

県民文化会館に関するアンケート調査結果

1 調査目的

県民文化会館に関する県民の認知や行動を把握し、施策に反映させることで、戦略的な PR や利用率向上の取組みを行うため。

2 調査設計

- (1) 調査地域 愛媛県全域
- (2) 調査対象 県内に居住する満 18 歳以上の男女
- (3) 回答者数 400 人
- (4) 調査方法 インターネットを利用したアンケート調査
- (5) 調査時期 令和 7 年 6 月 20 日～6 月 26 日

3 概要

■ 県民文化会館の利用状況とニーズについて

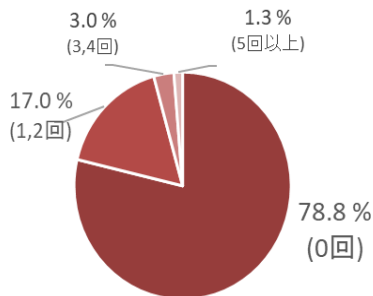
- ・会館の利用目的は、ホールと会議室を備える施設として「音楽、演劇などの鑑賞」「講演会、セミナー」「会議等」が主な回答であったが、令和 6 年度から月 1 回開催している「マルシェ等イベント」も主流の会議等と同程度の割合であり、公演や会議以外の新しい利用形態の定着が期待できる。
- ・約 8 割の人が 1 年以内に会館に一度も行かなかったと回答しており、理由としては「行きたい公演やイベントがなかった」と回答した人が最も多かった。交通の便や多忙を理由に行かなかった人は 1 割以下と少ないことから、会館の取り組み次第で利用者を増やす余地がある。
- ・行ってみたいイベントとして多かったのは「音楽、演劇などの公演」「食、雑貨等を扱うイベント」であったが、現在実施していない(又はほとんど実施していない)「ライブビューイング」や「体験型イベント」も一定数のニーズがあることが分かった。

■ 県民文化会館の取組みに関する認知度について

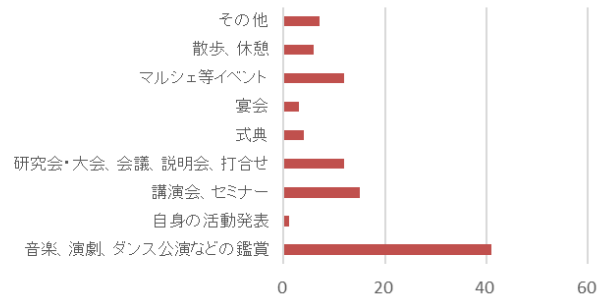
- ・県が PR したいことを中心に、会館について知っていることを尋ねたところ、「選択肢の中に知っていることはない」と回答した人が約 5 割と最も多かった。「世界的建築家・丹下健三設計の建築である」「西日本最大級の文化会館である」といった、全国に誇る特徴についての知名度が比較的低いことから、会館の魅力として戦略的に PR していく必要がある。
- ・令和 6 年度から「新しいケンブン」をコンセプトに施設を PR し、新たな広報やイベント等に取り組んでいるが、このことについて約 8 割の人が「知らない」と回答しており、1 年間に一度も会館に行かなかった人の割合と一致している。両者に因果関係があると仮定すると、施設を多くの人に利用してもらうためには、まず会館の存在を意識させるため施設自体を PR し、多様な層に訴求する活動を行うことで、会館の情報をより多くの人に受け取ってもらうことが重要といえる。

■ アンケート結果

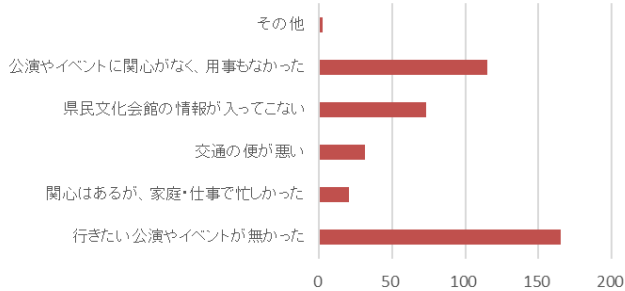
Q1: あなたは、1年以内に愛媛県県民文化会館に何回行きましたか。



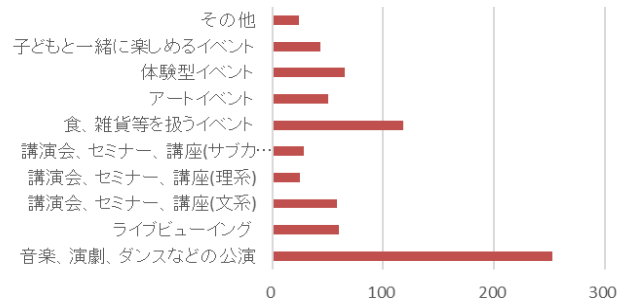
Q2: 1年以内に愛媛県県民文化会館に行った方に伺います。愛媛県県民文化会館に行った目的は何ですか。



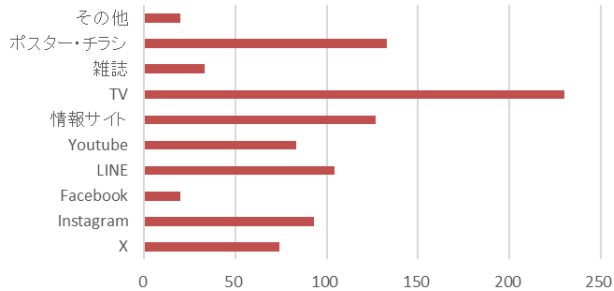
Q3: 1年以内に愛媛県県民文化会館に行かなかった方に伺います。愛媛県県民文化会館に行かなかった理由は何ですか。



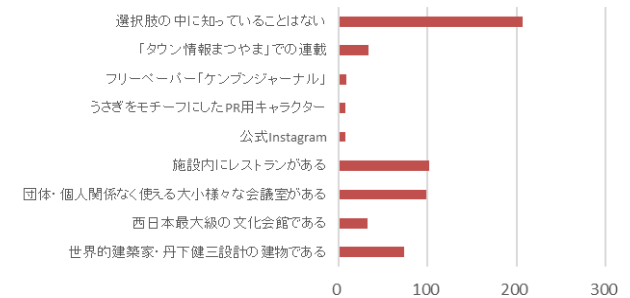
Q4: 愛媛県県民文化会館で、どのようなイベントがあれば行ってみたいですか。



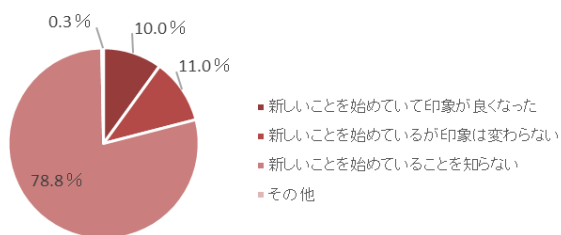
Q5: あなたが県内で開催される公演・イベント等を知る手段を3つまで教えてください。



Q6: 愛媛県県民文化会館について知っていることを、全て選んでください。



Q7: 愛媛県県民文化会館の印象について、あてはまるものを全て選んでください。



Q8: あなた自身(またはあなたの知人)の体験から、愛媛県県民文化会館について改善してほしいことを選んでください。

