

育児世代の美術館・博物館の利用実態

研究開発室 的場 康子

目次

1. はじめに	5
2. 育児世代の美術館・博物館の利用状況	6
3. 美術館・博物館に対する育児世代のニーズと施設の実態	12
4. まとめ	14

要旨

- ① 本稿では、育児世代（小・中学生の子どものいる親）に対して実施した「美術館・博物館の利用に関するアンケート調査」の結果を踏まえ、育児世代の美術館・博物館とのかかわり及び意識を明らかにする。このことを通し、美術館・博物館とのかかわり方を決める背景にあるものや、育児世代の美術館・博物館に対するニーズ等を浮き彫りにして、次世代育成として有効に機能するための方策や利用促進のための課題を提示する。
- ② 調査の結果、子どもの年代別にみると、美術館にしても、博物館にしても、「末子が未就学児」の層の約4割が「以前はよく行ったが、最近は行かなくなった」と回答しており、小さい子どもがいる育児世代にとって、美術館・博物館は、なかなか足を運びにくいところであることがわかる。
- ③ 「自分が子どものころ、親と一緒に美術館や博物館によく足を運んだ」という人は、そうでない人に比べて、自分が親になった今、「子どもと一緒に美術館や博物館によく足を運ぶ」と回答している割合が高い傾向があり、多くの人々にとって、子ども時代の経験が、親になったときの美術館・博物館とのかかわりに影響を与えていることがうかがえる。
- ④ 特に美術館の場合、「本当は行きたい気持ちはあるが、子ども連れでは無理」と思っている人が多い。これを裏付けるかのように、実際に、子どもを意識した対応を図っている美術館はあまり多くない。小さな子どもがいる家庭にとっては、「子どもでも楽しめるか否か」が美術館・博物館に足を運ぶポイントになっているようである。
- ⑤ これからの美術館・博物館のあるべき姿として、子どもの利用を促す取り組みを行い、次世代育成に寄与することで、その社会的価値を高めていくことが必要であると指摘できる。

キーワード：美術館、博物館、次世代育成支援

1. はじめに

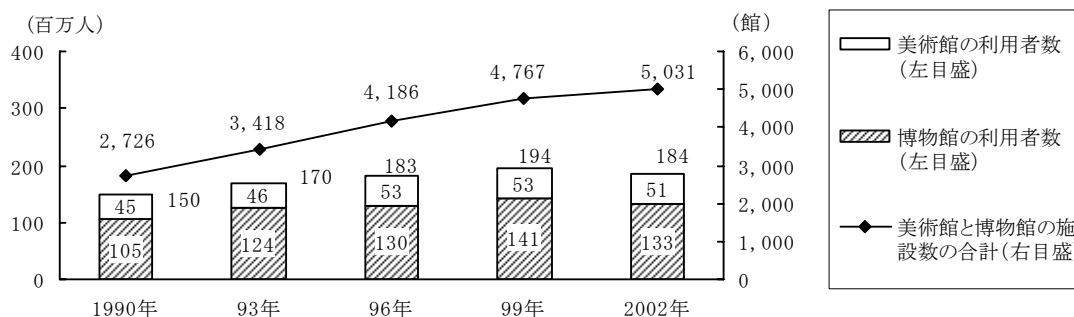
近年、美術館・博物館は全国各地に建設され、今やその数は公立、私立を合わせて5,031館に及ぶ(図表1)。しかしながら他方、利用者数の推移をみると、1998年度までは増加していたが、2001年度には減少に転じている。また、1館あたりの利用者数は、89年度の約55千人から01年度の約36千人と、89年度以降、一貫して減少傾向であり、施設数の伸びに利用者数が追いついていない状況であることがわかる。

美術館・博物館は社会教育施設であり、その活用はわが国の文化的発展に寄与するものである。しかも、美術館・博物館の多くは公立施設(日本博物館協会の調べによれば、博物館は約7割、美術館は4割強が公立施設)であり、公的資金が投入される以上、有効活用されるべきである。

折しも、わが国は現在、少子化の一途をたどっており、政府は次世代育成支援対策に力を注いでいる。このような中で、美術館・博物館が次世代育成に寄与する方向で、その活性化を図ることは、時代の要請に適っているといえる。すなわち、美術館・博物館を、「子ども・子育て応援プラン」で目指している、たくましい子どもの育ち・豊かな人間性の育成にとって必要な環境整備の一つとして位置づけ、これまで以上に子どもや育児世代の利用を高めることによって、有効活用の道を切り開くことが必要である。

そのような観点に立ち、本稿では、育児世代(小・中学生の子どもがいる親)に対して実施した「美術館・博物館の利用に関するアンケート調査」の結果を踏まえ、育児世代の美術館・博物館とのかかわり及び意識を明らかにする。このことを通し、美術館・博物館のかかわり方を決める背景にあるものや、育児世代の美術館・博物館に対するニーズ等を浮き彫りにして、次世代育成として有効に機能するための方策や利用促進のための課題を提示したい。

図表1 美術館・博物館の利用者数と施設数の推移



注：利用者数は表示年の前年度間の数値(例えば、90年は89年4月から90年3月まで)、施設数は表示年の10月1日現在の数値(例えば、90年は90年10月1日現在)。

資料：文部科学省「社会教育調査」各年版より筆者作成

2. 育児世代の美術館・博物館の利用状況

(1)「美術館・博物館の利用に関するアンケート調査」概要

本調査の目的は、育児世代の美術館・博物館に対する意識、利用状況を明らかにすることによって、子どもや育児世代が利用しやすく、次世代育成に寄与する美術館・博物館のあり方を探ることである。調査概要及び調査対象者の基本属性は、図表2、図表3の通りである。

図表2 アンケート調査の実施概要

調査時期	2005年11月
調査対象	首都圏(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県)在住の小学生・中学生の親 (第一生命経済研究所生活調査モニターより抽出)
調査方法	郵送調査法
サンプル数	配布数：451名 有効回収数：430名 (有効回収率：95.3%)

図表3 調査対象者の基本属性

(単位:人)

	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	合計
男性	0(0.0%)	28(21.7%)	81(62.8%)	20(15.5%)	129(100.0%)
女性	7(2.3%)	137(45.5%)	145(48.2%)	12(4.0%)	301(100.0%)
合計	7(1.6%)	165(38.4%)	226(52.6%)	32(7.4%)	430(100.0%)

(2)美術館・博物館とのかかわり

まず、育児世代の美術館、博物館、それぞれとのかかわりについてたずねたところ、美術館では「自分にはまったく関係ない」(以下「関係ない」)が34.0%で最も多く、次いで「以前はよく行ったが、最近では行かなくなってしまった」(以下「最近では行かなくなった」)が31.9%、「たまに、家族や友人との交流を楽しむために行く程度である」(以下「たまに行く」)が30.5%である(図表4)。「美術館・博物館へ行くことが好きで、生活のスケジュールにいつも入っている」(以下「スケジュールに入っている」)は3.0%と少数である。このことから、あまり足を運んでいない人(「関係ない」と「最近では行かなくなった」の合計)が6割以上であり、足を運んでいる人(「スケジュールに入っている」と「たまに行く」の合計)の約3割を上回っていることがわかる。

これに対して博物館では、「たまに行く」が55.6%であり、あまり足を運んでいない人(「関係ない」と「最近では行かなくなった」の合計)の約4割を上回っており、育児世代は、美術館よりも博物館の方によく足を運んでいることがわかる。

性別にみると、美術館の場合、男女の回答は同じような傾向であるが、博物館の場

合には、女性の約6割が「たまに行く」と回答しており、男性よりも女性の方が、足を運んでいる割合が高い。ただし、「スケジュールに入っている」という高頻度利用者の割合は、美術館、博物館ともに男性の方が若干高いことも指摘できる。

また、末子の年代別にみると、美術館の場合、「末子が未就学児」の層は「最近は行かなくなった」が40.2%で最も多く、「たまに行く」は2割程度であるが、「末子が小学生」や「末子が中学生」の年齢層になると、相対的に「最近は行かなくなった」の回答割合が減り、「たまに行く」の回答割合が増える。

博物館についても同じような傾向がみられ、「末子が小学生」や「末子が中学生」の層は、「たまに行く」と回答した割合が約6割に及んでいる。

美術館にしても、博物館にしても、「末子が未就学児」の層の約4割が「最近は行かなくなった」と回答しており、小さい子どもがいる育児世代にとって、美術館・博物館は、なかなか足を運びにくいところであることがうかがえる。

図表4 美術館・博物館とのかかわり(性別、末子の年代別)

(単位:%)

		美術館・博物館へ行くことが好きで、生活のスケジュールにいつも入っている	たまに、家族や友人との交流を楽しむために行く程度である	以前はよく行ったが、最近では行かなくなってしまった	自分にはまったく関係ない	無回答
美術館	全体(N=430)	3.0	30.5	31.9	34.0	0.6
	性別					
	男性(N=129)	3.9	30.2	31.0	34.1	0.8
	女性(N=301)	2.7	30.6	32.2	33.9	0.6
	末子の年代別					
	末子が未就学児(N=132)	0.8	22.7	40.2	35.6	0.8
	末子が小学生(N=211)	3.8	33.2	27.0	35.1	0.9
末子が中学生(N=80)	5.0	36.3	30.0	28.8	0.0	
博物館	全体(N=430)	2.6	55.6	22.8	17.4	1.6
	性別					
	男性(N=129)	6.2	45.0	31.0	17.1	0.7
	女性(N=301)	1.0	60.1	19.3	17.6	2.0
	末子の年代別					
	末子が未就学児(N=132)	2.5	41.3	42.5	13.8	0.0
	末子が小学生(N=211)	3.8	59.7	16.6	17.1	2.8
末子が中学生(N=80)	0.8	60.6	18.9	18.9	0.8	

注：本調査では、「美術館」とは、絵画・彫刻・工芸品・陶芸等、芸術文化作品を扱っている施設、「博物館」とは、科学博物館（自然物を取り扱う自然系博物館や、交通や鉄道等産業技術に関する博物館等）や歴史博物館（郷土資料館や、歴史資料、歴史的人物、作家等の記念館等）、資料館（企業博物館等、様々なモノのコレクションの展示施設等）等、様々なモノを扱っている施設のことを示す。

ちなみに、かかわりの程度及び館種別に、美術館・博物館に行く実際の頻度をみると、「スケジュールに入っている」という人は、美術館には「2～3カ月に1回位」の頻度で行く人が約6割、博物館は「月に1～2回位」と「2～3カ月に1回位」が約半数ずつとなっている(図表5)。「たまに行く人」は、美術館・博物館ともに「年に1

～2回位」の頻度で行く人が約7割、「2～3カ月に1回位」が2割弱となっている。

「最近は行かなくなった」という人は、美術館・博物館ともに、約半数は「ほとんど行かない」に回答しているものの、残り約半数は「年に1～2回位」の頻度で足を運んでいることがわかる。「関係ない」という人は、9割以上が「ほとんど行かない」と回答している。

図表5 美術館・博物館に行く頻度(かかわりの程度・館種別)

(単位:%)

	N	月に 1～2回位	2～3カ月 に1回位	年に 1～2回位	ほとんど 行かない	無回答
美術館・博物館に行くことが好きで、生活のスケジュールにいつも入っている	美術館(N=13)	0.0	61.5	38.5	0.0	0.0
	博物館(N=11)	45.5	54.5	0.0	0.0	0.0
たまに、家族や友人との交流を楽しむために行く程度である	美術館(N=131)	3.1	16.8	68.7	10.7	0.8
	博物館(N=239)	3.3	18.0	74.9	3.8	0.0
以前はよく行ったが、最近は行かなくなりました	美術館(N=137)	0.0	0.7	46.0	53.3	0.0
	博物館(N=98)	0.0	2.0	43.9	54.1	0.0
自分にはまったく関係ない	美術館(N=146)	0.0	0.0	4.8	95.2	0.0
	博物館(N=75)	0.0	0.0	9.3	90.7	0.0

(3) 美術館・博物館に行くようになったきっかけ

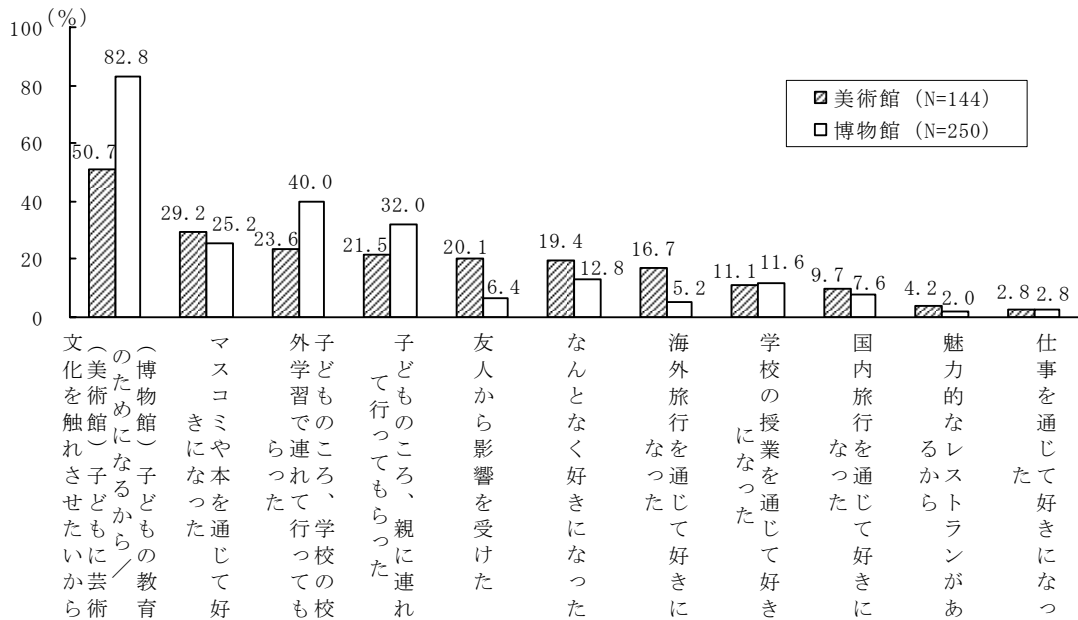
次に、美術館・博物館に足を運んでいる人(図表4の「美術館・博物館とのかかわり」において、「スケジュールに入っている」と「たまに行く」の回答者)に対して、美術館・博物館に行くようになったきっかけについてたずねたところ、まず、美術館については、「子どもに芸術文化に触れさせたいから」が50.7%で第1位であった(図表6)。「子どものために」利用するようになったといった回答が半数以上を占めたのは、育児世代を対象とした本調査の特徴を反映した結果であると思われる。次いで、「マスコミや本を通じて好きになった」が29.2%であり、情報メディアからの影響が約3割となっている。さらに、「子どものころ、学校の校外学習で連れて行ってもらった」と「子どものころ、親に連れて行ってもらった」が約2割であり、約5人に1人が、自分の子ども時代の体験から、美術館に行くようになったと答えている。

他方、博物館についての結果をみると、育児世代の博物館に行くきっかけの第1位は、「子どもの教育のためになるから」(82.8%)であり、やはり美術館同様、子どものために利用するようになった人が多い。次いで、「子どものころ、学校の校外学習で連れて行ってもらった」と「子どものころ、親に連れて行ってもらった」が、それぞれ4割、3割を占めている。美術館同様、子ども時代の体験から影響を受けている人が多いが、その傾向は博物館の方が強いことがうかがえる。

ちなみに、実際に、自分が子ども時代に親と一緒に美術館、博物館に足を運んだことのある人の方が、親になってから子どもと一緒に美術館や博物館に足を運ぶ人が多

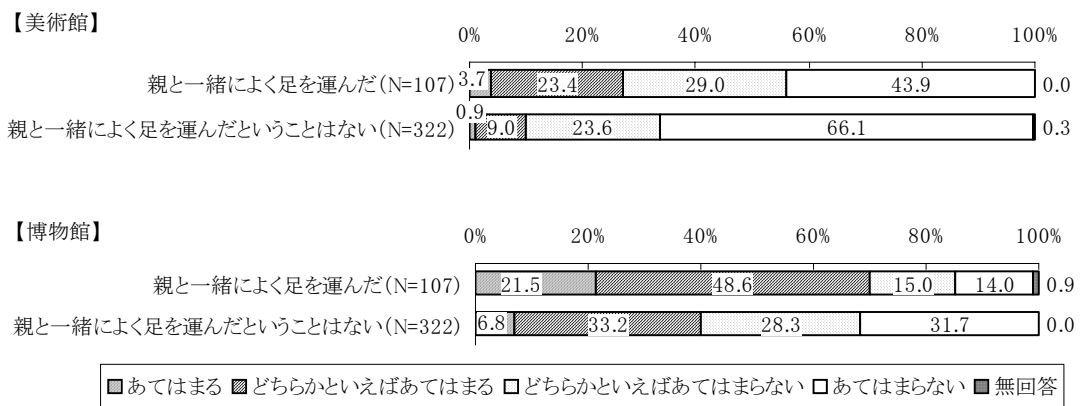
いという結果も示されている（図表7）。

図表6 美術館・博物館に行くようになったきっかけ＜複数回答＞



注：図表4の「美術館・博物館とのかかわり」において、「美術館・博物館へ行くことが好きで、生活のスケジュールにいつも入っている」と「たまに、家族や友人との交流を楽しむために行く程度である」と回答した人が対象。

図表7 子どもと一緒に美術館・博物館に足を運ぶ割合（子ども時代の経験別）



注：「親と一緒によく足を運んだ」は、「自分が子どものころ、親と一緒に美術館や博物館によく足を運んだ」という質問項目に対して、「あてはまる」と「どちらかといえばあてはまる」と回答した人の合計であり、「親と一緒によく足を運んだということはない」は、同じ質問項目に対して「あてはまらない」と「どちらかといえばあてはまらない」と回答した人の合計である。

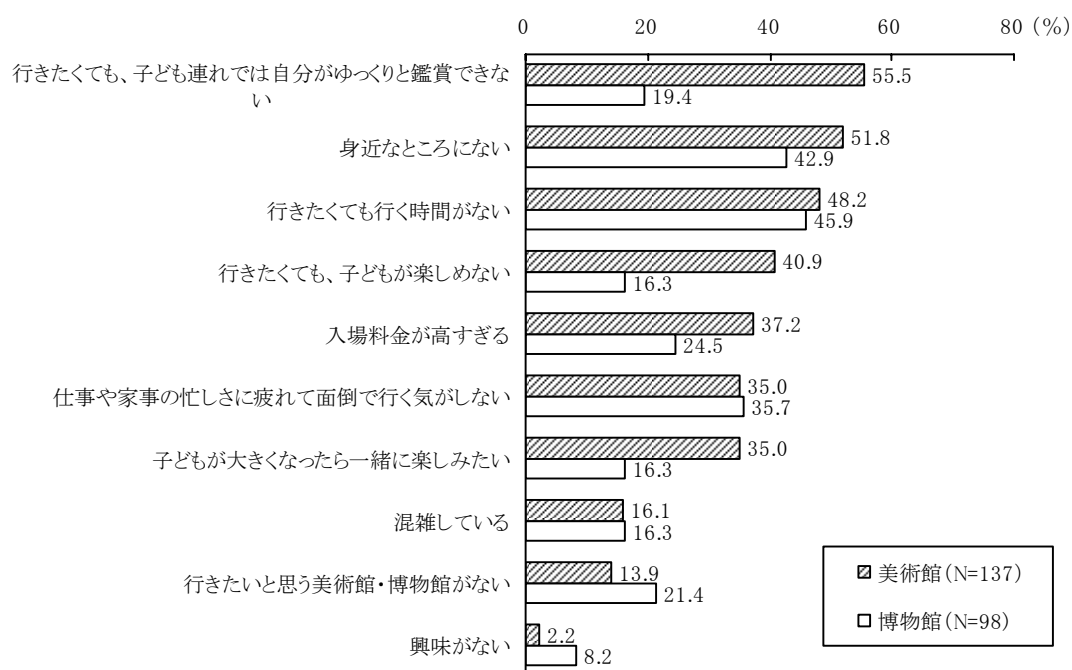
(4) 美術館・博物館に行かなくなった理由

さらに、図表4の「美術館・博物館とのかかわり」において、「以前はよく行ったが、最近は行かなくなってしまった」という潜在的利用者層に、「なぜ、行かなくなったのか」をたずねた結果が図表8である。

美術館、博物館ともに、「身近なところがない」や「行きたくても行く時間がない」が4割以上の回答割合で上位を占めており、美術館・博物館に対する物理的・精神的アクセスのしにくさが示唆されている。

他方、「行きたくても、子ども連れでは自分がゆっくりと鑑賞できない」や「行きたくても、子どもが楽しめない」といった項目は、美術館では4割以上であるのに対し、博物館では2割にも満たない結果となっており、両者の間で回答割合の差が大きい。美術館の場合は特に、「実際には行きたい気持ちはあるが、子ども連れでは無理」と思っ

図表8 美術館・博物館に行かなくなった理由(館種別)＜複数回答＞



注：図表4の「美術館・博物館とのかかわり」において、「以前はよく行ったが、最近では行かなくなってしまった」と回答した人が対象。

(5) よく行く美術館・博物館の種類とその理由

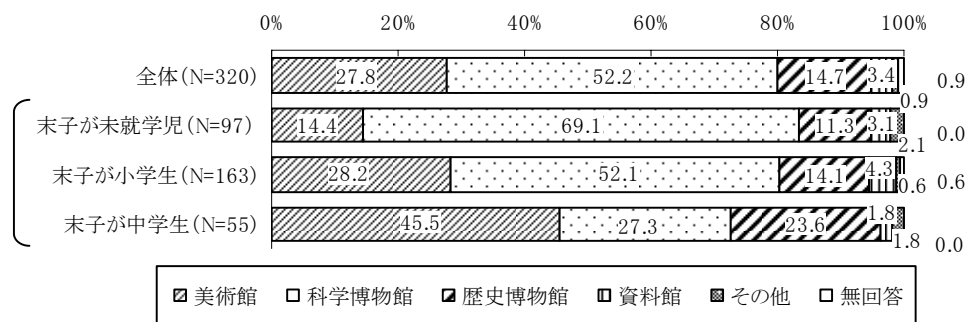
これまで、美術館と博物館という分類によって、かかわりの程度や足を運ぶようになったきっかけ等をたずねた結果を示してきた。しかし実際には、「博物館」といってもいろいろな種類がある。そこで次に、「博物館」をもう少し細かく分類して美術館と

比較して、育児世代の館種別の選択傾向を明らかにし、その背景を探ってみよう。

美術館・博物館を問わず、「年に1回以上」行く人に、よく行く美術館・博物館の種類を1つだけ挙げてもらった結果、全体の第1位は「科学博物館」(52.2%)であり、約半数が回答している(図表9)。以下「美術館」(27.8%)、「歴史博物館」(14.7%)、「資料館」(3.4%)の順である。

これを末子の年代別にみると、「末子が未就学児」の約7割が「科学博物館」と回答しているが、「末子が小学生」では「科学博物館」の割合が半数程度になり、「末子が中学生」になると、「科学博物館」の回答割合が3割弱に減り、相対的に「美術館」や「歴史博物館」が増加している。子どもが小さいときは「科学博物館」、大きくなると「美術館」に行く人が多くなる傾向がある。

図表9 よく行く美術館・博物館の種類(末子の年代別)

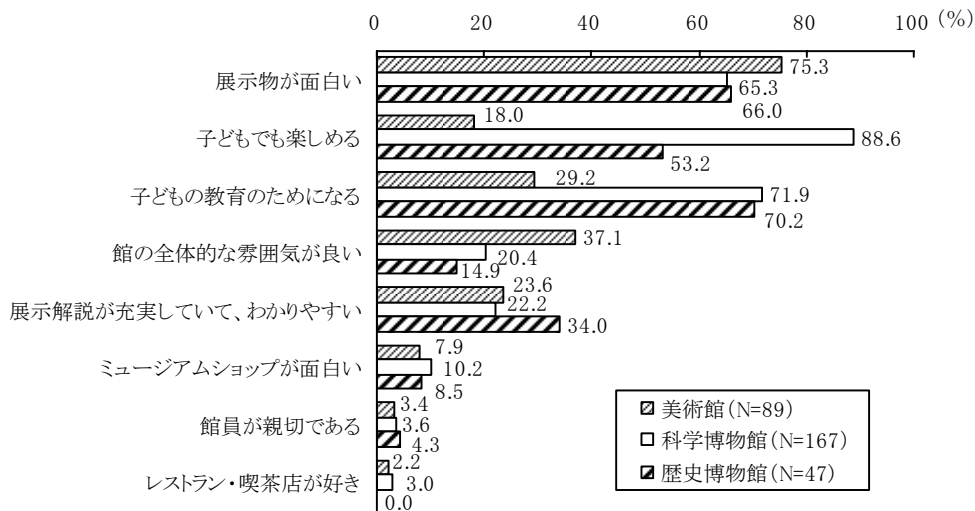


注：美術館、博物館のいずれか、あるいは両方に、「年に1回以上」行くと回答した人が対象。

次に、よく行く理由をたずねたところ、美術館・博物館の種類によって、回答傾向が異なっていた(図表10)。すなわち、「美術館へよく行く」と回答した人は、「展示物が面白い」に回答が集中している。「科学博物館へよく行く」と回答した人は、「子どもでも楽しめる」と「子どもの教育のためになる」が7割以上の回答を占めている。「歴史博物館へよく行く」と回答した人は、「子どもの教育のためになる」と「展示物が面白い」が約7割を占めている。

「子どもでも楽しめる」の回答割合が、科学博物館は9割近いのに対して、美術館は2割にも満たない。小さな子どもがいる家庭にとっては、「子どもでも楽しめるか否か」が足を運ぶポイントになっているようである。

図表10 よく行く理由(「よく行く」と回答した館種別)＜複数回答＞



注：「資料館」はサンプル数が少ない(N=11)ので集計結果の提示を省略した。

3. 美術館・博物館に対する育児世代のニーズと施設の実態

(1) 美術館・博物館に対する要望

以上、育児世代の美術館・博物館の利用状況をみてきたが、さらに、育児世代の利用促進のための方策を考えるためには、美術館・博物館に対する育児世代のニーズを把握する必要がある。

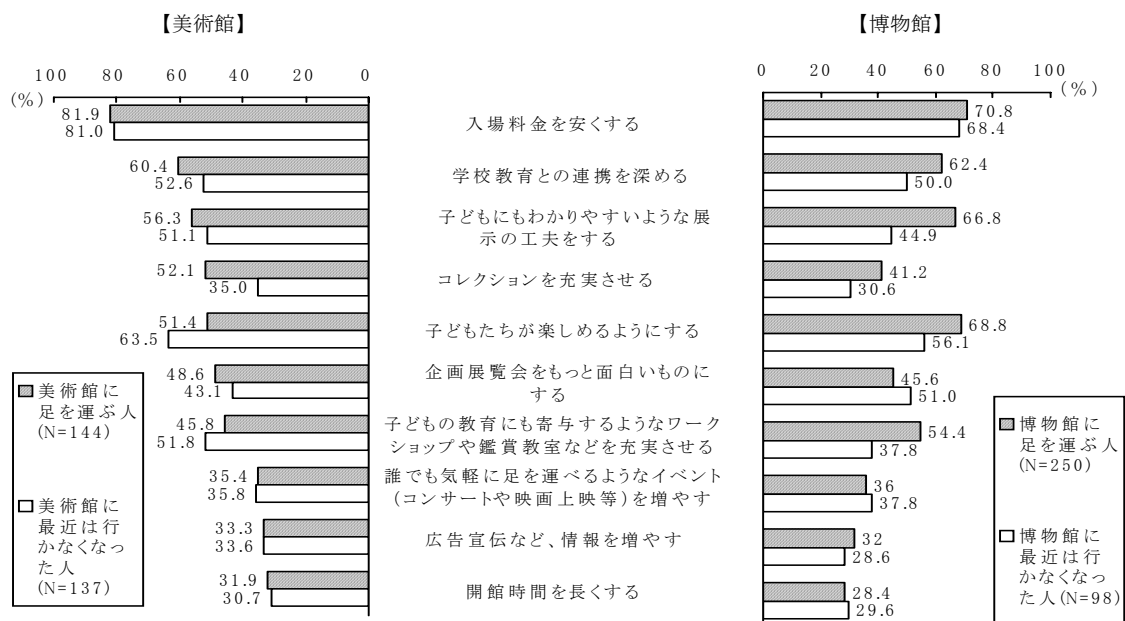
美術館、博物館それぞれに対して、特に力を入れてほしいと思うことをたずねた結果を、かかわりの程度別に示したものが図表11である。

美術館・博物館に足を運んでいる人も、最近行かなくなった人も、また美術館に対しても博物館に対しても共通して、「入場料金を安くする」が第1位であり、約7割から8割の回答割合となっている。アンケート調査における自由回答欄にも「何度も足を運びたいと思っても、入場料が高くて無理である」「家族みんなで見に行くとなかなりの負担になる」といった金額面での不満意見が多いものの、中には「料金の割には内容が乏しい」「混雑していてゆっくり見られない」といった、コストパフォーマンス面での不満の声もみられた。このようなことから、「入場料金を安く」という要望に応えるためには、料金設定のみならず、展示内容面における工夫も考慮すべきと思われる。

要望の第2位以下は、館種によって、あるいは、かかわりの程度によって若干異なるが、全体的な傾向としては、「学校教育との連携を深める」「子どもにもわかりやすいような展示の工夫をする」「子どもたちが楽しめるようにする」に多くの回答が寄せられている。特に美術館について、「子どもたちが楽しめるようにする」「子どもの教育に寄与するようなワークショップや鑑賞教室などを充実させる」と回答した割合は、「最近では行かなくなった人」の方が高い。前述のように、美術館の場合、「子ども連れ」

が理由となって最近では行かなくなってしまった人が多いことから、子どもへの配慮を充実させることが、育児世代の潜在的な利用者層の利用を促すことにつながると思われる。

図表11 美術館・博物館に対する要望(館種別、かかわりの程度別)＜複数回答＞



(2) 美術館・博物館の子ども利用に関する取り組み

このように、育児世代は、美術館・博物館に対して、子どもを意識した利用をしており、かつ子どもへの配慮を期待していることがわかるが、実際に美術館・博物館側は、子どもの利用を意識した取り組みを行っているのだろうか。

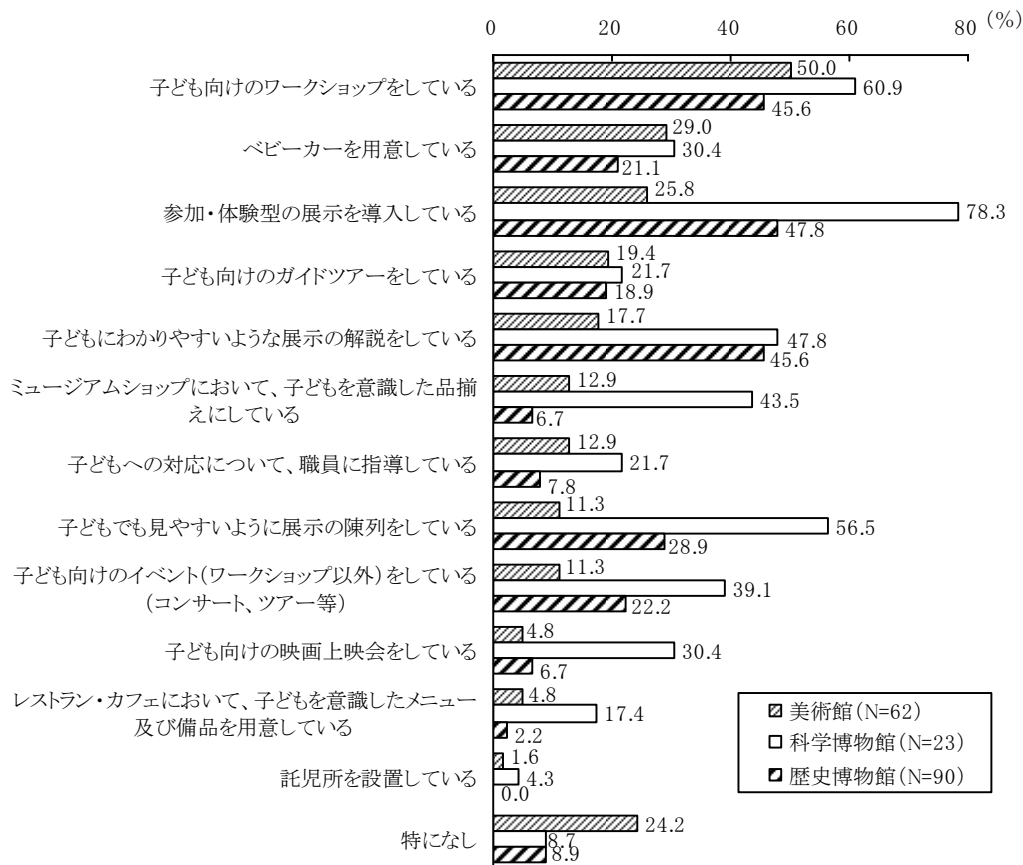
当研究所が05年11月に首都圏の美術館・博物館を対象として実施した「美術館・博物館に関するアンケート調査」の結果によると、館種によって回答傾向が異なる(図表12)。館種別にみると、科学博物館は全ての項目において、回答割合が高く、最も積極的に子ども利用の取り組みを行っていることがわかる。とりわけ、「参加・体験型の展示を導入している」「子ども向けのワークショップをしている」「子どもでも見やすいように展示の陳列をしている」に対しては、科学博物館の半数以上が回答をしている。

これに対して、美術館は半数が「子ども向けのワークショップをしている」と回答しているが、また歴史博物館も、「参加・体験型の展示を導入している」「子ども向けのワークショップをしている」「子どもにもわかりやすいような展示の解説をしている」に約半数が回答しているものの、それ以外の取り組みへの回答割合はいずれも3割以下である。

したがって、図表9でみたように、育児世代の最も多くが足を運んでいるのは科学博物館であったが、それは、子どもの利用を意識した取り組みを積極的に行っている

ことが育児世代に評価されている証左でもあろう。

図表12 美術館・博物館の子ども利用に関する取り組み(館種別)＜複数回答＞



注：調査対象は、首都圏の美術館・博物館492館であり、そのうち回答のあった220館(有効回収率44.7%)を分析対象とした。ここではその中から美術館、科学博物館、歴史博物館についての比較を行った。
資料：第一生命経済研究所「美術館・博物館に関するアンケート調査」(2005年11月)

4. まとめ

(1) 育児世代の美術館・博物館とのかかわり

以上、主に育児世代の美術館・博物館に対する利用実態や意識についてみてきた。育児世代は概して、美術館よりも博物館の方に、よく足を運んでいるようである。

また、子どもの年代によって、美術館・博物館とのかかわりは異なっており、小さい子どもがいる家庭ほど、美術館・博物館とのかかわりは薄い、とりわけ美術館にはあまり足を運ばないことがわかった。

しかしながら他方、美術館にしても、博物館にしても、そのかかわりにおける共通点は、回答者自身が子どものころ、親に連れて行ってもらった経験がきっかけとなって、足を運ぶようになった人が多いということである。実際に、「自分が子どものころ、

親と一緒に美術館や博物館によく足を運んだ」という人は、そうでない人に比べて、自分が親になった今、「子どもと一緒に美術館や博物館によく足を運ぶ」と回答している割合が高い傾向があり、多くの人々にとって、子ども時代の経験が、親になったときの美術館・博物館とのかかわりに影響を与えていることがうかがえる。

もう一つ、本調査から明らかになったことは、特に美術館の場合、「本当は行きたい気持ちはあるが、子ども連れでは無理」と思っている人が多いということである。これを裏付けるかのように、実際に、子どもを意識した対応を凶っている美術館はあまり多くない。したがって、小さな子どもがいる家庭にとっては、「子どもでも楽しめるか否か」が美術館・博物館に足を運ぶポイントになっているようである。

このようなことから、育児世代の美術館・博物館とのかかわりを決める背景には、「家庭から受ける影響」と「子どもの利用のしやすさ」が関係していることが指摘できる。

(2) 子どもや育児世代が美術館・博物館を利用しやすくなるために

さらに、本調査から明らかになったことは、美術館・博物館に対する要望として、育児世代の多くが「子どもにもわかりやすいような展示等の工夫を行い、楽しめるような空間を演出すること」とともに、「学校教育との連携を深めること」を期待しているということである。学校教育の中で美術館・博物館が利用されるようになると、それを体験した子どもが、家族に影響を与え、今度は家族で美術館・博物館に足を運ぶ道が開かれる。しかも、子ども時代の経験が、将来に影響を与えていることを踏まえると、そのような体験をした子どもの多くは、自分が大人になったときに、美術館・博物館とのかかわりを持った生活をするようになるであろう。

このようなことから、美術館・博物館が子どもの利用を意識した取り組みを行い、相互補完的に親と学校が子どもの利用を促すことにより、将来の顧客を育てることにもつながる。そのことは美術館・博物館の存続に大きく寄与することになるとも思われる。

現状では、子どもを意識した対応を凶っている美術館・博物館はあまり多くないことも明らかとなったが、これからの美術館・博物館のあるべき姿として、子どもの利用を促す取り組みを行い、次世代育成に寄与することで、その社会的価値を高めていくことが必要であることが指摘できる。

(研究開発室 副主任研究員)

【参考文献】

- ・的場康子, 2006, 「美術館・博物館の教育普及活動について—美術館・博物館に関するアンケート調査から—」『Life Design Report (2006年3-4月号)』第一生命経済研究所: 16 - 23.