

「民学産公」協働研究事業 成果報告書

グローバル社会に伴う訪日外国人を対象にした
ビジネスの可能性の調査研究事業

有限会社日本ヒューマンウエアー研究会

小 柳 義 朗

目次

- (1) 概要・目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・P 3
- (2) 申請団体プロフィール・・・・・・・・・・P 3
- (3) 協働研究事業の参加団体プロフィール・・・・・・・・・・P 3
- (4) 協働研究事業の期間・・・・・・・・・・P 4
- (5) 協働研究事業の背景・・・・・・・・・・P 4
- (6) 協働研究事業の詳細・・・・・・・・・・P 4-P 5
 - A) JR 三鷹駅近郊商店街事業者へのアンケート調査
 - B) 外国人旅行者へのアンケート調査
- (7) 調査結果・・・・・・・・・・P 5-P 9
 - A) JR三鷹駅近郊商店街事業者へのアンケート調査
 - B) 外国人旅行者へのアンケート調査
- (8) 考察・・・・・・・・・・P10
- (9) 今後の計画・・・・・・・・・・P12
- (10) あとがき・・・・・・・・・・P13
- (11) 資料：訪日外国人客数・・・・・・・・・・P14
 - ジブリミュージアム海外販売チケット枚数・・・・・・・・P15
 - ジブリミュージアム月別入館者数・・・・・・・・P16
 - アンケート用紙（商店街向け）・・・・・・・・P17-P18
 - アンケート用紙（外国人観光客向け）・・・・・・・・P19-P20

(1) 概要・目的

近年の外国人訪日観光客（インバウンド）の増加が様々なメディアを賑わせている。2015年の観光客数が2014年比較47%増の約1975万人（JNTO発表）（※1）となった。2020年に2千万人の当初の目標を早くも達成した。様々な要因による増加と思われるがうれしい悲鳴と泥縄式の対策が行われ、経済的効果と様々な問題点も生じている。インバウンド対策の宿泊対策としての民泊への行政もこの1年間で大きく変化しようとしている。

さて、スタジオジブリを擁する三鷹市にも年間5万人（※2）近くの外国人入場者があり日本人も含めると年間70万人近くがスタジオジブリを訪れている。入場しない人の来訪も含めるとさらに多くの人を訪れていることになる。

これらの来訪者の三鷹市内への経済的な波及効果がどうなっているのか、さらには新規事業としてのビジネスチャンスがあるのかないか、あるとしたらどのような事業が考えられるのか、そこにはどのようなハードルがあるのか、調査を行い考察し新規事業の設立のヒントを明らかにすることを目的として調査を行った。

（※1） p. 14 別表 2015年 訪日外客数

（※2） p. 15 別表 海外向けチケット販売実績

(2) 申請団体プロフィール

有限会社日本ヒューマンウェア研究会

2004年三鷹市下連雀3-27-14に設立。代表小柳義朗。

以来20数年にわたり幼児から成人までの語学学習教室、語学に関する企業内研修、心理学を応用した各種アセスメント及び職務適応のための研修、心理カウンセリング等や厚生労働省委託職業訓練講座を開催してきた。

(3) 協働研究事業の参加団体プロフィール

特定非営利活動法人(NPO法人)鷹ロコ・ネットワーク大楽

2007年三鷹市下連雀2-10-5に設立。理事長 林田昭子。

介護福祉分野における人材育成のための教育事業を行うとともに、広く一般市民を対象として、健康維持・増進を目的に笑いや楽しさを提供し、余暇活動や生涯生活の活性化を支援する事業、東京で暮らす人々の遠きふるさとのつながりを支援・構築し、地域での社会参加及びまちづくりを普及促進する事業、及び若者・団塊・シニアの世代間を越えたつながりの中で、お互いに刺激を与え合い、日本の伝統や文化の伝承を推進及びジェロントロジー（老齡学）の普及啓発活動を行うこと、以上のことにより、一般市民の社会参加、まちづくり及び日本の伝統・文化や学術の振興に寄与することを目的とし活動している。

(4) 協働研究事業の期間

平成27年7月22日より平成28年2月12日までの期間で協働研究事業を行った。

(5) 協働研究事業の背景

近年、観光で訪れる外国人の数が予想された数よりも急速な勢いで増加している。ジブリミュージアムを持つ三鷹市においても三鷹駅を利用していると思われる外国人観光客の姿が目立つようになった。

これらの観光客がどのような意識を持ち三鷹市を訪れているのか、訪日外国人観光客に対して三鷹駅前の商店街の皆様はどのような意識をお持ちなのか調査を行い、ビジネスのチャンスがあるとすればどのようなものがあるのかを明らかにしたい。

(6) 協働研究事業の詳細

調査にあたって、JR三鷹駅近郊商店街事業者、訪日外国人外国人観光客にアンケート調査を行った。

A) JR三鷹駅近郊商店街事業者へのアンケート調査

■ アンケート対象

場 所：中央線南側、三鷹通り東側、連雀通り北側、井の頭通り西側に囲まれた商店事業所。及び井の頭公園駅前商店街。

配布数：346枚 返信用封筒同封による郵送及びポストイング

回収数：47枚（14%）

■ アンケート方法

無記名式によるアンケート

■ アンケート内容

にチェックしてください。

Q1) 外国人観光客は受け入れていない。

今後もあまり受け入れたくない。

◆受け入れたくない理由：

出来れば今後受け入れたい。

◆受け入れる場合の課題等がありましたらご記入ください。：

Q2) 現在すでに外国人観光客を受け入れている

◆簡単で結構ですので現状をお聞かせください。

更に多くの外国人観光客を受け入れたい。

◆受け入れる場合の課題等がありましたらご記入ください。：

出来れば受け入れたくない。

◆受け入れたくない理由：

Q3) 三鷹市内への外国人観光客の増加を期待しますか？

期待する。

◆期待する理由：

あまり増えてほしくない。

◆増えてほしくない理由：

Q4)訪日外国人観光客対策に関して、ご意見等ございましたらご記入ください。

※実際のアンケート用紙は別紙添付

B) 外国人旅行者へのアンケート調査

■ アンケート対象

■ 場 所：JR三鷹駅前

及びジブリミュージアム行き

バス停付近

■ 回収数：83件

■ アンケート方法

インタビューによる聞き取り調査

アンケート内容

Q1) 国籍

Q2) ジブリミュージアムの前はどこに行きましたか？

Q3) この近くでバス或いは歩いてどこに行きましたか？どこに行く予定ですか？

Q4) ジブリミュージアムにきて何かリクエストがありますか？
或いは歩いて行けるところで見てみたいものがありますか？

Q5) 三鷹市では下記のような観光地やイベントがありますが興味あるものがありますか？



(7) 調査結果

A) JR三鷹駅近郊商店街事業者へのアンケート [回収数47枚]

Q1) 外国人観光客は受け入れていない。[25]

● 今後もあまり受け入れたくない。[11]

<理 由>

外国語ができないため

お客様へのサービス低下が考えられるため

観光客対応の商品がないため

リピートする可能性が全くなく、メリットがない

マナーが悪い

既存顧客へのサービスの低下

- できれば今後受け入れたい。[14]

<課題等>

英語メニュー、説明文の準備
語学力のあるスタッフの準備
ホームページやマップの準備

- Q2) 現在すでに外国人観光客を受け入れている。[22]

- さらに多くの外国人観光客を受け入れたい。[22]

会話力やその国の好み等の理解
来るもの拒まず
スタッフが英語で対応
従業員のコミュニケーション研修
店舗の収容人数から団体は難しい
外国人向けのメニューづくりを考えている
外国人が大勢来る。スタッフが英語を話せる
ジブリという共通目的があるためにとんでもない客はいない
言葉の壁がある。日本語を話せる人が来ている（蕎麦店）
従業員の語学力不足
外国語の指さしメニューを作っている
外国語による接客がきちんとできるようになりたい
今は少ないが、将来に期待

- できれば受け入れたくない。[0]

- Q3) 三鷹市内への外国人観光客の増加を期待しますか？

- 期待する。[39]

街の活性化のため
三鷹らしい観光の案内と施設の充実
外国人に魅力があるなら日本人も来るはず
ジブリ美術館や文学など外国人が興味を持つものがあるから
オリンピック開催を迎えるにあたり、三鷹の街の活性化のエネルギーになればと思う
商店街に足を運んで買い物をしてもらいたい
ヨーロッパの商品を扱っているため
新しい商圈創出のためにも
三鷹が人気の街になってくれることを期待
日本の良さを知ってほしい
相互理解を深めより身近に感じお互いに思いやれる関係
文化都市ならそれが普通
外国の方が来ることで住民のマナーが高まる
日本経済の活性化のため

- あまり増えてほしくない。[5]

商業地というより住宅地がおおいので
アジア人のマナーの悪さ
道の案内を頼まれることが増えそうで面倒くさい

Q4) 訪日外国人観光客対策に関して、ご意見がございましたら
ご記入ください。

日本はいい国だと思われるような対応がしたい
ほとんどがジブリだからジブリレストランでも作ればいい
英語表記などの対策で迎え入れ対策強化
市の産業振興計画に位置づけを明記してほしい
外国人観光客をターゲットにした周辺地図の振興策
観光協会の外国人対応窓口及びスタッフの創設
マナーの問題等ありますが、商店街や町会で協力しながら取り組んでいけた
らいいのかな、と考えています
三鷹市内への招致イベントなどが必要
中国や韓国の人のマナーがわるい マナー対策
外国人のマナーをよくしてもらいたい
街全体が一丸となって取り組むプロジェクトができ参加意識が高まり
明るい三鷹になってほしい
ジブリに行く案内板がもっと駅周辺にあっていい
外国語表記のものがほしい
宿泊施設等受け入れ態勢の徹底
外国語対応ができるようにしたい
地域案内の一般的会話のフレーズのガイダンスを
SNS等で拡散アピールしていく
文化の違いの克服
市の予算を、目標を

B) 外国人観光客へのアンケート [回収数83枚]

Q1) 国籍：USA (14) オーストラリア (14) 中国 (7) 台湾 (5) フランス (5) シンガポール (5) 韓国 (4) ドイツ (4) イギリス (3) スペイン (3) タイ (2) メキシコ (2) フィンランド (1) カナダ (1) ギリシャ (1) マレーシア (1) 香港 (1) ロシア (1) フィリピン (1) イタリア (1) スコットランド (1) ベトナム (1) ブラジル (1) オランダ (1) ニュージーランド (1) インド (1) ベルギー (1)

来日回数：初めて (45) 2回目 (11)

Q2) ジブリミュージアムにはどこからきて、この後どこに行きますか？

1) ジブリに来る前

国立博物館／皇居／東京見学／歌舞伎座／新橋／京都／浅草寺／上野公園／東京スカイツリー／ユニバーサルスタジオ (大阪) ／原宿／ディズニールランド／秋葉原／東京都庁／鎌倉／長野で猿の見学／白川郷／新潟県長岡市／広島／忍者屋敷／侍ミュージアム／江戸東京ミュージアム／靖国神社／築地市場／池上本門寺

2) これから行くところ

明治神宮／渋谷／新宿／ロボットレストラン／銀座／三鷹市 アートギャラリー／富士急ハイランド／吉祥寺／六本木／池袋／明治神宮／東京タワー／伊香保／帰国／中野／原宿／東京駅／千葉 (以前住んでいた) ／高円寺シアター／築地市場／東京サイエンスミュージアム／福生

Q3) ここからバス或いは歩いていけるところでどこかに行ったりこれから行く予定がありますか？

ジブリミュージアムだけ (69) ／レストラン (ランチ) (4) ／アートギャラリー (2) ／コンビニ (2) ／吉祥寺観光／太宰治関連 (1) ／歩いて行けるどこか／知っているところがない／写真撮影／ショッピングセンター (1)

Q4) ジブリミュージアム見学及び徒歩圏内の観光でリクエストしたいことがありますか？

アトラクションや食べ物についてのもっと多くの情報がほしい

映画の原稿

ジブリは完璧だが、外国時にチケットが買えない (不満)

もっと多くのカフェがほしい

もっと多くの異なった種類のムービーが見れる大きなミュージアムになることを期待する

食べたり写真を撮ったりする場所

Fujiko F Fujio ミュージアムのようなものが近くにあったらいい

ジブリアニメの何かあったらいい (写真とか)

中国語表記がほしい

多くの標記

ジブリまでの標記が見づらい

もっと多くの英語によるガイドランス

新しいあるいは年配者のためのムービー
無料のバス
どんなスポットやアクティビティがあるか知りたい
歩くの素晴らしい
表記もあり、すぐ見つけられていい
もっと多くのお店

Q5) 三鷹市にはいろんなイベントやアトラクションがあります。興味があるものがありますか？ いくつ選んでもOK

- ① 日本人家庭での民宿 (51)
- ② そば打ち体験 (35)
- ③ 日本料理調理体験 (54)
- ④ ちゃんばら体験 (40)
- ⑤ アニメ作成体験 (42)
- ⑥ 三鷹市内のツアー (44)
- ⑦ 太宰治めぐり (20)
- ⑧ 日本舞踊の練習 (20)
- ⑨ 生け花の習得 (33)
- ⑩ 日本茶のセレモニー (茶道) (49)
- ⑪ 日本の歌の練習 (24)

(8) 考察

JR三鷹駅近郊商店街事業者へのアンケート調査結果をみると、「今は受け入れていないが、今後もあまり受け入れたくない」とした理由に“外国語ができないため”“既存客へのサービスの低下”“マナーが悪い”との意見があり、語学力と従来の顧客サービスが低下する懸念がみえる。

「できれば今後受け入れたい」とした人の課題として、英語メニュー、説明文の準備、語学力のあるスタッフの準備、ホームページやマップの準備をあげ外国人観光客への対応意識が見られる。

「現在すでに受け入れている」ところでは、「できれば受け入れたくない」にチェックした人はいなかった。

「さらに多くの外国人観光客を受け入れたい」が47件中22件あり、会話力やその国の好み等の理解、従業員のコミュニケーション研修、外国人向けのメニューづくりを考えている、スタッフが英語を話せる、外国語の指しめメニューを作っている、外国語による接客がきちんとできるようになりたい、ジブリという共通目的があるためにとんでもない客はいない、など積極的に好意的に対応している様子が見える。

“言葉の壁があるが、日本語が話せる人が来ている”などの意見もあった。

三鷹市内への外国人観光客の増加を期待するかどうかの質問では、「期待する」が39件で「あまり増えてほしくない」は5件であった。期待する理由としては、街の活性化のため、文化都市ならそれが普通、外国人に魅力があるなら日本人も来るはず。外国の方が来ることで住民のマナーが高まるなどユニークな意見があった。

「あまり増えてほしくない」意見の中では、商業地というより住宅地が多いので、アジア人のマナーの悪さ、道の案内を頼まれることが増えそうで面倒くさい、というものがあつた。

「訪日外国人観光客対策に関する意見」では、日本はいい国だと思われるような対応がしたい。マナーの問題等ありますが、商店街や町会で協力しながら取り組んでいけたらいいのかな、と考えています。三鷹市内への招致イベントなどが必要。街全体が一丸となって取り組むプロジェクトができ参加意識が高まり明るい三鷹になってほしい。外国語対応ができるようにしたい。SNS等で拡散アピールしていく。文化の違いの克服。など積極的な意見がみられた。

全体としては、語学力不足からの接客コミュニケーションへの不安、生活習慣の違いやモラルの低下などの意見と、今後の三鷹市内の活性化

のために貢献するであろう外国人観光客に対する好意的な意見が混在し、戸惑いが見られる。

「ここからバス或いは歩いていけるとどこかに行ったりこれから行く予定がありますか？」の問いには、69名の方がジブリミュージアムだけのことだった。その他は、レストラン（ランチ）4名、アートギャラリー2名、コンビニ2名、太宰治関連1名、写真撮影1名、ショッピングセンター1名でありほとんどはジブリミュージアムのみ滞在と思われる。

リクエストとしては、ジブリミュージアムへの道の標記が不十分。より大きなアトラクション、無料バス、猫バスやトトロがいたらいい。三鷹でもチケットの購入ができる・・・様々な意見があった。

いくつかのイベントやアトラクションを小中学生の意見をもとに選択してもらったところ、日本料理調理体験（54）日本人家庭での民宿（51）日本茶のセレモニー（49）三鷹市内のツアー（44）アニメ作成体験（42）ちゃんばら体験（40）そば打ち体験（35）生け花の習得（33）日本の歌の練習（24）太宰治めぐり（20）日本舞踊の練習（20）など日本文化の体験に興味がある様子が見えてきた。観光目的が見て買うから、体験にシフトしていることが言われているが、今回のアンケート調査を通してこのことが感じ取れた。

JR三鷹駅前からジブリミュージアムに行く外国人観光客の意識調査では、様々な国籍の人が訪れている。初めての人だけでなく、リピーターの人も多い。

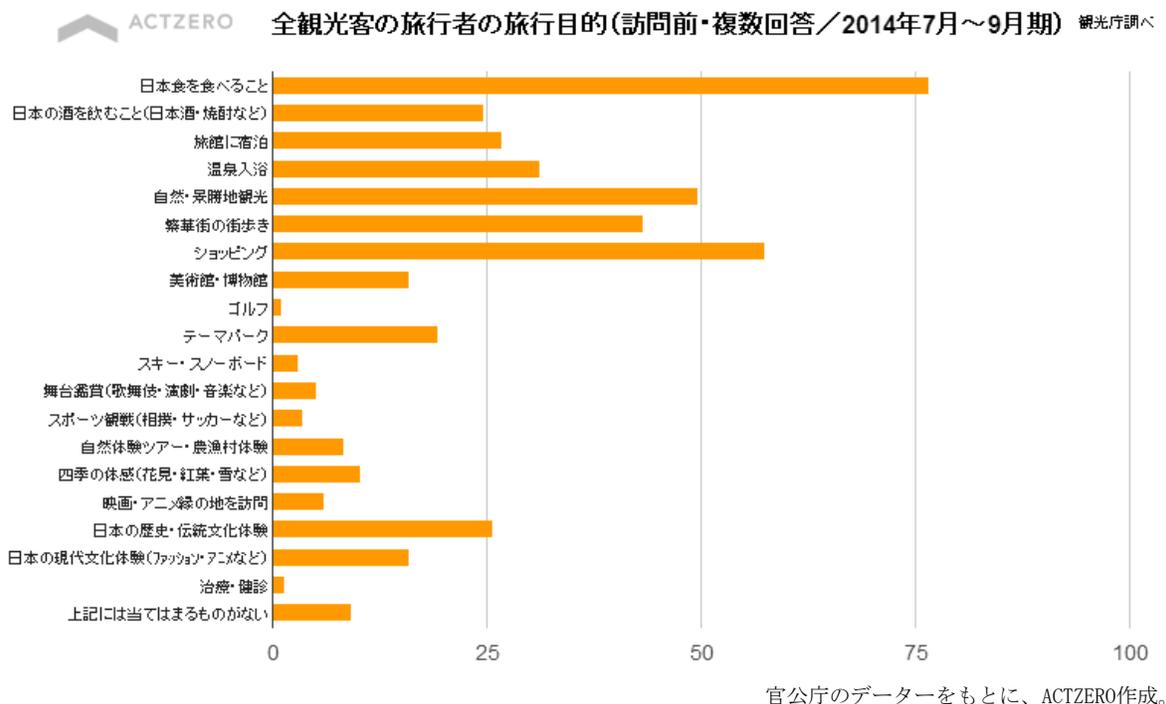
ジブリミュージアムを訪れる外国人観光客は、近場では井の頭公園-吉祥寺へ足を運ぶものと思われる。三鷹駅近くの情報がなくどこに行っているかわからない様子が見えた。数人の人がランチに行くと言っていたが、実際に三鷹駅前商店街を歩いている外国人の数は昨年と比べると増加していると思われる。駅前のレストランに入る外国人観光客の姿も以前より増えていると思われる。

三鷹市内にすでにAirbnbと契約している民泊施設もあり、すでに利用者があるものと思われる。

安心安全な三鷹の住環境の維持と駅前商店街の活性化 吉祥寺商圈の集客力にたいしてジブリミュージアムへの観光客による三鷹市内商業施設への誘導は今後の大きな検討課題と思われる。

今回の調査を行う中で“三鷹に住んで、吉祥寺で仕事” “三鷹で勉強して、吉祥寺で食事しショッピング”の話が出たが、この流れは変わらないものであろうか？

下図は観光庁のデータを基に民間調査会社が図にしたものである。日本食を食べること、日本酒を飲むこと、日本の歴史や伝統文化の体験、ファッションやアニメなど日本の現代文化に触れたり体験したい項目の数も多い。



語学力の問題もできないと思い込んでいるのかもしれない。間違ってもいいから一歩踏み出すことも必要である。訪日外国人観光客は、そのほとんどがホームページやブログ、SNSなどのITからの情報をもとに行動していると思われる。これらの情報発信をいかに効果的に利用するかも課題であろう。小規模の商店であってもチャンスを手にすることは可能であり、すでに様々な分野で成功しているところも見受けられる。

個人レベルでやれるもの、商店街レベル、中央線沿線レベルなど様々なアプローチが可能と思われる。

(9) 今後の計画

今回の調査でいくつかの課題が見えた。外国語に対する問題、ITを利用した情報発信、外国人観光客の質の向上、観光方法や体験施設の問題等のハードルをどうクリアするかを有志で研究会を作り、儲かる仕組みを創造していきたい。

(10) あとがき

当調査にあたって、三鷹中央通り商店会会長及び役員の皆様、きらきら通り商店会会長、三鷹の森通り東栄会会長の皆様にはお忙しいなか丁寧に対応していただいたことを感謝いたします。また、国立大学法人電気通信大学産官学連携センター教授久野美和子先生、事業構想大学院大学客員教授大社充先生には多大なご指導をいただきお礼申し上げます。今回の調査では、多くの方のサポートを頂き感謝いたします。

2015年 訪日外客数(総数)

出典：日本政府観光局(JNTO)
単位：人数(人)、仲率(%)

* 本表で、連年の月別・市場別の推移が確認できます。仲率は前年同月比を表しています。

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	仲率	累計	仲率													
総数	1,215,383	291	1,986,982	57.9	1,925,879	45.2	1,764,691	43.3	1,641,734	49.6	1,602,198	61.8	1,918,356	51.0	1,817,023	63.8	1,612,208	46.7	1,597,936	43.8	1,647,850	41.0	1,773,100	43.4	19,737,400	47.1		
アジア計	1,015,348	32.9	1,200,651	66.2	1,243,295	50.9	1,463,927	52.6	1,384,930	56.6	1,363,207	61.3	1,620,334	56.3	1,527,632	51.1	1,390,779	55.5	1,362,193	55.5	1,380,739	45.6	1,390,779	45.6	17,737,400	47.1		
韓国	358,093	40.1	321,576	38.9	268,166	39.6	304,619	57.0	315,939	61.6	261,604	21.2	343,759	37.1	390,971	55.5	301,645	38.6	370,842	48.6	359,845	50.5	415,700	52.4	4,002,100	45.3		
中国	226,214	45.4	359,080	159.8	388,121	83.7	405,731	112.9	387,170	133.5	462,248	167.1	576,868	105.1	591,510	133.1	491,201	99.6	445,662	99.6	362,950	74.9	347,100	82.7	4,983,800	107.3		
台湾	217,035	10.2	277,626	45.2	277,934	33.2	335,140	33.2	339,677	20.5	345,243	35.8	361,683	25.5	313,929	39.6	302,897	37.2	343,601	32.0	296,098	35.4	265,800	25.4	3,677,100	29.9		
香港	87,742	38.2	106,384	68.8	117,223	81.8	119,602	50.7	120,626	70.4	137,014	75.4	158,712	74.0	141,466	66.6	115,242	64.9	129,080	66.9	130,776	53.4	157,400	48.2	1,524,300	64.6		
タイ	44,770	64.8	44,038	28.3	42,438	30.0	117,930	18.6	81,015	30.1	43,390	19.5	51,852	20.9	34,985	10.7	34,985	10.7	34,985	10.7	34,985	10.7	34,985	10.7	706,700	21.9		
シンガポール	11,813	8.5	16,298	57.1	23,147	41.3	24,833	33.1	24,598	34.7	29,167	23.2	17,194	31.8	12,616	58.2	18,716	32.4	25,205	25.1	38,205	43.1	67,000	40.1	308,800	85.5		
マレーシア	12,312	11.8	19,289	36.8	28,193	20.6	29,596	17.4	25,797	14.1	18,525	8.8	19,954	22.8	12,801	23.8	21,307	32.5	28,438	18.6	39,481	42.6	50,300	28.0	305,500	22.4		
インドネシア	9,683	35.8	8,094	24.0	19,542	36.6	23,364	37.9	18,859	27.7	17,119	8.3	25,528	52.0	9,777	15.6	12,855	18.7	15,753	37.5	14,197	24.2	29,300	23.5	205,100	29.2		
フィリピン	14,428	57.5	14,190	89.3	26,796	110.8	36,673	23.4	27,847	44.2	18,619	38.7	16,374	48.4	14,794	28.5	15,843	25.1	25,685	32.2	24,443	53.2	32,700	50.0	288,300	45.7		
ベトナム	12,266	82.9	9,489	27.5	18,736	68.1	28,510	59.4	12,319	56.0	13,043	53.2	15,366	40.0	13,770	44.6	15,569	46.0	21,391	40.5	14,592	40.7	10,300	29.7	185,400	49.2		
インド	7,771	12.8	5,982	20.1	8,228	19.4	9,204	23.7	11,328	15.0	6,588	15.7	8,294	14.8	8,680	23.3	9,098	19.1	9,719	18.5	9,507	14.2	6,700	10.8	103,200	17.3		
イスラエル	671	16.9	722	26.0	3,068	9.1	4,469	28.8	1,693	9.3	1,019	28.3	1,267	23.5	1,125	13.5	3,398	95.0	2,118	33.1	1,672	7.6						
トルコ	924	27.1	955	12.0	1,866	78.9	1,822	8.4	1,617	46.1	1,304	6.6	1,453	26.2	1,414	13.4	1,752	52.0	1,115	15.3	1,595	20.4						
ヨーロッパ計	62,847	10.3	68,706	18.8	118,388	25.5	130,480	8.3	102,667	23.8	82,754	17.1	134,217	34.4	118,791	28.5	102,847	11.9	135,890	14.1	101,704	15.9						
英国	15,030	7.6	17,770	19.8	25,205	25.8	27,049	14.7	19,882	18.0	16,839	12.1	26,340	34.2	20,466	23.9	22,699	9.9	26,921	7.9	21,577	16.8	19,400	14.7	268,500	20.0		
フランス	10,035	9.9	11,951	34.6	18,090	14.6	27,146	22.5	20,324	36.6	13,500	17.3	22,804	19.6	21,189	20.9	15,276	12.3	23,871	18.3	16,277	22.6	14,300	10.2	214,300	20.0		
ドイツ	8,325	13.0	9,815	9.6	18,374	33.6	15,691	2.9	14,340	18.5	10,597	11.8	13,845	18.8	13,405	25.1	14,542	14.3	18,840	14.4	14,728	13.7	10,200	14.2	162,600	15.9		
イタリア	4,168	27.1	4,680	23.2	8,869	35.6	10,402	9.9	7,873	33.7	6,410	29.0	9,963	44.0	16,866	56.2	8,968	19.0	10,192	15.0	7,213	14.1	3,400	23.7	103,200	28.1		
ロシア	4,024	-6.1	2,781	-18.8	5,503	-14.4	5,207	-23.5	4,275	-15.2	3,756	-24.9	5,041	-13.2	4,826	-9.8	4,216	-16.3	5,230	-32.0	5,593	-9.6	3,900	-0.6	54,400	-15.1		
スペイン	2,501	27.5	2,806	30.3	6,330	74.1	5,469	-9.7	5,578	26.6	5,269	51.8	9,843	34.3	13,520	27.6	7,904	14.4	8,381	23.6	5,014	20.5	4,900	46.8	77,200	27.5		
スウェーデン	2,948	17.3	2,682	17.4	5,146	25.6	5,230	-0.9	3,424	16.4	3,685	21.2	5,647	74.4	2,640	18.1	3,097	3.7	5,170	11.6	3,987	10.0						
オランダ	2,145	4.3	2,478	12.1	4,230	19.2	5,037	28.7	4,269	26.7	3,201	21.9	7,219	59.2	3,765	23.4	4,138	17.2	5,790	18.8	4,448	28.2						
ベルギー	1,196	7.2	1,224	9.3	2,578	51.6	5,476	21.3	3,402	27.3	2,325	21.3	5,673	40.9	3,024	35.2	3,259	6.9	5,025	16.1	2,696	10.2						
ポランド	1,501	5.3	1,401	5.8	2,323	1.5	2,370	12.6	1,739	2.4	1,863	20.3	2,565	73.0	1,196	16.7	1,478	8.7	2,113	-0.7	2,394	43.6						
デンマーク	801	13.6	1,080	49.5	1,775	-0.8	2,805	17.2	2,434	47.2	1,866	71.0	2,662	43.7	2,261	45.4	2,470	86.0	3,160	50.3	2,068	42.3						
フィンランド	1,114	15.6	1,112	18.2	2,636	84.3	1,448	-39.7	1,042	26.3	1,558	19.8	3,056	71.1	911	19.6	1,808	29.3	2,739	20.8	1,709	9.9						
オーストリア	1,024	16.0	1,100	20.6	1,908	51.3	1,726	-3.3	1,480	23.7	1,075	14.6	1,911	84.6	1,706	34.2	1,613	5.1	1,911	15.1	1,585	11.9						
オーストラリア	777	10.2	1,004	41.6	1,516	36.1	1,571	2.3	1,429	34.7	1,318	16.6	2,160	68.1	2,240	30.6	1,449	26.8	1,769	18.3	1,581	35.8						
ニュージーランド	936	0.6	930	13.6	1,399	36.1	1,372	6.8	1,097	3.6	1,014	6.5	1,543	37.5	1,184	25.4	1,241	10.2	1,357	7.0	1,169	12.7						
アメリカ計	1,801	-1.6	1,746	20.9	3,273	27.0	2,689	-0.3	2,567	5.4	2,093	-3.8	3,222	54.0	3,328	45.0	3,046	11.2	3,346	-4.1	2,681	-3.5						
北アメリカ計	76,654	5.6	77,636	19.1	121,592	21.5	121,420	13.1	116,842	17.5	122,846	18.5	123,765	26.4	98,376	21.7	97,967	11.8	122,833	17.5	113,534	22.4						
英国	62,081	3.9	65,157	13.7	95,609	18.1	95,891	12.4	81,844	14.7	102,103	16.2	98,201	13.4	76,926	20.4	76,279	10.1	96,208	16.6	88,707	21.1	89,900	22.2	1,032,200	15.9		
カナダ	14,250	10.9	16,304	42.8	21,638	34.6	21,868	23.0	20,708	29.8	16,725	31.5	19,767	25.4	17,758	24.9	17,703	21.8	21,502	23.9	20,797	28.5	22,000	24.3	231,400	26.2		
メキシコ	1,694	25.9	1,678	24.9	3,561	44.7	3,856	18.2	3,229	27.5	3,353	33.6	4,790	35.4	2,826	35.2	3,189	6.3	3,319	3.5	3,115	19.0						
南アメリカ計	3,998	19.2	3,237	19.3	6,102	11.2	7,308	5.0	5,424	4.8	4,353	11.2	6,684	48.0	4,511	14.5	5,734	5.1	6,517	0.0	5,442	28.0						
ブラジル	2,303	22.7	1,709	30.0	3,423	12.4	4,467	8.1	2,804	-4.0	2,182	-2.4	3,697	42.3	2,072	-2.8	2,796	-8.9	3,332	-8.4	2,485	7.6						
オセアニア計	52,692	28.7	35,925	14.7	33,116	36.6	38,807	11.8	29,241	33.0	26,691	9.0	21,890	35.1	40,356	30.8	34,712	13.3	29,821	23.5	29,463	33.0						
オセアニア	48,583	30.0	30,303	14.0	29,178	36.8	34,060	12.9	24,827	33.9	22,695	7.7	25,996	26.4	17,878	36.6	34,712	13.3	29,821	23.5	29,463	33.0						
ニュージーランド	3,932	16.8	3,474	23.9	3,558	33.7	4,545	5.0	4,022	26.6	3,820	13.3	4,944	16.0	3,740	30.6	5,299	18.4	4,137	17.0	3,542	15.1						
韓国計+その他	53	51.4	61	60.5	103	49.3	80	5.3	63	6.8	54	3.0	73	25.9	71	77.5	65	27.5	64	3.2	82	36.7						

海外向けチケット販売実績

	合計 (人)	台湾	香港	韓国	アジア その他	7/11カ	がが	7/11	伴	1/17	豪州	NZ	西	独	欧米 その他
4月	4,889	1,421	679	274	280	397	88	370	466	57	351	32	60	35	379
5月	2,326	777	290	155	165	243	89	156	109	29	148	7	46	15	97
6月	4,649	1,395	642	363	466	826	94	81	187	17	260	13	64	19	222
7月	5,071	1,306	610	654	501	710	67	277	201	34	291	24	92	50	254
8月	5,366	1,398	618	1,033	329	496	100	425	234	171	102	3	180	51	226
9月	3,798	1,272	549	361	73	227	47	169	172	68	407	5	109	38	301
10月	3,836	1,093	531	434	182	308	84	221	298	53	297	14	78	34	209
11月	2,664	820	408	292	84	219	51	91	163	27	357	10	31	20	91
12月	3,499	1,060	522	510	172	323	53	44	92	47	502	9	23	8	134
1月	4,175	1,512	402	694	240	244	48	52	91	31	717	21	18	9	96
2月	3,939	1,489	481	846	345	163	32	56	75	19	317	19	11	7	79
3月	4,705	1,630	699	478	236	437	81	177	302	78	253	2	58	48	226
合計 (人)	48,917	15,173	6,431	6,094	3,073	4,593	834	2,119	2,390	631	4,002	159	770	334	2,314
割合 (%)		31.0	13.1	12.5	6.3	9.4	1.7	4.3	4.9	1.3	8.2	0.3	1.6	0.7	4.7

(アジアその他、欧米その他の主な内訳は、JTBグループが主催するツアーへの参加者)

月別入館者数と入館料金区分内訳

月	合計(人)	大人	中学生	小学生	幼児
4月	62,043	50,214	3,638	4,952	3,239
5月	43,951	37,204	1,791	2,805	2,151
6月	62,180	51,303	3,050	4,892	2,935
7月	64,940	49,976	5,032	6,997	2,935
8月	65,815	46,116	5,654	10,108	3,937
9月	59,812	53,625	1,683	2,162	2,342
10月	59,822	50,989	1,982	3,810	3,041
11月	41,451	34,938	1,251	2,922	2,340
12月	50,221	42,728	2,083	2,762	2,648
1月	53,318	44,488	2,404	3,788	2,638
2月	57,366	49,065	3,250	2,450	2,601
3月	66,067	52,452	3,948	5,535	4,132
合計	686,986	563,098	35,766	53,183	34,939
	割合(%)	82.0	5.2	7.7	5.1

三鷹ネットワーク大学「民学産公」協働研究事業

三鷹ネットワーク大学「民学産公」協働研究事業に参加し、下記の通り実証実験を実施中です。

お忙しい中恐縮に存じますが、別紙アンケートにご記入後返信用封筒に同封のうえ 11 月 15 日までにご返信いただければ幸いです。

なおご連絡先等ご記入いただいた方には、後日情報交換の場を設ける予定でございます。また、三鷹駅前の外国人観光客には外国語による聞き取り調査を行う予定です。

■協働研究事業-テーマ

1. グローバル社会に伴う訪日外国人を対象にしたビジネスの可能性の調査研究事業

近年外国人観光客の増加が著しく、今年 7 月で 1000 万人を突破し年間 2000 万人に達するのは確実と思われまます。ジブリ美術館や井の頭公園を有している三鷹市においても年間 10 万人以上の訪日観光客が来ています。今後の訪日外国人観光客の対応に関して市民や商店の皆様がどのようなお考えをお持ちなのかお聞きし、これからの三鷹市商店街の活性化にお役に立てれば幸いです。

平成 27 年 10 月 23 日

特定非営利活動法人
三鷹ネットワーク大学推進機構
三鷹市下連雀 3-24-3
三鷹駅前協働ビル 3 階
当アンケートに関する問い合わせ先
日本ヒューマンウエア研究会
三鷹市下連雀 3-27-14
さがみやビル 3 階
0422-29-9951
小柳義朗

該当する□に☑をしてください。◆は、自由にご記入ください。

Q1) 外国人観光客は受け入れていない。

今後もあまり受け入れたくない。

◆受け入れたくない理由：

出来れば今後受け入れたい。

◆受け入れる場合の課題等がありましたらご記入ください。：

Q2) 現在すでに外国人観光客を受け入れている

◆簡単で結構ですので現状をお聞かせください。

更に多くの外国人観光客を受け入れたい。

◆受け入れる場合の課題等がありましたらご記入ください。：

出来れば受け入れたくない。

◆受け入れたくない理由：

Q3) 三鷹市内への外国人観光客の増加を期待しますか？

期待する。

◆期待する理由：

あまり増えてほしくない。

◆増えてほしくない理由：

Q4) 訪日外国人観光客対策に関して、ご意見等ございましたらご記入ください。

ありがとうございました。

お手数ですが同封の返信用封筒にてご送付願います。

Joint research business by citizens In Mitaka NETWORK University

We conduct a research business in collaboration with Mitaka NETWORK University.

We are doing a questionnaire survey.

Many foreigners visit “Ghibli Museum, Mitaka” from oversea.

We hope this research helps the tourists enjoy their stay and sightseeing in Mitaka City.

If we can have your cooperation, we are very happy.

Thank you.

October 2015

**Mitaka NETWORK
University**

Nihon Human-ware Group

Shimorenjyaku 3-27-14 Mitaka City.

[Http://www.nhk-net.co.jp/mitaka/](http://www.nhk-net.co.jp/mitaka/)

Q1) Nationality

Q2) The places you visit before and after “Ghibli Museum, Mitaka”

Q3) Where did you go? Where will you go?

Within the area where you can go by bus or on foot.

Q4) Do you have any request about visiting “Ghibli Museum, Mitaka” or sightseeing within walking distance?

Q5) Actually, Mitaka city office introduces a various tourist attractions and the events. Please check what you are interested in and want to visit.

Experience living in a local Japanese home privately or doing homestay with local people.

Experience making soba(Japanese buckwheat noodles)on your own.

cooking Japanese traditional meal.

Practicing Japanese swordfight.

making anime(Japanese animation)

Touring around Mitaka City

Historical site of Osamu Dazai

Learn the Japanese traditional dance(performing art)

Learn ikebana(Japanese flower arrangement).

Experience Japanese tea ceremony

Practice Japanese songs

Thank you.