい
4.9	12.7	43.1	39.2

82.3%の高い満足度が示されている。

(2) ロダン館・エントランスでの催事（ミュージアム・コンサート）

ロダン館・エントランスでの催事に関しては、アンケート調査が実施できた「ミュージアム・コンサート」を対象とした。

アンケートを実施した日は6/26（日）で、サンプル数は78件である。

参加者の属性は以下のとおりである。

C-1 性別%

男	女
18.2	81.8

C-2 年齢%

10歳代以下	20歳代	30	40	50	60	70歳以上
3.9	2.6	6.6	26.3	32.9	14.5	13.2

C-3 居住地%

市内	県中部	県東部	県西部	県外
66.7	2.6	11.5	11.5	6.4

C-4 来館回数%

初めて	2回目	3-5	6-9	10回以上
13.0	10.4	9.1	10.4	57.1

展覧会（60%程度）よりも女性の比率が極めて高いが、年齢層および来館回数の傾向は展覧会と大きく変わらない。また、居住地は展覧会（44%程度）

に比べ「市内」に特化している。

「ミュージアム・ナビ」の指標は満足度のみであり、以下の表の通り高い値を示した。

A-4 他人に参加を勧める%

1. いいえ	2	3	4. はい
0.0	5.2	23.4	71.4

(3) 友の会（一般会員・シニア会員・特別会員）

友の会に関しては、一般・シニア・特別の会員ごとに、アンケートを行った。サンプル数はそれぞれ、117件、22件、44件である。

本項では、サンプル数が多い一般会員を中心に見ていく。
一般会員の属性は以下のとおりである。

(1) 性別%

男	女
48.7	51.3

(2) 年齢%

10歳代	20	30	40	50	60	70歳以上
0	2.6	4.3	4.3	23.1	54.7	11.1

(3) 居住地%

市内	県内	県外
65.0	32.5	2.6

(4) 会員年数%

1年未満	1-5年未満	5-10年未満	10年以上
12.2	32.2	27.8	27.8

(5) ここ1年間での来館回数

なし	1回	2回	3-5回	6-9回	10-14回	15-19回	20回以上
3.4	2.6	13.8	46.6	19.8	11.2	1.7	0.9

一般会員では、展覧会観覧者よりもやや男性の割合が高い。一方、シニア会員ではこの割合が81.8%、特別会員では62.8%と、女性の割合を上回っている。

年間の来館回数は、「3-5回」がほぼ半数を占めている。シニア会員では「20回以上」が85.7%、特別会員でも79.1%と、ハードユーザーが大半を占めている。

「ミュージアム・ナビ」の指標は満足度のみである。一般会員の満足度は以下の表の通りである。

(7) 友の会への総合満足度%

1. はい	2	3	4. いいえ
56.1	36.8	6.1	0.9

なお、「ミュージアム・ナビ」における満足度は以下の示すシニア会員および特別会員の満足度を合計して、90.0%という値を算出した。

表から分かるように一般会員は4段階の選択肢であるのに対し、シニア会員・特別会員は5段階の選択肢となっているが、一般会員と同様に、いずれも高い満足度といえる。

シニア会員

(7) 友の会への総合満足度%

1. はい	2	3. どちらとも言えない	4	5. いいえ
45.5	45.5	4.5	4.5	0.0

特別会員

(8) 友の会への総合満足度%

1. はい	2	3. どちらとも言えない	4	5. いいえ
63.4	24.4	12.2	0.0	0.0

以下では、一般会員に対する特典に関する満足度を見る。

(1) 招待券枚数への満足度%

1. はい	2	3	4. いいえ
70.7	21.6	5.2	2.6

(2) 研修旅行の内容・回数への満足度%

1. はい	2	3	4. いいえ
34.7	38.8	21.4	5.1

(3) 「だより」「ニュース」の内容・回数への満足度%

1. はい	2	3	4. いいえ
51.3	36.5	10.4	1.7

(4) 実技講座の内容・回数への満足度%

1. はい	2	3	4. いいえ
32.7	49	14.3	4.1

(5) 「エスタ」での割引に関する満足度%

1. はい	2	3	4. いいえ
34.9	30.2	24.5	10.4

(6) 年会費に対する特典への満足度%

1. はい	2	3	4. いいえ
52.7	33.9	10.7	2.7

どの特典に関しても、満足しているかとの問いに「はい」または「どちらか」というと「はい」が圧倒的多数を占めている。

しかし、「研修旅行の内容・回数」、「エスタでの割引」に関しては、4分の1から3分の1の会員が不満と感じている。その理由としては前者では、研修旅行の予定発表が遅い、値段が高い、曜日設定が良くないなどがあつた。後者では、本人のみの割引では使いにくい、同伴者も割り引いてほしいという理由が多かつた。

(4) ボランティア

ボランティアに関しては、153件のアンケートを回収した。ボランティアの属性は以下のとおりである。

B-1 性別%

男性	女性
8.1	91.9

B-2 年齢%

10歳代	20	30	40	50	60	70歳以上
0	0	3.3	4.0	33.1	49.0	10.6

B-3 居住地%

市内	県内
71.3	28.7

B-4 静岡県立美術館のボランティアを始めた時期%

1986	1989	1993	1998	2002
33.1	13.1	16.6	15.9	21.4

友の会とは異なり、女性が大半を占めている。ボランティアを開始した時期（応募時期と同じ）をみると、1986年からの方が3分の1と最も多かつた。

「ミュージアム・ナビ」の指標は満足度のみである。満足度は表の通りであり、78.8%と高い値である。

A-4 ボランティアであることに満足しているか%

1. いいえ	2	3. どちらとも言えない	4	5. はい
0.7	2.6	17.9	35.1	43.7

しかし、「自分の能力が発揮できているか」、「美術館職員やミュージアムスタッフとの意思疎通や連携がうまくいっているか」、「美術館や地域のためになっているか」との設問では、以下の表のような結果になっている。

これを見る限りでは、能力の発揮や意思疎通・連携に関して、半分以上のボランティアは満足していないことが分かる。自由記入欄からその理由をみると、能力の発揮に関しては、人数・仕事にゆとりがありすぎる、仕事内容の

マンネリ化などがあつた。また、意思疎通・連携に関しては、美術館職員やミュージズスタッフとの挨拶や平素の会話が不足しているとの意見が多かつた。

ボランティアであることに対する満足度は高いが、能力の発揮や意思疎通・連携に関して不満が少なくないことは、十分に留意する必要がある。

A-1 自分の能力が発揮できているか%

1. いいえ	2	3. どちらとも言えない	4	5. はい
2.0	6.0	54.0	24.7	13.3

A-2 意思疎通や連携がうまくいっているか%

1. いいえ	2	3. どちらとも言えない	4	5. はい
6.6	14.6	41.7	27.2	9.9

A-3 美術館や地域のためになっているか%

1. いいえ	2	3. どちらとも言えない	4	5. はい
0.7	5.3	21.1	42.8	30.3

(5) 図書閲覧室

図書閲覧室に関しては、3月14日から31日までの開館日16日間で、ボランティアが配付・回収して、アンケートを実施した。サンプル数は76件である。

利用者の属性に関する項目は以下のとおりである。

性別%

男	女
50.0	50.0

年齢%

10歳代	20	30	40	50	60	70歳以上
2.7	18.9	10.8	14.9	20.3	23.0	9.5

居住地%

市内	県内	県外
59.7	20.8	19.4

静岡県立美術館への来館回数%

初めて	2回目	3-5	6-9	10-14	15-19	20回目以上
13.5	10.8	6.8	12.2	10.8	5.4	40.5

図書閲覧室の利用回数%

初めて	2回目	3-5	6-9	10-14	15-19	20回目以上
37.0	13.7	17.8	5.5	9.6	0	16.4

図書閲覧室の利用時間%

5分未満	5-10	10-20	20-30	30分以上
7.1	14.3	27.1	24.3	27.1

展覧会では、男女比が4：6程度であるのに対して、図書閲覧室では5：5となっている。また、展覧会では20歳代の観覧者が10%に満たないケースが多いが、ここでは18.9%と展覧会の約2倍の数値が出ている。

美術館への来館回数をみると、展覧会で「初めて」が16～21%であるのに対して、ここでは13.5%と低くなっている。一方、展覧会で「20回目以上」が16～28%であるのに対して、図書閲覧室では40.5%と高くなっており、来館回数が多い利用者ほど、図書閲覧室を利用していると考えられる。

しかし、図書閲覧室の利用回数は「初めて」が37.0%で最も多く、美術館への来館回数のクロスをとると、下の表のように来館回数が10回以上の利用者がその33.3%を占めている。このことから、図書閲覧室を毎回利用しないケースは多いことが分かる。

図書閲覧室を初めて利用する人(37.0%)の美術館来館回数%

初めて	2回目	3-5	6-9	10-14	15-19	20回目以上
37.0	18.5	7.4	3.7	14.8	3.7	14.8

図書閲覧室の利用時間をみると、「30分以上」、「10-20分」がそれぞれ27.1%で最も高い。

図書閲覧室の場所の分かりやすさでは、64.9%が分かりやすいと回答している。利用目的(複数回答)では、「(展覧会で紹介されていた作品や作家)以外に関して、美術について調べるため」、「のんびりと図書や雑誌を読むため」のように、展覧会の内容とは直接関係のない目的での利用や一般的な読書といった目的が30%を超えている。

次回来館時の再利用では、72.4%（「ミュージアム・ナビ」の満足度）が「はい」または「どちらか」というと「はい」と回答している。

(1) 場所は分かりやすかったか%

いいえ	はい
35.1	64.9

(2) 利用目的(複数回答)%

展覧会作品作家	展覧会その他	他の美術館	のんびり読む	情報広める	休憩	特に目的なし	その他
15.8	31.6	17.1	34.2	15.8	9.2	10.5	10.5

(3) 次回来館時に再利用するか%

1.いいえ	2	3.どちらでもない	4	5.はい
3.9	2.6	21.1	48.7	23.7

(6) レストラン

レストラン利用者に関しては、「アルタイ展」と「文人の夢展」開催時の2回に分けて、アンケートを行った。サンプル数はそれぞれ、220件、179件である。

利用者の属性は以下のとおりである。

「アルタイ展」での利用者

B-1 性別%

男性	女性
32.2	67.8

B-2 年齢%

10歳代	20	30	40	50	60	70歳以上
11.1	6.5	10.6	17.5	20.7	20.7	12.9

B-3 静岡県立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
21.2	5.5	25.3	11.5	11.1	4.6	20.7

B-4 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
41.3	9.6	18.8	12.4	7.3	1.4	9.2

「文人の夢展」での利用者

B-1 性別%

男性	女性
27.1	72.9

B-2 年齢%

10歳代	20	30	40	50	60	70歳以上
1.1	3.4	9.6	15.3	23.7	32.2	14.7

B-3 静岡県立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
18.1	10.2	16.9	11.9	9.6	6.2	27.1

B-4 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
31.6	11.9	27.1	8.5	6.8	2.3	11.9

両展覧会における、静岡県立美術館への来館回数が「初めて」の割合が21.2%、18.1%である。一方、レストランの利用回数をみると「初めて」が41.3%、31.6%であり、ともに2倍弱の値となっている。このことから、来館ごとにレストランを利用しているとはいえないことが分かる。

「ミュージアム・ナビ」の指標は満足度のみである。満足度は表の通りであり、2つの調査を合計すると63.2%となる。

「アルタイ展」での利用者

A-14 総合満足度

1. 不満	2. やや不満	3. 普通	4. やや満足	5. 満足
0.9	4.5	32.7	32.7	29.1

「文人の夢展」での利用者

A-14 総合満足度

1. 不満	2. やや不満	3. 普通	4. やや満足	5. 満足
0.6	2.2	32.4	37.4	27.4

アンケートでは、スタッフの対応や味などについても利用者の評価をいただいている。それによると、メニューの豊富さや料金、およびレストランの場所を示す案内表示に対して満足していないことが分かった。

(7) ミュージアム・ショップ

ミュージアム・ショップ利用者に関しては、11/20 から 12/25 の 26 日間、アンケートを行った。この期間の展覧会は「誘惑展」であり、12/23 から「花鳥風月展」であった。サンプル数は 360 件である。

利用者の属性は以下のとおりである。

B-1 性別%

男性	女性
29.4	70.6

B-2 年齢%

10歳代	20	30	40	50	60	70歳以上
7.9	16.6	16.6	18.9	18.6	14.4	7.0

B-3 居住地%

市内	県内	県外
49.9	36.8	13.4

B-4 静岡県立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
16.3	8.4	18.3	14.6	10.7	3.1	28.7

B-5 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
24.4	10.8	22.7	15.3	9.3	2.0	15.6

B-6 ミュージアム・ショップの滞在時間

5分未満	5-10分	10-20分	20-30分	30分以上
10.4	35.3	38.1	9.2	7.0

展覧会と比較して女性の割合が高い。利用者の年齢では、「20歳代」から「60

歳代」までほぼ10%台後半の値を示していて、展覧会観覧者の傾向とは異なる。レストランでは、レストランの利用が「初めて」の割合が、静岡県立美術館への来館が「初めて」の割合の2倍弱となっていた。ミュージアム・ショップでは、この両者の数字が、24.4%と16.3%であり、あまり差がないことが分かる。

ミュージアム・ショップでの滞在時間をみると、「10-20分」がもっと多く38.1%である。また、利用者の83.8%が20分未満の利用であることが分かる。

「ミュージアム・ナビ」の指標は満足度のみであり、89.3%である。

A-7 次回来館時にまた利用するか%

1. いいえ	2	3. どちらとも言えない	4	5. はい
2.2	0.6	7.8	27.7	61.6

アンケートでは、スタッフの対応や品揃えなどについても利用者の評価をいただいている。それによると、商品の品揃えや価格に関して、まだ改善の余地があることが分かる。充実してもらいたい商品としては「絵葉書」49.7%、次いで「書籍」44.2%（複数回答）が、際だって高かった。

ミュージアム・ショップの場所が分かりやすいかの問いでは、95.8%が「はい」と回答した。

(8) ホーム・ページ

ホーム・ページに関しては、149件のアンケートを回収した。なお、「ミュージアム・ナビ」用の新しいアンケート票を今回は使用できなかったため、従来使用していたものを使った。

ホーム・ページに関するアンケート回答者の属性は以下のとおりである。

(1) 性別%

男	女
38.3	61.7

(2) 年齢%

10歳代	20	30	40	50	60	70	80	90歳以上
6.0	13.4	31.5	26.2	20.1	2.7	0	0	0

(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
37.6	11.4	2	0	3.4	24.2	7.4	14.1

「ミュージアム・ナビ」の指標は満足度のみであるが、従来使用していたアンケート票では合致する設問がないため、以下の(2)「情報内容に関する満足度」を適用し、69.6%とした。

(1) 閲覧頻度%

1. 月1回以上	2. 数ヶ月に1回	3. ごくたまに	4. 今回のはじめて
17.4	21.5	20.1	40.9

(2) 情報内容に関する満足度%

1. 大変満足	2. ほぼ満足	3. ふつう	4. やや不満	5. 大変不満
11.5	58.1	29.1	0.7	0.7

(3) 更新頻度%

1. 多い	2. ふつう	3. 少ない	4. わからない
1.3	57	2	39.6

(4) HPのデザイン%

1. 大変よい	2. よい	3. ふつう	4. あまりよくない	5. 悪い
20.1	53	26.2	0	0.7

(5) HPの見やすさ%

1. 大変見やすい	2. 見やすい	3. ふつう	4. 見にくい	5. 大変見にくい
18.8	59.1	18.8	3.4	0

3 インターネットモニター

第6回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」の結果を利用し、静岡県立美術館への来館経験がない県民の特性を分析した。

調査の概要や単純集計結果については文化政策室の報告（「データ編」に収録）があるので、ここでは、各設問と来館経験の有無とのクロス集計結果について述べる。

回答者の属性は以下のとおりである。

(1) 性別%

	経験なし	経験あり	全体
男性	37.1	62.9	100.0
女性	31.2	68.8	100.0

(2) 年代%

	経験なし	経験あり	全体
10代	0	100.0	100.0
20代	40.0	60.0	100.0
30代	38.5	61.5	100.0
40代	35.3	64.7	100.0
50代	35.1	64.9	100.0
60代	20.0	80.0	100.0
70代	28.6	71.4	100.0
80代	0	100.0	100.0

(3) 居住地%

	経験なし	経験あり	全体
市内	10.6	89.4	100.0
中部	27.3	72.7	100.0
東部	38.8	61.2	100.0
西部	48.9	51.1	100.0

全体（300 サンプル）では、66.0%の県民が静岡県立美術館に来たことがあった。

この数字を基準にして考えると、「男性」の来館経験者は3%ほど少ないことが分かる。年齢に関しては、「20代」から「80代」にかけて、徐々に来館経験者の割合が増えていて、特に「60代」以降の割合が極めて高い（「10代」は回答者が2名しかいないため、分析の対象外とした）。

居住地別では、「市内」在住の約90%の回答者が来館経験を持ち、市内を除く「県中部」でも72.7%となっており、全体の66.0%よりも高い。一方、「県東部」は61.2%、「県西部」はさらに10%低い51.1%である。「東高・西低」のこの傾向は、展覧会観覧者および教育普及プログラム参加者における居住地割合の傾向と一致する。

その他の設問のクロス集計結果は以下のとおりである。

(4) 全国のミュージアムなど文化施設への年間来館回数%

	経験なし	経験あり	全体
訪れない	35.3	17.2	23.3
1回	24.5	24.2	24.3
2回	18.6	21.7	20.7
3-5回	17.6	23.2	21.3
6-9回	3.9	8.1	6.7
10回以上	0	5.6	3.7

全国のミュージアムなど文化施設に1年間に1度も「訪れない」県民の割合は23.3%であるが、静岡県立美術館への来館経験の有無によりその差は大きく開いている。一方、それ以外のカテゴリーでは大きな差が見られない。

(5) 県立美術館に関する見たことのある情報媒体% (複数回答可)

	経験なし	経験あり	全体
展覧会ポスター	33.3	61.6	52.0
展覧会チラシ	17.6	34.8	29.0
年間スケジュール	2.0	20.7	14.3
イベントチラシ	3.9	15.2	11.3
アマリリス	0	5.1	3.3
年報	1.0	0.5	0.7
紀要	0	0.5	0.3
HP	0	19.7	13.0
新聞TV	36.3	62.6	53.7
特になし	43.1	12.1	22.7

来館経験のある県民は、展覧会ポスター・チラシ、年間スケジュール、イベントチラシ、HPおよび新聞やテレビなどで紹介される、静岡県立美術館の情報に、来館経験のない県民よりも、かなり敏感であることが分かる。特にHPは、来館経験のない県民はまったく閲覧していないことが分かった。

(6) 県立美術館は「風景の美術館」をキーワードにしていることを知っている%

	経験なし	経験あり	全体
知らない	100.0	86.9	91.3
知っている	0	13.1	8.7

風景の美術館をキーワードに活動していることを知っている県民は全体では8.7%、また前述した、展覧会観覧者では30.9%、教育普及プログラムでは18.7%（「ミュージアム・ナビ」の値）である。来館経験者では13.1%と県民全体よりも高いが、来館経験のない県民では0%とまったく認知されていなかった。

(7) 県立美術館で最も力を注いでほしい作品収集テーマ%

	経験なし	経験あり	全体
17C以降の風景画	16.7	30.3	25.7
ロダン・彫刻	4.9	16.2	12.3
現代美術作品	9.8	10.1	10.0
本県ゆかりの作家	17.6	19.2	18.7
富士山	24.5	16.2	19.0
特になし	26.5	8.1	14.3

来館経験のある県民は「17C以降の風景画」、「ロダン・彫刻」といった静岡県立美術館のコレクションの中心となる分野を挙げている。一方、来館経験のない県民では、「富士山」、「特になし」が多く選ばれている。

(8) 生活において美術館はどのような存在か% (2つ選択)

	経験なし	経験あり	全体
行くこと自体に価値	2.0	7.1	5.3
教養深める	25.5	27.8	27.0
興味関心を満たす	30.4	29.8	30.0
本物に触れる	36.3	43.4	41.0
心豊かになる	28.4	44.9	39.3
心を癒す	31.4	27.3	28.7
その他			2.3

生活において美術館はどのような存在かとの設問では、来館経験の有無によって大きな差が生じていない。しかし、「心豊かになる」ところは大きな差が出ている。

IV ミュージアム・ナビの改善に向けて

「ミュージアム・ナビ」は平成17年度から導入された自己点検システムである。

今回、業務委託を受け、「ミュージアム・ナビ」の現状値の一部を、アンケート調査などで測定した。その過程で、アンケート設計、アンケートデータの入力・集計、「ミュージアム・ナビ」現状値の算出、アンケート結果の分析を行った。全体を通して、今後に向けたいくつかの改善点が明らかになった。また、検討事項も浮かび上がった。

以下にそれらについて列挙する。

1 アンケートの改善点

(1) 展覧会

展覧会アンケートについては、平成14年度から実施していることもあり、そのやり方や設問設定に関しては、一定の水準に達していると考ええる。

(2) 教育普及プログラム

教育普及プログラムに関するアンケートについては、いくつか課題がある。

- ・ データを分析するためには、数百サンプル以上（おおよそ400件以上）が必要であるが、粘土開放日を除いて（平成17年度は117サンプル）、同一のプログラムでこの数字に達することが難しいのが現実である。
- ・ 一方、粘土開放日においても、参加者すべてがアンケートを記入し、それを回収することは、会場の都合などから困難であると思われる。
- ・ 今後は、教育普及プログラムに関する「ミュージアム・ナビ」のアンケート対象を粘土開放日に限り、実施の際は記入場所や回収体制などを整備する必要があると考える。

(3) ロダン館・エントランスでの催事

ロダン館・エントランスでの催事におけるアンケートは今回、一回しか実施できなかった。年間の回数も限られているので、事前に計画的に実施スケジュールを立てることが必要と考える。

(4) ホーム・ページ

ホーム・ページのアンケートに関しては今回、新しいアンケートを使えなかったため、新年度からはそれを使用する。

(5) ボランティアと友の会

ボランティアと友の会に対するアンケートは、新年度も調査対象者がほぼ同じメンバーとなるので、毎年実施する必要性は薄いと考える。それよりも、不満事項や改善すべき点に目を向け、それらの対処に時間をかけるべきと考える。ただし、ボランティア活動に関しては現在、システムを変更しているところである。そのため、新年度においても今回の設問をいくつか削除した上で、新しい簡便なアンケートを実施する意義はあると考える。

(6) アンケートの配付・回収

アンケートの配付・回収にあたり、ボランティアが行ったケースとミュージズスタッフが行ったケースがあった。しかし、どのアンケートをどちらが担当する方が、よりスムーズに実施でき、よりよい結果を得ることができるのかという全体を見通した議論なしに進んでいたように思う。今後は事前の検討・議論が必要であろう。

(7) アンケート設問数の検討

どのアンケートにも該当することであるが、「ミュージアム・ナビ」の指標として利用する設問は一つであり、それ以外の設問は当該事業改善のためのヒントを得るために存在している。したがって、十分に良好な数値が出ている指標を取るためのその他の設問については、新年度は削除することを検討してもよいと考える。また、事業の重要性を考慮して、アンケートの設問数を減少させることも必要である。

2 「ミュージアム・ナビ」の改善点・事業改善に関する検討事項

(1) 指標の現状値を取るためのアンケート設問の一本化

3 ページにも記したように、「風景の美術館認知度」、「情報が入手しやすい」、「公共交通機関アクセス満足度」、「自家用車アクセス満足度」の4つの指標については、教育普及プログラムのアンケートのなかでもデータを得ている。また、「風景の美術館認知度」については、インターネットモニターのなかでも数値が出ている。

しかし、調査対象者層がまったく異なるため、またサンプル数に大きな偏りがあるため（展覧会観覧者のデータ数が約 3,000 件。一方、教育普及プログラム参加者のデータ数は 100 件程度、またインターネットモニターのデータ数も 300 件）、展覧会観覧者のデータとは合算しなかった。

今後もこのような状況が考えられるので、この4つの指標の数値は、展覧会からのみ取るように一本化すべきと考える。

(2) 指標の統合

「観覧者リピート%」と「新規観覧者%」とは、合わせると 100%になる関係なので、「ミュージアム・ナビ」の指標としてはどちらか一つにすべきである。

(3) アクションプランとの関係

今回の「ミュージアム・ナビ」の現状値を見る限りでは、下の(4)に記した基準(目標値)を今後検討する指標を除いて、重要な問題となるような指標の現状値はない。したがって、今後のアクションプランとしては、オペレーションの部分の改善よりも、美術館のマネジメントに係わる部分および経営戦略的部分の検討に時間をかけるべきと考える。

しかし一方で、展覧会や友の会、ボランティアのアンケートの自由記入欄に書かれた不満や改善点には重要な指摘が多い。オペレーションの部分の改善に係わるアクションプランとしては、アンケートデータに基づいて、これらの不満を減らすための対応を、確実に実行していく必要がある。

(4) 満足度以外の指標に関する基準(目標値)の設定

「ミュージアム・ナビ」の指標のうち、満足度に関するものは 60%を超えていれば良好と判断してきた。一方、そのような基準がまだ分からなく、かつ美術館の将来像を考えた上で、美術館側で基準(目標値)を独自に設定すべきものがある。たとえば、「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」、「風景の美術館としての認知度」、「展覧会における小中高生の割合」、「地域別の利用者数」、「2世代・3世代一緒に観覧に来ている割合」である。

これらは、美術館の経営戦略と関連する指標であり、新年度当初に美術館の将来像をデザインした上で、基準（目標値）を検討しておく必要がある。

*本報告書では分析が間に合わなかったが、「定性的な現状値」は美術館の将来像デザインや経営戦略の検討の際に重要と考える。

（５）来館経験のない県民へのアプローチ

来館者に関するリサーチに比較して、来館を経験していない県民に対する対応が不十分であると考ええる。来館経験のない県民を今後どのようにセグメント（分類）し、そのどこにターゲットを絞るのかという経営戦略的に重要な検討も、将来の利用者マーケット開発のために必要である。

静岡県立美術館評価に関する調査等業務委託報告書【本編】

(委託先:北海道大学大学院文学研究科 佐々木亨研究室)

編集執筆 佐々木亨

発行 平成 18 年 3 月 31 日