

六本木アートナイト事業評価検討会 2016 報告書

巻末資料

巻末資料 来場者調査の分析詳細

1. 分析・データの概要

1-1. 分析方針・考察の要点

本稿では、六本木アートナイト（RAN）2016年来場者調査（以下「本調査」と略称）を再分析した結果をもとに考察を行う⁴。これまで、各回の来場者調査において男女、年代、滞在時間、美術館訪問頻度等といった層ごとの分析は行ってきた。そこで本稿ではそれ以外の観点からの分析を試みた。

本稿を通じての考察（主張）の要点は次のとおりである。

- ① RAN への愛好度の高い層（滞在時間が長く、参加コンテンツ数が多く、リピート回数も多い層）はアートフェスティバルよりも美術館訪問との関係性が深い芸術愛好者層である
- ② RAN へ来場する動機の違いによって、閲覧コンテンツが異なる傾向がある
- ③ RAN への参加によって六本木のイメージが良くなった人々は六本木に「文化・芸術性のある」というイメージを持つ傾向が強い
- ④ RAN に深夜まで滞在する人々は芸術愛好者層に限らない
- ⑤ 港区在住者にとっても RAN は地元の新たな面を知る機会を提供している

1-2. データ再分類について

居住地については、「港区」、「23区（港区以外）」、「東京都（港区以外）」、「東京都以外」に再分類を行った。また、滞在時間帯は、10月23日0時～5時に滞在していた人を「深夜滞在者」とカテゴリー化した。

1-3. 回答者の基本属性：男女、居住地、年齢、職業、リピート度

まず、回答者を概観するために基礎的な情報を述べたい。有効回答は1086であったが、そのうち男性31.9%、女性68.1%であった。また、年齢層は30代が36.2%と最も多く、ついで20代の33.4%、40代の18.8%と続く。職業を見ても、会社員が59%と半数以上を占め、社会人（有職者）は69.4%にのぼる。居住地は東京都在住が67.2%、うち港区在住者は7.4%であった。

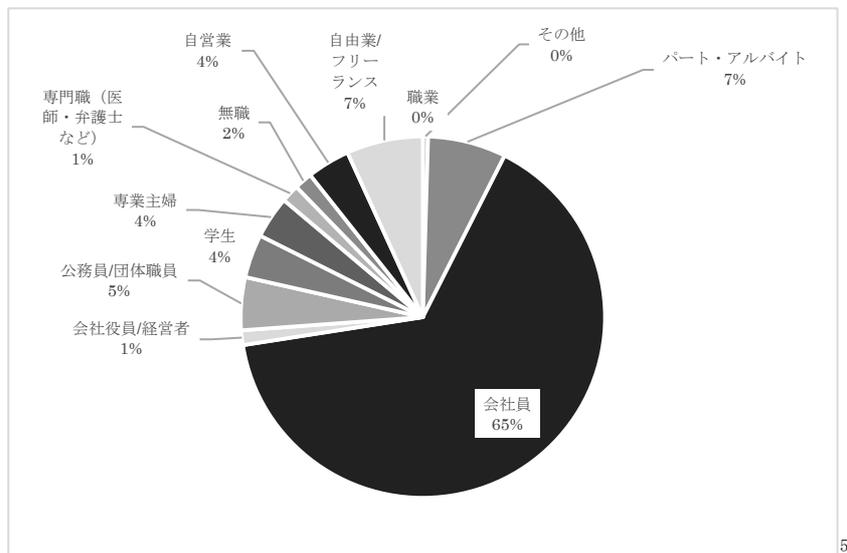
次に、本分析で焦点を当てた過去のRANへの参加経験について詳しく確認したい。RANに参加した経験のある人（RANリピーター）は57%であり、4割近い人は今回が初めての参加であった。

以下では、リピート数の実数をカテゴリーごとに分け、全体のリピート総数を100%と考え、カテゴリーごとに割合を算出した。まず職業別では、無職者、専業主婦でそれぞれ参加経験者の割合が高い。ま

⁴ なお、質問票については本稿末尾を参照のこと。

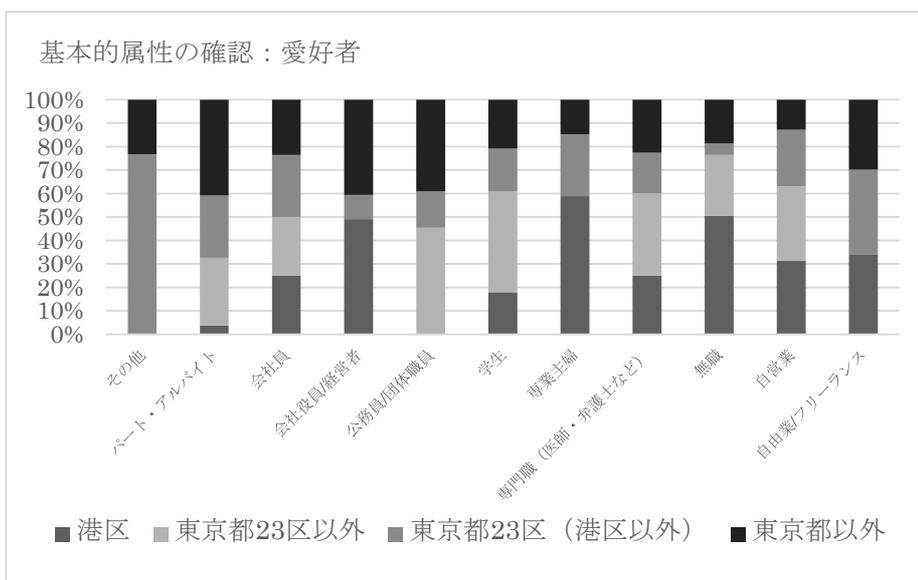
た、会社員も比較的高い（図表 1）。

図表 1 RAN 参加の有無×職業の割合



続いて、居住地と職業のクロス集計（レポート数を基に、その総計を 100%として、カテゴリ毎の割合）を見てみると、図表 2 からわかるように特に港区在住者で主婦・無職者・自由業者の参加経験者が多い。また、会社員では港区を含む 23 区在住者の人々の割合が高い。

図表 2 RAN 参加の有無×職業×居住地の割合



⁵ 図表の番号は巻末資料の通し番号となっている。

続いて、図表 2 に美術館来訪頻度を加えて集計したものの図表 3 である。

図表 3 RAN 参加経験者のうち、職業×居住地×美術館訪問頻度

リピート数	港区	東京都 23 区以 外	東京都 23 区 (港区以外)	東京都以外	総計
パート・アルバイト(リピート数総計)	1%	7%	7%	10%	7%
10 回以上	0%	4%	1%	1%	1%
1～2 回	0%	2%	1%	4%	1%
3～5 回	0%	0%	4%	3%	3%
6～9 回	0%	0%	1%	3%	1%
行かない	0%	2%	0%	0%	0%
会社員(リピート数総計)	64%	64%	68%	60%	65%
10 回以上	29%	36%	21%	18%	22%
1～2 回	10%	5%	9%	6%	8%
3～5 回	15%	9%	21%	19%	19%
6～9 回	10%	14%	17%	15%	16%
行かない	0%	0%	0%	2%	0%
会社役員/経営者(リピート数総計)	3%	0%	1%	2%	1%
10 回以上	0%	0%	0%	1%	1%
1～2 回	0%	0%	0%	0%	0%
3～5 回	0%	0%	0%	0%	0%
6～9 回	3%	0%	0%	1%	1%
公務員/団体職員(リピート数総計)	0%	10%	3%	9%	5%
10 回以上	0%	1%	0%	3%	1%
1～2 回	0%	0%	1%	1%	1%
3～5 回	0%	7%	1%	1%	1%
6～9 回	0%	2%	1%	3%	1%
行かない	0%	0%	0%	1%	0%
学生(リピート数総計)	3%	8%	4%	4%	4%
10 回以上	3%	5%	1%	2%	2%
1～2 回	0%	0%	0%	0%	0%

3～5回	0%	4%	1%	1%	1%
6～9回	0%	0%	1%	1%	1%
行かない	0%	0%	0%	0%	0%
専業主婦(リピート数総計)	9%	0%	4%	2%	4%
10回以上	4%	0%	1%	1%	1%
1～2回	0%	0%	0%	0%	0%
3～5回	1%	0%	1%	0%	1%
6～9回	3%	0%	1%	0%	1%
行かない	0%	0%	1%	0%	1%
専門職(医師・弁護士など) (リピート数総計)	2%	3%	1%	2%	2%
10回以上	2%	0%	0%	0%	0%
1～2回	0%	0%	0%	0%	0%
3～5回	0%	0%	0%	0%	0%
6～9回	0%	3%	1%	1%	1%
無職(リピート数総計)	5%	3%	1%	2%	2%
10回以上	0%	0%	0%	0%	0%
1～2回	0%	0%	0%	0%	0%
3～5回	2%	2%	1%	2%	1%
6～9回	3%	1%	0%	0%	0%
行かない	0%	0%	0%	0%	0%
自営業(リピート数総計)	5%	5%	4%	2%	4%
10回以上	3%	5%	1%	0%	1%
1～2回	0%	0%	1%	1%	1%
3～5回	0%	0%	1%	1%	1%
6～9回	2%	0%	1%	0%	1%
行かない	0%	0%	0%	0%	0%
自由業/フリーランス(リピート数総計)	7%	0%	8%	6%	7%
10回以上	0%	0%	2%	4%	2%
1～2回	0%	0%	2%	0%	1%
3～5回	5%	0%	2%	0%	2%
6～9回	2%	0%	1%	2%	1%
総計(リピート数総計)	100%	100%	100%	100%	100%

美術館来訪回数が年 10 回以上の人のうちでは、会社員での参加経験者の割合が高い。また地域で見ると美術館来訪頻度が 10 回以上の人々は、港区（六本木）に近いほどリピート数の総数から算出される訪問頻度のカテゴリー（10 回以上、6～9 回、3～5 回、1～2 回、行かない）の中の訪問回数の高い人の割合が高い。他方、同様の訪問回数の低い人の割合が低いのは、学生や、美術館に行かない層や、年 1～2 回しか行かない層である。

このことから、港区在住の主婦のアクティビティが非常に高いことと、学生や、美術館に行かない層や、年 1～2 回しか美術館に行かない層は初めて参加する層といえる。

2. 来場者の特性——RAN 愛好度によるかかわりの深さの測定

2-1. 【分析目的】

RAN へのコミットメントの深い層の属性・動向を知ること、どのような層が RAN に深くかかわっているのか明らかにする

本節では、RAN へのアート面でのかかわり方を測定するために、RAN 愛好度という指標を用いる。これは滞在時間と、閲覧作品数、そして RAN へのリピート回数を合計したものである。なお、滞在時間と閲覧作品数の 2 つの間には相関関係⁶がなかったため、より分かりやすい指標作成のためリピート数を加え、RAN 愛好度を算出した。

2-2. 【考察結果】

美術愛好者が RAN に深くかかわっている。

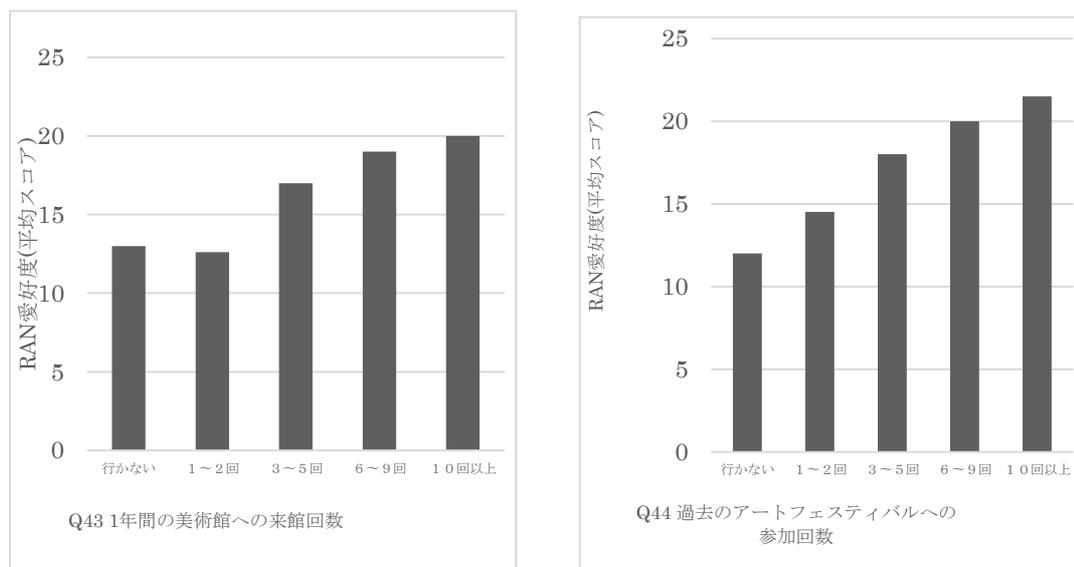
以下の分析を通じて明らかになったのは、RAN に深いコミットメントを示す人はアートフェスティバルよりも美術館来訪回数が高い傾向がみられることだ。これは、RAN の開催地域が美術館密集エリアであることともかかわっていよう。また、深夜来場者で RAN 愛好度は高くなる。

⁶ 2 つの値の関連性のこと。散布図で調べられる。相関関係の種類に、正の相関、負の相関、無相関がある。x、y という 2 つの変数による散布図で、x が増加すると y も増加する傾向にある場合、正の相関関係があり、x が増加しているにもかかわらず y が減少する傾向にある場合、負の相関関係があるといえる。そのどちらにも当てはまらない場合、無相関であるといえる。

2-3. 【分析根拠】RAN 愛好度高い人の傾向は美術愛好度と比例する。

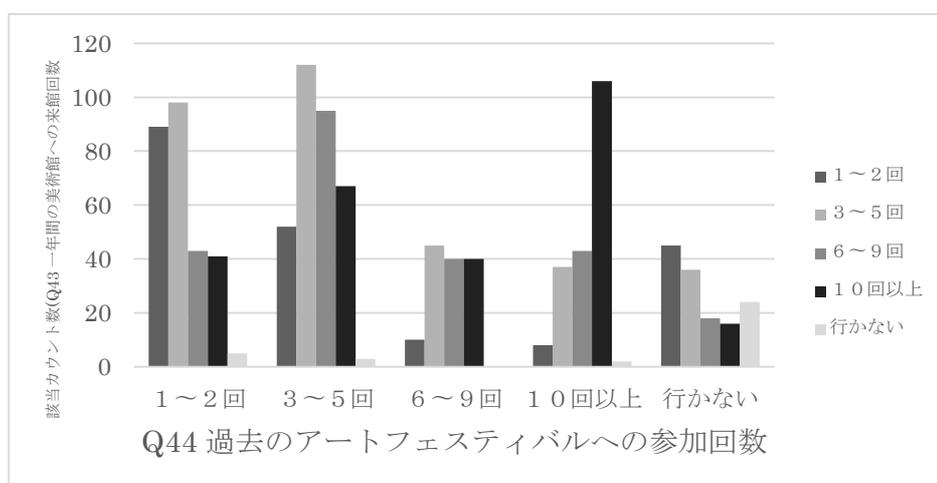
美術館への来訪回数との関係を見ると、顕著に RAN 愛好度（平均）⁷に比例していることがわかる（図表 4 左）。他方、過去のアートフェスティバル参加回数とも比例していることがわかる（図表 4 右）。美術館及びアートフェスティバル愛好度は RAN の愛好度は比例する。

図表 4 RAN 愛好度（平均）×美術館来訪回数、過去のアートフェスティバル参加回数



この点についてさらに関連するために、まずは美術館来訪回数と過去のアートフェスティバル参加頻度を図表 5 から確認したい。

図表 5 美術館来訪回数×過去のアートフェスティバル参加回数



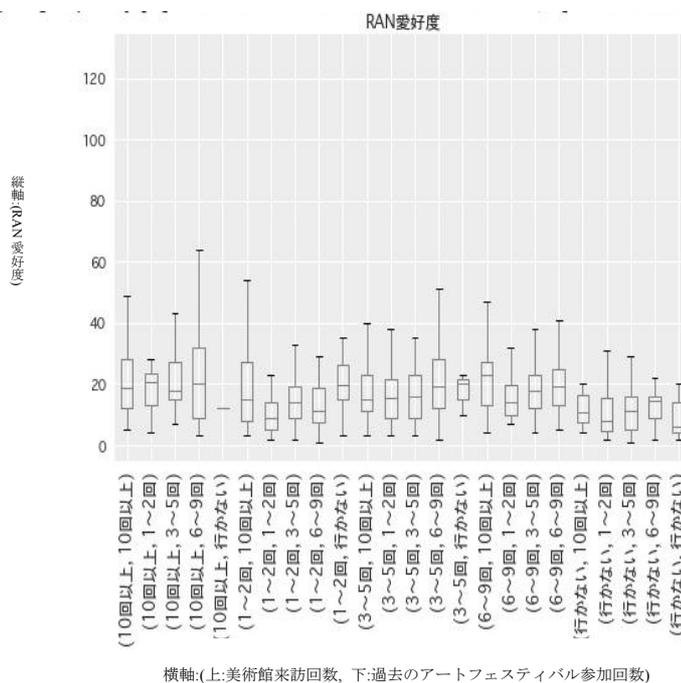
⁷ RAN 愛好度を回答回数のカテゴリ毎に総計し、各カテゴリ毎に平均値を取った。外れ値はなかったため、平均値が有効。

美術館来訪回数が高いほど過去のアートフェスティバル参加回数が高い傾向がみられる一方、アートフェスティバルへの来訪頻回数が少なくても（あるいは行った経験がなくても）、美術館来訪回数が年10回以上の層は一定数存在し、両者は完全に重なるわけではないことがわかる。

次に、RAN 愛好度と美術館来訪回数ならびにアートフェス参加回数を見てみると、想定通り「美術館来訪回数（10回以上）×アートフェス参加回数（10回以上）」で高いことがわかる。

図表 6 美術館来訪回数×過去のアートフェスティバル参加回数×RAN 愛好度(箱ひげ図⁸)

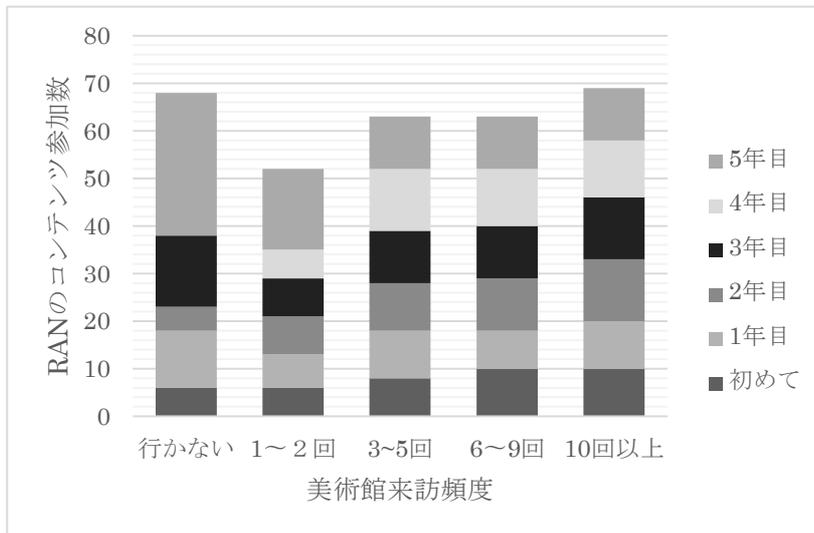
縦軸:RAN 愛好度、横軸:(過去のアートフェスティバル参加回数, 美術館来訪回数)



図表 6 からわかることは、全体としては美術館来訪回数の方が他のアートフェスティバル参加回数よりも RAN 愛好度との比例している。

⁸ 箱ひげ図 (はこひげず、箱髭図、box plot、box-and-whisker plot) は、データのばらつきをわかりやすく表現するための統計図である。主に多くの水準からなる分布を視覚的に要約し、比較するために用いる。箱上の図の中心部をみることでデータの平均がみてとれる。また頂点にあたる線は上部が最大値、下部が最小値を示す。単一の横線で表記されるものは母集団も単一である(母集団が1個ということである)。

図表 7 RAN 参加回数×美術館来訪頻度×作品閲覧数



また、美術館来訪回数は過去の RAN 参加とコンテンツ閲覧数にも影響を及ぼしていることも図表 7 からわかる。

2-4. 【分析目的②】 RAN への愛好度が高い人が RAN においてどのような行動をとっているのかを明らかにする。

2-5. 【考察結果】 RAN 愛好度が高い来場者とは、ナイトカルチャーを楽しみ、美術（アート）にも造詣が深く、働き盛りで複数人で RAN に来場している人たちである。

2-6. 【分析根拠】

・ 同伴者との関係、人数：

同伴者との関係とリピート回数ならびに滞在時間の関係については、同伴者が友人・知人の層は、滞在時間と RAN リピート数が比例することがわかる。夫婦参加の層も滞在時間に比例して RAN リピート数は高く、特に 5-6 時間、7-8 時間滞在者の RAN リピート数が一部非常に高い。またひとりでの参加と、家族・親戚との参加は 5-6 時間まではリピート数と比例して滞在時間が多くなる傾向がみられた。なお、同伴者が恋人の層は滞在時間に比例しない。

・ 参加人数と RAN 愛好度、ならびに RAN への感想：

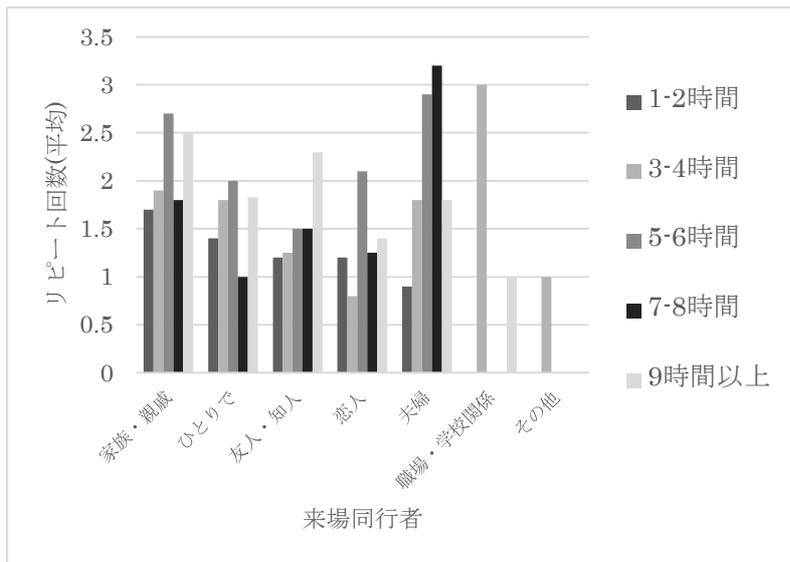
「3 人参加×楽しかった」で RAN 愛好度が高い。これは「友人・知人」あるいは「家族・親戚」のい

ずれかであることが推測される。

・深夜経験の有無と RAN 愛好度、RAN への感想：

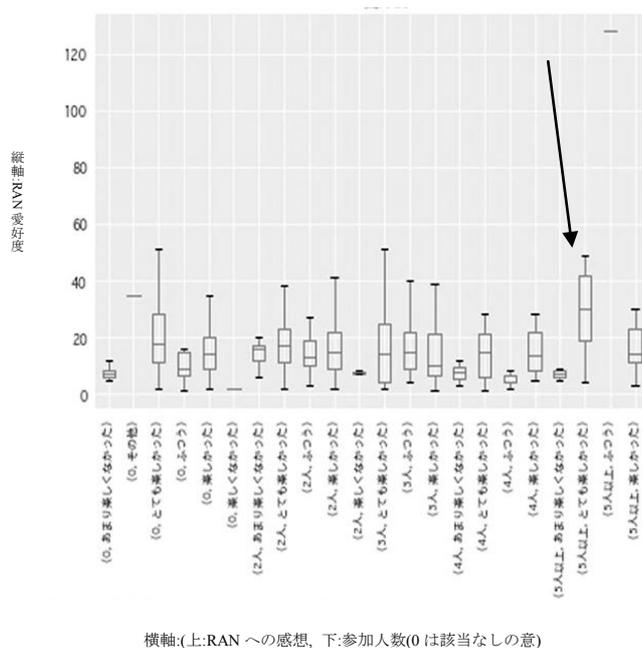
「深夜有×とても楽しかった」と回答した人の中で RAN 愛好度が最も高く、深夜滞在は RAN 愛好度と強い関係をもっている。

図表 8 RAN のリピート回数×滞在時間×来場同伴者



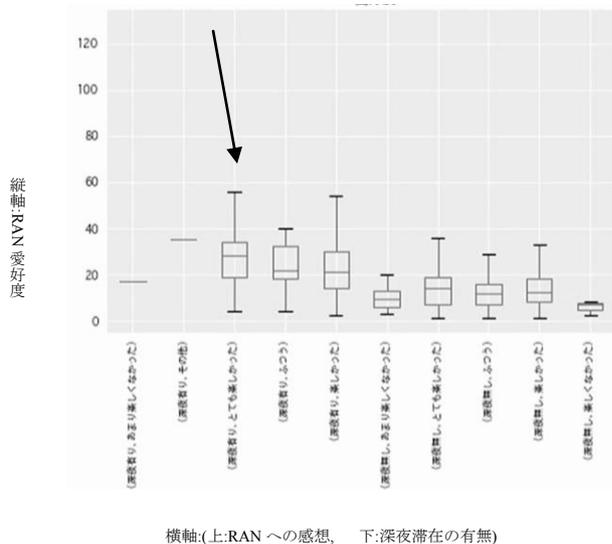
図表 9 RAN 愛好度×RAN への感想×参加人数(箱ひげ図)

縦軸:RAN 愛好度、横軸:(参加人数, RAN への感想)



図表 10 RAN 愛好度×RAN への感想×深夜滞在の有無(箱ひげ図)

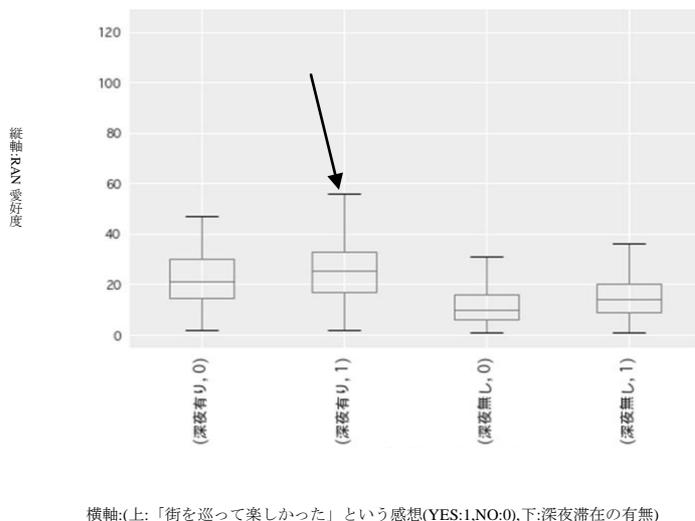
縦軸:RAN 愛好度、横軸:(深夜滞在の有無, RAN への感想)



・深夜経験の有無と RAN 愛好度、六本木への具体的な感想：

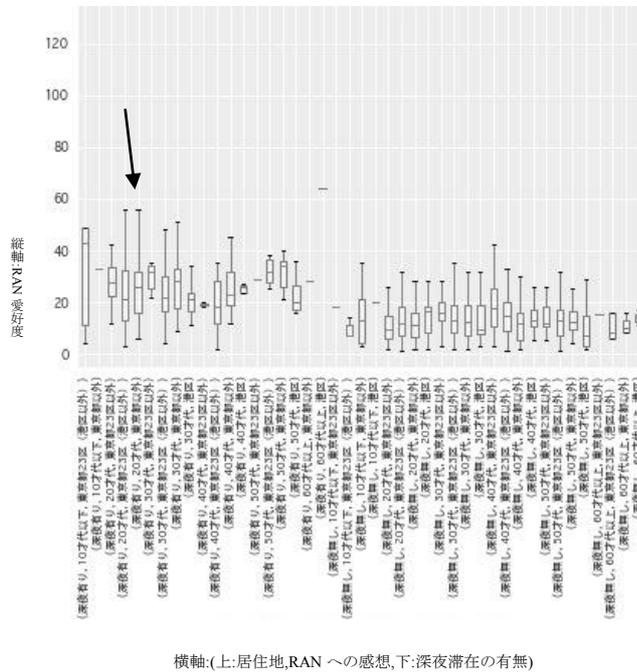
図表 11 より「深夜有」の人の具体的な感想として「街を巡って楽しかった」と回答している人ほど、RAN 愛好度は高い傾向が見られた。

図表 11 RAN 愛好度×深夜経験の有無×「街を巡って楽しかった」という感想



図表 13 RAN 愛好度×居住地×年齢(箱ひげ図)

縦軸:RAN 愛好度、横軸:(深夜滞在の有無、年齢、居住地)



3. RAN 来場者の特性を見出すために、来場理由とプログラムの関係やリピート数の関係を分析

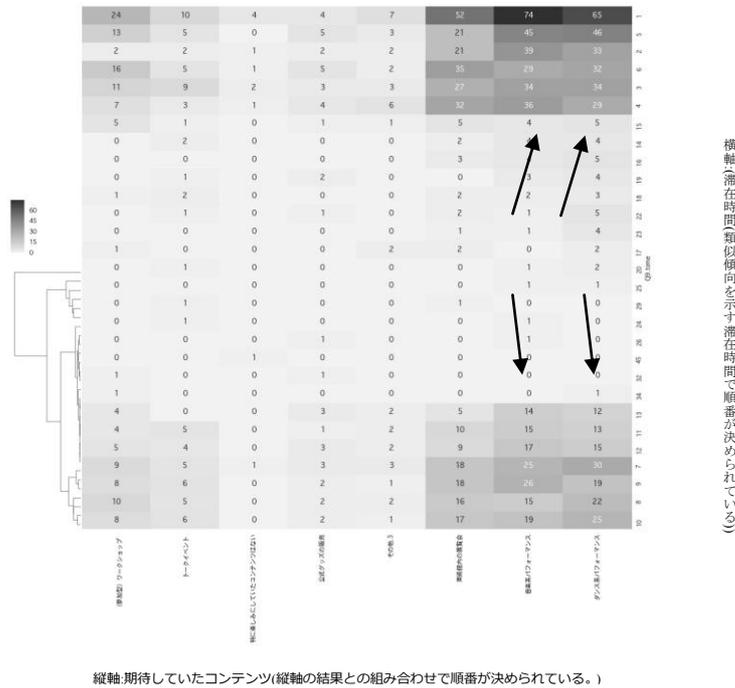
3-1. 【目的】 参加理由と参加プログラムとの関係を見ることで、RAN のプログラムの持つ性質や、それに反応した人々の動向を明らかにする。

3-2. 【考察結果】 プログラムに深くコミットする層もいれば、短時間で目立つコンテンツを楽しむ層もあり、RAN では多様な楽しみ方が担保されている。

ワークショップやトークイベントなど、深いコミットメントが求められたり、下調べをしなければ情報が得られにくいプログラムを期待している人々はRAN における滞在時間が長い。また、短時間滞在者でも接することのできるプログラムと、深夜滞在かつリピート経験のある人が参加する傾向にあるプログラムが共存しており、RAN は多様な楽しみ方が担保されている。

3-3. 【分析根拠】 まず、期待していたコンテンツと実際の滞在時間について確認しよう。

図表 14 滞在時間×期待していたコンテンツ⁹

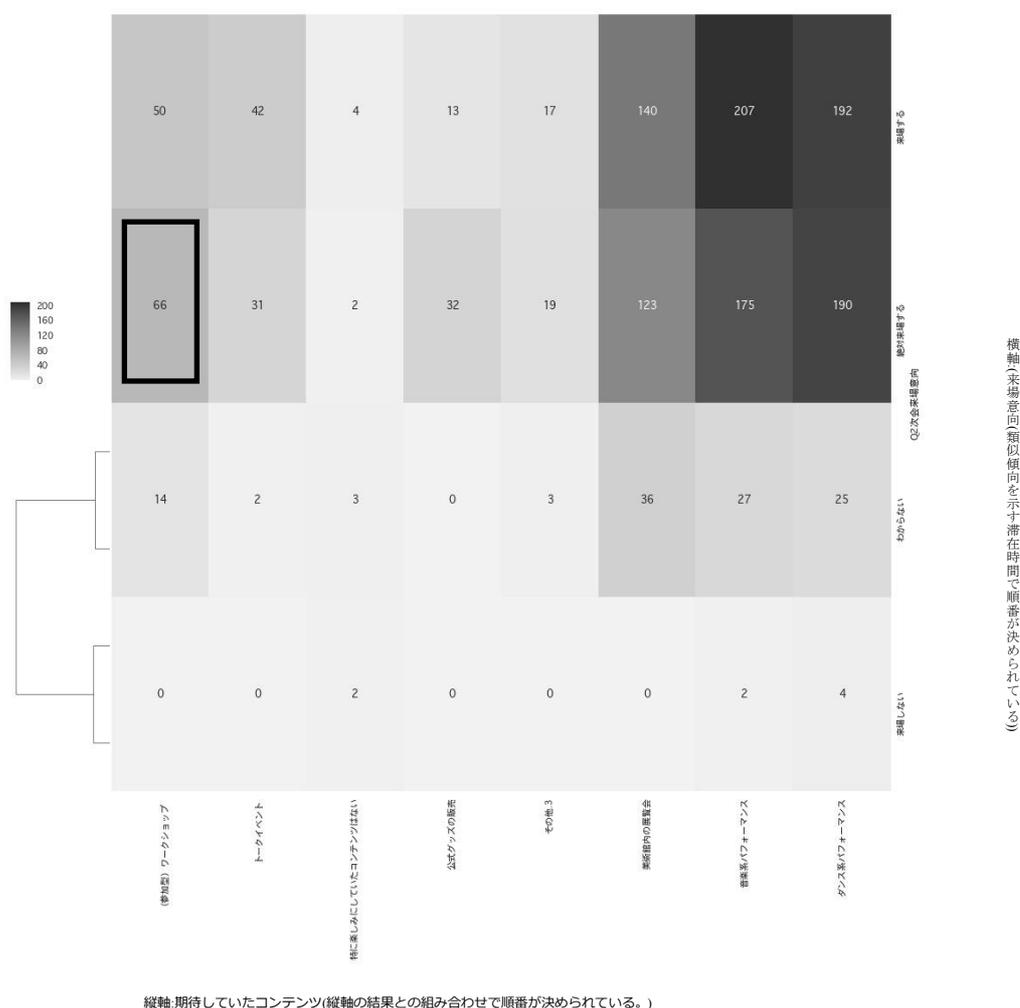


図表 14 からわかるように、ここで特徴的なのは、ワークショップといった参加型コンテンツ、あるいはトークイベントなどコアなコンテンツに期待している人は、RAN での滞在時間が長い傾向が見られたことだ。他方美術館への訪問やダンス系・音楽系パフォーマンスなどは、滞在時間にかかわらず多くの人々が期待している。

⁹ 横軸:期待していたコンテンツ、縦軸:滞在時間

このヒートマップでは類似傾向のある縦軸×横軸の塊がブロックで固まるようになっており色の濃度が濃いブロックは値が高い傾向にある。そのため縦軸、横軸は順不同となっている。枠線は本文中の内容で特に注視されたいブロックである。

図表 15 来場意向×期待していたコンテンツ¹⁰



さらに、図表 15 から次回来場意向と期待していたコンテンツとの関係を見てみると、特にワークショップに期待していた層で、次回「絶対来場する」との意向がやや高い傾向が見られた。ここから、RANでの経験は、美術館訪問やパフォーマンス鑑賞など、短時間参加者でも楽しめるコンテンツを楽しむことが大部分である一方、なかにはワークショップはRANへの深いコミットメントが要求される期待するコンテンツが混在しており、そこに反応するコアな層が一定数いることが明らかになった。

¹⁰横軸:期待していたコンテンツ、縦軸:来場意向

このヒートマップでは類似傾向のある縦軸×横軸の塊がブロックで固まるようになっており色の濃度が濃いブロックは値が高い傾向にある。そのため縦軸、横軸は順不同となっている。枠線は本文中の内容で特に注視されたいブロックである。

3-4. 【考察結果②】はじめは一般的な東京都心らしい遊びや非日常を求めて来場するが、リピート回数を重ねるごとに、RANならではの楽しみを期待する（RANのファンになっていく）のではないかと。

3-5. 【根拠となる分析】

RANらしいコンテンツへの参加と、RAN愛好度・リピート率の関係を分析する。

まず、RANらしいコンテンツに来場者がどのように反応しているかを見るために、事務局で6つのプログラムを選定した。

①近藤良平とその仲間たちの「六本木夜舞場 Vol.4（真夜中の盆踊り）」（以下「近藤良平」と略称）。
→毎年真夜中に開催される参加型ダンスプログラムであり、大変な盛り上がりを見せる。

②六本木アートナイトをもっと楽しむガイドツアー（以下「ガイドツアー」と略称）
→六本木について特に知りたい人が参加する街巡りのプログラム。

③日本フィルハーモニー交響楽団の「クラシックなラジオ体操」（以下「ラジオ体操」と略称）
→今年度初めて開催された。早朝に展開されたコンテンツのため、コアな人が楽しんでいたことが推測できる。

④スイッチ総研の「六本木アートナイトスイッチ 2016」（以下「スイッチ総研」と略称）
→2015年から始まったプログラムでありながら、2年目の今年も人気のプログラムとなっていた。

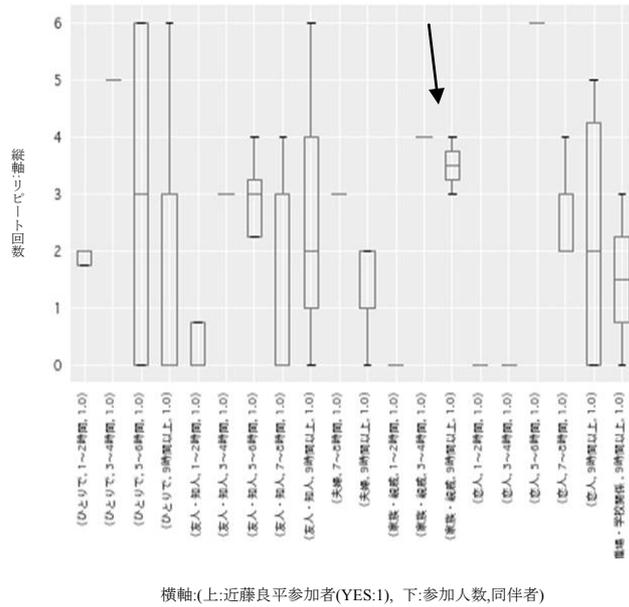
⑤カンパニー・デ・キダム「FierS Cheval～誇り高き馬～」（以下「キダム」と略称）
→本調査においても、印象的なプログラムとして挙げた人の数が多いと多く、2016年を代表するプログラムであったといえよう。

⑥中西俊博、島口哲朗、剣伎衆かむろ、吉村恵美による「SAMURAI IN ROPPOINGI!!!」（以下「SAMURAI」と略称）
→六本木の街をうまく活用したプログラムとしてRANらしいコンテンツとして位置づけることができる。

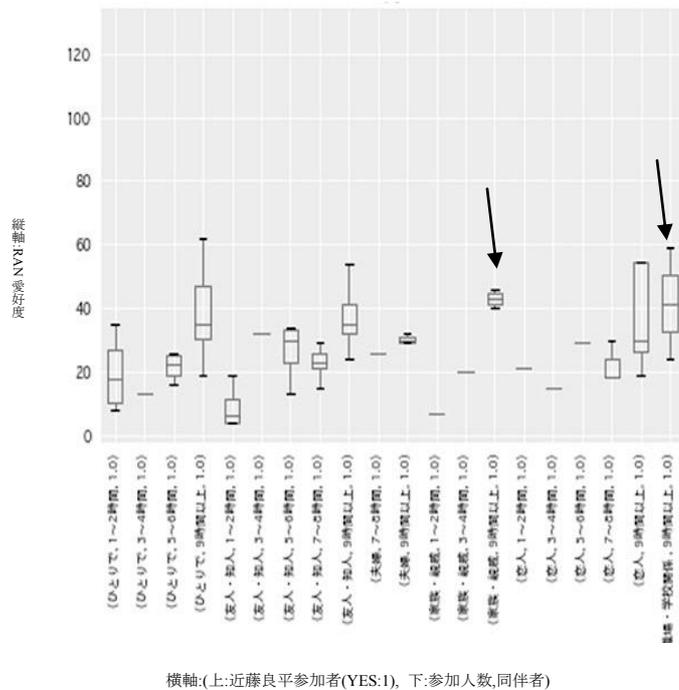
この6つのコンテンツへの参加経験と、滞在人数・同伴者について、リピート率とRAN愛好度をそれぞれ見ることにより、RANにおける楽しみ方の方向性を示す。

まず、図表 16-1 と図表 16-2 からわかることはリピート率の高い層は、近藤良平を見る傾向があることがわかる。

図表 16-1 近藤良平参加者における滞在時間・同伴者とリピート回数 (箱ひげ図)
 縦軸: リピート回数、横軸: (参加人数, 滞在時間)



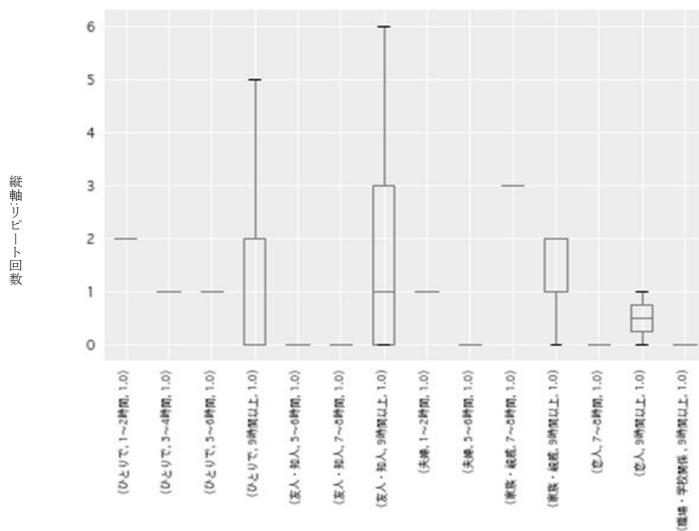
図表 16-2 近藤良平参加者における滞在時間・同伴者と RAN 愛好度 (箱ひげ図)
 縦軸: RAN 愛好度、横軸: (参加人数, 滞在時間)



このコンテンツへの参加には深夜への参加が必須であるため、おのずと RAN 愛好度も高い傾向が見られる。特に3～4回のリピート数の層において人気は高くなる。さらに、家族・親族、あるいは友人・知人と来た層において、リピート回数が多い傾向が見られた。そのため、深夜に滞在し、かつ複数人で楽しむ人々に受け入れられやすいコンテンツであるといえよう。また、リピート経験のある人は次の3つガイドツアー、ラジオ体操、スイッチ総研のうちいずれかに参加している。3つのコンテンツの性質を踏まえるとより理解できるが、これらは愛好者に人気の RAN らしいプログラムと位置づけられるだろう。

図表 17-1 ガイドツアー参加者における滞在時間・同伴者とリピート数(箱ひげ図)

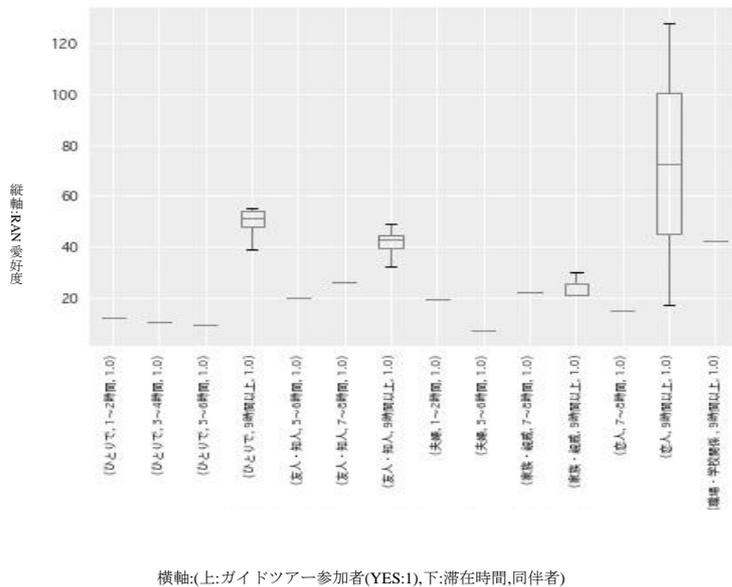
縦軸: リピート回数、横軸: (参加人数, 滞在時間)



横軸: (上:ガイドツアー参加者(YES:1), 下:滞在時間, 同伴者)

図表 17-2 ガイドツアー参加者における滞在時間・同伴者と RAN 愛好度(箱ひげ図)

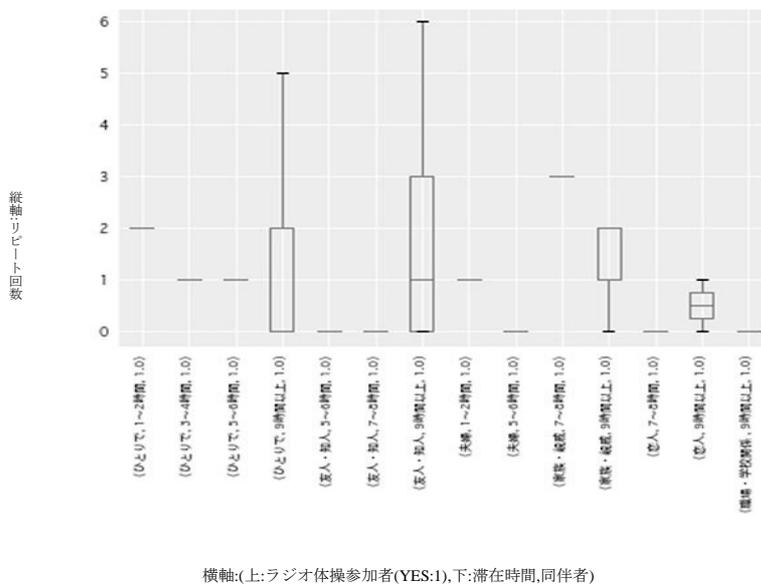
縦軸:RAN 愛好度、横軸:(参加人数, 滞在時間)



図表 17-1 と図表 17-2 からわかるようにガイドツアーは、六本木をより深く知りたい人に向けた地域住民によるガイドツアーであり、六本木ないしは RAN への強い関心がないと参加しにくい。

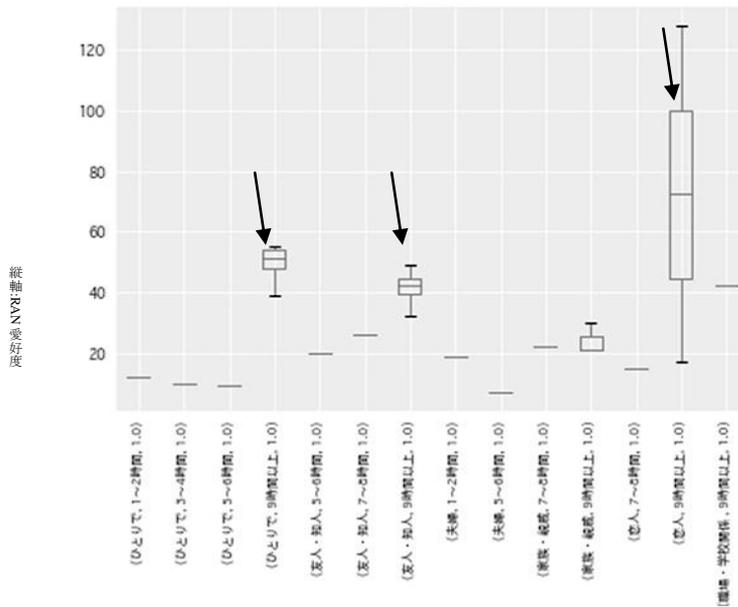
図表 18-1 ラジオ体操参加者における滞在時間・同伴者とリピート回数(箱ひげ図)

縦軸:リピート回数、横軸:(参加人数, 滞在時間)



図表 18-2 ラジオ体操参加者における滞在時間・同伴者と RAN 愛好度(箱ひげ図)

縦軸:RAN 愛好度、横軸:(参加人数, 滞在時間)

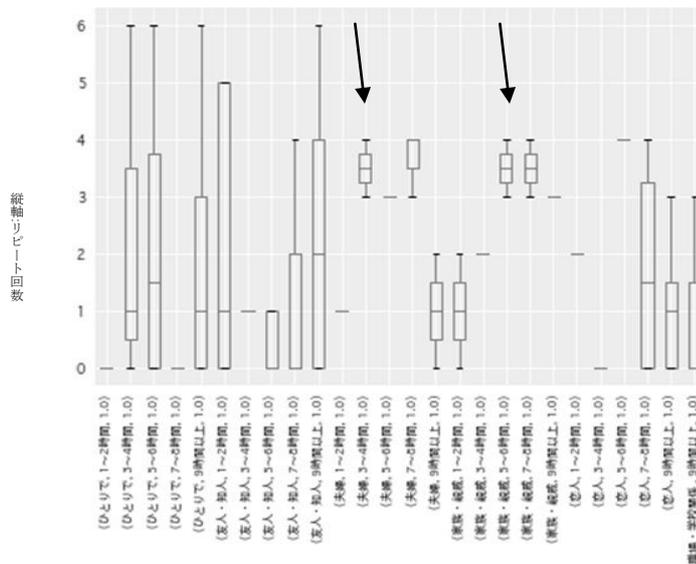


横軸:(上:ラジオ体操参加者(YES:1),下:滞在時間,同伴者)

また図表 18-1 と図表 18-2 からわかるように、ラジオ体操は前述のとおり早朝開催のプログラムで、深夜滞在してから翌朝まで残り参加していることが想定されるため、参加へのハードルがやや高く、滞在時間が長い層の参加率が高いことがわかった。

図表 19-1 スイッチ総研参加者における滞在時間・同伴者とリピート回数(箱ひげ図)

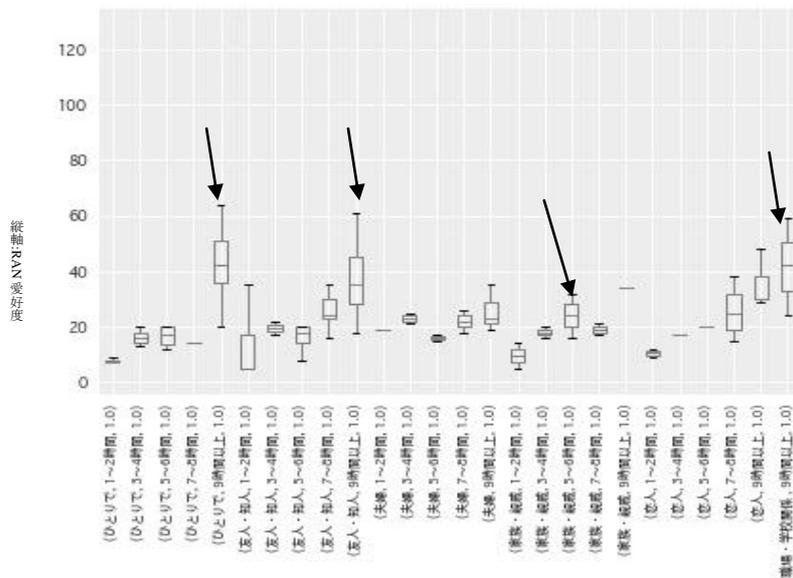
縦軸:リピート回数、横軸:(参加人数, 滞在時間)



横軸:(上:スイッチ総研参加者(YES:1),下:滞在時間,同伴者)

図表 19-2 スイッチ総研参加者における滞在時間・同伴者と RAN 愛好度(箱ひげ図)

縦軸:RAN 愛好度、横軸:(参加人数, 滞在時間)

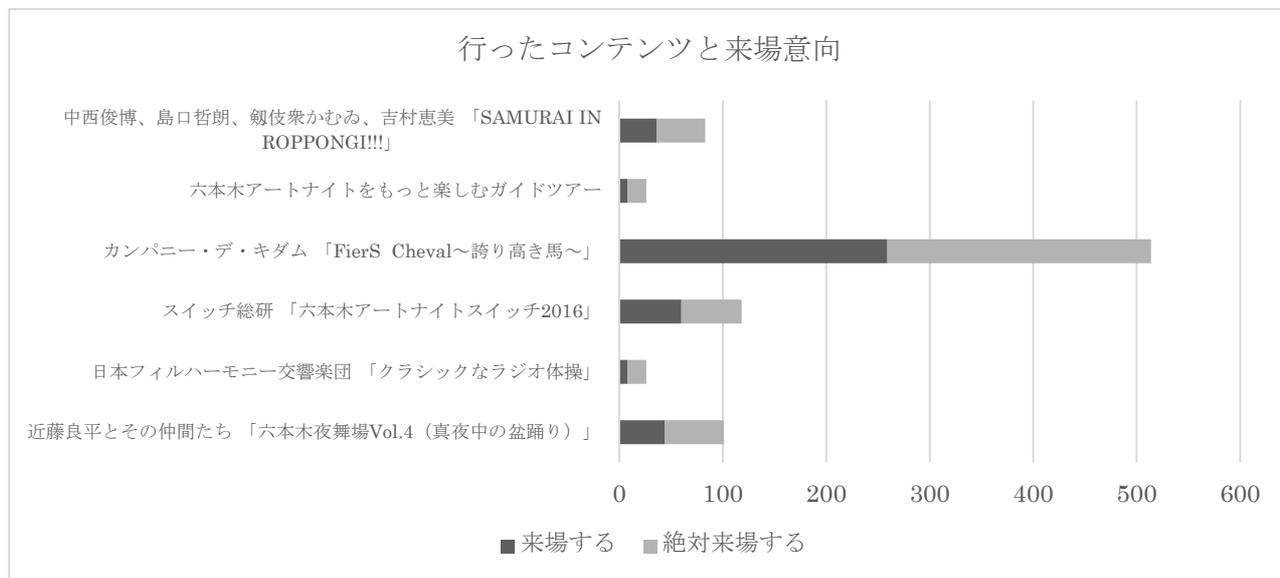


横軸:(上:スイッチ総研参加者(YES:1),下:滞在時間,同伴者)

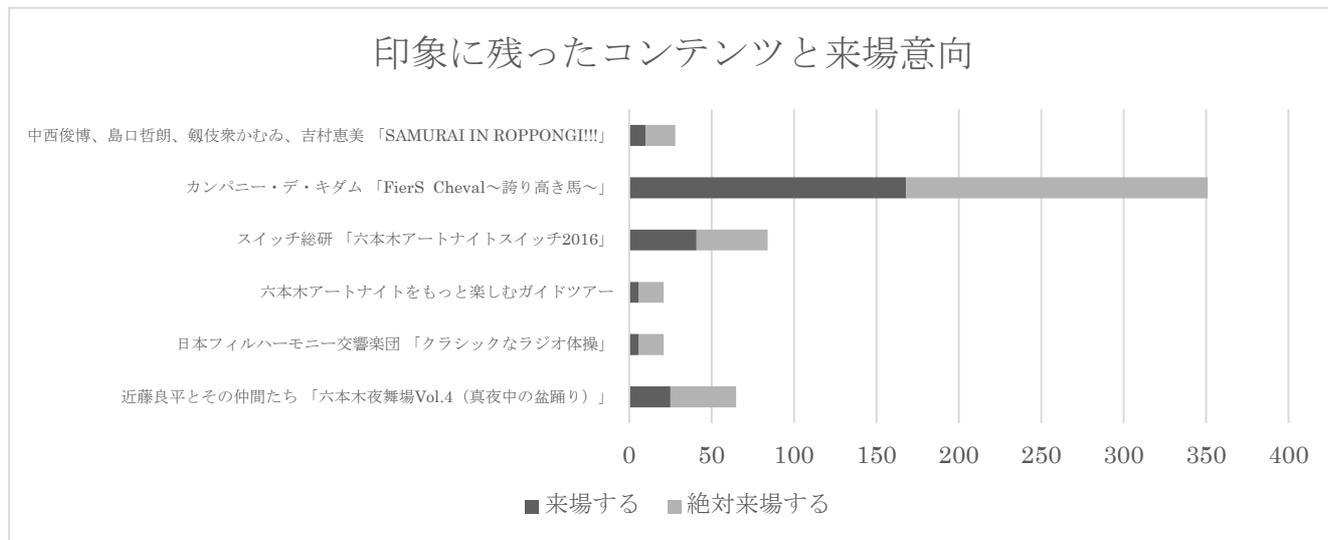
そして図表 19-1 と図表 19-2 からわかるようにスイッチ総研はパフォーマンスが街中で多発することから、より深く楽しむためには事前の情報収集が重要なプログラムであるといった特徴をもつ。中でもスイッチ総研はキダムに次いで参加コンテンツならびに印象に残ったコンテンツでの回答数が多い。来場意向においても「絶対来場する」ならびに「来場する」の回答がキダムに次いで多かった(図表 20, 21)¹¹。そのため RAN における新たな定番になる可能性を持っていたといえよう。

¹¹ なお、ここでは「来場しない」の数が少数になるため、「来場する」と「来場しない」のみ抽出した。

図表 20 来場意向とコンテンツ参加経験（総数）

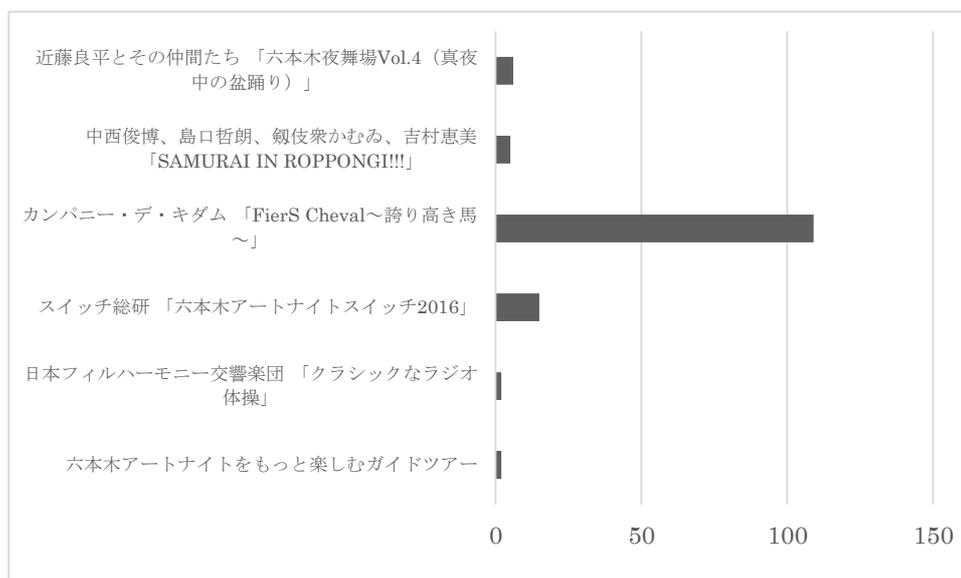


図表 21 来場意向とコンテンツ参加経験（総数）



他方、図表 22 からわかるようにキダムは屋外での短時間のパフォーマンスであり、短時間滞在者（1-2時間参加者）の参加経験率が高い。そのため、キダムのために来場し短時間滞在し人がある人が多いと考えられる。

図表 22 1-2 時間滞在(回答者)の参加したコンテンツの回答数



3-6. 【目的②】 RAN 来場理由とリピート数の関係を分析し、RAN への来場理由が変化するかを見ていきたい。

3-7. 【考察結果】 高感度で楽しみを得るために来ていた層が、次第にコンテンツを重視し目的をもって来場するようになる。

3-8. 【分析根拠】 来場理由については次の5つに類型化し分析した。この分類は RAN の設問の複数の来場理由から、代表的な要素を抽出し、傾向を分析するためにまとめた。

- ①毎年来ているので
- ②六本木で開催されるので
- ③コンテンツ重視：みたいアート作品があったので、聞きたい音楽イベントがあったので、参加したいワークショップがあったので
- ④情報感度高：大規模なアートイベントなので、周囲で話題になっていたので、友人・知人が行くので
- ⑤祭りを楽しみたい：オールナイトのイベントなので、友人などと飲んで盛り上がりたいので、参加したら面白そうなので、お祭り（フェス）的なイベントなので

①②は行動、習慣に関わるもので、③はアートへの関心に関わるもの、④⑤は都心らしい関心の持ち方が来場理由となっていると考え、分類した。

この5類型とリピート回数のクロス集計の結果が図表 23 である。ここから特徴的なことは、RAN に初めて参加する人は参加理由が④情報感度高と⑤楽しみたいに偏っていることだ。②からは六本木で開催されることが来場理由から減る事から、来場者が六本木に親しみを覚えているのではないかと考えられる。他方3年目以降には、①毎年来ているのではもちろんのこと、③コンテンツ重視の回答が目立つようになり、④・⑤を答える人は減少する。

図表 23 参加理由×リピート回数

リピート回数	①毎年来ているので	②六本木で開催されるので	③コンテンツ重視	④情報感度高	⑤祭りを楽しみたい
始めて	0	73	991	892	217
1年目	54	22	68	78	84
2年目	91	21	51	61	60
3年目	81	7	52	49	40
4年目	81	7	34	36	30
5年目	37	8	17	18	15

4. RAN を通じての六本木の街のイメージ向上ははかられたのか？

4-1. 【目的】参加理由から見て、六本木のイメージが向上した人々や、ポジティブなイメージを持った人々が持つ属性や、彼らが RAN でとった行動を把握する。

4-2. 【考察結果①】アートを見ることが来場理由ではなかった層、噂を聞いていた層でイメージ変化が起こりやすい。

4-3. 【分析根拠】六本木のイメージが向上した人の属性・動向の特徴

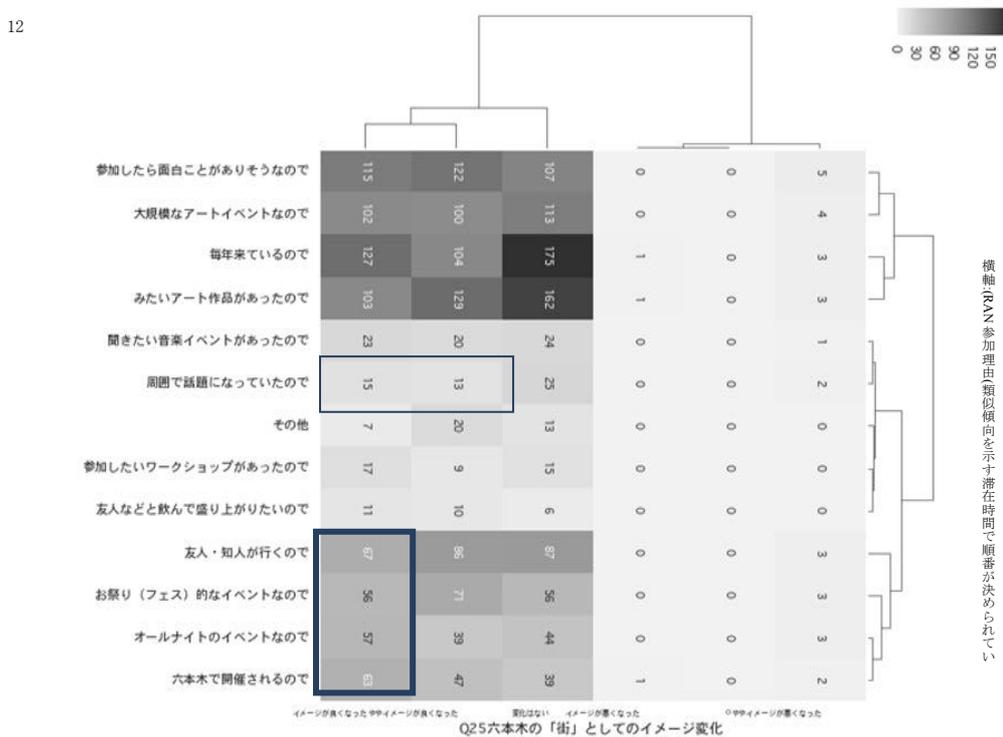
RAN 開催において六本木のイメージ向上は重要な要素である。ここではその傾向を明らかにするため、「六本木に対するイメージ」の質問について詳しく見る。

六本木に対するイメージの変化について、「イメージが悪くなった」、「ややイメージが悪くなった」については回答が少なかったため、「変わらなかった」と「ややイメージが良くなった」・「イメージが良くなった」の間の差異を中心に分析を行った。

・ 来場理由との関係：

図表 24 からわかるように「六本木で開催されているので」と「友人・知人が来ているので」の回答において、「イメージが良くなった」の数が最も多い。ここから推測できるのは、アートへの関心が薄い層、あるいはイベントの噂を聞いていた程度の層で六本木へのイメージ変化が起こりやすいということである。

図表 24 六本木のイメージ変化×RAN 参加理由



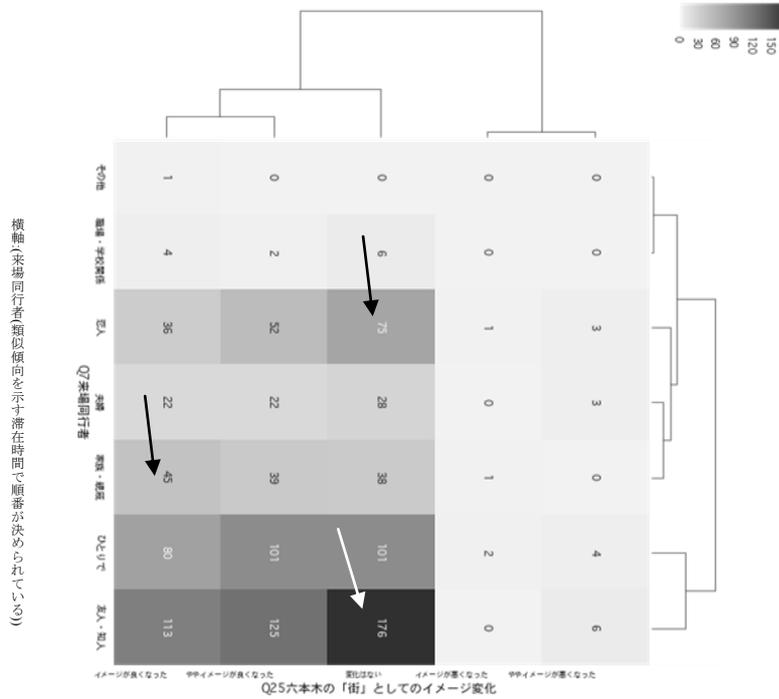
・ 同伴者との関係：

図表 25 からわかることは、「家族・親戚」と来た人の中では「ややイメージが良くなった」、「イメージが良くなった」の数が多く、逆に「恋人」や「友人・知人」と来た人は「かわらない」とした人が突出している。

¹²横軸:六本木の「街」としてのイメージ変化、縦軸:RAN 参加理由

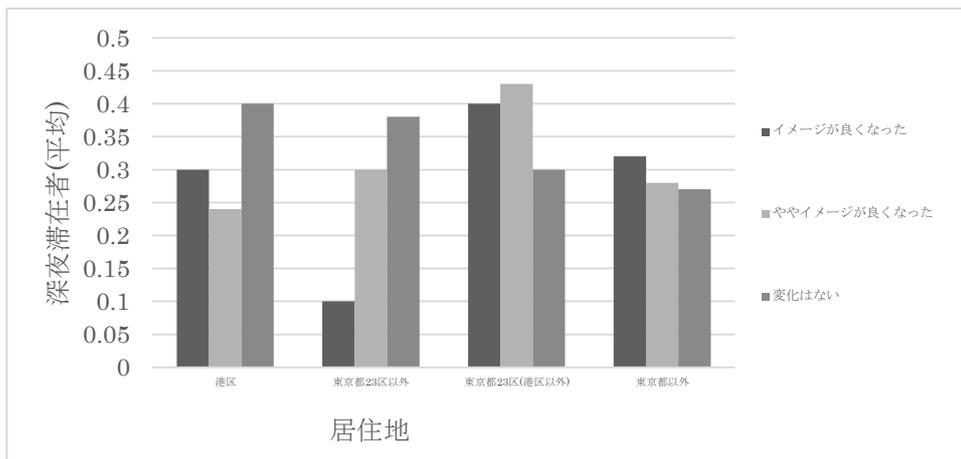
このヒートマップでは類似傾向のある縦軸×横軸の塊がブロックで固まるようになっており色の濃度が濃いブロックは値が高い傾向にある。そのため縦軸、横軸は順不同となっている。枠線は本文中の内容で特に注視されたいブロックである。

図表 25 六本木のイメージ変化×同伴者¹³



縦軸:六本木の「街」としてのイメージ変化(縦軸の結果との組み合わせで順番が決まっている。)

図表 26 深夜滞在者における六本木のイメージ変化×深夜滞在



¹³横軸:六本木の「街」としてのイメージ変化、縦軸:来場同行者

このヒートマップでは類似傾向のある縦軸×横軸の塊がブロックで固まるようになっており色の濃度が濃いブロックは値が高い傾向にある。そのため縦軸、横軸は順不同となっている。枠線は本文中の内容で特に注視されたいブロックである。

・居住地と深夜経験の有無：

図表 26 からわかるように深夜経験の有無はあまり影響が見られない一方で、港区以外の 23 区在住者においてイメージ向上の機会となったことがわかる。

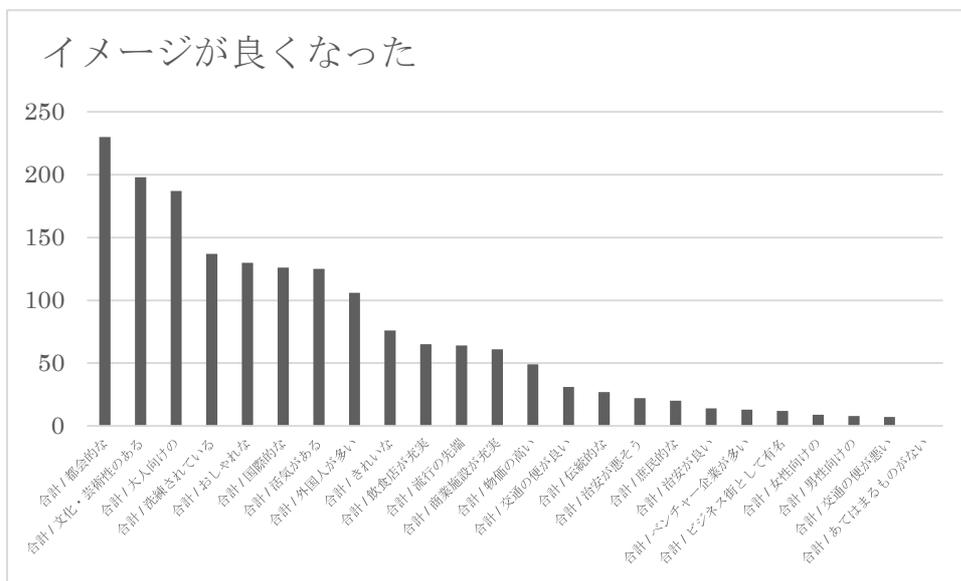
4-4. 【考察結果②】六本木に対して「文化・芸術性のある」というイメージを持つ人は RAN への期待やコミットメントが高い。特に 23 区在住者でその傾向が強い。

ただし、六本木に肯定的なイメージを持つようになった人が RAN に来るようになったのか、肯定的なイメージを持っているから RAN に来ているのかその因果関係までは本調査からは断定することはできない。

4-5. 【分析根拠】イメージ向上とイメージの種類の関係

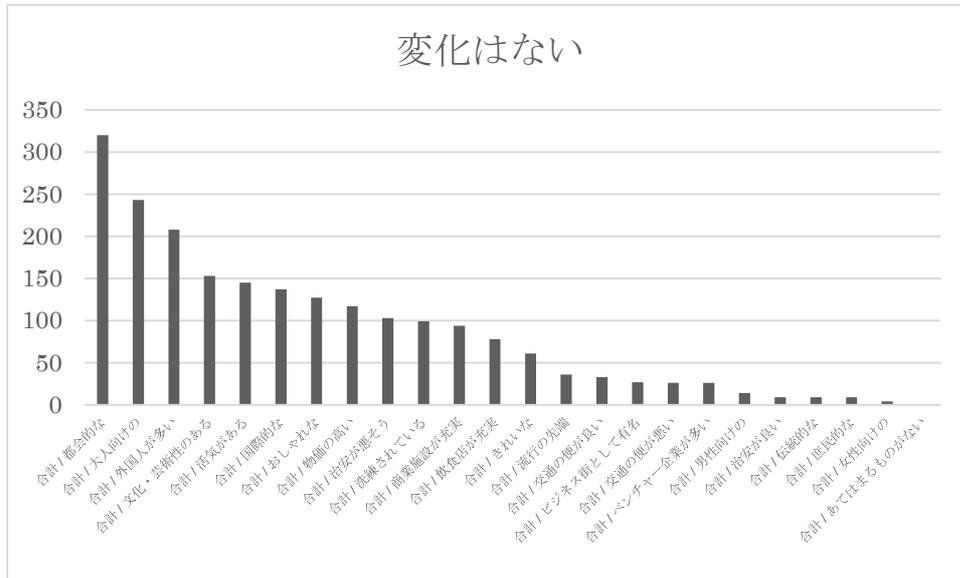
続いて、六本木に対してもつイメージの種類と、イメージ変化について見てみたい。イメージが良くなった人が六本木に対して持つイメージは「都会的な」、「流行の先端」、「文化・芸術性のある」、「洗練されている」、「おしゃれな」と、全てポジティブな意味を持つ言葉であった（図表 27）。

図表 27 イメージが良くなった×イメージの種類



他方、変化がないとする人が持つ六本木に対するイメージは、「都会的な」、「大人向けの」、「外国人が多い」、「商業施設が充実」、「活気がある」、「物価の高い」、「治安が悪そう」であり、一部ネガティブな意味合いを持つ言葉が含まれている（図表 28）

図表 28 イメージの変化がない×イメージの種類



ここで「文化・芸術性のある」とする回答に注目したい。図表 29 から「文化・芸術性のある」と回答した人と、居住地と来場意向の関係を見てみると、図表の総監として来場意向（絶対来場する・来場する）の回答割合が高い。さらに「絶対来場する」について詳しく見ると、23 区在住者でその割合が高く、特に港区在住者は突出している。

図表 29 「文化・芸術性のある」と回答した人のうちでの居住地と来場意向¹⁴

	絶対来場する	来場する	わからない	来場しない
港区	61%	36%	2%	0%
東京都 23 区以外	40%	52%	8%	0%
東京都 23 区 (港区以外)	49%	42%	6%	2%
東京都以外	44%	51%	6%	0%

4-6. 【目的②】 RAN 体験後のイメージの種類と六本木への感想の関係を探り、RAN が六本木の街のイメージ変化に寄与しているか探る。

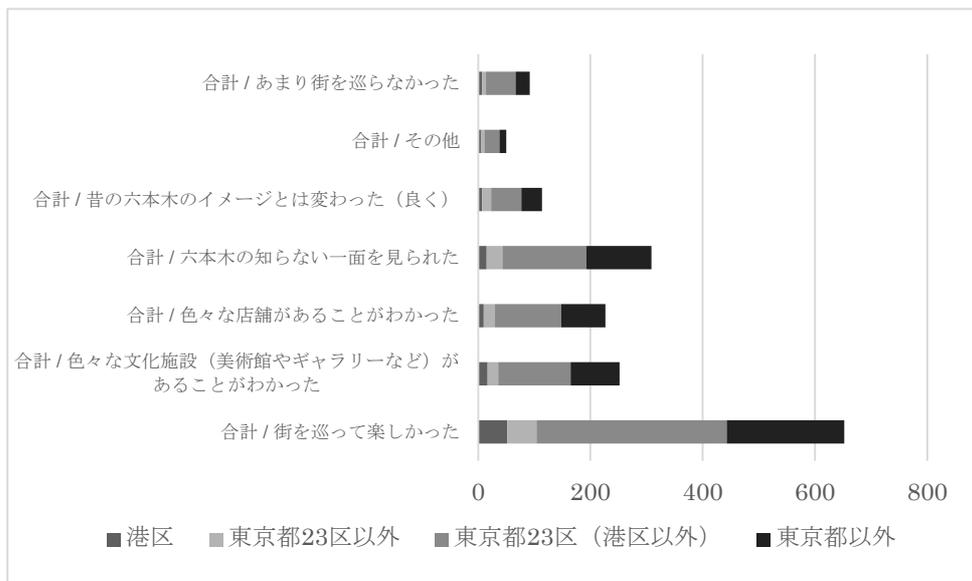
4-7. 【考察結果】 RAN への参加は、六本木という街の新たな一面を発見する機会を提供する。

¹⁴ 図表 29 に関しては、「文化芸術性のある」と回答した層の中の来場意向×居住地でクロス集計したリポート数の実数を全体のリポート総数を 100%と考え、居住地ごとに割合を算出している。

4-8. 【分析根拠】

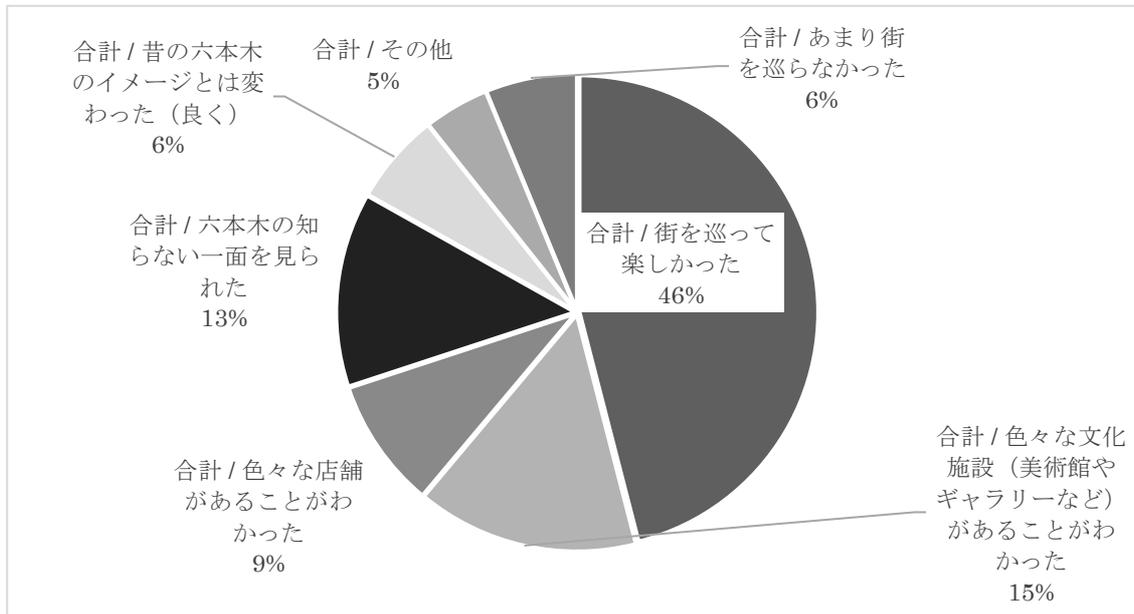
RAN の経験の中でも六本木の街に対して抱いた具体的な感想の全体の傾向としては、「街を巡って楽しかった」が最も多いが、中には文化施設や店舗の発見など、深いかわり方をしている人もいる。

図表 30 居住地別の六本木の「街」についての感想（総数）



さらに地元住民である港区民の感想を詳しく見てみたい。図表 31 からわかるように、「街を巡って楽しかつた」が大半を占めるのは全体の傾向と同じであるが、港区在住者であっても色々な文化施設や店舗を発見する機会となったことがわかる。

図表 31 港区在住者の六本木に対する感想



5. RAN ならではの来場者層について

5.1 深夜滞在者

【目的】 ナイトカルチャーの創出や牽引が RAN にとって重要なため、RAN をナイトイベントとして楽しんでいる深夜滞在者の属性や動向をみる。

5-2. 【考察結果①】 RAN への愛好度が高い人が深夜参加する傾向があるが、美術館来訪頻度が低い美術愛好者ではない人でも深夜楽しんでいる。

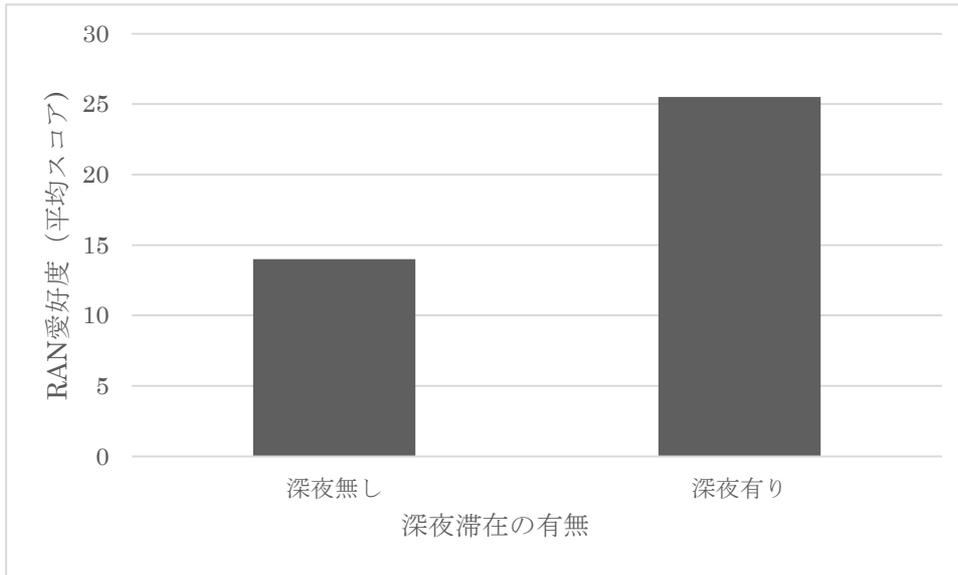
ここから、RAN は、アートイベントとしてだけではなく、ナイトカルチャーとしての要素を重視して楽しむことが可能であることが推測できる。

5-3. 【分析根拠】 深夜滞在者の属性と性質を分析する。

イベントがオールナイトで行われることは RAN の重要な特徴である。そのため、RAN に深夜まで滞在している層は RAN らしきを作り出し、RAN を満喫しているはずの層だと推測でき、重要なターゲットである。そこでここでは 23 日 0～5 時までに滞在していた深夜滞在者の動向やマインド、感想について見ていった。

まず、図表 32 からわかるように、深夜滞在者の方が RAN 愛好度は高い。

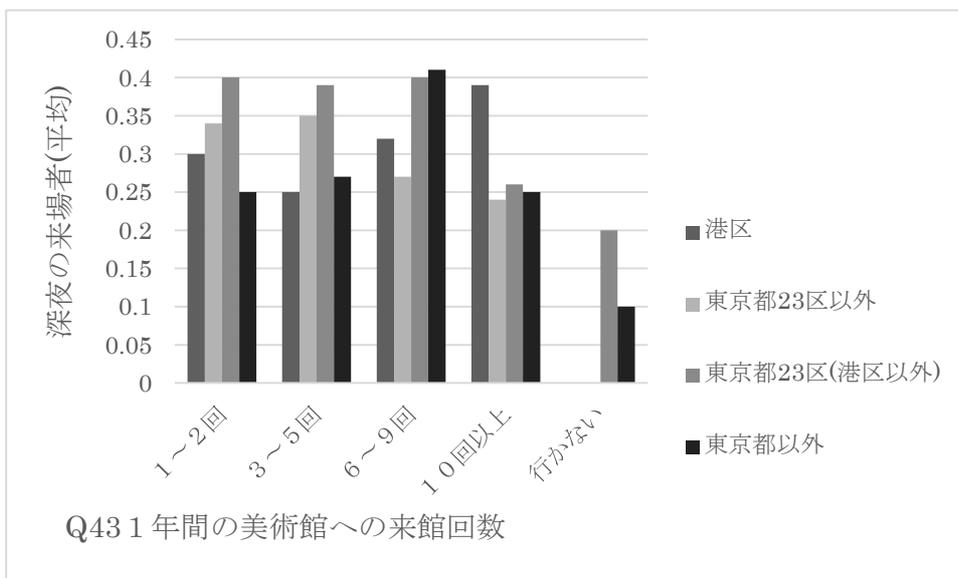
図表 32 深夜滞在の有無×RAN 愛好度（平均）



他方、RAN 愛好度と深夜滞在との間に親和性がある一方で、普段美術に親しんでいない層でも深夜参加しているという特徴を見ることができる。

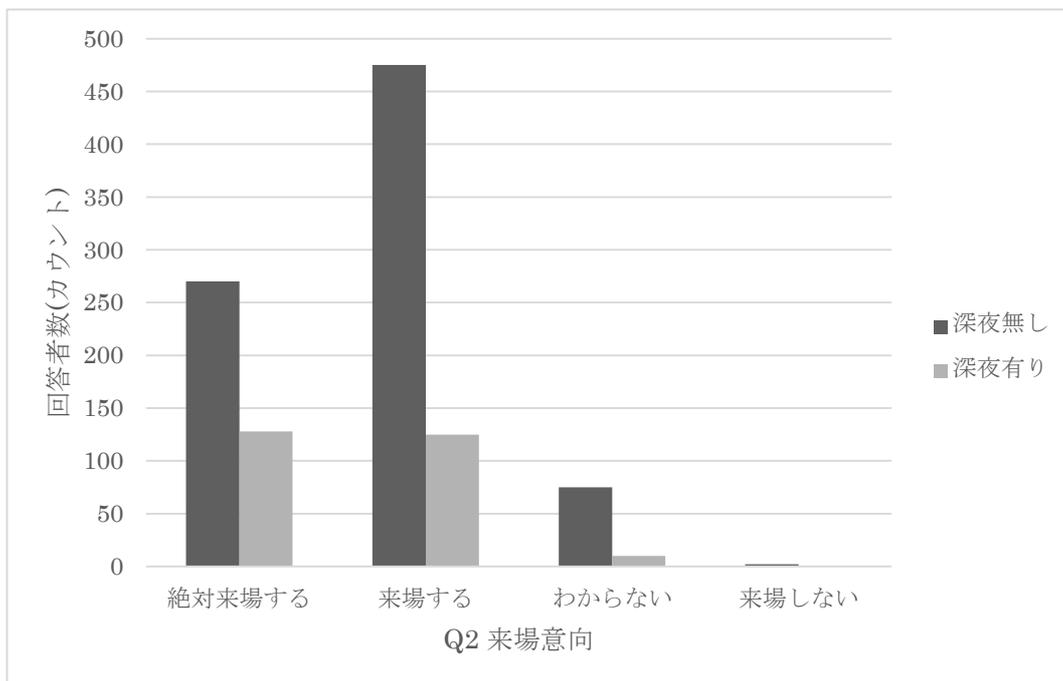
美術館への参加経験と居住地の関係を見てみると、特に港区在住の10回以上参加経験において深夜参加の時間は長い一方、美術館への参加経験のない層も一定数参加していることがわかる（図表 33）。

図表 33 深夜参加者（平均時間）における、居住地×美術館の参加経験



さらに、図表 34 で来場意向について見てみると、深夜滞在者も「絶対来場する」と「来場する」の回答が横並びであり、「来場しない」と「わからない」の回答数が少ないことから、来場意向に対してポジティブな傾向があることがわかる。

図表 34 深夜経験の有無×来場意向



5-4. 【考察結果②】深夜参加は、経済活動を促す。

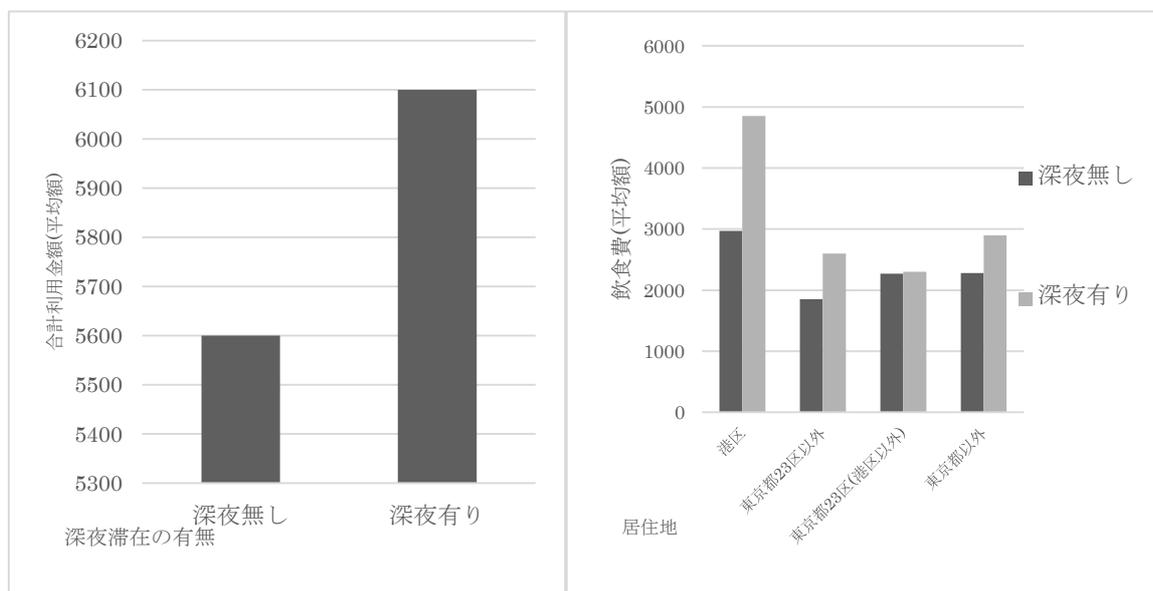
5-5. 【分析根拠】

- ・深夜滞在と経済効果の関係：深夜滞在の方が RAN における使用金額の合計は高い。（図表 35 左）
- ・飲食費と居住地：

特に港区在住者で飲食費の平均が高い傾向が見られる。（図表 35 右）

ここから RAN は経済行動を促すことに繋がり、その結果来場者は RAN を通じて街を楽しんでいるということができよう。

図表 35 深夜参加の有無の RAN 参加中の合計利用金額(平均)、並びに居住地と飲食費(平均)



図表 35 からわかるように、深夜滞在者は RAN で使用する金額の平均が高く、飲食費も高い。

5-6. 【目的】 港区在住者にとっての RAN の位置づけと、RAN における動向をみることで、RAN が地域住民のための祭りになりえているのか確認する。

5-7. 【考察結果】 RAN は港区在住者にとっても地元のイメージを向上させ、地域を知る機会を提供している。

RAN が地域に根ざしたアートフェスティバルになるためには、地域住民は重要なアクターである。港区在住者の中には RAN 愛好度が特に高い人や、深夜滞在を楽しみ、リピート意向の高い層も一定数いるため、RAN は地域の人々にも受け入れられているといえよう。ただし現時点では「地元の祭り」となりえるまでの強いコミットメントはみられない。他方、いわゆるコアなかかわり方ではなく、ライトに地元住民が RAN に関わっている可能性もある。

5-8. 【分析根拠】 港区在住者の特徴——「自分たちの祭」として認識しえているか

港区在住者の分析については、1-3、2-6、4-3、4-4、5-5 で述べているため、ここでは改めてその特徴を確認したい。

- ・ 本調査の回答者では主婦層で港区在住者の割合がとくに高い（図表 1, 2）。
- ・ RAN 愛好度は他地域と同程度である（図表 1, 2）、
- ・ 港区在住の 30 代で深夜も参加していた人は特に RAN が高い傾向が見られた（図表 13）。
- ・ イメージの変化では、港区在住者はイメージが「変わらない」とする回答がやや多い（図表 26）。
- ・ 六本木に「文化・芸術性が高い」というイメージを持っている人では、「絶対来場する」と回答する人の割合が高く、「来場する」を含めるとほぼ全員が当てはまる（図表 28）。
- ・ さらに、港区民にとっても文化施設や店舗を新たに知ることができる発見のあるイベントとして RAN が位置付けられる（図表 30）。
- ・ RAN は港区在住者にとって地元の飲食店を訪問する機会を提供している。（図表 34）。

6. RAN のすそ野をひろげる RAN ならではの「ライト層」の傾向

6-1. 本稿では、RAN 来場者のうちで特にアートに親和性の高い人々の動向を、RAN 愛好度を用いることによって測定した。彼らは、RAN を深めていくために重要な層である。しかし、RAN はアート愛好者を引きつける単なるアートイベント以上の側面も持っている。そのことは、RAN 開催 7 回目にして 4 割近い人々が初参加者であることと関係している。そこで以下では、RAN 愛好度は高くないが RAN のすそ野を広げうる人々を「ライト層」と位置づけ、彼らがどのような属性の人々化データに基づき仮の設定にする。

6-2. 具体的な想定像①：深夜まで滞在する盛り上がり重視の層

これらの層は、RAN をアートイベントとしてよりはむしろ、「何か面白そうなことがありそうなイベント」、「友人たちと盛り上げられるイベント」、あるいは「ナイトイベント」の一つとして認識し、その祝祭性を重視していると考えられる。リピート回数、滞在時間、閲覧作品数を総合した RAN 愛好度においては高い数値を示さないが、例えばリピート回数は多いが短時間の滞在の人々、初参加であるが深夜まで滞在する人々など、多様なかかわり方が想定される。このような人々でも触れられる代表的なプログラムがキダムのようなエンターテインメント性が高く、目立つパフォーマンスである。RAN を美術イベントとしてとらえるならば、コアのターゲットではないため、調査においては重視されにくい。しかし、RAN がナイトカルチャーを含むエンターテインメントイベントである以上、RAN にイベント性を求める人たちも、ボリュームゾーンであり重要な参加者である。そして、RAN を入り口として、美術にも今後強い関心を持つ可能性も秘めている。

6-3. 具体的な想定像②：港区在住のファミリー層

港区在住者はいわゆるアートコアファン層とは違う楽しみ方をしている可能性がある。身近で開催しているイベントだからこそ、たまたま知って行ってみたいというように、短時間のみ気軽に参加できるのが港区在住者にとっての RAN ではないだろうか。

そして港区在住者であっても RAN を通じて街の知らない文化施設や店舗を発見したり、新たな一面を発見したりできることから、RAN は新たな街とのかかわり方を提示できるイベントになりえているとわかる。

その時に鍵となるのが港区在住のファミリー層である。アートが好きというよりも、近所で何か楽しそうなイベントがやっているから参加したという層は一定数いると推測できる。これは本調査の回答者において港区在住の主婦が多いことともかかわっていよう。今後 RAN がより一層地域のイベントとなっていくためには、港区在住者が当事者性を持ってかかわることができる回路が必要だと考えられる。

7. まとめ

7-1. 総括

本稿では、性別・年代といった基本属性での分析を前提としたうえで、日常の美術経験や RAN への期待、さらには実際の過ごし方、あるいは居住地などを軸として発展的な分析を行った。これは、RAN を含めたアートイベント・アートフェスティバルへのかかわり方を分析する際の新たな見方を提示したといえよう。

本稿において、RAN へ深くかかわる RAN 愛好度が高い人は、アートフェスティバル来訪よりも美術館来訪との関連が強いことが明らかになった。その一方で、深夜滞在する層の中に、必ずしもアート愛好度が低い層も存在する。また、港区在住者の RAN 愛好度は他地域在住者とあまり変わらないものの、RAN を通じて地元の新たな側面を発見している層も存在する。このような深夜滞行者や港区在住者は、アートを目的として参加する層だけではないため、RAN の活動のすそ野を広げること寄与している。

毎年一定の新規参加者が存在し、様々な人が関わりうるということは、アートイベントとしての強みである。特に 30 代を中心に働き盛りの人々を引き付ける、様々な属性の人を許容できる懐の深さが、都市型アートフェスティバルとしての RAN の特徴であることが本稿からいうことが出来よう。

7-2. 今後の調査における課題

最後に、今後の RAN に関する調査における課題点や改善点を提示し、本稿を閉じたい。

まず、六本木地域の重要なアクターは住民（夜間人口）だけではなく、在勤者（昼間人口）も含まれる。在勤者も含めて「地域の祭り」として RAN を認識してもらうことが今後の展開には不可欠である。

本調査では居住地は聞いているが、勤務地については訪ねていない。今後六本木の昼間人口へのアプローチ度を測るためには、在勤地を訪ねることは必須であろう。

さらに今年度より新たに追加した六本木のイメージアップについての質問は、RAN への参加とイメージ変化の因果関係をよりの確にとらえられるよう、今後文言や選択肢を精査する必要がある。

また、東京という国際都市を代表するフェスティバルとなることを目指す RAN にとって、在京の海外関係者の取り込みも今後の課題である。そのため、実際の動向を知るためにも来場者の外国人比率を調べることで、さらに可能であれば英語でのアンケート調査も検討すべき点であろう。

RAN2016 来場者アンケート 質問一覧

質問の類型は下記の通り。各質問に略号を付加した。

SA：シングルアンサー。一問一答

MA：マルチアンサー。一問につきいくつでも回答可。

NA：ナンバーアンサー。具体的な数値を記入

FA：フリーアンサー。自由筆記。

回答別 SA

1. 現場アンケート
2. ネットアンケート

Q1「六本木アートナイト2016」への感想 SA

1. とても楽しかった
2. 楽しかった
3. ふつう
4. あまり楽しくなかった
5. 楽しくなかった
6. その他

Q1_6【その他】 FA

Q2 次会来場意向 SA

1. 絶対来場する
2. 来場する
3. わからない
4. 来場しない

Q3 認知経路 MA

- ・ 各施設(六本木ヒルズ、国立新美術館など) 訪問時
- ・ テレビ
- ・ ラジオ
- ・ 新聞
- ・ 雑誌
- ・ ウェブ
- ・ 六本木アートナイト公式ウェブサイト
- ・ 六本木アートナイトの公式 Facebook
- ・ その他の Facebook
- ・ 六本木アートナイトの公式 Twitter
- ・ その他の Twitter

- ・ ブログ記事
- ・ 六本木アートナイトの公式 YouTube
- ・ 開催施設(六本木ヒルズ、国立新美術館など)の公式ウェブサイト
- ・ 東京都、アーツカウンシル東京のウェブサイト
- ・ 交通広告：日比谷線六本木駅のビジョン (映像) 広告
- ・ チラシ：美術館やギャラリー、飲食店
- ・ チラシ：開催施設(六本木ヒルズ、国立新美術館など)
- ・ 友人・知人から
- ・ 当日知った
- ・ その他

Q3_21【その他】 FA

Q4 来場きっかけ (マインド) MA

- ・ 毎年来ているので
- ・ 友人・知人が行くので
- ・ みたいアート作品があったので
- ・ 聞きたい音楽イベントがあったので
- ・ 参加したいワークショップがあったので
- ・ オールナイトのイベントなので
- ・ 友人などと飲んで盛り上がりたいたので
- ・ 六本木で開催されるので
- ・ 参加したら面白そうなので
- ・ お祭り (フェス) 的なイベントなので
- ・ 大規模なアートイベントなので
- ・ 周囲で話題になっていた
- ・ その他
- ・ あてはまるものはない

Q4_13【その他】 FA

Q5 楽しみにしていたコンテンツのジャンル MA

- ・ 現代アート
- ・ 音楽系パフォーマンス
- ・ ダンス系パフォーマンス
- ・ (参加型) ワークショップ
- ・ トークイベント
- ・ 美術館内の展覧会
- ・ 公式グッズの販売

- ・ その他
- ・ 特に楽しみにしていたコンテンツはない

Q5_8【その他】 FA

Q6 利用交通機関 MA

- ・ 地下鉄
- ・ 都バス
- ・ タクシー
- ・ 自家用車
- ・ ちいばす
- ・ 徒歩
- ・ 六本木アートナイト 無料シャトルバス（行き）
- ・ 六本木アートナイト 無料シャトルバス（帰り）
- ・ その他

Q6_9【その他】 FA

Q7 来場同行者 SA

1. 家族・親戚
2. 友人・知人
3. 恋人
4. 夫婦
5. 職場・学校関係
6. ひとりで
7. その他

Q7_7【その他】 FA

Q8 来場人数 SA

1. 2人
2. 3人
3. 4人
4. 5人以上

Q9 会場に居た時間帯 MA

- ・ 10/21（金）11時台
- ・ 10/21（金）12時台
- ・ 10/21（金）13時台
- ・ 10/21（金）14時台
- ・ 10/21（金）15時台
- ・ 10/21（金）16時台
- ・ 10/21（金）17時台（コアタイム①開始 17:30）

- ・ 10/21（金）18時台
- ・ 10/21（金）19時台
- ・ 10/21（金）20時台
- ・ 10/21（金）21時台
- ・ 10/21（金）22時台
- ・ 10/21（金）23時台
- ・ 10/22（土）11時台（デイトタイム開始 11:00）
- ・ 10/22（土）12時台
- ・ 10/22（土）13時台
- ・ 10/22（土）14時台
- ・ 10/22（土）15時台
- ・ 10/22（土）16時台
- ・ 10/22（土）17時台（コアタイム②開始 17:30）

- ・ 10/22（土）18時台
- ・ 10/22（土）19時台
- ・ 10/22（土）20時台
- ・ 10/22（土）21時台
- ・ 10/22（土）22時台
- ・ 10/22（土）23時台
- ・ 10/23（日）0時台
- ・ 10/23（日）1時台
- ・ 10/23（日）2時台
- ・ 10/23（日）3時台
- ・ 10/23（日）4時台
- ・ 10/23（日）5時台
- ・ 10/23（日）6時台
- ・ 10/23（日）7時台
- ・ 10/23（日）8時台
- ・ 10/23（日）9時台
- ・ 10/23（日）10時台
- ・ 10/23（日）11時台
- ・ 10/23（日）12時台
- ・ 10/23（日）13時台
- ・ 10/23（日）14時台
- ・ 10/23（日）15時台
- ・ 10/23（日）16時台
- ・ 10/23（日）17時台
- ・ 10/23（日）18時台

Q10 足を運んだ会場 MA

- ・ 国立新美術館
- ・ サントリー美術館
- ・ 東京ミッドタウン
- ・ 21_21 DESIGN SIGHT
- ・ 森美術館
- ・ 六本木ヒルズ
- ・ 六本木街なか

Q11 各エリアで参加・鑑賞したプログラム MA

- ・ 「メインプログラム」名和晃平
- ・ カンパニー・デ・キダム 「FierS Cheval〜誇り高き馬〜」
- ・ オープニングセレモニー
- ・ チェ・ジョンファ 「フラワー・シャンデリア」
- ・ 東京キャラバン in 六本木
- ・ チェ・ジョンファ 「Love Me」
- ・ ツァイ・クエンリン(蔡坤霖)「As we hear / Say」
- ・ 八木良太「たこ焼きシーケンサー」
- ・ 後藤映則 「toki-serise_#00」
- ・ ROPPO ART NIGHT CAFE supported by Seibu & Sogo
- ・ ビーター・マクドナルド 「Sleep Walking」
- ・ 山本基 「迷宮」
- ・ 久保ガエタン 「Smoothie」
- ・ 「ART OF HIBIKI」
- ・ サエボーグ展 「Pigpen」
- ・ 島地保武 「Solo with」
- ・ 大植真太郎・森下真樹 「ぶつる」
- ・ レスリー・キー写真展「OUT IN JAPAN」
- ・ 三陸国際芸術祭 in 六本木アートナイト 2016 「シシの系譜」
- ・ 「From Rio To Tokyo ~筆とボサノヴァのタベ〜」
- ・ テーマ・トーク
- ・ 珍しいキノコ舞踊団 「珍しいキノコ舞踊団のそれゆけ！アート・ナイトメア？」
- ・ SLOW LABEL 「SLOW MOVEMENT 六本木公演」

- ・ サルヴァニラ 「OOIOO(オーオーアイオーオー)」
- ・ 井上真鳳 「ストライプ」
- ・ 近藤良平とその仲間たち 「六本木夜舞場 Vol.4 (真夜中の盆踊り)」
- ・ ファイナル・トーク
- ・ 日本フィルハーモニー交響楽団 「クラシックなラジオ体操」
- ・ リオネル・エステーブ 「Polychromatic night」
- ・ 近藤亜樹、O JUN ライブペインティング
- ・ 宇宙と芸術展：かぐや姫、ダ・ヴィンチ、チームラボ
- ・ 「宇宙と芸術展」アーティストトーク&スクリーニング
- ・ 「宇宙と芸術展」キュレーターによるギャラリートーク
- ・ Rhizomatiks Architecture 「CURTAIN WALL THEATRE」
- ・ JAGDA Kasama/Kawara Exhibition
- ・ 上坂 直 「常迷宮」
- ・ 尾花賢一 「君を探して」
- ・ Rhizomatiks Architecture 「CURTAIN WALL THEATRE」 アートナイト特別ライトアップ
- ・ MAU COLLECTION 「IMIN」
- ・ 田島大介 「孤独の景色II」
- ・ 風間天心 「日常茶飯事」
- ・ 三上俊希 「生命体X」
- ・ IoT にひろがるデザイン DoT. (Design of Things) produced by +Style
- ・ 六本木未来会議「アイデア実現プロジェクト#13」現代アートセミナーby Chim ↑ Pom
- ・ 「はじめてひらく 美のとびら」風の巻
- ・ 中島 麦 「コチラとムコウ in サントリー美術館 ~ムコウ側の景色をコチラ側の窓に描こう~」
- ・ 下中 菜穂 「江戸の紋切り遊びで、日本のかたちを遊ぶ」
- ・ 高橋 唐子 「みんなで挑戦！りんば体操」
- ・ フレンドリートーク
- ・ 鈴木其一 江戸琳派の旗手
- ・ デザイン解剖室へようこそ！「デザインの解剖展」ギャラリートツアー

- ・ オープニングトーク「解剖展の解剖」
- ・ デザインの解剖展: 身近なものから世界を見る方法
- ・ 百瀬 文、イム・フンスン 「交換日記」
- ・ TOKYO ANIMA! 2016
- ・ 「ここから -アート・デザイン・障害を考える 3日間-」
- ・ 国際シンポジウム「文化芸術活動を通じた多様性を尊重する社会の実現に向けて」
- ・ バリアフリー映画上映会
- ・ 東 明 「ひろがるワタシ つながるアナタ -パラフークの世界へようこそ-」
- ・ ダリ展
- ・ アンドレアス・グライナー、タイラー・フリードマン 音と光のインスタレーション
- ・ イェツペ・ハイン 「Continuity Inbetween」
- ・ ベーター・フィッシュリ&ダヴィッド・ヴァイス 「事の次第」
- ・ 蓮輪康人 「Roppongi Sign Girl - 六本木看板娘プロジェクト」
- ・ 小川勝章 「とんでみる」
- ・ Roppongi Art Night Photo Spot
- ・ 若木くるみ 「車輪の人」
- ・ 中西俊博、島口哲朗、劔伎衆かむみ、吉村恵美 「SAMURAI IN ROPPONGI!!!」
- ・ 川口隆夫 「TOUCH OF THE OTHER / 他者の手」
- ・ 岩田とも子 「地球の植木鉢 もうひとつの地面のはじまり」
- ・ 山田卓生 「その日、公園がもっと楽しいアートな村になる」
- ・ 平本瑞季 「寿司パフォーマンス」
- ・ 六本木アートナイトをもっと楽しむガイドツアー
- ・ 流 麻二果×(遠田 誠+鈴木 美奈子) 「六本木借景絵」
- ・ アーティスト・ナイト・アウト
- ・ 石山雄三/A.PI. 「0dB/プロトタイプ」
- ・ 「世界一眠い芸術祭」
- ・ スイッチ総研 「六本木アートナイトスイッチ

2016」

- ・ 参加・鑑賞したプログラムはない

Q12 印象に残ったプログラム MA

【選択肢は Q11 に同じ】

Q13 メイン会場以外の施設・ギャラリーへの来場有無

SA

1. 行った
2. 行かなかった
3. 場所がわからなかった
4. 時間がなかった
5. 興味がなかった

Q14 参加店舗のサービス利用の有無 SA

1. 利用した
2. 利用しなかった
3. 場所がわからなかった
4. 時間がなかった
5. 興味がなかった

Q15S1 六本木までの往復の交通費（宿泊費も含む）

NA

※以下のカテゴリーにあとから分類

1. 使わなかった
2. ~500 円
3. ~1000 円
4. ~2000 円
5. ~3000 円
6. それ以上

Q15S2 入場料（一部の有料イベント） NA

※以下のカテゴリーにあとから分類

1. 使わなかった
2. ~500 円
3. ~1000 円
4. ~2000 円
5. ~3000 円
6. それ以上

Q15S3 飲食費 NA

※以下のカテゴリーにあとから分類

1. 使わなかった
2. ～500 円
3. ～1000 円
4. ～1500 円
5. ～2000 円
6. ～3000 円
7. ～5000 円
8. それ以上

Q15S4 物販購入費 NA

※以下のカテゴリーにあとから分類

1. 使わなかった
2. ～500 円
3. ～1000 円
4. ～1500 円
5. ～2000 円
6. それ以上

Q15S5 それ以外に使った金額 NA

※以下のカテゴリーにあとから分類

1. 使わなかった
2. ～500 円
3. ～1000 円
4. ～1500 円
5. ～2000 円
6. ～2500 円
7. ～3000 円
8. ～5000 円
9. それ以上

Q16 利用した案内ガイド MA

- ・ 公式ウェブサイト (PC 用)
- ・ 公式ウェブサイト (スマートフォン用)
- ・ 公式 SNS (Twitter・Facebook)
- ・ ハンディガイド (ガイドパンフレット)
- ・ タイムテーブル
- ・ どれも利用しなかった

Q17S1 利用評価【公式ウェブサイト (PC 用)】 SA

1. 役に立った
2. まあ役に立った
3. 普通
4. あまり役に立たなかった
5. 役に立たなかった

Q17S2 利用評価【公式ウェブサイト (スマートフォン用)】 SA

1. 役に立った
2. まあ役に立った
3. 普通
4. あまり役に立たなかった
5. 役に立たなかった

Q17S3 利用評価【公式 SNS (Twitter・Facebook)】

SA

1. 役に立った
2. まあ役に立った
3. 普通
4. あまり役に立たなかった
5. 役に立たなかった

Q17S4 利用評価【ハンディガイド (ガイドパンフレット)】 SA

1. 役に立った
2. まあ役に立った
3. 普通
4. あまり役に立たなかった
5. 役に立たなかった

Q17S5 利用評価【タイムテーブル】 SA

1. 役に立った
2. まあ役に立った
3. 普通
4. あまり役に立たなかった
5. 役に立たなかった

Q18S1 利用したものについての意見【公式ウェブサイト (PC 用)】 FA

Q18S2 利用したものについての意見【公式ウェブサイト（スマートフォン用）】 FA

Q18S3 利用したものについての意見【公式 SNS（Twitter・Facebook）】 FA

Q18S4 利用したものについての意見【ハンディガイド（ガイドパンフレット）】 FA

Q18S5 利用したものについての意見【タイムテーブル】 FA

Q19 スタッフの対応 SA

1. とても良かった
2. 良かった
3. ふつう
4. やや悪かった
5. 悪かった

Q20 公式グッズ「六本木アートナイトロゴ入りペンライト」の認知 SA

1. 購入した
2. 知っていたが購入しなかった
3. 知らなかった

Q21 公式グッズ購入満足度 SA

1. 満足した
2. まあ満足した
3. どちらともいえない
4. やや不満
5. 不満

Q22S1 公式グッズ購入満足度理由 FA

Q23 公式グッズ購入しなかった理由 MA

- ・ 興味を感じない
- ・ 金額が高い
- ・ 有料なので
- ・ 売り切れていた

- ・ どこで売っているか判らなかった
- ・ その他
- ・ 特に理由はない

Q23_6【その他】 FA

Q24 過去の公式グッズで気に入ったもの MA

- ・ 2015年 オリジナルバッグ、ひかるチャーム付き！
- ・ 2014年 応援プロジェクト《光って汗かいて、動け、カラダ！》マフラータオルとリストバンド
- ・ 2013年 《船頭が先導》日比野克彦の描き下ろし提灯
- ・ 2012年 草間彌生 草間マフラー
- ・ 2010年 椿昇《ピフォア・フラワー》孢子ボール
- ・ 2009年 六本木アートナイト缶バッジ
- ・ 気に入ったものはない・知らなかった

Q25 六本木の「街」としてのイメージ変化 SA

1. イメージが良くなった
2. ややイメージが良くなった
3. 変化はない
4. ややイメージが悪くなった
5. イメージが悪くなった

Q26 六本木の「街」としてのイメージに近いもの MA

- ・ 伝統的な
- ・ 庶民的な
- ・ 都会的な
- ・ 大人向けの
- ・ 男性向けの
- ・ 女性向けの
- ・ きれいな
- ・ 物価の高い
- ・ 文化・芸術性のある
- ・ 洗練されている
- ・ 活気がある
- ・ おしゃれな
- ・ 商業施設が充実
- ・ 飲食店が充実

- ・ ビジネス街として有名
- ・ ベンチャー企業が多い
- ・ 国際的な
- ・ 交通の便が良い
- ・ 交通の便が悪い
- ・ 外国人が多い
- ・ 流行の先端
- ・ 治安が良い
- ・ 治安が悪そう
- ・ あてはまるものはない

Q27 六本木の「街」についての感想 MA

- ・ 六本木の知らない一面を見られた
- ・ 色々な商業施設（店やレストランなど）があることがわかった
- ・ 色々な文化施設（美術館やギャラリーなど）があることがわかった
- ・ 街を巡って楽しかった
- ・ 昔の六本木のイメージとは変わった（良く）
- ・ その他
- ・ あまり街を巡らなかつた

Q27_6【その他】 FA

Q28S1「六本木アートナイト 2016」のテーマを知っていた SA

1. はい
2. いいえ

Q28S2「六本木アートナイト 2016」のテーマの内容を理解出来た SA

1. はい
2. いいえ

Q28S3「六本木アートナイト 2016」のテーマは評価出来た（良かった） SA

1. はい
2. いいえ

Q28S4「六本木アートナイト 2016」のテーマとプログラムがマッチしていた SA

1. はい
2. いいえ

Q29S1「六本木アートナイト」のテーマやキュレーション（プログラム）に関しての意見・要望 FA

Q30S1「六本木アートナイト 2016 運営」 21 日（金曜日）開催を知っていた SA

1. はい
2. いいえ

Q30S2「六本木アートナイト 2016 運営」 22 日（土曜日）の昼間のプログラムがあるのを知っていた SA

1. はい
2. いいえ

Q30S3「六本木アートナイト 2016 運営」金曜日の実施は良いことだと思う SA

1. はい
2. いいえ

Q30S4「六本木アートナイト 2016 運営」 昼間の時間帯の実施は良いことだと思う SA

1. はい
2. いいえ

Q30S5「六本木アートナイト 2016 運営」 昼間の時間帯のコンテンツがもっとあったら参加したい SA

1. はい
2. いいえ

Q30S6「六本木アートナイト 2016 運営」夜の時間帯の実施は良いことだと思う SA

1. はい
2. いいえ

Q30S7「六本木アートナイト 2016 運営」全体としてコンテンツがもっとあったら参加したい SA

1. はい
2. いいえ

Q31S1「六本木アートナイト 2016 展示の説明」ハンディガイドで展示作品が見つけやすかった SA

1. はい
2. いいえ

Q31S2「六本木アートナイト 2016 展示の説明」ハンディガイドで展示作品についての説明文がわかりやすかった SA

1. はい
2. いいえ

Q31S3「六本木アートナイト 2016 展示の説明」展示作品の前に掲出されていた「作品キャプション（説明文）」が見つけやすかった SA

1. はい
2. いいえ

Q31S4「六本木アートナイト 2016 展示の説明」展示作品の前に掲出されていた「作品キャプション（説明文）」の説明文がわかりやすかった SA

1. はい
2. いいえ

Q32「スポーツ・文化・ワールド・フォーラム」の開催と「六本木アートナイト 2016」が協賛イベントということの認知 MA

- ・ 「スポーツ・文化・ワールド・フォーラム」を知っていた
- ・ 「スポーツ・文化・ワールド・フォーラム」の内容も知っていた
- ・ 「六本木アートナイト 2016」が協賛イベントだと知っていた
- ・ 「スポーツ・文化・ワールド・フォーラム」の開催自体知らなかった

Q33「アーツカウンシル東京（旧東京文化発信プロジェクト）」事業について SA

1. 過去に参加したことがある。
2. 以前から知っていたが、今回「六本木アートナイ

ト 2016」で初めて参加した。

3. 今回のイベント・公演で初めて参加した。

Q34S1「六本木アートナイト 2016」に関する意見・感想 FA

Q35 性別 SA

1. 男性
2. 女性

Q36 年齢 SA

1. 10 才代以下
2. 20 才代
3. 30 才代
4. 40 才代
5. 50 才代
6. 60 才代以上

Q37 居住地 SA

1. 北海道
2. 青森県
3. 岩手県
4. 宮城県
5. 秋田県
6. 山形県
7. 福島県
8. 茨城県
9. 栃木県
10. 群馬県
11. 埼玉県
12. 千葉県
13. 東京都
14. 神奈川県
15. 新潟県
16. 富山県
17. 石川県
18. 福井県
19. 山梨県
20. 長野県
21. 岐阜県

22. 静岡県
23. 愛知県
24. 三重県
25. 滋賀県
26. 京都府
27. 大阪府
28. 兵庫県
29. 奈良県
30. 和歌山県
31. 鳥取県
32. 島根県
33. 岡山県
34. 広島県
35. 山口県
36. 徳島県
37. 香川県
38. 愛媛県
39. 高知県
40. 福岡県
41. 佐賀県
42. 長崎県
43. 熊本県
44. 大分県
45. 宮崎県
46. 鹿児島県
47. 沖縄県
48. 日本以外の国

Q38【埼玉県】お住まいの市・区 SA

1. さいたま市西区
2. さいたま市北区
3. さいたま市大宮区
4. さいたま市見沼区
5. さいたま市中央区
6. さいたま市桜区
7. さいたま市浦和区
8. さいたま市南区
9. さいたま市緑区
10. さいたま市岩槻区
11. 川口市

12. 所沢市
13. 春日部市
14. 草加市
15. 越谷市
16. 蕨市
17. 戸田市
18. 朝霞市
19. 志木市
20. 和光市
21. 新座市
22. 八潮市
23. 富士見市
24. 三郷市
25. 吉川市
26. ふじみ野市
27. 上記の地域以外

Q39【千葉県】お住まいの市・区 SA

1. 千葉市中央区
2. 千葉市花見川区
3. 千葉市稲毛区
4. 千葉市若葉区
5. 千葉市緑区
6. 千葉市美浜区
7. 市川市
8. 船橋市
9. 松戸市
10. 野田市
11. 習志野市
12. 柏市
13. 流山市
14. 八千代市
15. 我孫子市
16. 鎌ヶ谷市
17. 浦安市
18. 白井市
19. 上記の地域以外

Q40【東京都】お住まいの区・市 SA

1. 千代田区

2. 中央区
3. 港区
4. 新宿区
5. 文京区
6. 台東区
7. 墨田区
8. 江東区
9. 品川区
10. 目黒区
11. 大田区
12. 世田谷区
13. 渋谷区
14. 中野区
15. 杉並区
16. 豊島区
17. 北区
18. 荒川区
19. 板橋区
20. 練馬区
21. 足立区
22. 葛飾区
23. 江戸川区
24. 立川市
25. 武蔵野市
26. 三鷹市
27. 府中市
28. 調布市
29. 町田市
30. 小金井市
31. 小平市
32. 日野市
33. 東村山市
34. 国分寺市
35. 国立市
36. 狛江市
37. 東大和市
38. 清瀬市
39. 東久留米市
40. 多摩市
41. 稲城市

42. 西東京市
43. 上記の地域以外

Q41 【神奈川県】お住まいの市・区 SA

1. 横浜市鶴見区
2. 横浜市中区
3. 横浜市保土ヶ谷区
4. 横浜市金沢区
5. 横浜市青葉区
6. 横浜市栄区
7. 横浜市神奈川区
8. 横浜市南区
9. 横浜市旭区
10. 横浜市港北区
11. 横浜市都筑区
12. 横浜市泉区
13. 横浜市西区
14. 横浜市港南区
15. 横浜市磯子区
16. 横浜市緑区
17. 横浜市戸塚区
18. 横浜市瀬谷区
19. 川崎市川崎区
20. 川崎市幸区
21. 川崎市中原区
22. 川崎市高津区
23. 川崎市多摩区
24. 川崎市宮前区
25. 川崎市麻生区
26. 上記の地域以外

Q42 職業 SA

1. 会社員
2. 公務員/団体職員
3. 会社役員/経営者
4. 自営業
5. 自由業/フリーランス
6. 専門職（医師・弁護士など）
7. 専業主婦
8. パート・アルバイト

9. 学生
10. 無職
11. その他

Q42_11【その他】 FA

Q43 1年間の美術館への来館頻度 SA

1. 1～2回
2. 3～5回
3. 6～9回
4. 10回以上
5. 行かない

Q44 過去のアートフェスティバルへの参加頻度 SA

1. 1～2回
2. 3～5回
3. 6～9回
4. 10回以上
5. 行かない

Q45 過去の「六本木アートナイト」での参加経験 MA

- ・ 六本木アートナイト 2009 に参加
- ・ 六本木アートナイト 2010 に参加
- ・ 六本木アートナイト 2012 に参加
- ・ 六本木アートナイト 2013 に参加
- ・ 六本木アートナイト 2014 に参加
- ・ 六本木アートナイト 2015 に参加
- ・ 今回が初めての参加

Q46 参加後「六本木」へ行く頻度 SA

1. 頻度が増えた
2. 変わらない
3. 頻度が減った

Q47 参加後「美術館やギャラリー、他のアートフェスティバル」へ行く頻度 SA

1. 頻度が増えた
2. 変わらない
3. 頻度が減った

■リサーチデータ

●公式来場者アンケート

実施期間：ネット調査：2016年10月21日～11月6日

現場調査：2016年10月22日～10月23日

実施媒体：ネット調査：イベント参加者に対するアンケート（ウェブ上）

現場調査：イベント会場にて自記式アンケート（ウェブ上）調査設計：森ビル タウンマネジメント事業部

回答人数：1086 サンプル（有効回答ベース）

（ネット 572、現場 514）

■その他のリサーチ

●一般向けネットリサーチ

実施期間：2016年10月24日（月）～10月26日（水）

調査対象：東京30km圏在住の男女個人（20才～49才）

調査方法：ネットモニターによる自記式ネットリサーチ

調査設計：森ビル タウンマネジメント事業部

回答人数：600 サンプル

（各セル100サンプルの均等割付方式）

●来場者カウント属性調査

実施期間：2016年10月21日（金）18時～24時

2016年10月22日（土）13時～24時

実施方法：調査員の目視での判断による性別・年代のカウント調査（男女10区分）1時間のうち30分カウントするタイムサンプリング方式で実施

調査対象・場所：自立歩行する子ども含む通行者。六本木ヒルズ内定点