４．来場者アンケートの標準的構成

以下に、小規模なアートプロジェクトの来場者アンケートの標準的構成を示す。あくまで一例に過ぎず、実際のプロジェクトの目的・内容に即して適宜、改訂を加えられたい。

|  |
| --- |
| 日付：　　月　　日　　　プログラム名［　　　　　　　　　　］  **「○○アートプロジェクト」ご来場者アンケート**  本日はご来場いただき、まことにありがとうございます。今後の参考にいたしますので、アンケートにご協力くださいますようお願い申し上げます。  **（問1）性別**　　女性　/　男性  **（問2）年齢**　　10代以下 / 20代 / 30代 / 40代 / 50代 / 60代 / 70代以上  **（問3）お住まい**○○市［開催地］　/　××市　/　その他大分県内（　　　市町村）　/  □□県　/　その他大分県外（　　　　　　　都道府県）  **（問4）○○アートプロジェクトは×××××です。こうしたイベントをどう思いますか？**  　よい / どちらかといえばよい / 普通 / どちらかといえばよくない / よくない  **（問5）参加いただいたプログラムはいかがでしたか？**  　満足　/　どちらかといえば満足　/　普通　/　どちらかといえば不満　/　不満  **（問6）他に参加されたプログラムや、参加しようと思っているプログラムはありますか？**  　ない　/　1つ　/　2つ　/　3つ　/　4つ　/　5つ以上  **（問7）今回の○○市の滞在時間はどのぐらいのご予定ですか？　○○市にお住まいの方は、本日のイベントに参加した時間（予定も含む）をご記入下さい。**  2時間未満　/　2～4時間　/　4～6時間　/　6～8時間　/　8時間以上（日帰り）　/  ご宿泊（　　　泊）  **（問8）○○市にいらっしゃる頻度と、来訪する主な理由についてお聞かせください。**  ○○市に住んでいる　/　月に1回以上　/　半年に1回以上　/　年に1回以上　/  ほとんど来ない　/　初めて　　主な来訪理由（　　　　　　　　　　　　　　　）  **（問9）今回のイベントに参加するほかに○○市を訪れた理由はありますか？【複数回答可】**  ○○美術館　/　○○文化会館　/　○○歴史文化施設　/　まちなかの散策　/　 食・グルメ　/　お土産物の購入　/ ○○温泉　/　その他（　　　　　　　　　）  **（問10）今回のイベントを何でお知りになりましたか？**  チラシ・パンフ　/　ポスター　/　市報　/　新聞　/　雑誌　/　テレビ　/　ラジオ　/  ウェブサイト・SNS　/　友人・知人　/　関係者　/　存在を知らずに偶然訪れた　/  その他（　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　）  **（問11）このイベントは○○年から定期的に開催されています。過去にこのイベントにご来場いただいたことはありますか？**  今回が初めて　/　2回目　/　3回目　/　4回以上  **（問12）○○アートプロジェクトは今後も継続して開催する予定です。あなたもプログラムを企画・開催する側として参加したいと思いますか？**  はい　/　いいえ　/　わからない  **（問13）「○○市は芸術文化の街である」というイメージをお持ちですか？**  はい（いつから：○○年より前　/　○○～××年　/　××年より後）　/　いいえ  **（問14）本日のイベントはいかがでしたか？　よかったところや悪かったところ、今後さらに充実した方がよいプログラムなど、ご意見・ご感想がございましたらお聞かせください。なお、下の記入欄で足りなければ、用紙の裏にも自由にご記入ください。**  ご協力ありがとうございます。今後、○○アートプロジェクトからのご案内を希望される場合は下記にご記入ください。ご記入いただきました個人情報は、上記目的以外では使用せず、当方にて厳重に管理いたします。  お名前：　　　　　　　　　　　　　　Email： |

**（１）来場者アンケートの設問**

この来場者アンケート様式は「○○アートプロジェクト」というアートイベントを、○○市で開催することを想定している。このプロジェクトは、ベップ・アート・マンスやTAKETA ART CULTUREのように、複数のプログラム（展覧会、パフォーマンス、講演会、ワークショップ、街歩きなど）から構成されることを前提とした設計になっている。

こうした来場者アンケートは、事業評価のためのデータ収集手段であると同時に、どのような観客がイベントに訪れているか、彼らが望んでいることは何かといった情報を得るマーケティング手段としても貴重である。双方の視点を踏まえつつ、主催者として知りたい情報を入手できる設問を設けることが重要である。

とはいえ設問の数があまりに多いと、来場者が回答を面倒に思いアンケートが集まらない。大規模な芸術祭では、アンケートの配布・回収のためにスタッフを雇用したり、多数のボランティアを動員するケースもある。さらに回答への謝礼としてグッズ（芸術祭のオリジナル缶バッジなど）を配布することもある。それだけの人手や経費をかけることで、何枚にもわたる詳細なアンケートに答えてもらっているのだ。しかし、小規模プロジェクトの多くでは、そうしたところに予算をかけることが難しい。そのようなプロジェクトでは、アンケートをA4用紙1枚程度にとどめるのが、分量として現実的だと考えている。

また、アンケートの文章は専門的な用語は避けて、できるだけ分かりやすい言葉[[1]](#footnote-1)を用いるべきである。回答者の中には子どももいることを、肝に銘じてほしい。

**日付・プログラム名**

多彩な種類のプログラムを企画する場合、プログラムによって来場者の特性が異なることも十分考えられるので、いつどこでアンケートを記入してもらったかを記録に残すことは重要である。余裕があれば、アンケート配布前にこの欄は主催者側で埋めておくと親切である。また、日付・プログラムごとに異なる封筒に分けて保管しておくなど、回収後に適切な保管体制を取れるのであれば、アンケート用紙自体に日付・プログラム名を記入させる必要はない。

**（問1～3）性別・年齢・お住まい**

回答者の属性情報である。居住地については、回答者が地域名を書き込む記述式としてもよいが、回答者の答えやすさや、集計上の利便性を踏まえ、想定される主な居住地は選択肢を設けた方がよい。例えば、別府市が会場であれば、次のような選択肢が考えられる。

別府市　/　大分市　/　その他大分県内（　　　市町村）　/

福岡県　/　その他大分県外（　　　　　　　都道府県）

**（問4）○○アートプロジェクトは×××××です。こうしたイベントをどう思いますか？**

アートプロジェクト全体に対する評価を訊ねる設問である。特定プログラムにたまたま訪れただけで、アートプロジェクトの全体像を知らない来場者も想定されるため、プロジェクトの概要を簡潔に説明した方が親切である。

選択肢として、次のような選択肢を用いることもできる。

非常によい / よい / 普通 / よくない / 非常によくない

**（問5）参加いただいたプログラムはいかがでしたか？**

プロジェクト全体ではなく、参加したプログラムに対する満足度を訊ねる設問である。

選択肢として、次のような選択肢を用いることもできる。

非常に満足　/　満足　/　普通　/　不満　/　非常に不満

**（問6）他に参加されたプログラムや、参加しようと思っているプログラムはありますか？**

来場者が何ヶ所程度のプログラムに参加しているかという、アートプロジェクト内における回遊性を把握するための設問である。

全国各地の芸術祭では、各会場の来場者数を集計した延べ人数で総来場者数を公表することが多い。この方法だと、例えば1人の観客が5会場を回れば、5人とカウントされる。しかし、それとは別にネットの来場者数（5会場を回っても1人とカウントする）を知りたいケースもある。パスポートの購入者数をベースに、ネット来場者数を推計する方法もあるが、入場無料のプログラムが多いアートプロジェクトの場合はその方法を用いがたい。そのときに役立つのがこの設問である。延べ来場者が900人と集計される一方、この設問から得られた平均参加プログラム数が3であれば、ネット来場者数を300人（＝900人／3プログラム）と推計できる。

**（問7）今回の○○市への滞在時間はどのぐらいのご予定ですか？　○○市にお住まいの方は、本日のイベントに参加した時間（予定も含む）をご記入下さい。**

中心市街地活性化や観光振興を目的の1つに掲げたアートプロジェクトでは、来場者が開催地にどれだけ滞在したかが、重要な評価項目となる場合がある。それを把握するための設問である。

ある程度規模が大きいプロジェクトであれば「日帰り」か「宿泊」か、後者の場合の宿泊日数は何日かを問えばよいかもしれないが、小規模なプロジェクトの場合は、時間単位で細分化した選択肢が適切だと思う。

開催地における一般的な来街者（中心市街地活性化）や観光客（観光振興）の平均滞在時間のデータが、既存調査（行政、商工団体など）に存在すれば、そのデータと比較してアートプロジェクト来場者の滞在時間の長短を評価することができる。

**（問8）○○市にいらっしゃる頻度と、来訪する主な理由についてお聞かせください。**

回答者が普段、何を目的にどの程度の頻度で開催地を訪れているかを訊ねる設問である。開催地を滅多に訪れることがないが、ここでアートプロジェクトがあったので訪れたという来場者がどの程度を占めるかを把握することができる。

**（問9）今回のイベントに参加するほかに○○市を訪れた理由はありますか？【複数回答可】**

アートプロジェクト以外の観光施設やイベントとの回遊性や相乗効果が生まれているかを訊ねる設問である。プロジェクトの性格によっては、会場近隣の施設・イベントにとどまらず、遠方にあるものも選択肢に含めて広域的な回遊性の動向を調べるのもよい。

**（問10）今回のイベントを何でお知りになりましたか？**

評価というよりマーケティングの色彩が強い設問である。次回イベント企画時に、どの広報手段を重視すべきかといった方針を考えるうえで重要な情報である。その際、例えばチラシ・パンフの割合が高かったからといって、次回はさらに重視しようという結論が正しいとは限らない。逆に、ウェブサイト・SNSの割合が低いので伸びしろはむしろここにあるという方針が正しい可能性もある。各地のアートプロジェクトでも、情報媒体に関する設問は必ずといってよいほど設けているので、それらの集計結果と比較して、自らのプロジェクトの広報面の強み・弱みを知ることも大事である。

また、屋外のオープンスペースで開催されるアートプロジェクトの場合、重要なのが「存在を知らずに偶然訪れた」という設問である。アートを目当てに訪れた来場者と比べて属性や回答内容が大きく異なる可能性がある。このため、偶然訪れた回答者とそうでない回答者を分けて、それぞれの集計結果をみるクロスセクション分析を施すのも一法である。

**（問11）このイベントは○○年から定期的に開催されています。過去にこのイベントにご来場いただいたことはありますか？**

回答者がリピーターか否かを問う設問である。アートプロジェクトの持続可能性を高めるうえで、リピーターの確保は重要だが、リピーター率は一概に高ければよいというものではない。例えばリピーター率100％という結果は、そのプロジェクトの来場者が常連客だけで固定し、新たな客層に訴求できていない可能性を示唆している。

**（問12）○○アートプロジェクトは今後も継続して開催する予定です。あなたもプログラムを企画・開催する側として参加したいと思いますか？**

ベップ・アート・マンスのように、一般市民がプログラム企画者として参加登録できるプロジェクトを想定した設問である。プロジェクトの性格によっては「ボランティアとして参加したいか」といった設問に差し替えることも考えられる。

**（問13）「○○市は芸術文化の街である」というイメージをお持ちですか？**

開始間もないアートプロジェクトではなく、ベップ・アート・マンスのように長期間にわたり継続的に実施されているプロジェクトを想定した設問である。認知した時期を回答させることで、当該アートプロジェクトがどの程度、「芸術文化の街」というイメージの醸成に貢献しているかを推察することができる。

**（問14）本日のイベントはいかがでしたか？　よかったところや悪かったところ、今後さらに充実した方がよいプログラムなど、ご意見・ご感想がございましたらお聞かせください。なお、下の記入欄で足りなければ、用紙の裏にも自由にご記入ください。**

自由記入欄である。A4用紙1枚に多くの設問を詰め込むと、自由記入欄がかなり窮屈になるので、裏面にも記入するよう促している。

**連絡先**

アートプロジェクトのファンになった来場者への継続的な情報発信を行っていくうえで重要な情報源である。メールアドレス以外に住所や電話番号を答えてもらうことも考えられる。しかし、①小規模なプロジェクトではダイレクトメールでの案内は難しいこと、②セキュリティの観点からメールアドレスに比べて記入に抵抗感があることから、住所や電話番号はあえて質問しなくてもよいと考える。

**（２）来場者アンケートの回収方法**

来場者アンケートの回収枚数が10枚、20枚といったオーダーでは、集計結果から意味のある傾向を見いだすことは到底できない。できるだけ多数のアンケートを回収したいところである。年によって異なるが、混浴温泉世界実行委員会事業で1,000枚規模、TAKETA ART CULTUREで150枚規模というのがアンケート回収の相場観である。

そうはいっても小規模なアートプロジェクトで、アンケート配布・回収に専任スタッフを配置することは現実的ではない。このため、回収枚数を確保するための工夫が求められる。まず、各プログラムの会場にアンケート用紙を常備し、来場者にアンケート記入を促すよう、事務局から会場スタッフに要請するのは基本動作といえる。とはいえ、会場スタッフには、アートプロジェクトの趣旨説明、展示作品の解説、道案内など、来場者向けの多くの仕事があり、アンケート作業に集中することは難しい。

このため、全会場で広く薄くアンケートを集めるのではなく、メイン会場で集中的にアンケートを回収することが現実的かもしれない。その際、来場者がアンケート用紙に記入しやすいよう、会場に机と椅子を多数配置できればよいが、それが難しい場合は次善の策として、十分な数のクリップボードを用意して来場者に立ったまま記入してもらう。

また、講演会やワークショップのように、開始前にアンケートを配布して終了時に回収することが容易なプログラムについては、確実にアンケートを回収できるよう担当スタッフに徹底しておくことが肝要である。

**（３）来場者数の記録**

アートプロジェクトの来場者数は、その多寡を目標とすべきか否かは別として、プロジェクトの実績に関する基礎情報であり、各会場の来場者数はしっかり記録に残しておくべきである。

スタッフが常駐する会場であれば、彼らが直接、来場者数を数えれば足りる。古典的にメモ用紙に「正」の文字を連ねてもよいし、手動の来客カウンターなら100円ショップなどでも入手できる。問題は、スタッフがいない会場（例えば壁画の屋外展示）の来場者数をどう測定するかだ。センサー式のカウンターを導入することは、多くのプロジェクトでコスト的に難しいだろう。このため、無人のサブ会場は来場者数に含めないというのが、最も保守的で現実的な対応といえる。しかし、そうした会場も含む延べ来場者数をどうしても知りたいというニーズが、主催者サイドにある場合は、何らかの方法で推計する必要がある。

例えば、会期のうち何日間かだけスタッフを実際に配置して来場者数を計測し、その人数が平均的に毎日訪れたと仮定して来場者数を試算する方法がある。ただし、小規模なプロジェクトでは、このためのスタッフを配置することさえ難しいかもしれない。また、平日と土・日・祝日で来場者数が異なると想定される場合、すべてのパターンで実測する必要がある。さらに天候の影響をどう加味するかという問題もある。

次に、別の調査で得た数字を流用するという方法が考えられる。例えば、その無人会場から一番近くに位置する有人会場の来場者数で代用する方法である。さらに、集客施設（例えば図書館）の中にサブ会場が設けられた場合、集客施設全体の来場者数で代用することも考えられる。屋外に展示された作品であれば、歩行者通行量調査などを利用して、近隣の通行者数を来場者数とみなすことも考えられる。ただ、施設全体の利用者数や通行者数をもって来場者数とみなす手法には、過大推計とのそしりを免れない面がある。

1. 平易な言葉遣いという点からは、例えば「プログラム」という語も分かりにくい。ただ、多種多様なタイプの催事を包括する適切な用語が見つからなかったため、ここではプログラムを用いている。 [↑](#footnote-ref-1)