

営業力向上研修(実践編)
営業行動報告
1グループ

1. 営業対象施設

福井県立美術館

2. 聴き取り調査の概要・分析

- ・来館者の年齢層は高齢者層が多く、大学生等の若年層は少ない
- ・駐車場が狭く、遠方からの来客が多いと対応できない可能性がある

3. 営業行動概要

① 営業実施日
平成24年10月19日

② 営業場所
福井県立美術館

③ 営業対象者(選定理由)
大学生

・選定理由

現状として、高齢者の来館者数が多く、大学生等の若年層の来客者が少ないため、若年層をターゲットとすることにより、来館者数の増加を図る

④活動内容

- 他大学の大学生同士のグループで美術館を観覧してもらう企画を開催

目的: 大学生同士で交流を深めつつ、美術館の作品に興味を持ってもらう。

1 事前広報活動

事前に福井大学、福井県立大学においてチラシを配布



大学構内にてチラシ配り



構内にチラシを設置

・配布したチラシ

表



K E N B I

美術館で新たな出会いを..



Let's go to the 県立美術館!!



普段はなかなか行くことがない美術館で出会いを求めてみませんか?

詳しくは裏面へ

日時:平成24年10月19日(金)15:00
 場所:福井県立美術館
 参加費:¥500(観覧会観覧料金。学生証を持参して下さい。)



裏

県立美術館に集合し、現在開催中の「土屋公雄展」を男女グループで観覧してもらいます。

美術に触れ、静かで暗い美術館の幻想的な雰囲気の中で何かが起こるかも??

観覧料もお手頃な料金なので、気軽に足を運んでみませんか?

お待ちしております(^ω^)/

参加を希望される方は下記のアドレスまでご連絡ください。

※申し込みをされる際には、お名前、連絡先を併せてメールに記載していただくようお願いいたします。

お問い合わせ・申込先:

kenbi1019@yahoo.co.jp



意外と知らない! 県立美術館のあんなこと!?

駐車場が無料



写真や動画を撮っても大丈夫
(作品によります)

県立美術館を借りて自分の個展も開ける!!

土屋公雄 作品の紹介
「所在/記憶/生と死/時間」といった根源的なテーマを探求し、解体された家屋の廃材や灰を素材とした作品は、国際的な現代美術展へも数多く出品されている。さらに世界各地より招待され、土地や人々の記憶を刻むパブリックアートなどの彫刻作品も数多く手がけ、国内では丸ビル正面エントランスに設置されたモニュメントや、東京空襲犠牲者追悼の平和モニュメント制作でも知られている。



第25回サンパウロビエンナーレに出典された「大洪水の後で」

2 イベント当日

美術館内の控室に集合。イベントの趣旨、手順等について説明後、メンバー間で自己紹介をしてもらい、グループを作る。



- 各グループで土屋公雄展を観覧。



- 観覧後アンケートを記入。



4 営業行動の成果

- ・チラシ配布数

福井県立大学150部 福井大学150部

- ・イベント参加者数

男子大学生6名

イベント参加者アンケート結果

●イベント参加者アンケート集計結果

Q1 どうやってこのイベントを知りましたか？

- ①チラシを見て ②知人から聞いて ③その他
0人 6人 0人

Q2 今回のイベントについて満足度を教えてください。

- ①とても満足した ②満足した ③どちらともいえない
4人 1人 1人
④あまり満足できなかった ⑤満足できなかった
0人 0人

Q3 今回のイベントと一緒に観覧した相手との仲は深まりましたか？

- ①とても深まった ②深まった ③どちらともいえない
0人 6人 0人
- ④あまり深まらなかった ⑤全く深まらなかった
0人 0人

Q4 今後もしこういったイベントがあれば参加したいと思いましたが？

- ①思った ②どちらともいえない ③思わなかった
5人 1人 0人

Q5 普段美術館へはどれくらいの頻度で来ていますか？

- | | |
|-----------------|------------------|
| ①月に1-2回程度
0人 | ②半年に1-2回程度
2人 |
| ③年に1-2回程度
3人 | ④その他
1人 |

Q6 今後も美術館を利用したいと思いましたが？

- | | | |
|------------|------------------|---------------|
| ①思った
5人 | ②どちらともいえない
1人 | ③思わなかった
0人 |
|------------|------------------|---------------|

※内1名「後日彼女とデートで来館しようと思う」

Q7 特に興味を引いた作品があれば教えてください。

◎生かされる家(記憶の光)

蓄光もそうだけど3分間隔で明暗するのが良かった。

◎時計の部屋と無台①、②

◎未現像の記憶

◎月、沈下する時間

◎時計の部屋、沈下する時間

◎人

Q8現在の美術館を利用する上で、不便な点、改善してほしいと思うものがあれば教えてください。

- ◎作品ごとに受ける説明内容をパンフレットにしてほしい。
 - ◎フラッシュなしのカメラ撮影が許可されている旨をもっと明確に掲示してほしい。
 - ◎イベント当日受付の場所を券売所と同一にしてほしかった。
 - ◎若年層の来館が少く来館しにくい。
 - ◎美術館周辺に娯楽施設などを充実させてほしい。
- ※回答なし3人

Q9今後取り上げてほしい芸術家、著名人等がいれば教えてください。

- ◎もっと明るい作品(今回の作品は正直辛かった。)
- ※回答なし5人

アンケート結果の分析

- チラシ配布による広報活動の効果がチラシを受け取った人以外にも及ぶ
- 他人との交流をテーマとしたイベントにより、若年層から興味を引くことができる
- イベントをきっかけとして、美術館、作品に興味を持ってもらう事が可能
- 動きのある作品が、若年層の興味を引きやすい

5. 企画や実践の成功点および要改善点

成功点

- ・イベントを通して、美術作品に興味を持ってもらうことができた
- ・大学生同士で交流を深めてもらうという目的を達成できた
- ・チラシ配布により、結果的にイベントに参加した人以外にも美術館をアピールすることができた

要改善点

- ・若者が美術館に来やすい説明・雰囲気作りを行えなかった
- ・当初は男女で施設内を観て回ってもらう予定であったが、女子に興味を持ってもらえる工夫が不十分であり、実際に女子の参加者はいなかった。

6. 今後の文化施設が行う営業活動への提案

○若者が来館しやすいイベントと美術館観覧を結びつけて、集客力アップを図る

(若者なら友達同士やSNSを使った口コミ効果が期大いに期待できる)

○パンフレット等に美術作品の説明をつける

○若者が入りやすい環境にするため、美術館入り口をもっと華やかにし、興味を引くようにする

○若者が入りやすい環境にするため、美術館入り口をもっと華やかにし、興味を引くようにする