

「アート旅(美術館や芸術祭などを楽しむ旅)に関する調査」

○「アート旅男子」に注目！20代男性はアートを目的に旅行する割合が高い

「好きな美術館、アートイベントへ行くために旅行する」全体 11.2% 20代男性 18.4%

○アート旅のきっかけは1位「テレビ番組(21.7%)」2位「新聞(17.0%)」と従来型メディア 詳細の検索は「ウェブサイト」で

詳しい内容を調べるのは、「インターネットの検索サイト」54.0%、「美術館、アートイベントのホームページ」45.7%、「アートに関する情報サイト」などウェブサイトが中心。

○訪日外国人旅行者へお勧めしたいのは周辺も含めて日本の良さを感じられる美術館

1位「足立美術館」(島根県)、2位「直島」(香川県)、3位「箱根彫刻の森美術館」(神奈川県)

株式会社ジェイティービー(本社：東京都品川区 代表取締役社長：高橋 広行)は、「アート旅(美術や芸術祭などを楽しむ旅)に関する調査」を実施しました。

2000年に始まった「大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ」の成功や、文化庁による文化芸術創造都市推進事業の整備などを受けて、日本各地でアートを通じた地域活性化への動きが広がっています。

大地の芸術祭や瀬戸内国際芸術祭という地域の田園や人々の暮らし、伝統とアートが融合したイベントや、古都金沢で2004年に開館した現代アートを収蔵する金沢21世紀美術館などには多くの旅行者が訪れ、情報雑誌にアート特集が組まれることも増えてきました。また、2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催を機に、スポーツだけでなく日本の様々な文化をいかに海外へ発信していくかということにも注目が集まっています。このような動きの中、日本人の旅行者は、どのようにアートとかかわりを持ちたいと考えているのでしょうか。このたびの「アート旅(美術館や芸術祭などを楽しむ旅)に関する調査」に関する調査結果は、以下のとおりです。

<調査概要>

○方法：インターネットアンケート調査

○対象：【スクリーニング調査】

- ・東京、大阪、名古屋圏に住む、20歳～69歳の男女。 計20,000名

【本調査】

- ・東京、大阪、名古屋圏に住む、20歳～69歳の男女。
- ・過去1年間に1回以上、美術館、芸術祭などのアートイベントに行った(近隣、旅先の場所は問わない)ことがあり、かつ1回以上宿泊を伴う国内旅行をしたことがある。 計1030名

○期間：2014年9月5日～9月7日

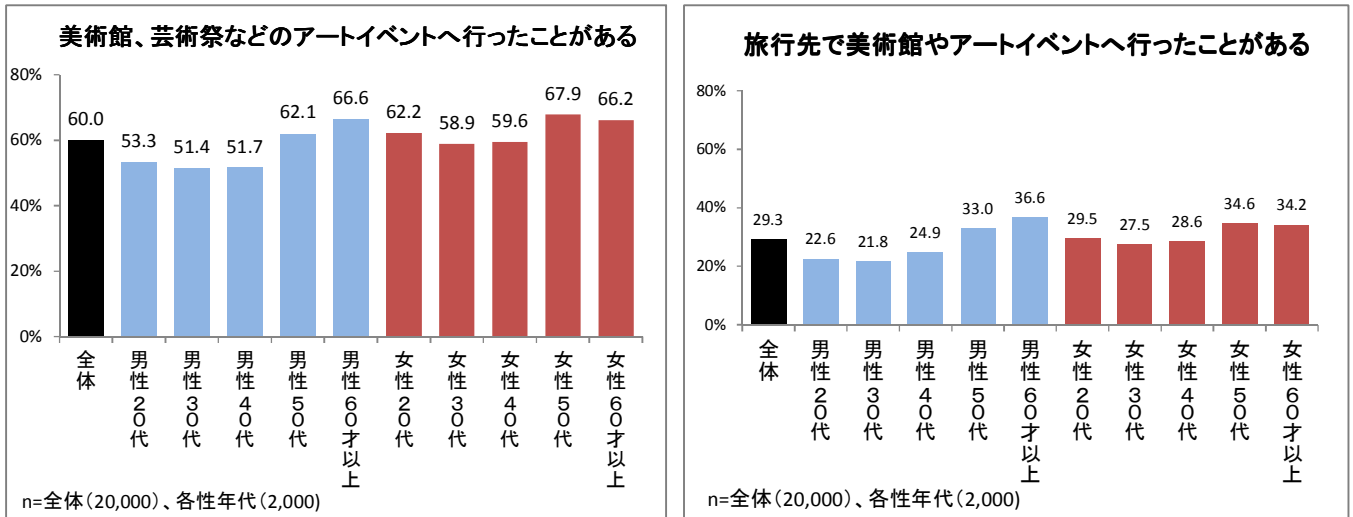
■一般的な美術館、芸術祭などのアートイベントの経験

1. 美術館、芸術祭などのアートイベントへの訪問体験率（場所・時期は問わない）は全体で 60%

旅先で美術館、芸術祭などのアートイベントへ行った経験がある人は全体の 29.3%

旅先かどうかなど場所や時期にかかわらず、これまでに美術館、芸術祭などのアートイベントへ行った経験があるかどうかを、20,000 人のスクリーニング調査対象者に対して聞いたところ、60.0%が「経験がある」と回答しました（図 1）。また、旅行先で、これまでに美術館や芸術祭などのアートイベントへ行った経験がある人は全体の 29.3% となりました（図 2）。

（図 1）美術館や芸術祭などへの訪問経験（単一回答）（図 2）旅行先での美術館や芸術祭などへの訪問経験（単一回答）



■アートや旅行へ興味がある人（※1）の「アート旅」への実態や意向

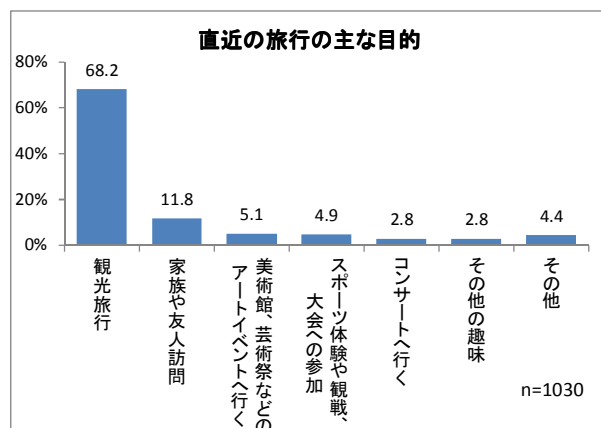
2. 直近の旅行で「美術館、芸術祭などのアートイベント」を主な目的とした人は 5.1%。

スクリーニング調査対象者から、旅行やアートへの興味が全くない人を除いた本調査対象者のうち、直近の旅行が「美術館、芸術祭などのアートイベントなどへ行く」ことを主な目的とする「アート旅」の割合は 5.1% でした。「観光旅行」は 68.2%、「家族や友人訪問」は 11.8% という結果でした（図 3）。

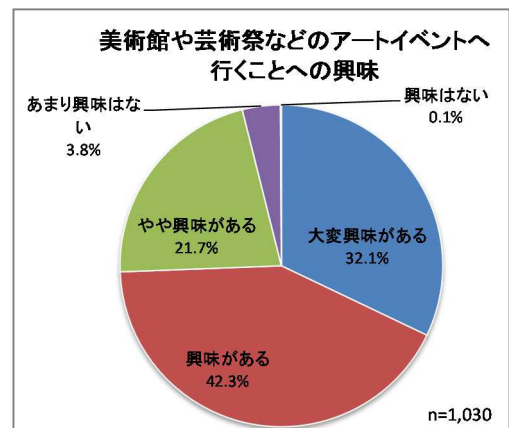
美術、芸術祭などのアートイベントに行くことに対しては、過去 1 年間の間に美術館やアートイベントへ行った経験者ということもあり、「大変興味がある」(32.1%)、「興味がある」(42.3%)を合わせると、74.4%の人が「興味がある」と回答しています（図 4）。

（※1）過去 1 年間に 1 回以上近隣、旅行先問わず美術館やアートイベントへ行った経験があり、かつ 1 回以上泊りがけの国内旅行をした人 1,030 名。第 2 章以降は、すべてこの 1,030 名を対象とした調査結果です。

（図 3）美術館や芸術祭などへの訪問経験（単一回答）



（図 4）美術館や芸術祭などへの興味（単一回答）



3. 20～30代の男女はアートを目的とした旅の割合が高い。

特に20代男性はアートを目的とした旅行が多い。「アート旅男子」に今後は注目！

今後、旅先で美術館、芸術祭などのアートイベントを楽しむことへの意向を聞いたところ、全体で最も多かったのは、「観光が中心だが、たまたま時期が合えば行く(43.0%)」、次いで「観光が中心だが、観光ルートに簡単に組み込めそうなら行く(24.8%)」となりました。あくまでも、観光を中心に楽しみたい人は多いものの、時期やルートがうまくはまれば、行きたいと考える人は少なくないと言えます。

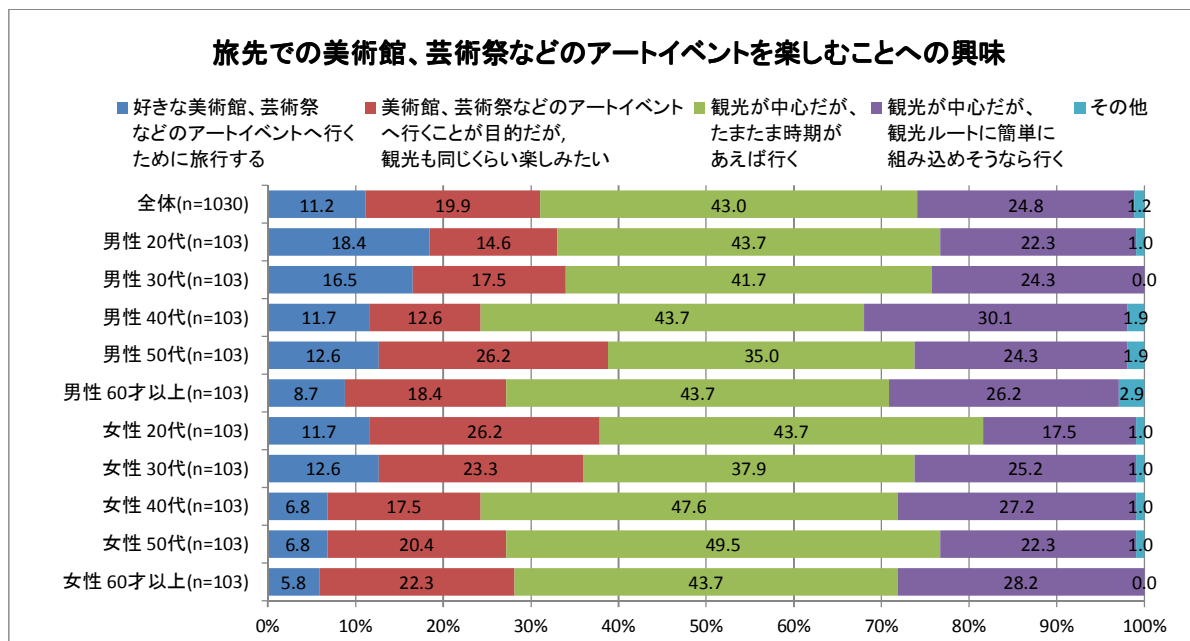
また、美術館やアートイベントを目的とした旅行については、「美術館、芸術祭などのアートイベントへ行くことが目的だが、観光も同じくらい楽しみたい(19.9%)」「好きな美術館、芸術祭などのアートイベントへ行くために旅行する(11.2%)」を合わせると、31.1%となり、約3人に1人は、美術館やアートイベントが旅行のきっかけとなりうると回答しています。

性年代別の特徴をみると、20代～30代の男女で「好きな美術館、芸術祭などのアートイベントへ行くために旅行する」の割合が高くなりました。特に20代の男性は「好きな美術館、アートイベントへ行くために旅行する」割合が18.4%と全体の11.2%を大きく超え、アートを主な目的とした旅行への興味の強さがうかがえます(図5)。若者、特に男性は昔に比べて旅行しなくなったと言われていますが、アートについては関心が高く、十分に旅行への動機づけになるのではないのでしょうか。

また、20代～30代の女性は「美術館、芸術祭などのアートイベントへ行くことが目的だが、観光も同じくらい楽しみたい」(20代女性26.2%、30代女性23.3%、全体19.9%)と観光もアートも、よくばりたい意向が見られます。いずれにしても、美術館、芸術祭などのアートイベントは、20代～30代の男女を旅行へと誘う、きっかけとなっています。

(図5) 旅先で美術館、芸術祭などのアートイベントを楽しむことへの意向

(単一回答)



4. アートイベントに関わるグッズなどのショッピングに使ってもよい平均額は4,198円

20代男性のアート男子は7,058円と、全体の4,198円よりより3,000円近く高い

また、アートを目的とした旅に関連して、どのくらいまで使ってもよいと思うか、という質問をしたところ、アートイベント関連グッズのショッピングに使ってもよいと考える平均額は、20代男性が7,058円と、全体の4,198円より3,000円近くも高い結果となりました(表1)。ショッピングというと女性のイメージが強いですが、意外にも若い男性も関連グッズのショッピングには意欲的なようです。

(表1) アート関連グッズや、地域の名産品などに使ってもよいと思う平均上限額(円)

	全体(288)	男性 20代 (41)	男性 30代 (36)	男性 40代 (27)	男性 50代 (17)	男性 60才 以上(9)	女性 20代 (37)	女性 30代 (44)	女性 40代 840)	女性 50代 (24)	女性 60才 以上(13)
アートイベントに関わる グッズなどのショッピング	4,198	7,058	4,776	3,986	4,071	5,024	3,189	3,353	3,173	4,056	4,114
地域の名産品などの ショッピング	5,661	6,727	6,568	5,696	5,464	9,800	3,200	4,308	3,750	5,774	5,935

【アート旅男子ってどんな人？】

では、アート旅に関心の高い20代男性は、どんな男性なのでしょうか。調査の中から、彼らの価値観や行動を抜き出してみました。

～美術館やアートイベントへ行くことに興味がある20代男性の特徴

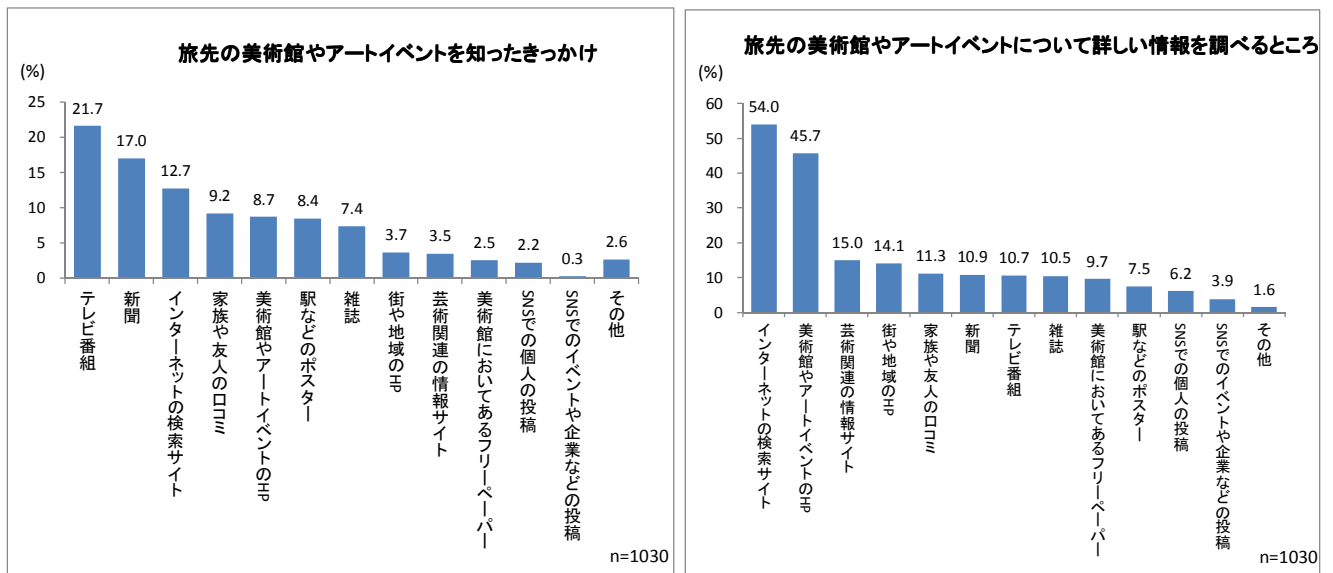
- インターネットには毎日1時間以上アクセスするが、テレビの視聴頻度はあまり高くない
- 美容のために、毎日1時間以上時間を使う(15.1%)
- 今後5年くらいの間にお金をかけたいこと「貯金(56.2%)」「服飾(56.2%)」「家電や電化製品(50.7%)」
- 1か月で自由になるお小遣いは4万円強
- 世間体は割と気にし、流行には敏感。自分を表現できる商品を選択したい
- 人との繋がりも旅行の楽しみ。泊まる場所にはこだわりたいが、お金はかけずに旅行したい
- 旅行の同行者は「友人(35.6%)」「ひとり旅(21.9%)」
- 宿泊先は、旅館やホテルなどの他、家族や友人の家、民宿やペンション、漫画喫茶/インターネットカフェも活用
- SNSやブログなどへ旅行体験を投稿する割合は圧倒的に高い
- 少年よ、大志を抱け？ 直近の旅行先は北海道。札幌国際芸術祭にも行ってみたい！
- 3割以上がアートイベントに「ボランティアとして参加してみたい」

5. アート旅のきっかけは「テレビ番組 (21.7%)」「新聞 (17.0%)」など従来型メディア
 行先が決まってから詳細を調べるのはウェブサイト。「インターネットの検索サイト (54.0%)」、
 「美術館、アートイベントのホームページ (45.7%)」、「アートに関する情報サイト」など

旅先での美術館やアートイベントを知る最初のきっかけとなるのは、1位「テレビ番組」(21.7%)、2位「新聞」(17.0%)となり(図6)、従来型のメディアの存在が大きいようです。美術館やアートイベントに関する今後の展示予定や、見どころなどの解説がまとめられているため、美術館やアートイベントに興味のある人は定期的にチェックし、予定を立てているのだと考えられます。旅先での美術館、芸術祭などのアートイベントの詳細情報はどこで調べるかについては、多くの人が「インターネットの検索サイト」54.0%、「美術館、アートイベントのホームページ」45.7%、「アートに関する情報サイト」などウェブサイトをあげました(図7)。

また、調べる内容としては「企画展の内容(83.4%)」が1位となりました(表2)。全体としては、企画展への興味がやはり強いようです。年代別や性別にみると、若い層では企画展に関するイベントの情報や作家の情報、女性は併設するカフェやレストランなどの情報にも興味が強い傾向がみられました。

(図6) 旅先の美術館やアートイベントを知ったきっかけ (図7) 旅先の美術館やアートイベントについて
 (複数回答) 詳しい情報を調べる場所 (複数回答)



(表2)【性年代別】美術館やアートイベントのホームページで調べる内容 (複数回答)

	企画展の内容	場所やアクセス	展示期間	料金	常設展の内容	周辺の観光	作家の情報	併設するカフェやレストラン	企画展に関連するイベント	併設するショップなどの内容	イベントなどのライブ画像	その他
全体(475)	83.4	82.3	81.7	43.8	38.5	30.5	26.3	21.5	17.1	13.3	7.8	1.7
男性 20代(48)	85.4	87.5	83.3	47.9	43.8	35.4	33.3	16.7	25.0	12.5	14.6	2.1
男性 30代(42)	83.3	81.0	81.0	42.9	35.7	42.9	47.6	23.8	19.0	16.7	19.0	0.0
男性 40代(46)	76.1	82.6	71.7	34.8	41.3	23.9	26.1	10.9	13.0	4.3	4.3	4.3
男性 50代(45)	84.4	73.3	75.6	46.7	37.8	31.1	28.9	8.9	20.0	4.4	8.9	2.2
男性 60才以上(34)	88.2	73.5	79.4	35.3	50.0	32.4	32.4	14.7	35.3	5.9	8.8	0.0
女性 20代(60)	88.3	85.0	80.0	38.3	30.0	31.7	10.0	18.3	11.7	13.3	3.3	0.0
女性 30代(55)	81.8	89.1	89.1	45.5	32.7	29.1	10.9	27.3	1.8	20.0	1.8	1.8
女性 40代(45)	88.9	97.8	88.9	55.6	48.9	33.3	31.1	33.3	24.4	22.2	8.9	2.2
女性 50代(55)	76.4	80.0	80.0	50.9	30.9	21.8	29.1	30.9	20.0	18.2	5.5	0.0
女性 60才以上(45)	82.2	68.9	86.7	37.8	42.2	26.7	24.4	26.7	8.9	11.1	6.7	4.4

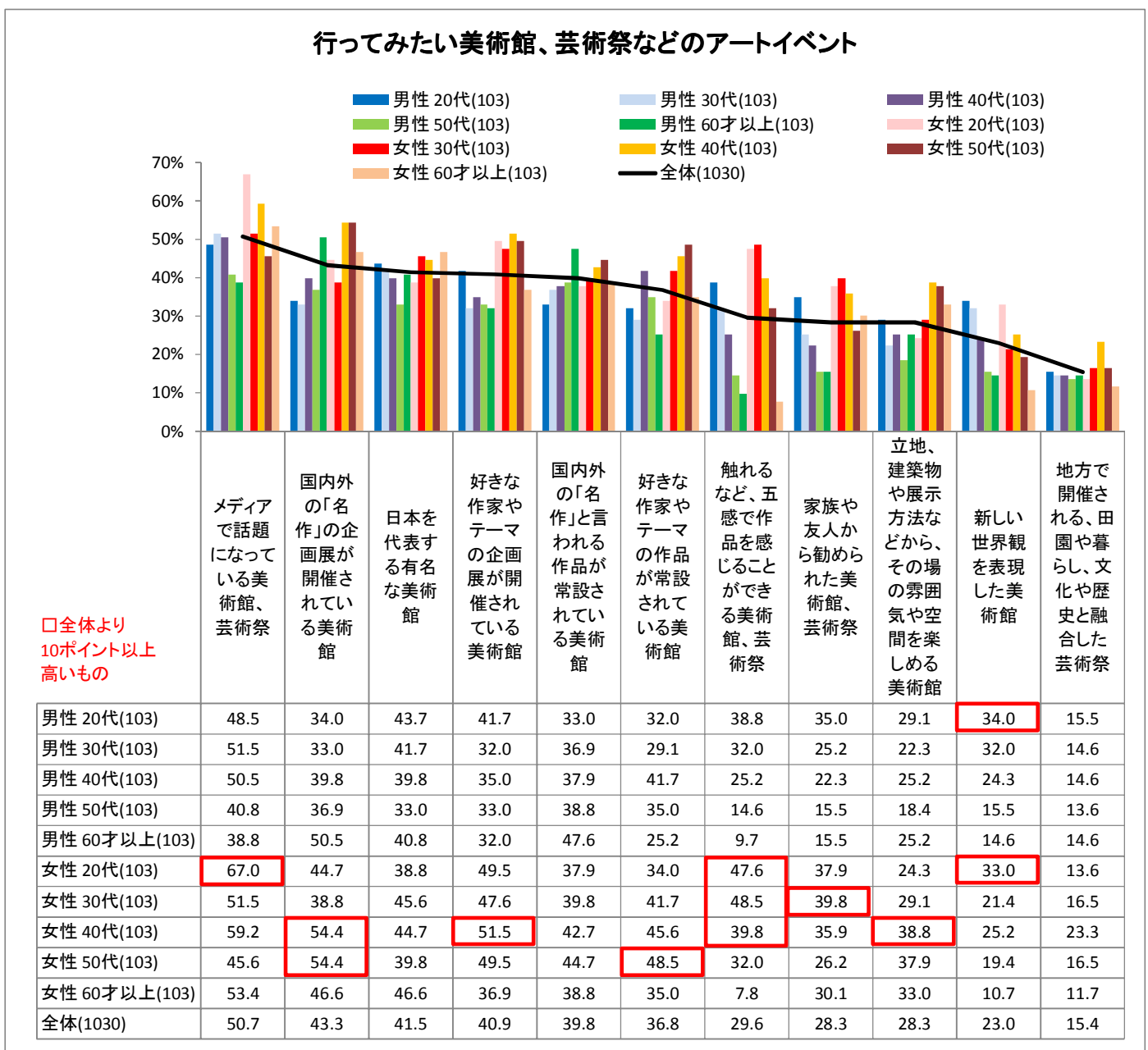
6. 行ってみたい美術館、芸術祭などのアートイベント：

1位「メディアで話題（50.7%）」 2位「国内外の名作の企画展（43.3%）」

どんな美術館、芸術祭などのアートイベントへ行ってみたいかという質問に対して、多かった回答は「メディアで話題になっている美術館、芸術祭(50.7%)」、次いで「国内外の「名作」の企画展が開催されている美術館(43.3%)」となりました(図8)。全体的にみて、常設展より話題になりやすい企画展に惹かれる人が多く、女性によりその傾向が強いようです。中でも20代の女性は「メディアで話題になっている美術館、芸術祭」の割合が平均より20ポイント近く高く、話題性を重視する傾向があります。また、「立地、建築物や展示方法などから、その場の雰囲気や空間を楽しめる美術館」も女性の方が高い割合で選択をしていました。40代の女性では、「地方で開催される、田園や暮らし、文化や歴史と融合した芸術祭」をあげる人も多くみられました。

さらに、20代～30代の男女では、「触れるなど、五感で作品を感じることができる美術館、芸術祭」や「新しい世界観を表現した美術館」の割合が高く、現代アートへの興味の強さがうかがえます。

(図8) 行ってみたい美術館、芸術祭などのアートイベント（複数回答）



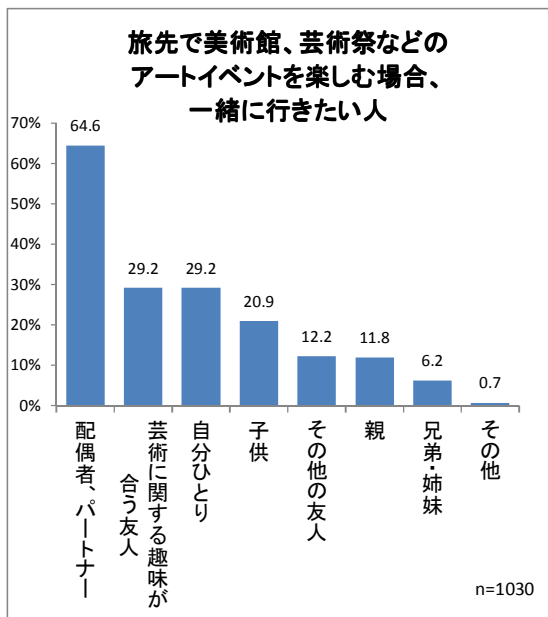
7. アート旅に一緒に行きたい人は「配偶者、パートナー (64.6%)」「芸術に関する趣味が合う友人 (29.2%)」「自分ひとり (29.2%)」

同行者の選択基準は「自分のペースで楽しめる (68.0%)」「気を使わなくてよい (66.2%)」

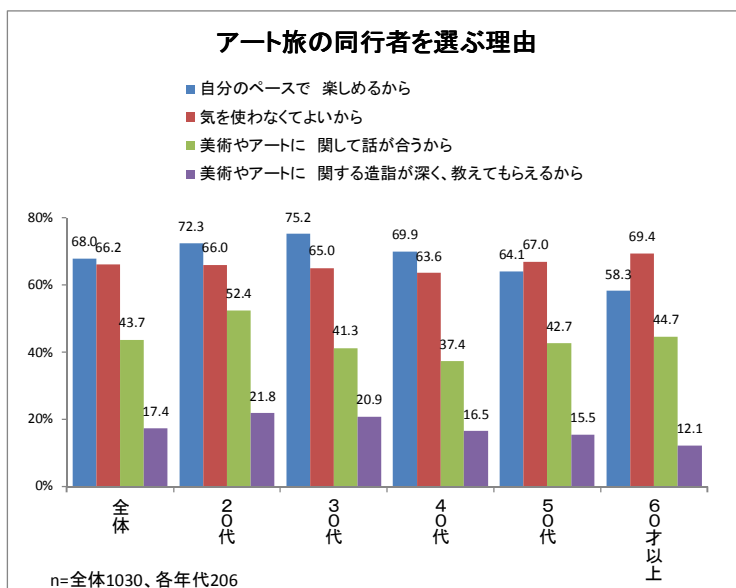
若い世代は「美術やアートに造詣が深く教えてもらえるから」と、教えてもらいたい気持ちも強い傾向に

旅先で美術館、芸術祭などのアートイベントへ一緒に行きたい人は、1位「配偶者、パートナー(64.6%)」、2位「芸術に関する趣味が合う友人(29.2%)」、3位「自分ひとり(29.2%)」となりました。目的がはっきりしている旅行のため、「自分のペースで楽しめる(68.0%)」「気を使わなくてよい(66.2%)」「美術やアートに関して話が合う(43.7%)」といったことが同行者を選ぶ基準となっているようです。また、若い世代では、比較的「美術やアートに造詣が深く教えてもらえるから(20代 21.8%、30代 20.9%、全体 17.4%)」も高く、アートに関し、より深く知りたい、教えて欲しいという気持ちが見え隠れします(図9、図10)。

(図9) アート旅へ一緒に行きたい人



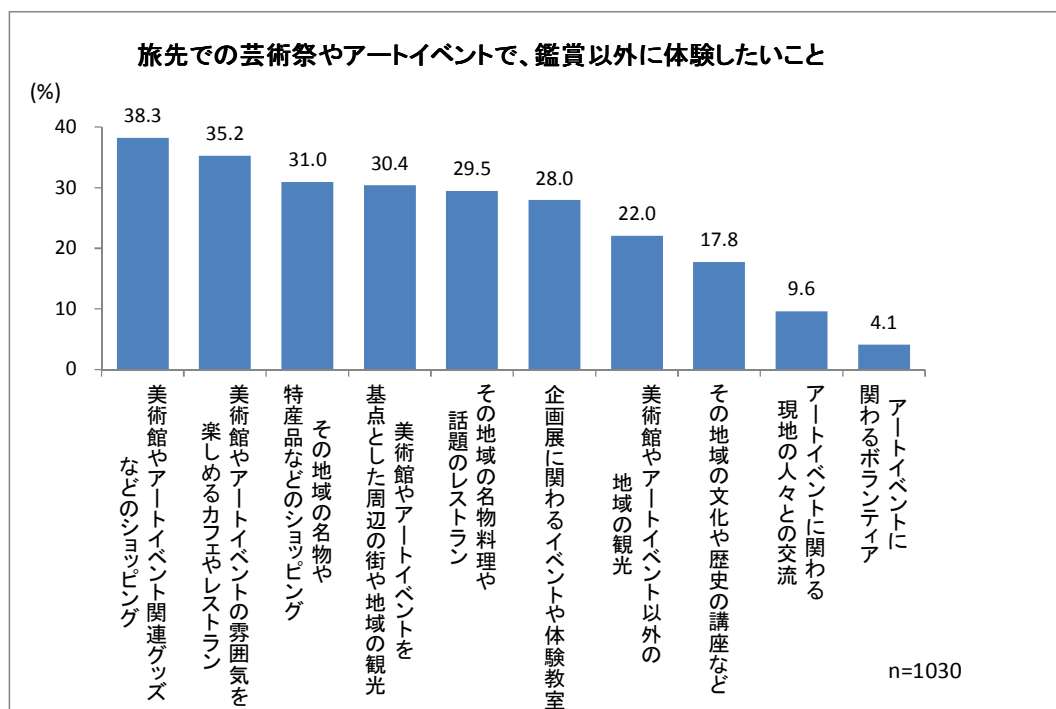
(図10) アート旅の同行者を選ぶ理由 (いずれも複数回答)



8. アート旅で鑑賞以外にしてみたいこと、1位「関連グッズのショッピング (38.3%)」、2位「併設のカフェやレストラン (35.2%)」、3位「地域の名産品などのショッピング (31.0%)」

アートを目的とした旅で、芸術鑑賞以外にしてみたいこととしては、「関連グッズのショッピング」「地域の名産品などのショッピング」などショッピングや、「美術館、芸術祭などのアートイベントの中で、その雰囲気を楽しめるカフェやレストラン」が上位に上がりました。

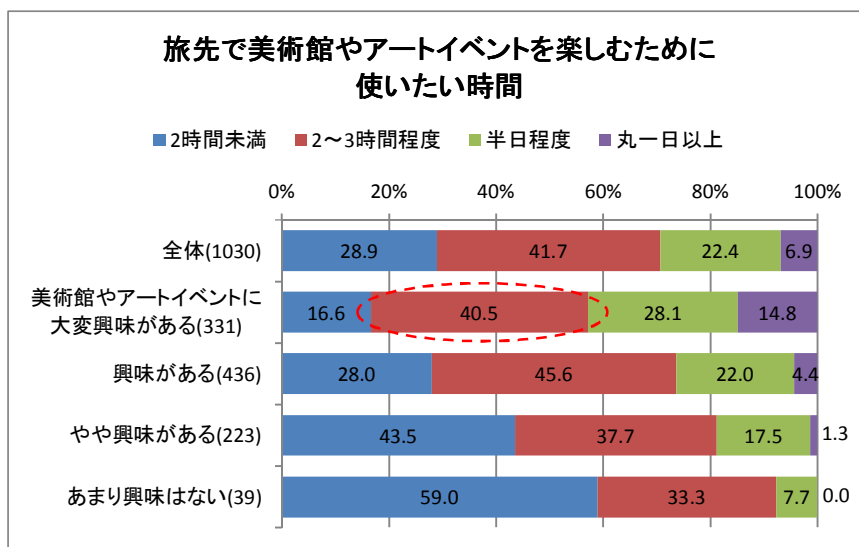
(図 11) アート旅で芸術鑑賞以外に体験したいこと (複数回答)



9. 美術館やアートイベントにかける時間は意外に短く「2〜3時間程度 (41.7%)」「2時間未満 (28.9%)」

一方、旅先で美術館やアートイベントにかける時間はそれほど長くなく、全体では2〜3時間までで7割近くとなりました。美術館やアートイベントに「大変興味がある」と回答している人でも、2〜3時間が40.5%と最も高い結果となっています(図 12)。体験イベントや夜でも楽しめるなど、より滞在時間を伸ばして楽しんでもらう工夫の余地はあるのではないのでしょうか。

(図 12) 旅先で美術館やアートイベントを楽しむために使いたい時間 (単一回答)



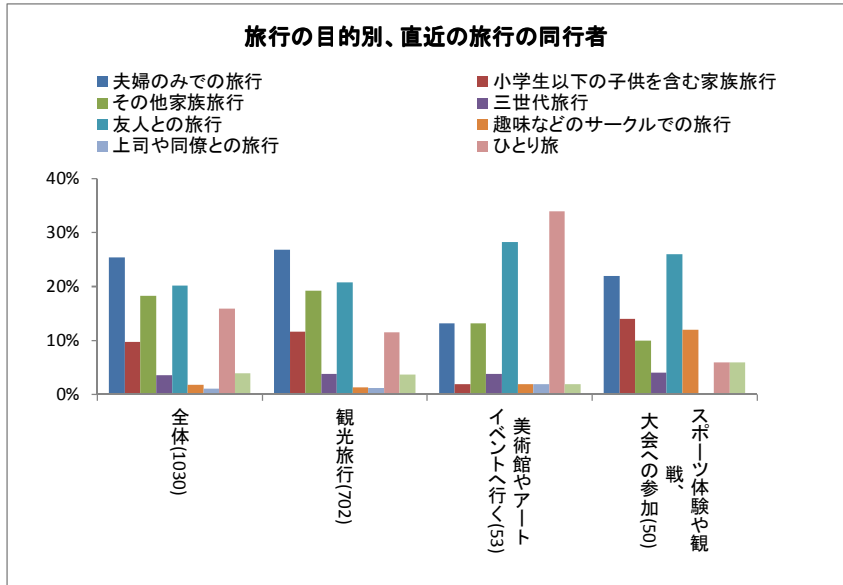
【直近のアート旅の特徴】

10. 「ひとり旅 (34.0%)」「友人との旅行 (28.2%)」が多く、主な行先は「関東」「中国四国」

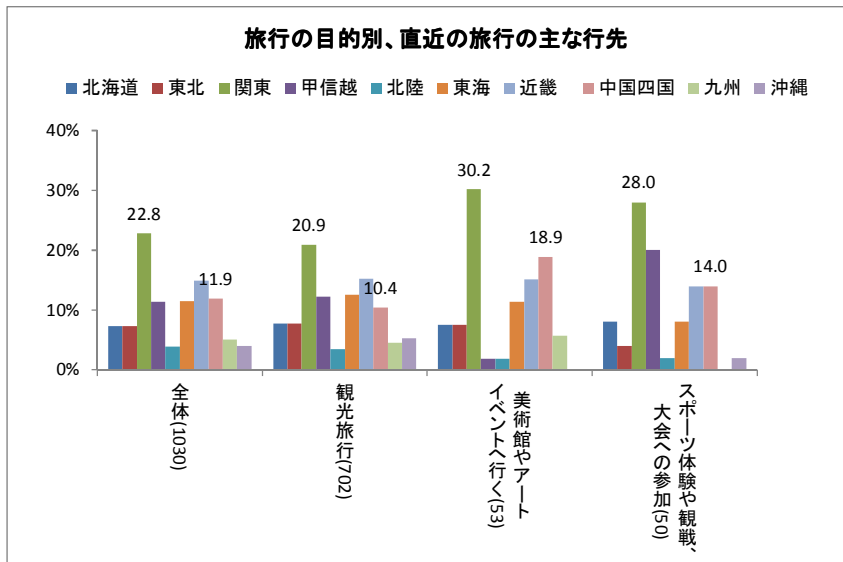
直近の旅行の目的が、美術館やアートイベントへ行くこと、と回答した 53 名を対象に、「アート旅」の特徴を見たところ、旅行の形態としては「ひとり旅(34.0)」が最も多く、次いで「友人との旅行(28.2%)」でした(図 13)。

また、主な行先としては、「国立新美術館」や「国立西洋美術館」「箱根彫刻の森美術館」などがある「関東」、足立美術館や直島などの「中国四国」地方の人気が高くなりました(図 14)。

(図 13) 旅行の目的別、直近の旅行の同行者 (複数回答)



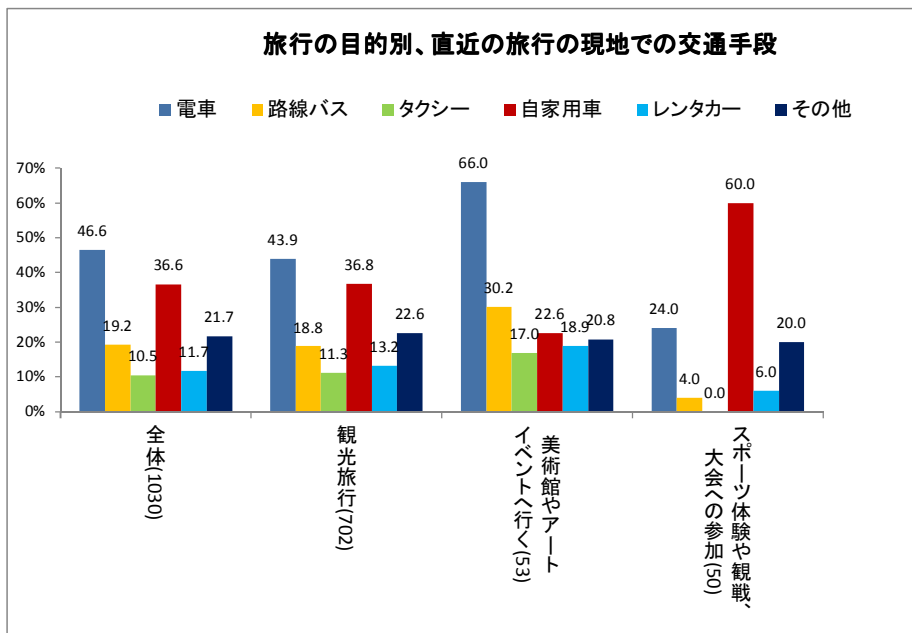
(図 14) 旅行の目的別、直近の旅行の主な行先 (複数回答)



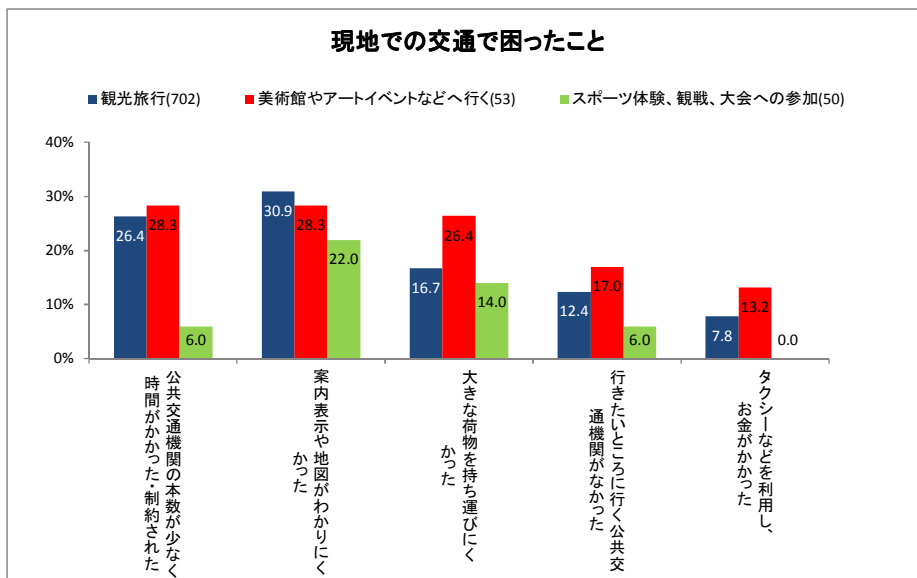
1.1. 現地では電車や路線バスなど、公共交通機関の利用やレンタカー、タクシーなどの利用が多い
 「大きな荷物が持ち運びにくかった」「行きたいところに行く交通機関がなかった」といった
 不満があり、二次交通の充実も課題

直近のアート旅での現地での交通手段は、他の目的の旅行と比較して、電車や路線バスといった公共交通機関の利用が多くみられました。そのせいか、「大きな荷物を持ち運びにくかった」、「行きたいところへ行く公共交通機関がなかった」など、アート旅特有の不満があるようです。今後、地域を舞台とした芸術祭などへの注目が高まるにつれ、二次交通をいかに充実させていくか、ということも課題ではないでしょうか(図 15、図 16)。

(図 15) 旅行の目的別、直近の旅行の現地での交通手段 (複数回答)



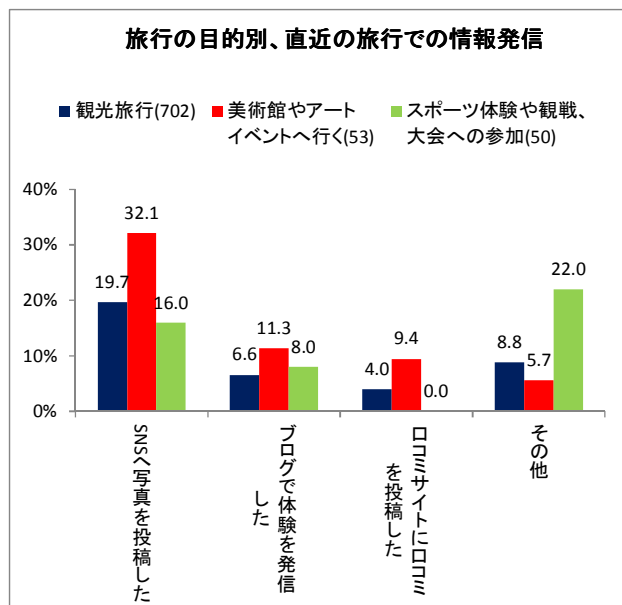
(図 16) 旅行の目的別、現地での交通で困ったこと (複数回答)



12. アート旅では、SNS・ブログ・ロコミサイトなどへ、体験を積極的に発信

直近の旅行で体験したことの発信経験について聞いたところ、アート旅では他の旅行目的の場合と比較して、SNSやブログ、ロコミサイトなどへの投稿が高い割合で見られました(図17)。JTB総合研究所が行った別の調査では、インターネット上で旅行に関する情報を目にする、より行きたくなるという結果も出ており、旅行者自身が発信することで、周囲への波及効果が期待できます。より効果的に発信を促す工夫も今後はより重要になると言えるでしょう。

(図17) 旅行の目的別、直近の旅行での情報発信(複数回答)



■行ってみたい、お勧めしたい美術館やアートイベント

13. 訪日外国人旅行者にお勧めしたいのは、展示品だけでなく、周辺も含めて日本の良さを感じることができる美術館やアートイベント

自分で行ってみたい美術館は定番の「国立新美術館」「国立西洋美術館」、アートイベントは「ヨコハマトリエンナーレ」「瀬戸内国際芸術祭」「ヴェネツィア・ビエンナーレ」など

訪日外国人旅行者にお勧めをしたい美術館やアートイベントを聞いたところ、庭園が美しい島根県の足立美術館や島全体を楽しむことができる直島など、展示品だけでなく、美術館やアートイベントを取り巻く自然や風景なども含めて日本の良さを感じることができる場所が選ばれました。

また、自分で行きたい美術館としては、「国立新美術館」「国立西洋美術館」など日本を代表する定番の美術館があがりました。行きたいアートイベントは、国内では「ヨコハマトリエンナーレ」「瀬戸内国際芸術祭」、海外では「ヴェネツィア・ビエンナーレ」が上位にあがっています(表3、表4)。

(表3) 訪日外国人旅行者にお勧めしたい美術館やアートイベント

(自由回答)

訪日旅行者にお勧めしたい美術館		お勧めしたい理由	都道府県	
1	足立美術館	37	庭園を見ながらお茶も楽しめるので、じっくりと眺めて日本を感じてほしい。	島根県
2	直島(瀬戸内国際芸術祭)	21	美術品だけでなく島全体を体験できる。現代美術と日本の古き良き風景が融合されている。	香川県
3	箱根彫刻の森美術館	18	日本でも有名な温泉地である箱根の自然や、富士山の眺望なども楽しめる。小さい子供から楽しめる美術館である。	神奈川県
4	大原美術館	15	倉敷の街の雰囲気と、美術館の所蔵作品を楽しんでほしい。	岡山県
5	上野の森美術館	12	上野一带は美術館や動物園、科学博物館などが集まっているので気軽にアートに触れることができる。	東京都
6	国立新美術館	11	美術館自体が面白く立地も良いので、様々な観点から日本を楽しめる。	東京都
7	奈良国立博物館	10	正倉院宝物を始め、随一のコレクションが楽しめ、アクセスもよい。	奈良県
8	根津美術館	9	展示物も日本らしいし、庭園がきれいだから。	東京都
9	国立西洋美術館	8	日本を代表する美術館だから。	東京都
	金沢21世紀美術館	8	個性的な作品を肌でも体感できるから。金沢城の隣という立地、ワクワク感。	石川県

(表4) 人に勧めたい、何度も行ってみたい美術館、今後行ってみたい芸術祭などのアートイベント

(複数回答)

順位	人に勧めたい、何度も行ってみたい美術館	%	今後行ってみたい芸術祭などのアートイベント	%
1位	国立新美術館	36.5	ヨコハマトリエンナーレ2014	19.3
2位	国立西洋美術館	32.4	京都国際芸術祭2015	17.4
3位	箱根彫刻の森美術館	25.9	瀬戸内国際芸術祭2016	16.5
4位	大原美術館	20.5	ヴェネツィア・ビエンナーレ(2014、2016)	15.0
5位	京都国立近代美術館	19.4	札幌国際芸術祭2014	10.5
6位	金沢21世紀美術館	16.1	あいちトリエンナーレ2015	8.9
7位	京都市美術館	15.8	おおさかカンヴァス2015	7.9
8位	横浜美術館	15.4	キエフ国際現代美術ビエンナーレ(2014、2016)	6.7
9位	足立美術館	12.4	セビリヤ・ビエンナーレ(2014、2016)	5.0
10位	安曇野ちひろ美術館	11.6	道後オンセナート2014	4.6

* 博物館(東京国立博物館、京都国立博物館など)は、選択肢から除いています。

【まとめ】

○アートが若い男性の旅行を後押し。二次交通の整備で周辺への波及効果を

これまでの旅行マーケットは女性が牽引し、若者の旅行離れなどもささやかれていましたが、今回の調査結果では、意外にも20代男性のアートへの興味が強く、旅へのきっかけとなっていることがわかりました。旅行市場が成熟している欧米などの旅行者は、特定の目的を持った旅行を好む傾向があります。日本においても、成熟化が進み、ただ何かを観光する物見遊山的な旅行ではなく、興味のあるテーマをより深く楽しみたいという意識が強くなってきているのではないでしょうか。若者は、そのような動きを先取りしているとも言えるかもしれません。

LCC(低コスト航空会社)や高速バスなど、手ごろな価格で移動できる手段の広がりも、若者の旅行マーケットの活性化に一役かっています。若者は旅行をしなくなった、という固定概念を取り払い、積極的に旅行を促す取り組みが重要です。公共交通機関を使って動くことが多い若者にとって、現地での二次交通は重要な課題であるため、地域内での使いやすい移動手段を提供し、回遊性を高めることで、美術館やアートイベントだけでなく、周辺の観光や宿泊への波及効果が期待できます。

○地域の人々自らが芸術祭などのイベントを楽しみ、旅行者と体験を共有することが地域のファンづくりにつながる

また、地域で開催される芸術祭などを訪れる旅行者は、地域の人々も一体となった、地域ぐるみのイベントとしての魅力を求めています。芸術祭などを、単なる旅行者のためのイベントと考えず、開催期間中は地域の人たち自身が積極的に関わり、楽しむ姿を見せることで、より地域の魅力を向上させることができるのではないのでしょうか。実際、香川県では、瀬戸内国際芸術祭の成功により、ここ数年で最高の県外観光客数を更新しました。地域の暮らしや伝統とアートが融合した芸術祭を通して、旅行者と時間や体験を共有し、地域の魅力を若者へと伝えることは、地域のファンづくりや再訪のきっかけづくりにつながると考えられます。

< 報道機関の方からのお問い合わせ先 >

JTB 広報室 TEL : 03-5796-5833