

- ①コレクション展（2024/4/13-6/9）
 ②信濃橋洋画研究所展（2024/6/22-8/25）
 ③今井祝男展（2024/9/14-開催中）

番号	アンケート内容抜粋	対応と今後の対策
2 来館時間	13:00 から15:00までがピーク。	・2024年4月からの阪急バス減便のため、当館アクセスの問い合わせの際に、不便さを感じている。ピーク時間が集中する要因の一つか。長く滞在したいと思ってもらえるように、庭での簡単なイベントや飲食店舗の誘致も検討。
3 来館回数	初めての来館が、51.5%と半数	・新規観覧者が増えているという見方もできるが、初めての来館者は逆に言えば今まで来館したことがなかったとも言える。初めての来館者にリピーターになってもらえるような対応が必要。現在実施しているリピーター割引の内容を増やすなど検討。 ・次回展覧会への割引等。
4 年齢	高齢者割合が46%（①②③の展覧会を比較すると③現代美術は20才～50歳が高い傾向）	・ターゲットの年齢を決め、チラシ・ポスター・その他の広報活動を計画的に実施することができていない。広報戦力を内部の話し合いで立てていく必要あり。 ・若年層への対応（instagramの動画投稿を増やす）
5 性別		
6 住所	芦屋市在住19.3%	芦屋市民は、全体の20%。30%を目標としたい。市内掲示板、広報あしや、市内の幼稚園・こども園、小学校・中学校に生徒・保護者用向けのちらしを展覧会ごとに送付。また展覧会の案内（ポスター・ちらし・招待券等）を芦屋市内の公共施設（市民センター等～市内集会所まで）に送付している。市民センター講演会等、リードあしや、商工会議所と連携。今後他の施設との連携も必要。
7 職業		

8	どなたと	ひとり55.6%. 二人以上のうち、夫婦38.9%, 友達と27.9%、その他家族21.1%	・子ども連れの方はイベントには来るが、展覧会へは来ない傾向。他館が実施しているような「親子デー」や、赤ちゃんや幼児がいる人が来ても安心というような日を展覧会によっては設定することを検討したい。（講義室を開放してぐずってしまったらちょっと遊べたり、ゆったりできる場所をその日だけ提供するなどの対応もあり）
9	広報媒体等	インターネット+Twitter = 31.7%	instagram を本年度2月からスタート。今後活用していきたい。
10	展覧会に来た理由	作家・作品+教養 平均41.6%	企画内容の充実、そしてその内容がわかりやすい広報を目指す。
11	展示内容	満足度平均95%	来館者の期待感以上の展示内容を目指し、何が足りないのかニーズの把握が必要。
12	展示方法	満足度平均94.9%	建物内部の構造を生かし（ホールなど）、また来館者にとって見やすく、わかり易い展示。
13	解説わかりやすさ	満足度91.5%	子どもにもわかりやすい解説にしていく工夫が必要。
14	解説の文字	満足度81.2%	来館者にとって見やすい文字の大きさにしていくこと。
15	展示経路	満足度82.7%	経路がわかりやすい有効な掲示をしていくこと。
16	職員対応	満足度98.6%	来館者の満足度100%より近づく努力を続けていくことが大切。