

多摩の“ひまわり”物語(ストーリー)観光連携事業

観光動態調査報告書

令和元年度

清瀬市・武蔵村山市ひまわりストーリー実行委員会

目 次

1 調査概要	1
I 調査の概要	2
1. 調査目的	2
2. 本報告書の構成	3
2 清瀬市観光動態調査	4
I 調査の概要	5
1. 調査目的	5
2. 本章の構成	5
II 来場者動態調査	6
1. 調査実施概要	6
2. 留意点	7
3. グラフの見方	7
4. 調査結果	9
5. まとめ（結果概要）	34
III 観光客動態調査	36
1. 調査概要	36
2. 調査結果	36
3. まとめ	40
IV 来訪者消費額調査	41
1. 調査概要	41
2. 経済波及効果の算出	41
3. まとめ	44
V 追加の調査分析提案（ヒアリング調査）	45
1. 調査の概要	45
2. 調査結果	45
3. まとめ	46
VI 総合分析	47
1. 清瀬ひまわりフェスティバルの現状と課題について	47
2. 今後の展望（提案）	48

3 武蔵村山市観光動態調査	52
I 調査の概要	53
1. 調査目的	53
2. 本章の構成.....	53
II 来訪者動態調査	54
1. 調査実施概要	54
2. 留意点	55
3. グラフの見方	55
4. 調査結果	57
5. まとめ（結果概要）	82
III 観光客動態調査	84
1. 調査概要	84
2. 調査結果	84
3. まとめ	89
IV 来訪者消費額調査.....	90
1. 調査概要	90
2. 経済波及効果の算出	90
3. まとめ	92
V 追加の調査分析提案（ヒアリング調査）	93
1. 調査の概要.....	93
2. 調査結果	93
3. まとめ	94
VI 総合分析	95
1. ひまわりガーデン武蔵村山 2019 の現状と課題について	95
2. 今後の展望（提案）	96
4 総括	100
I 総括	101
1. 多摩の“ひまわり”物語(ストーリー)観光連携事業.....	101
2. 2市のひまわりストーリーの目指すべき方向性	102
3. 今後検討したい施策	103
4. 2市広域で重点的に取組むべき施策.....	104

1 調査概要

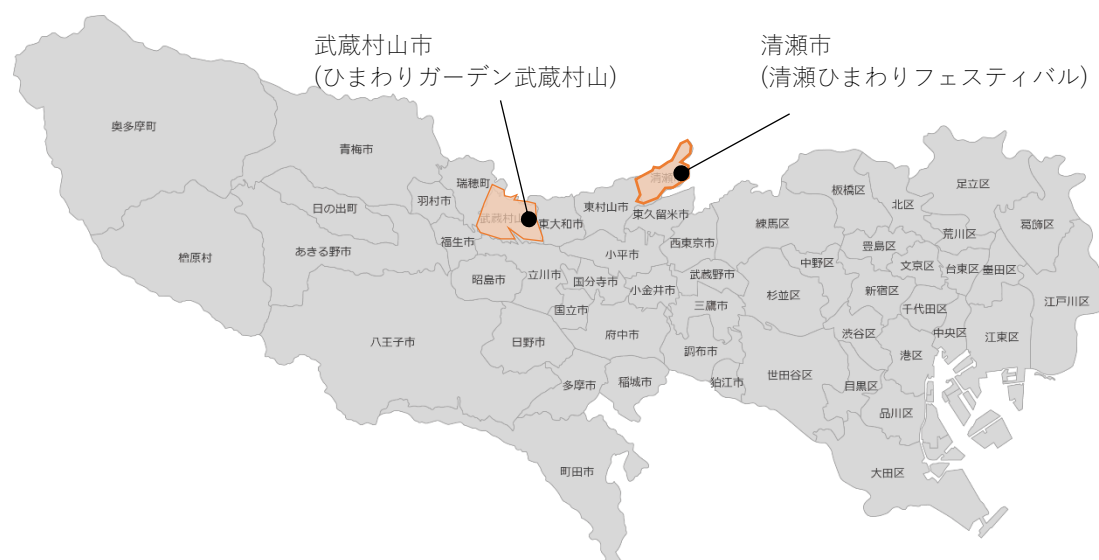
I 調査の概要

1. 調査目的

平成 29 年度に清瀬市・武蔵村山市において、「ひまわりフレンドシップ協定」を締結した両市が連携して東京都を代表する夏の風物詩”ひまわり畑”の魅力をより一層広く発信することにより、多摩地域における夏の観光資源をアピールするとともに、両市の市民交流を図り、国内外からの来園者を多摩周辺地域全体へと回遊させる波及効果への一助として取り組んでいる。

本事業においては、今後本地域の効果的な観光振興策を実行するという目的で、来訪者への聞き取りアンケート等を利用して、第 12 回清瀬ひまわりフェスティバル及びひまわりガーデン武蔵村山 2019 への国内外からの来訪者の動態や特徴等について調査を行うものである。

清瀬市と武蔵村山市の位置図



第 12 回清瀬ひまわりフェスティバル実施概要

項目	内容
開催期間	令和元年 8 月 17 日 (土) ~ 8 月 24 日 (土) 午前 9 時 ~ 午後 4 時 開会式: 8 月 17 日 (土) 午前 8 時 45 分 ~
来場者数	97,744 人
開催場所	石井ファーム・小寺ファーム等 (いずれも清瀬市下清戸地区 約 24,000 m ²)
事業詳細	・ ひまわりの種まき ・ ひまわりフェスティバル ・ けやきロードフェスティバル 2019 のひまわりフェスティバル期間内の実施 ・ お天気フェア (気象衛星センター・東京管区气象台合同実施) のひまわりフェスティバル期間内での実施 ・ ひまわりフェスティバル写真・写生コンテスト

	・スタンプラリー、写真コンテスト（フレンドシップ賞）、スマホ写真教室の実施 ※多摩の”ひまわり”物語観光連携事業 ・西武鉄道・東武鉄道共同企画「夏の花めぐり」 等
--	--

ひまわりガーデン武蔵村山 2019 実施概要

項目	内容
開催期間	令和元年7月20日（土）～8月11日（日）午前9時～17時
来場者数	17,391人
開催場所	東京都武蔵村山市緑が丘1460 約37,000㎡
事業詳細	・スタンプラリー ・灯ろうナイト、灯ろうナイトお絵かきイベント ・ひまわりと遊ぼう ・切り花プレゼント ・2019 ひまわりスマイルキャンペーン ・JAF 会員のひまわりの種プレゼント ・フォトコンテスト・絵画展 ・スタンプラリー、写真コンテスト（フレンドシップ賞）、スマホ写真教室の実施 ※多摩の”ひまわり”物語観光連携事業 等



2. 本報告書の構成

本報告書では、以下の構成で調査を進める。

	調査分析項目	内容
清瀬市・武蔵村山市の各種調査内容	来場者動態調査	対面アンケート調査の質問紙法で、各イベントの来訪者の動態や特徴等について調査を行う。
	データによる観光客動態調査	ビッグデータを取り扱う「RESAS 地域経済分析システム」や「google 分析ツール」、また、取得可能な既存データ等を活用し、各市の観光客の動向を把握する。
	来訪者消費額調査	来訪者動態調査結果の「利用総額」を参考に、各市の地域経済波及効果について考察を行う。
	追加の調査分析提案	受入側のひまわり事業に関わる関連団体や事業者に対して観光の現況調査を行うことで、課題を整理する。
	総合分析	上記の調査結果より、各市の現状と課題を整理し、今後の展望について提案する。
総括		両市の総合分析をした後、両市の施策および両市の連携するポイントについてとりまとめる。

2 清瀬市観光客動態調査



—清瀬ひまわりフェスティバル—

I 調査の概要

1. 調査目的

平成 29 年度に清瀬市・武蔵村山市において「ひまわりフレンドシップ協定」を締結した両市が連携して東京を代表する夏の風物詩”ひまわり畑”の魅力をより一層広く発信することにより、多摩地域における夏の観光資源をアピールするとともに、両市の市民交流を図り、国内外からの来園者を多摩周辺地域全体へと回遊させる波及効果への一助として取り組んでいる。

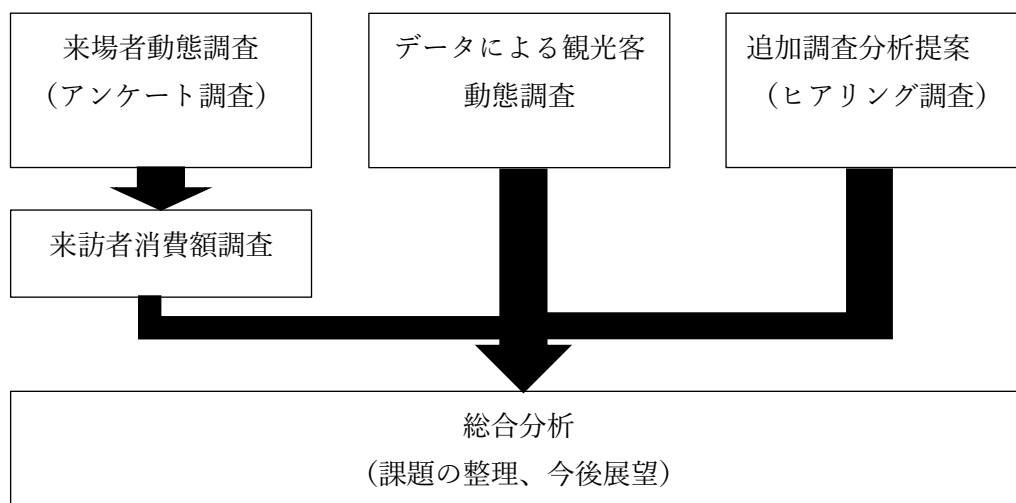
本事業においては、今後本地域の効果的な観光振興策を実行するという目的で、来訪者への聞き取りアンケート等を利用して、第 12 回清瀬ひまわりフェスティバル及びひまわりガーデン武蔵村山 2019 への国内外からの来訪者の動態や特徴等について調査を行うものである。

本調査報告書は、第 12 回清瀬ひまわりフェスティバルの調査結果について記載する。

2. 本章の構成

本章では、以下の構成で調査を進める。

調査分析項目	内容
来場者動態調査	対面アンケート調査の質問紙法で、第 12 回清瀬ひまわりフェスティバルへの来訪者の動態や特徴等について調査を行う。
データによる観光客動態調査	ビッグデータを取り扱う「RESAS 地域経済分析システム」や「google 分析ツール」、また、取得可能な既存データ等を活用し、清瀬市における観光客の動向を把握する。
来訪者消費額調査	来訪者動態調査結果の「清瀬市での利用総額」を参考に、清瀬市の地域経済波及効果について考察を行う。
追加の調査分析提案	受入側のひまわり事業に関わる関連団体や事業者に対して観光の現況調査を行うことで、課題を整理する。
総合分析	上記の調査結果より、清瀬市および清瀬ひまわりフェスティバルの現状と課題を整理し、今後の展望について提案する。



II 来場者動態調査

1. 調査実施概要

来訪者への聞き取りアンケート等を利用して、第 12 回清瀬ひまわりフェスティバルへの来訪者の動態や特徴等について調査分析を行った。

■ ひまわりイベント概要

第 12 回清瀬ひまわりフェスティバル	8 月 17 日（土）～8 月 24 日（土）
---------------------	-------------------------

■ 来訪者動態調査内容

調査方法	・「対面アンケート調査」の質問紙法で実施。 調査地点（イベント開催場）で、調査員がその場で訪問客に協力依頼し、調査票をお渡しし回答記入いただくか、聞き取った回答を調査員が調査票に記入する。		
調査概要	○調査場所 ・第 12 回清瀬ひまわりフェスティバル会場内 ○対象 ・市内外、外国人客区別なく、来訪者を同一条件下で調査 ○票数 ・462 票 ○実施スケジュール ・平日及び土日祝の 2 パターンで実施 ・スタッフは、2 名から 3 名体制で実施 ■調査日程 <table> <tr> <td>第 12 回清瀬ひまわりフェスティバル</td><td>8 月 18、21、23、24 日に実施</td></tr> </table>	第 12 回清瀬ひまわりフェスティバル	8 月 18、21、23、24 日に実施
第 12 回清瀬ひまわりフェスティバル	8 月 18、21、23、24 日に実施		

■ 調査票設問構成

調査項目		内容
回答者の属性		性別、年齢、住所
①地域の稼ぐ力を把握するデータ	旅行で使った消費額	・一人あたりの観光消費額（飲食費、宿泊費、買い物・土産物代、入場料・施設利用料、交通費、その他）
②来訪者数の増加や来訪者の消費拡大を図るための分析が可能なデータ	モデル地域への来訪状況	・本地域への来訪回数 ・前回、来訪した時期
	旅行の実態	・旅行の同行者 ・旅行日程 ・移動交通機関 ・本地域を含む周遊エリア（モデル地域内の訪問箇所数も含む） ・来訪の情報源 ・旅行の動機 ・楽しみにしていたこと（期待度） ・体験プログラム等の参加、お土産の購入等
	個別の評価	・期待度と満足度（景観、食事、体験、特産物・土産品、移動、情報収集、宿泊等） ・本地域への再来訪意向 ・本地域の紹介意向

2. 留意点

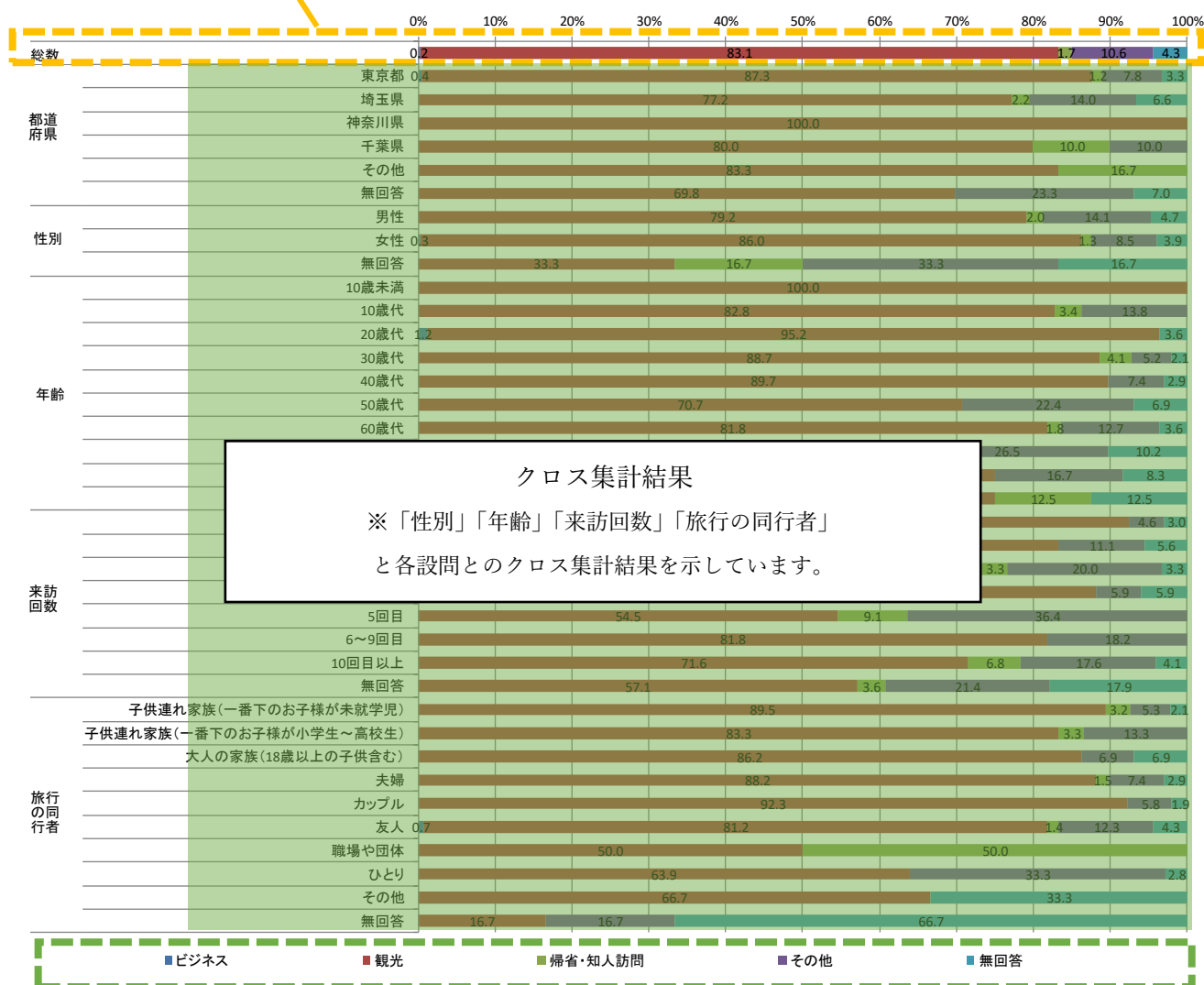
- 本報告書では、回答すべき箇所が回答されていないものは「無回答」として扱う。また、回答する必要のない箇所及び回答すべき箇所でないところを回答している場合は「非該当」として扱い、集計から除外している。
- 設問の構成比は、回答者人数（該当設問での該当者数）を基数として百分率（%）で示している。
- 比率は全て百分率（%）で表し、小数点以下第2位を四捨五入し算出しているため、合計が100%にならない場合がある。
- 複数回答については、回答者人数を基数として百分率（%）で示しているため、合計値は100%にならない場合がある。
- 「その他」の選択肢がある設問については、「その他」の欄に具体的な内容の記載があったものの件数と、その主な内容を掲載している。そのため、「その他」と回答した件数と一致しない場合がある。
- 集計の数値は少数第1位で四捨五入表記しているため、合計値が100.0%にならない場合がある。

3. グラフの見方

調査結果のグラフは、回答者の属性と各設問のクロス集計で示す。

総数集計結果

※各設問の総数を集計した、単純集計の結果です。

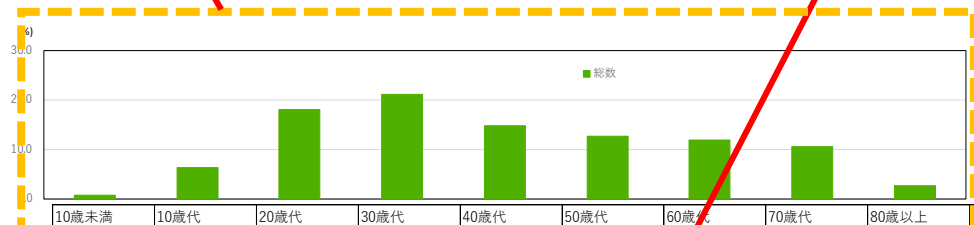


凡例

総数集計結果

※各設問の総数を集計した、単純集計の結果です。
上部には、その集計結果を棒グラフにして、示してあります。

『総数』より割合が 10 ポイント以上低い数値のセルをピンク色で着色し、赤字にしてあります。



		総数 (人)	10歳未満	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳以上	無回答
総数		462	0.6	6.3	18.0	21.0	14.7	12.6	11.9	10.6	2.6	1.7
都道府県	東京都	244	0.8	5.7	18.4	19.3	16.8	12.7	12.3	10.7	2.0	1.2
	埼玉県	136	0.7	8.8	12.5	25.0	11.0	12.5	14.0	11.0	2.2	2.2
	神奈川県	23	0.0	8.7	43.5	26.1	4.3	8.7	4.3	0.0	4.3	0.0
	千葉県	10	0.0	0.0	60.0	10.0	20.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0
	その他	6	0.0	0.0	33.3	33.3	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7
	無回答	43	0.0	2.3	7.0	16.3	18.6	11.6	16.3	7.0	2.3	2.3
性別	男性	149	0.0	3.4	14.1	20.8	13.4	18.1	11.4	12.8	4.7	1.3
	女性	307	1.0	7.8	20.2	21.5	15.6	10.1	11.4	9.4	1.3	1.6
	無回答	6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	16.7	16.7	16.7
来訪回数	初めて	237	0.4	8.9	23.2	20.3	10.1	11.0	11.4	11.0	2.1	1.7
	2回目	54	0.0	5.6	22.2	25.9	16.7	11.1	7.4	3.7	3.7	3.7
	3回目	30	3.3	0.0	16.7	20.0	20.0	6.7	20.0	10.0	0.0	3.3
	4回目	17	5.9	0.0	11.8	17.6	11.8	5.9	29.4	11.8	5.9	0.0
	5回目	11	0.0	0.0	0.0	9.1	27.3	0.0	0.0	54.5	9.1	0.0
	6～9回目	11	0.0	9.1	0.0	9.1	18.2	18.2	27.3	9.1	9.1	0.0
	10回目以上	74	0.0	5.4	8.1	24.3	21.6	16.2	10.8	10.8	2.7	0.0
	無回答	28	0.0	0.0	10.7	21.4	21.4	32.1	7.1	3.6	0.0	3.6
旅行の同行者	子供連れ家族（一番下のお子様が無就学児）	95	2.1	0.0	6.3	57.9	28.4	1.1	4.2	0.0	0.0	0.0
	子供連れ家族（一番下のお子様が小学生～高校生）	30	3.3	3.3	0.0	20.0	46.7	13.3	0.0	13.3	0.0	0.0
	大人の家族（18歳以上の子供含む）	29	0.0	3.4	6.9	3.4	13.8	31.0	27.6	3.4	6.9	3.4
	夫婦	68	0.0	0.0	1.5	8.8	7.4	29.4	27.9	17.6	4.4	2.9
	カップル	52	0.0	7.7	59.6	23.1	1.9	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	友人	138	0.0	15.9	26.8	10.1	8.0	7.2	10.9	17.4	0.7	2.9
	職場や団体	2	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	ひとり	36	0.0	0.0	8.3	2.8	11.1	25.0	22.2	13.9	16.7	0.0
	その他	6	0.0	16.7	16.7	0.0	16.7	0.0	16.7	33.3	0.0	0.0
	無回答	6	0.0	0.0	33.3	16.7	16.7	16.7	0.0	16.7	0.0	0.0

+10 : 傾向が強い（『総数』より10ポイント以上高い数値）

+5 : 傾向がやや強い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値）

-5 : 傾向がやや弱い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値）

-10 : 傾向が弱い（『総数』より10ポイント以上低い数値）

クロス集計結果

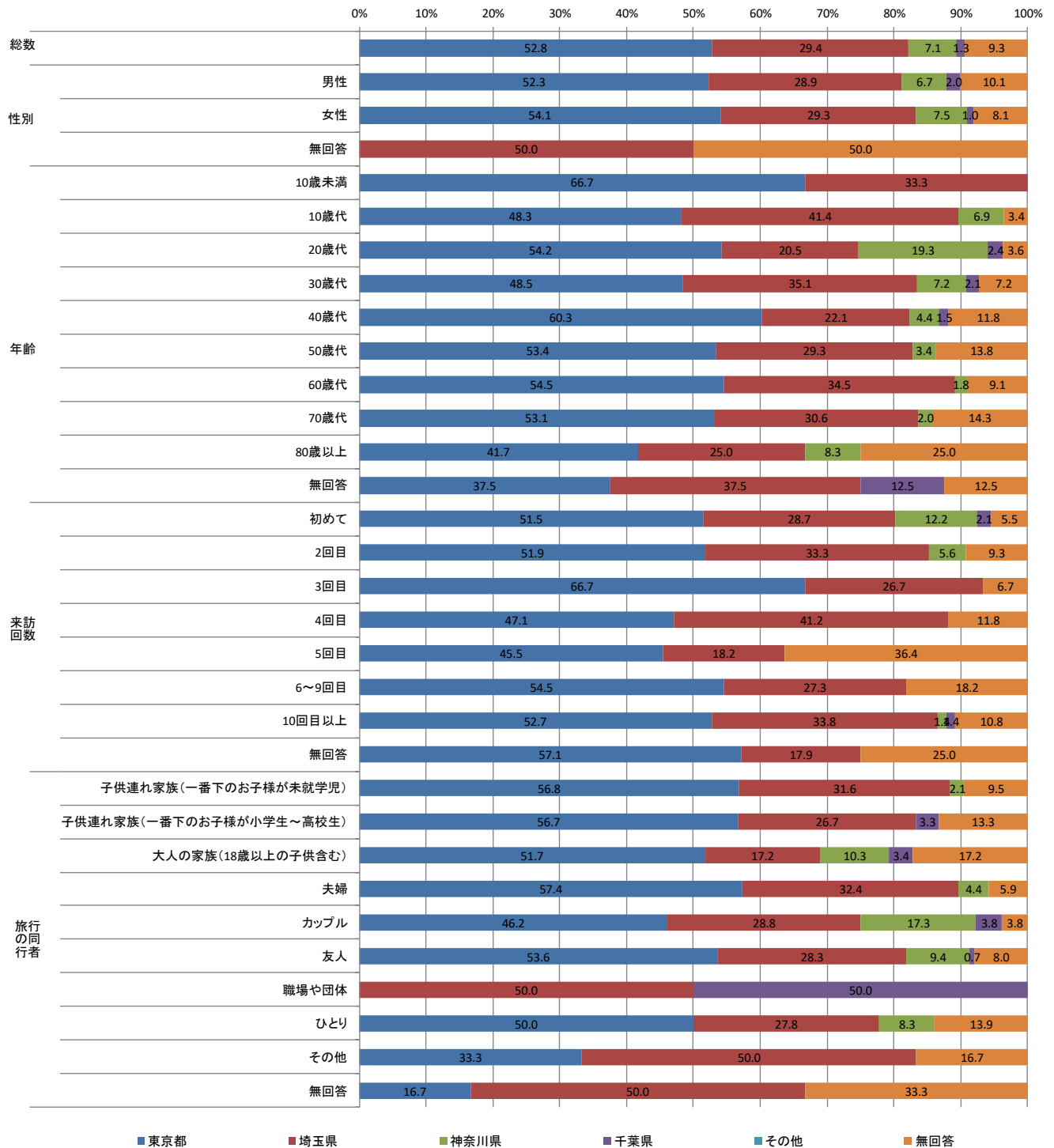
※「性別」「年齢」「来訪回数」「旅行の同行者」と各設問とのクロス集計結果を示しています。

『総数』より割合が 10 ポイント以上高い数値のセルを濃青で着色し、白文字にしてあります。

4. 調査結果

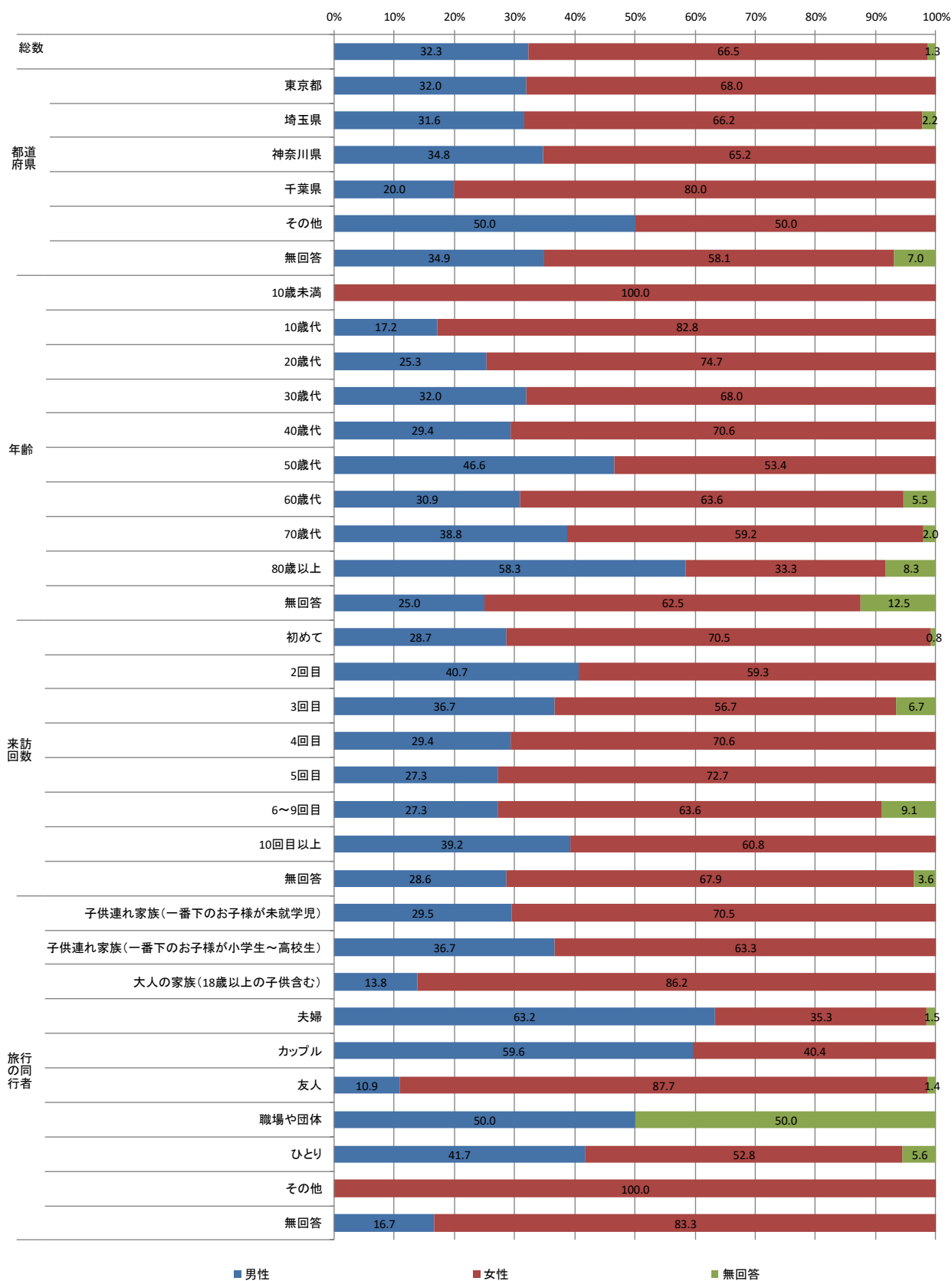
Q1 あなたのお住まいはどこですか。

「東京都」が52.8%と最も多く、次いで「埼玉県」が29.4%、「神奈川県」が7.1%、「千葉県」が1.3%となっている。



Q2 あなたの性別，年齢を選んで下さい。

「女性」が66.5%と最も多く、次いで「男性」が32.3%となっている。

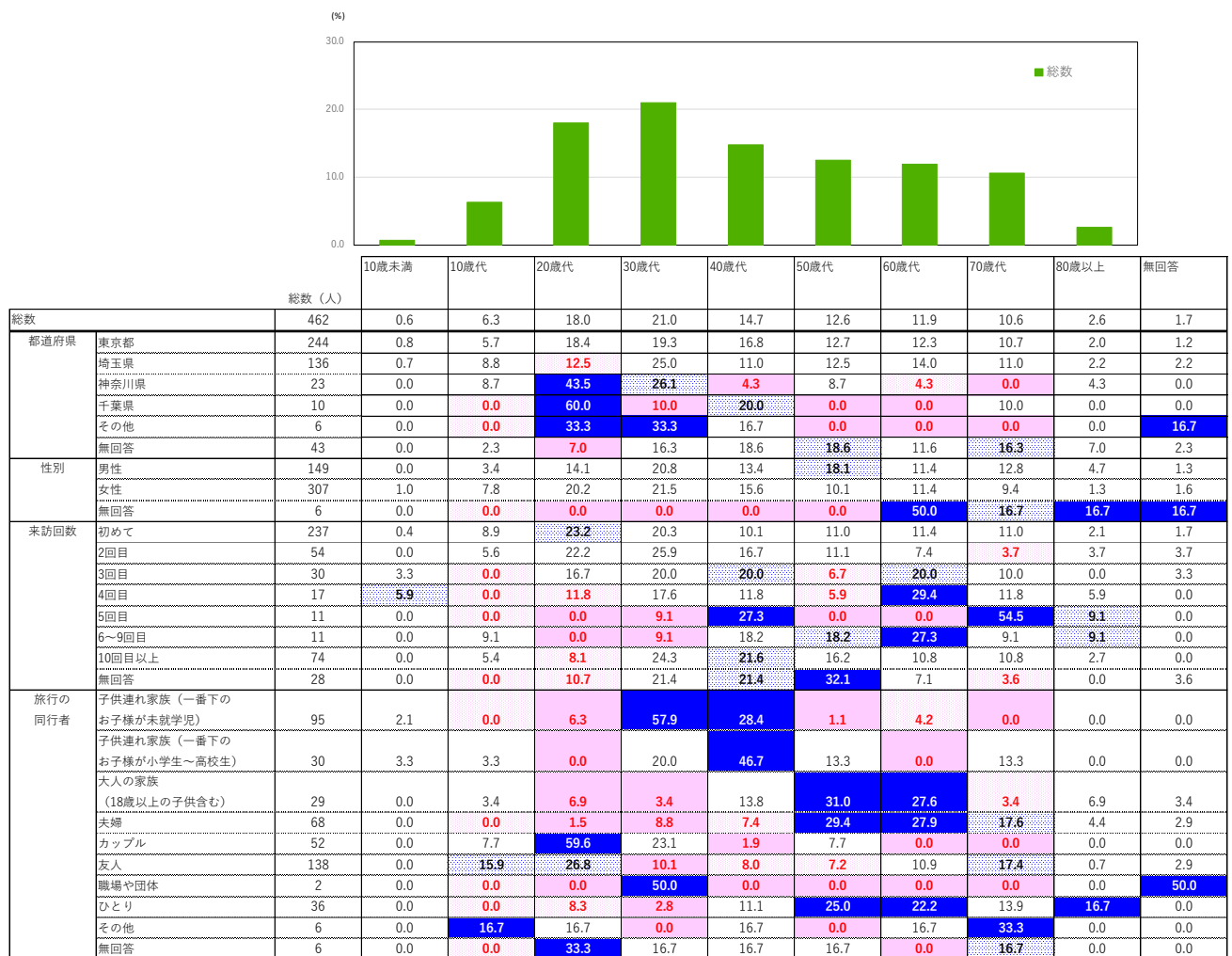


回答者の年齢は、「30 歳代」が 21.0%と最も多く、次いで「20 歳代」が 18.0%,「40 歳代」が 14.7%,「50 歳代」が 12.6%となっている。

「初めて」「2 回目」の来訪者は、20 歳代～30 歳代で 20.0%を超え、3 回目以降の来訪（リピーター）は、30 歳代以降の割合が高まる。

年代毎には、以下に該当する来訪者が多い傾向がみられる。

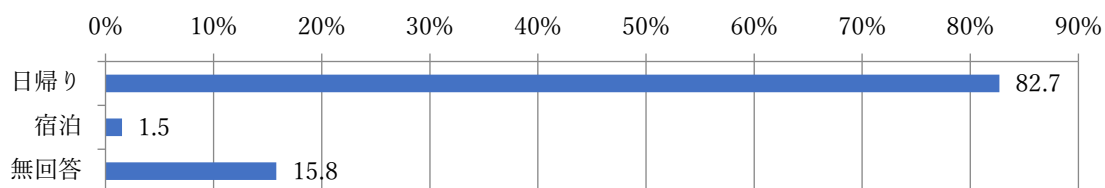
- ・ 20 歳代…「カップル」「友人」「職場や団体」
- ・ 30 歳代…「子供連れ家族（一番下のお子様が未就学児）」「職場や団体」
- ・ 40 歳代…「子供連れ家族（一番下のお子様が未就学児）」「子供連れ家族（一番下のお子様が小学生～高校生）」
- ・ 50 歳代…「大人の家族（18 歳以上の子供含む）」「夫婦」
- ・ 60 歳代…「大人の家族（18 歳以上の子供含む）」「夫婦」「ひとり」



- +10 : 傾向が強い（『総数』より10ポイント以上高い数値）
- +5 : 傾向がやや強い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値）
- 5 : 傾向がやや弱い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値）
- 10 : 傾向が弱い（『総数』より10ポイント以上低い数値）

Q3 今回の旅行の日程を教えてください。

「日帰り」が82.7%と最も多く、次いで「宿泊」が1.5%となっている。

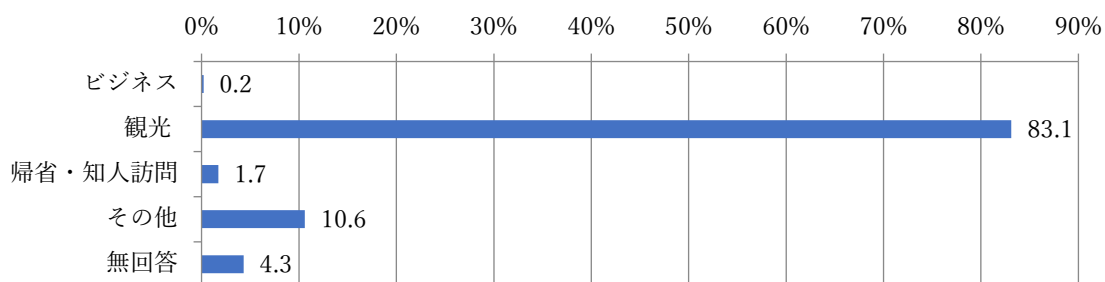


○日帰りの場合、出発から帰宅まで何時間か→平均3.5時間

○宿泊数→平均4.1泊

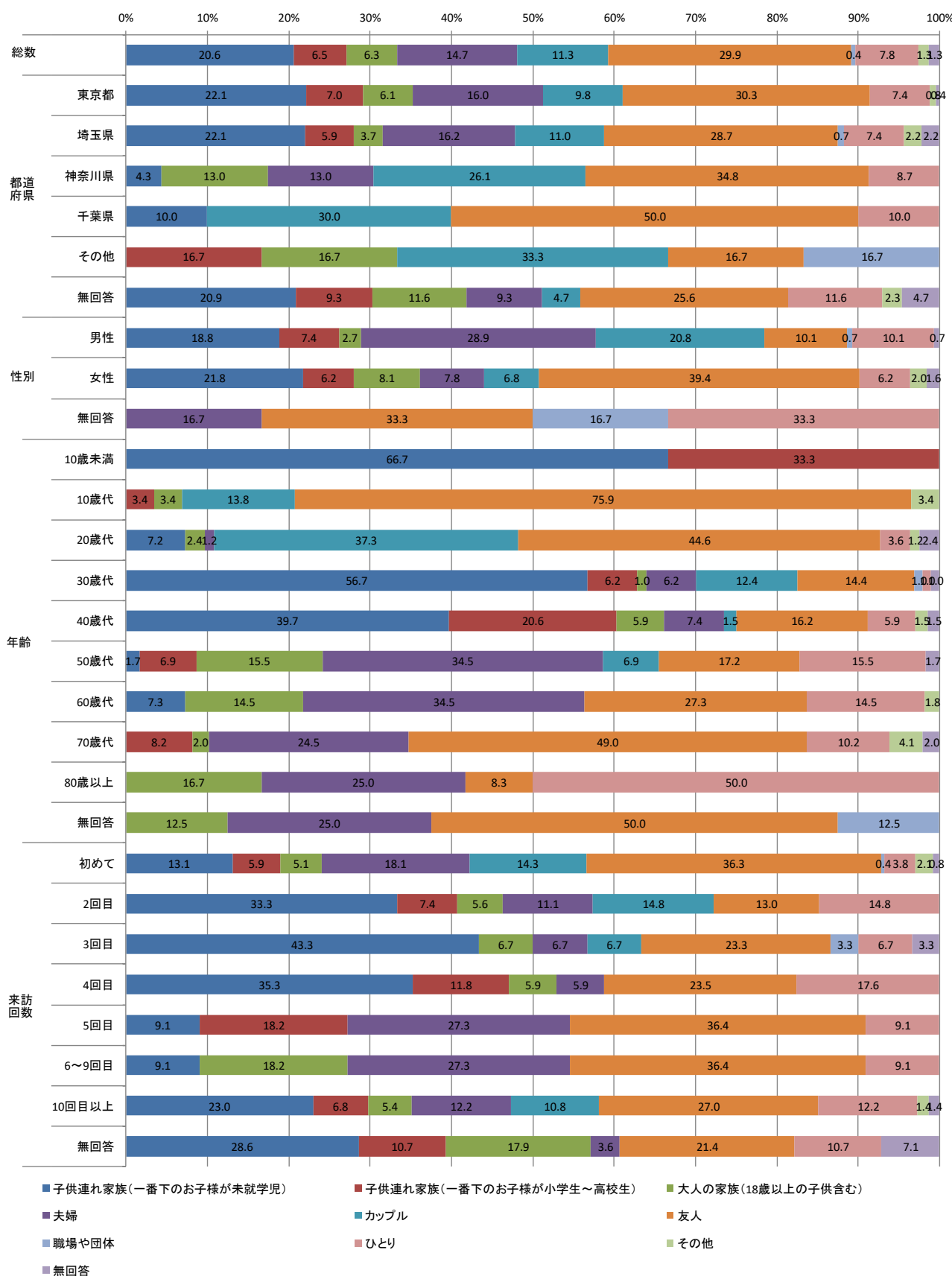
Q4 今回の旅行の主要な目的は何ですか。

「観光」が83.1%と最も多く、次いで「その他」が10.6%、「帰省・知人訪問」が1.7%、「ビジネス」が0.2%となっている。



Q5 今回の旅行の同行者について教えてください。

回答者の同伴者との関係性は、「友人」が29.9%と最も多く、次いで「子供連れ家族（一番下のお子様が未就学児）」が20.6%、「夫婦」が14.7%となっている。

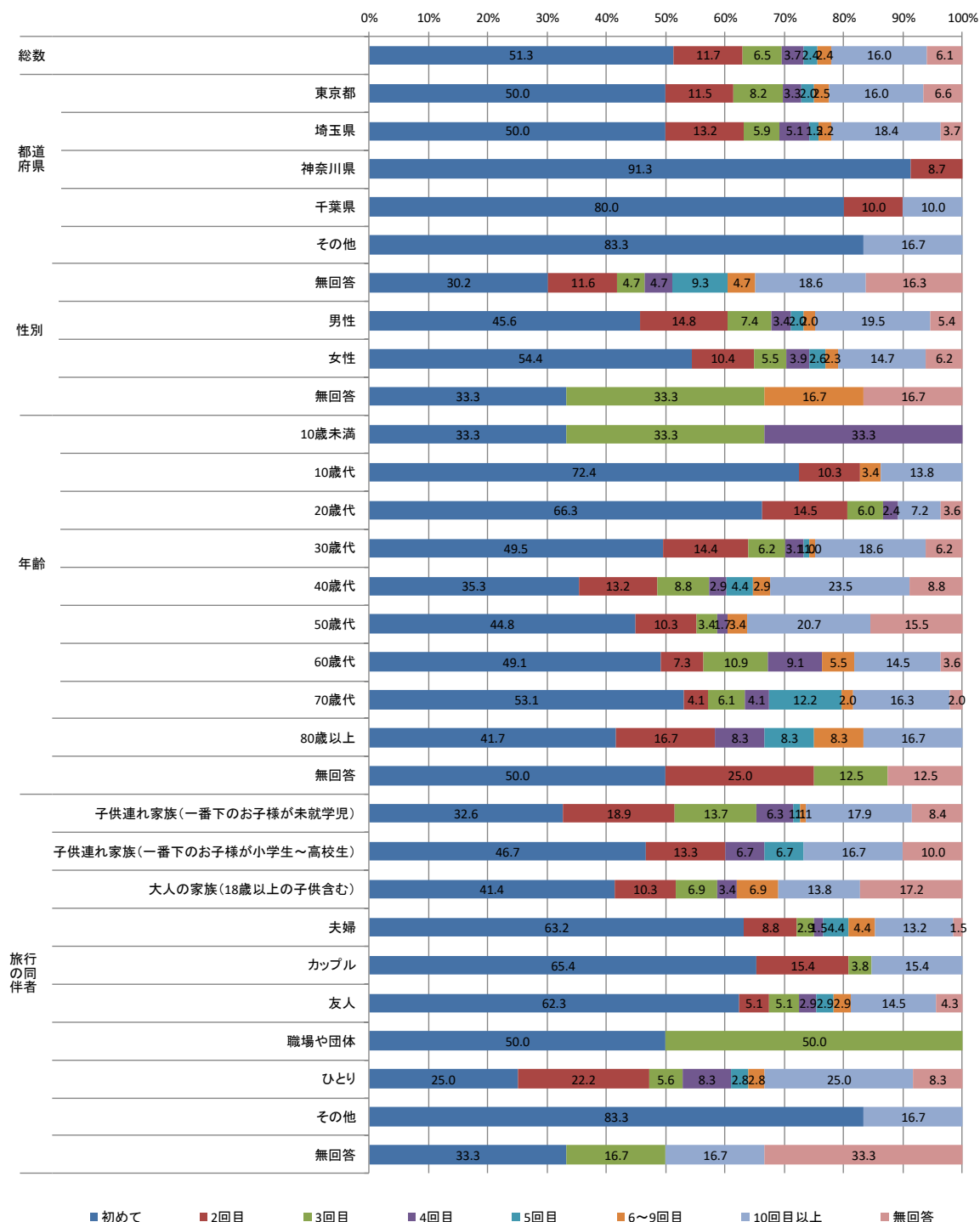


Q6 本地域（清瀬市）へは、今回が何度目のご来訪ですか？

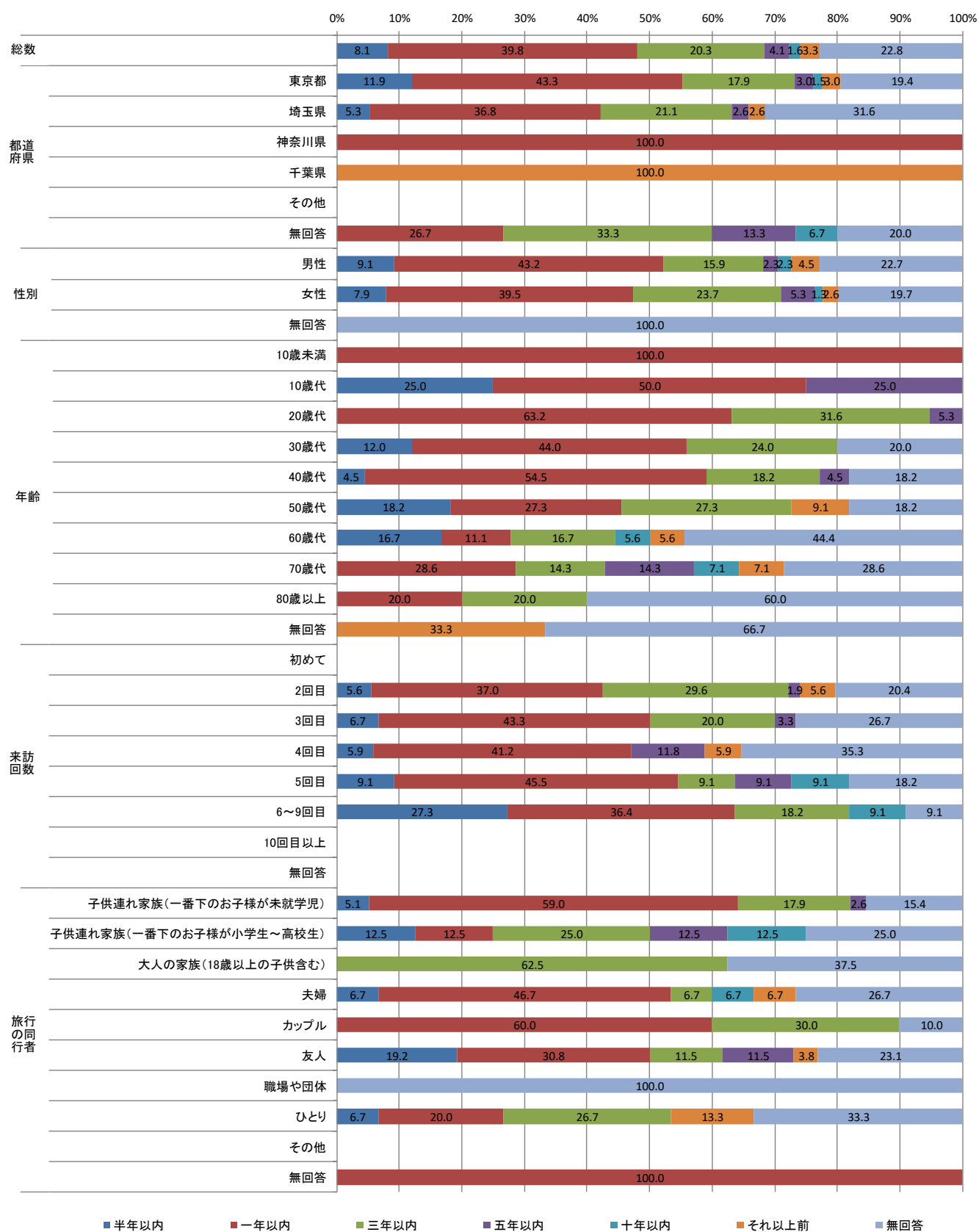
「初めて」が51.3%と最も多く、次いで「10回目以上」が16.0%、「2回目」が11.7%、「3回目」が6.5%となっている。

20歳代の来訪者は「初めて」の方が半数以上を占め、年齢層が高いほど、リピーターの割合が高まる傾向にある。

「夫婦」「カップル」「友人」で初めて来訪する割合が高くなっており、「子供連れ家族（一番下のお子様が未就学児）」「子供連れ家族（一番下のお子様が小学生～高校生）」「大人の家族（18歳以上の子供含む）」でリピーターの割合が高くなっている。

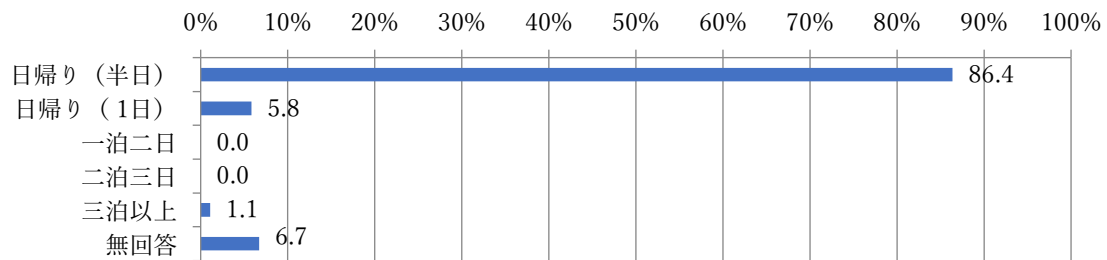


また二回以上訪れている回答者の前回の来訪は、「1年以内」が39.8%と最も多く、次いで「三年以内」が20.3%、「半年以内」が8.1%、「5年以内」が4.1%となっている。



Q7 本地域（清瀬市）での、滞在時間を教えて下さい。

清瀬市での滞在時間は、「日帰り（半日）」が86.4%と最も多く、次いで「日帰り（1日）」が5.8%となっている。

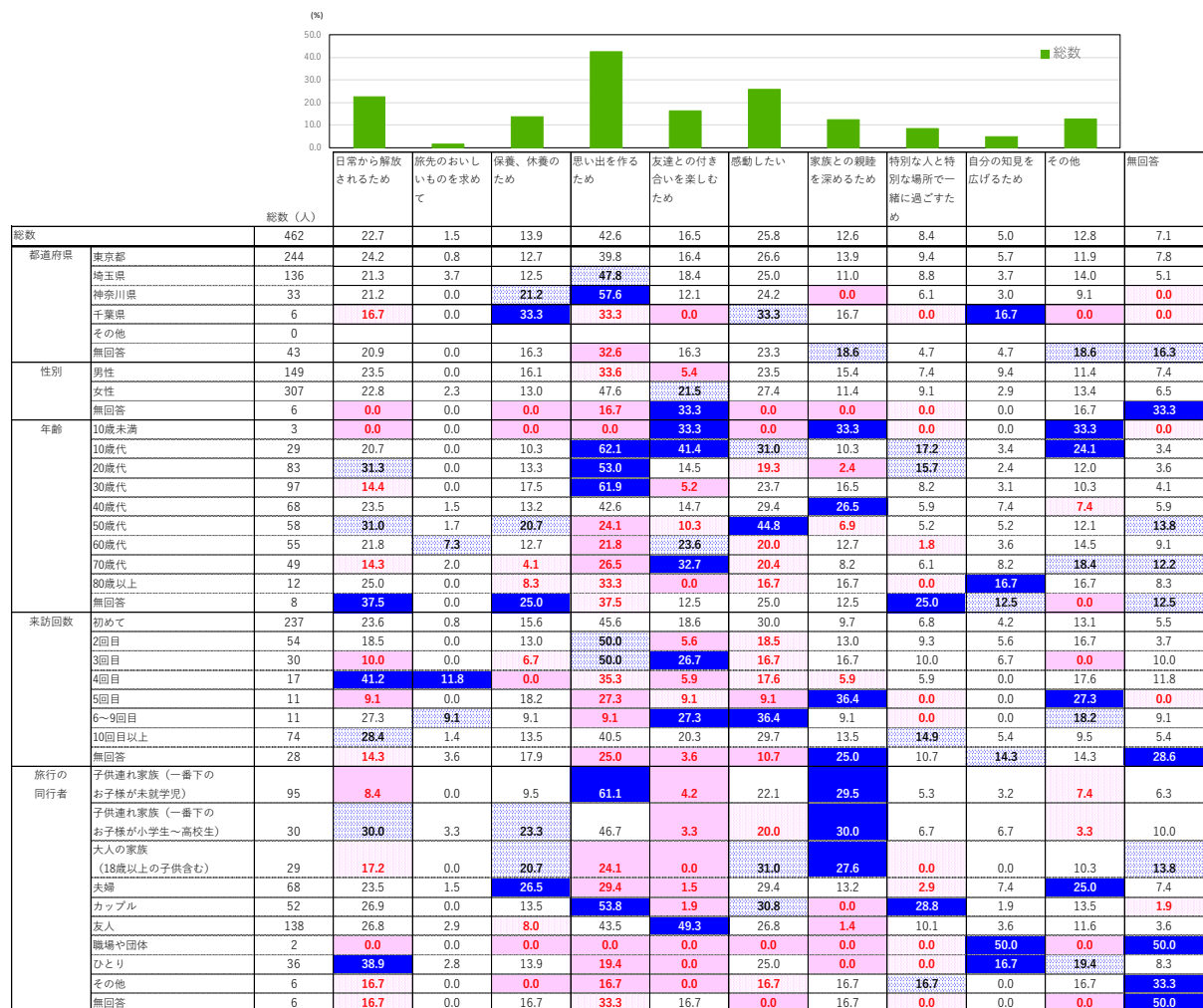


Q8 今回、旅行された動機は何ですか？（複数回答）

旅行の動機は、「思い出を作るため」が42.6%と最も多く、次いで「感動したい」が25.8%、「日常から解放されるため」が22.7%、「友達とのつきあいを楽しむため」が16.5%となっている。

10歳代～30歳代は「思い出を作るため」、40歳代は「家族との親睦を深めるため」、50歳代は「感動したい」、60歳代～70歳代は「友達との付きあいを楽しむため」の動機としている割合が高い。

家族連れは「家族との親睦を深めるため」を動機としている割合が高い。



+10 : 傾向が強い（『総数』より10ポイント以上高い数値）

+5 : 傾向がやや強い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値）

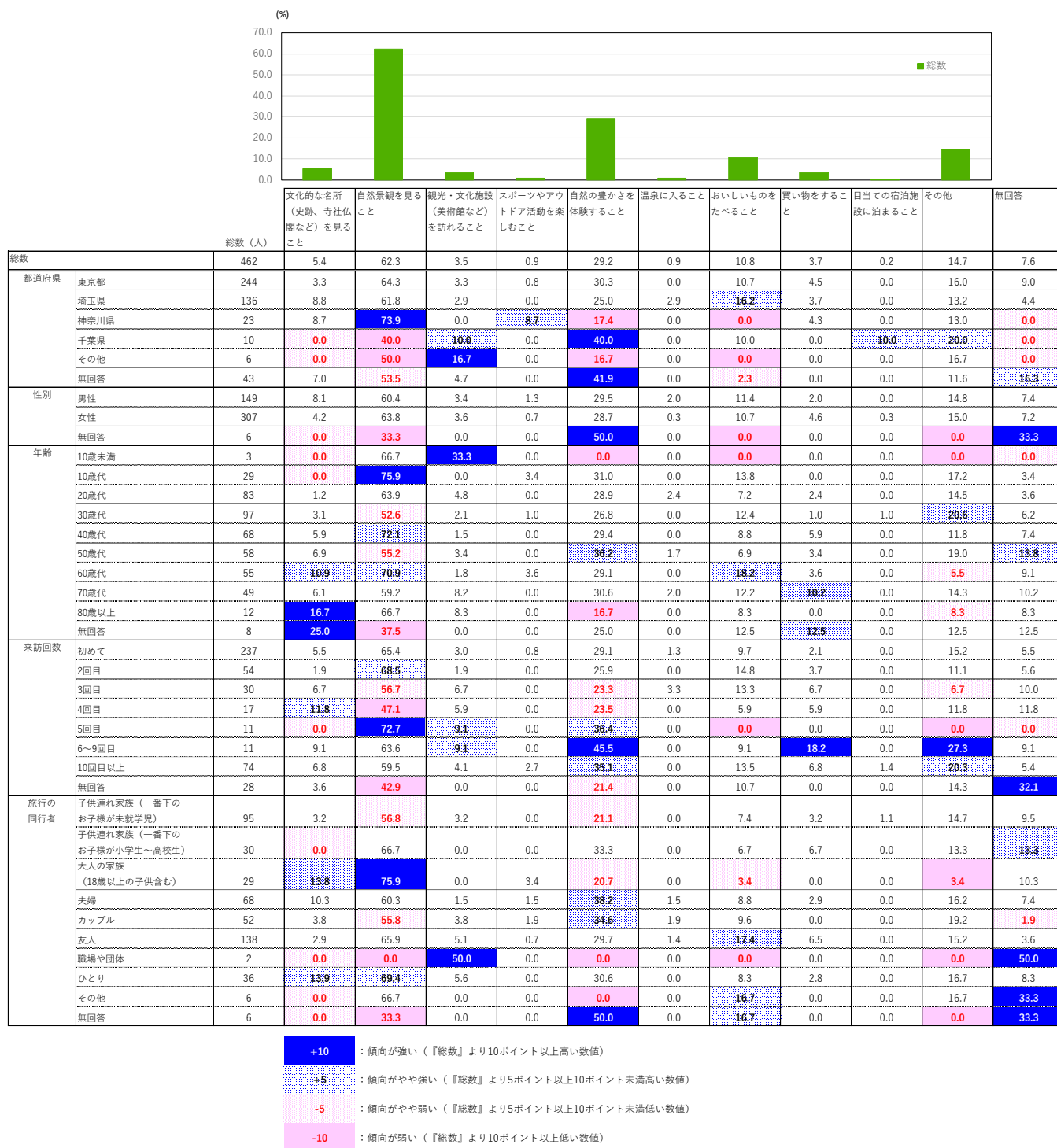
-5 : 傾向がやや弱い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値）

-10 : 傾向が弱い（『総数』より10ポイント以上低い数値）

Q9 本地域（清瀬市）では何を楽しみにしていましたか？（複数回答）

清瀬市で楽しみにしていたことは、「自然景観を見ること」が62.3%と最も多く、次いで「自然の豊かさを体験すること」が29.2%、「その他」が14.7%、「おいしいものを食べること」が10.8%となっている。

遠方からの来訪者（都道府県で「千葉県」「その他」と回答した者）は、「観光・文化施設（美術館など）を訪れること」を楽しみに来訪している。



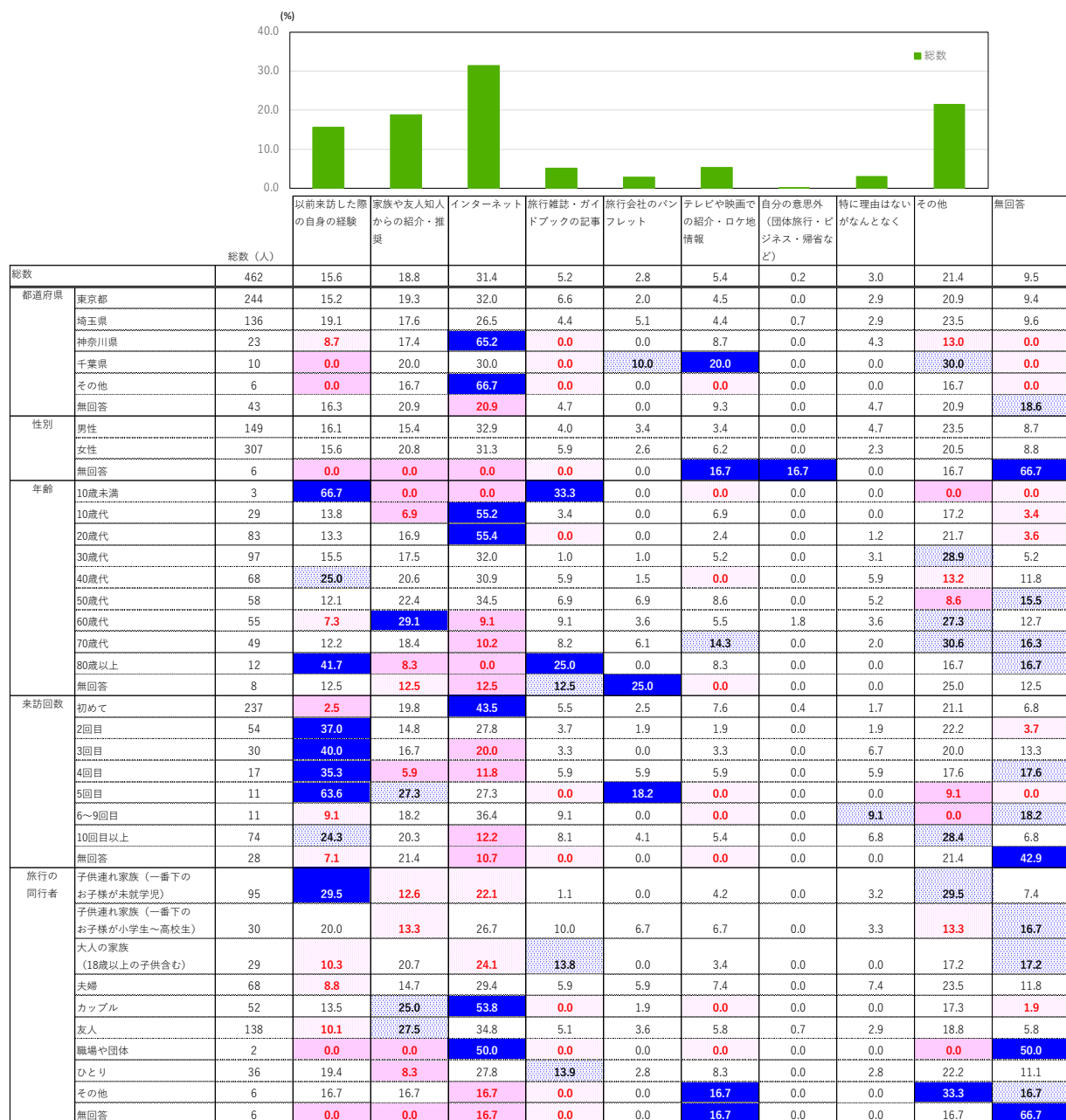
Q10 旅行先として本地域（清瀬市）を選んだ際の情報源は何ですか？（複数回答）

情報源としては、「インターネット」が31.4%と最も多く、次いで「その他」が21.4%、「家族や友人知人からの紹介・推奨」が18.8%、「以前来訪した際の自身の経験」が15.6%となっている。

遠方からの来訪者（都道府県で「その他」と回答した者）と神奈川県からの来訪者は「インターネット」から情報を収集している割合が高い。

10歳代～20歳代は「インターネット」、60歳代は「家族や友人知人からの紹介・推奨」を情報源としている割合が高い。

初めての来訪者は「インターネット」を情報源としており、2回目以降のリピーターは「以前来訪した際の自身の経験」によって再来訪している。



+10 : 傾向が強い（『総数』より10ポイント以上高い数値）

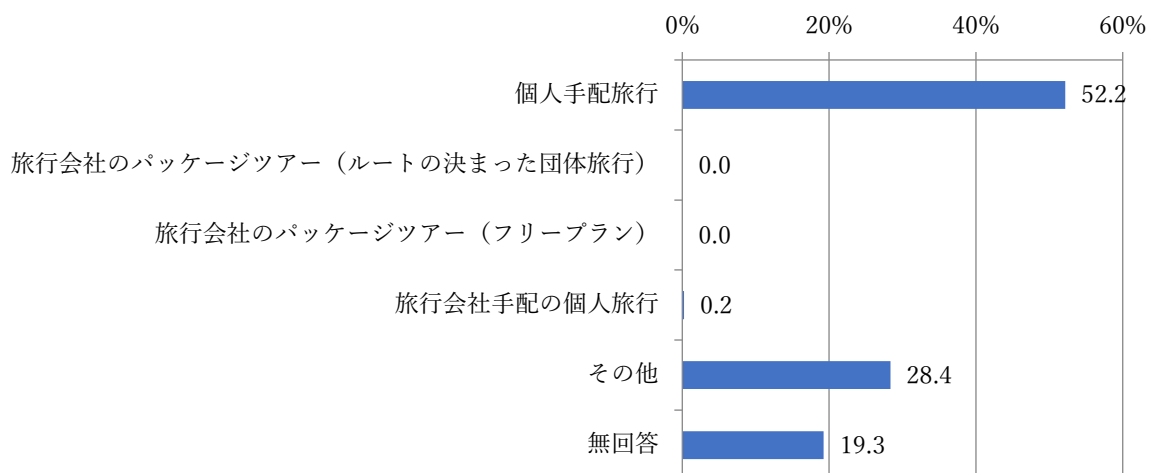
+5 : 傾向がやや強い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値）

-5 : 傾向がやや弱い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値）

-10 : 傾向が弱い（『総数』より10ポイント以上低い数値）

Q11 今回の旅行の形態を教えてください。

旅行の形態は、「個人手配旅行」が52.2%と最も多く、次いで「その他」が28.4%となっている。



Q12 今回のご旅行で、1人あたりいくら使いました（使います）か？

清瀬市での一人当たりの利用総額は、平均で1,531円となっている。

費目	平均
清瀬市での一人当たりの利用総額	1,531 円
交通費	900 円
宿泊費	15,750 円
飲食費	1,109 円
買い物費	825 円
その他（上記の経費に該当しない雑費）	783 円

※回答者の平均値を記載



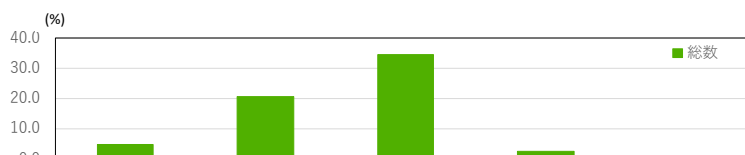
■清瀬市での一人当たりの利用総額

「1,000円以上～5,000円未満」が34.6%と最も多く、次いで「1円以上～1,000円未満」が20.6%、「0円」が5.0%となっている。

遠方からの来訪者（都道府県で「その他」と回答した者）および神奈川県、千葉県からの来訪者は、利用総額1,000円未満の傾向がある。

また年齢層が高いほど、清瀬市での利用総額が高い傾向にある。

「カップル」「友人」「職場や団体」「ひとり」の利用総額が1,000円以上5,000円未満の傾向にある。



		0.0						
		総数（人）	0円	1円以上～1,000円未 満	1,000円以上～5,000 円未満	5,000円以上～ 10,000円未満	10,000円以上	無回答
総数		462	5.0	20.6	34.6	2.6	0.2	37.0
都道府県	東京都	244	6.1	18.4	36.9	2.9	0.4	35.2
	埼玉県	136	5.1	22.8	32.4	2.2	0.0	37.5
	神奈川県	23	0.0	26.1	39.1	8.7	0.0	26.1
	千葉県	10	0.0	30.0	30.0	0.0	0.0	40.0
	その他	6	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0	33.3
	無回答	43	2.3	18.6	27.9	0.0	0.0	51.2
性別	男性	149	6.0	13.4	32.2	2.7	0.0	45.6
	女性	307	4.6	23.8	36.5	2.6	0.3	32.2
	無回答	6	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	66.7
年齢	10歳未満	3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	66.7
	10歳代	29	13.8	41.4	13.8	0.0	0.0	31.0
	20歳代	83	3.6	21.7	42.2	0.0	0.0	32.5
	30歳代	97	6.2	27.8	33.0	5.2	0.0	27.8
	40歳代	68	5.9	27.9	35.3	1.5	1.5	27.9
	50歳代	58	3.4	10.3	53.4	1.7	0.0	31.0
	60歳代	55	3.6	9.1	34.5	1.8	0.0	50.9
	70歳代	49	2.0	14.3	18.4	8.2	0.0	57.1
	80歳以上	12	8.3	8.3	25.0	0.0	0.0	58.3
	無回答	8	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	75.0
来訪回数	初めて	237	4.6	21.9	36.3	3.0	0.0	34.2
	2回目	54	3.7	18.5	31.5	1.9	0.0	44.4
	3回目	30	6.7	20.0	33.3	0.0	0.0	40.0
	4回目	17	0.0	17.6	35.3	5.9	0.0	41.2
	5回目	11	0.0	18.2	36.4	0.0	0.0	45.5
	6～9回目	11	9.1	27.3	36.4	0.0	0.0	27.3
	10回目以上	74	9.5	18.9	35.1	4.1	0.0	32.4
	無回答	28	0.0	17.9	25.0	0.0	3.6	53.6
	旅行の 同行者	子供連れ家族（一番下の お子様が未就学児）	95	6.3	33.7	23.2	3.2	0.0
子供連れ家族（一番下の お子様が小学生～高校生）		30	16.7	16.7	23.3	0.0	3.3	40.0
大人の家族 （18歳以上の子供含む）		29	3.4	10.3	31.0	3.4	0.0	51.7
夫婦		68	5.9	14.7	33.8	2.9	0.0	42.6
カップル		52	1.9	17.3	40.4	0.0	0.0	40.4
友人		138	4.3	23.2	42.0	4.3	0.0	26.1
職場や団体		2	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0
ひとり		36	0.0	11.1	50.0	0.0	0.0	38.9
その他		6	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	83.3
無回答		6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

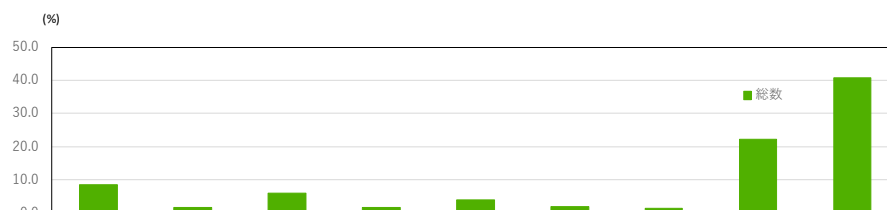
+10	：傾向が強い（『総数』より10ポイント以上高い数値）
+5	：傾向がやや強い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値）
-5	：傾向がやや弱い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値）
-10	：傾向が弱い（『総数』より10ポイント以上低い数値）

Q13 今回の旅行で訪れた本地域（清瀬市）内の観光地をお選びください。（複数回答）

回答者が今回訪れた（または訪れる予定の）市内の観光地は、「訪問する予定はない」が40.9%と最も多く、次いで「その他」が22.3%、「清瀬せせらぎ公園」が8.4%となっている。

その他回答では「ひまわり畑」「気象衛星センター」「みゆき食堂」「ころぽっくる」などの回答があった。

70歳代以上の来訪者やひとりで訪れる来訪者は「清瀬せせらぎ公園」「清瀬金山緑地公園」への来訪が多く、また、10歳代～30歳代は「来訪する予定はない」の回答者が多い。



		総数 (人)	清瀬せせらぎ公園	内山運動公園	清瀬金山緑地公園	円通寺	日枝神社	清瀬市郷土博物館	旧森田家	その他	訪問する予定はない	無回答
総数		462	8.4	1.5	5.8	1.7	3.9	1.9	1.3	22.3	40.9	22.5
都道府県	東京都	244	8.6	0.8	4.9	0.8	4.1	3.3	1.2	25.0	39.8	21.3
	埼玉県	136	9.6	3.7	8.1	2.9	4.4	0.7	2.2	18.4	38.2	25.7
	神奈川県	23	4.3	0.0	4.3	4.3	4.3	0.0	0.0	21.7	65.2	4.3
	千葉県	10	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	40.0	60.0	0.0
	その他	6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	50.0	16.7
性別	無回答	43	9.3	0.0	7.0	2.3	2.3	0.0	0.0	14.0	37.2	34.9
	男性	149	10.7	2.0	10.1	3.4	7.4	2.0	2.7	24.2	35.6	19.5
	女性	307	7.5	1.0	3.3	0.7	2.3	2.0	0.7	21.8	44.0	23.5
年齢	無回答	6	0.0	16.7	33.3	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	50.0
	10歳未満	3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	66.7
	10歳代	29	3.4	0.0	0.0	0.0	3.4	3.4	0.0	20.7	58.6	17.2
	20歳代	83	7.2	0.0	0.0	0.0	0.0	1.2	0.0	26.9	48.2	14.5
	30歳代	97	1.0	0.0	1.0	0.0	3.1	0.0	0.0	21.6	54.6	20.6
	40歳代	68	5.9	0.0	7.4	0.0	5.9	4.4	0.0	26.5	41.2	17.6
	50歳代	58	12.1	6.9	5.2	3.4	5.2	0.0	5.2	20.7	34.5	25.9
	60歳代	55	9.1	3.6	9.1	1.8	3.6	1.8	1.8	21.8	32.7	25.5
	70歳代	49	22.4	2.0	20.4	6.1	10.2	6.1	4.1	14.3	14.3	34.7
	80歳以上	12	25.0	0.0	25.0	16.7	0.0	0.0	0.0	16.7	41.7	8.3
来訪回数	無回答	8	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	75.0
	初めて	237	6.8	1.3	3.4	1.3	3.8	1.3	0.4	27.8	41.4	19.0
	2回目	54	7.4	0.0	5.6	0.0	1.9	0.0	0.0	16.7	42.6	31.5
	3回目	30	3.3	3.3	10.0	0.0	0.0	6.7	0.0	16.7	30.0	36.7
	4回目	17	17.6	0.0	5.9	11.8	0.0	5.9	5.9	17.6	47.1	11.8
	5回目	11	0.0	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	36.4	36.4	18.2
	6～9回目	11	18.2	0.0	0.0	0.0	9.1	0.0	0.0	36.4	27.3	18.2
	10回目以上	74	16.2	4.1	13.5	2.7	9.5	4.1	5.4	14.9	45.9	13.5
	無回答	28	3.6	0.0	3.6	3.6	0.0	0.0	0.0	3.6	35.7	53.6
旅行の同行者	子供連れ家族（一番下のお子様が無就学児）	95	1.1	0.0	3.2	0.0	2.1	2.1	0.0	23.2	44.2	25.3
	子供連れ家族（一番下のお子様が小学生～高校生）	30	10.0	0.0	6.7	0.0	10.0	3.3	0.0	13.3	33.3	33.3
	大人の家族（18歳以上の子供含む）	29	6.9	3.4	3.4	3.4	3.4	0.0	0.0	17.2	41.4	27.6
	夫婦	68	14.7	5.9	8.8	2.9	7.4	1.5	4.4	17.6	35.3	25.0
	カップル	52	7.7	0.0	0.0	0.0	1.9	1.9	1.9	30.8	44.2	11.5
	友人	138	8.0	0.7	5.1	0.7	2.9	1.4	0.0	23.9	47.8	17.4
	職場や団体	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0
	ひとり	36	19.4	2.8	19.4	11.1	5.6	5.6	5.6	27.8	25.0	16.7
	その他	6	16.7	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	33.3	33.3
	無回答	6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

+10 : 傾向が強い (『総数』より10ポイント以上高い数値)

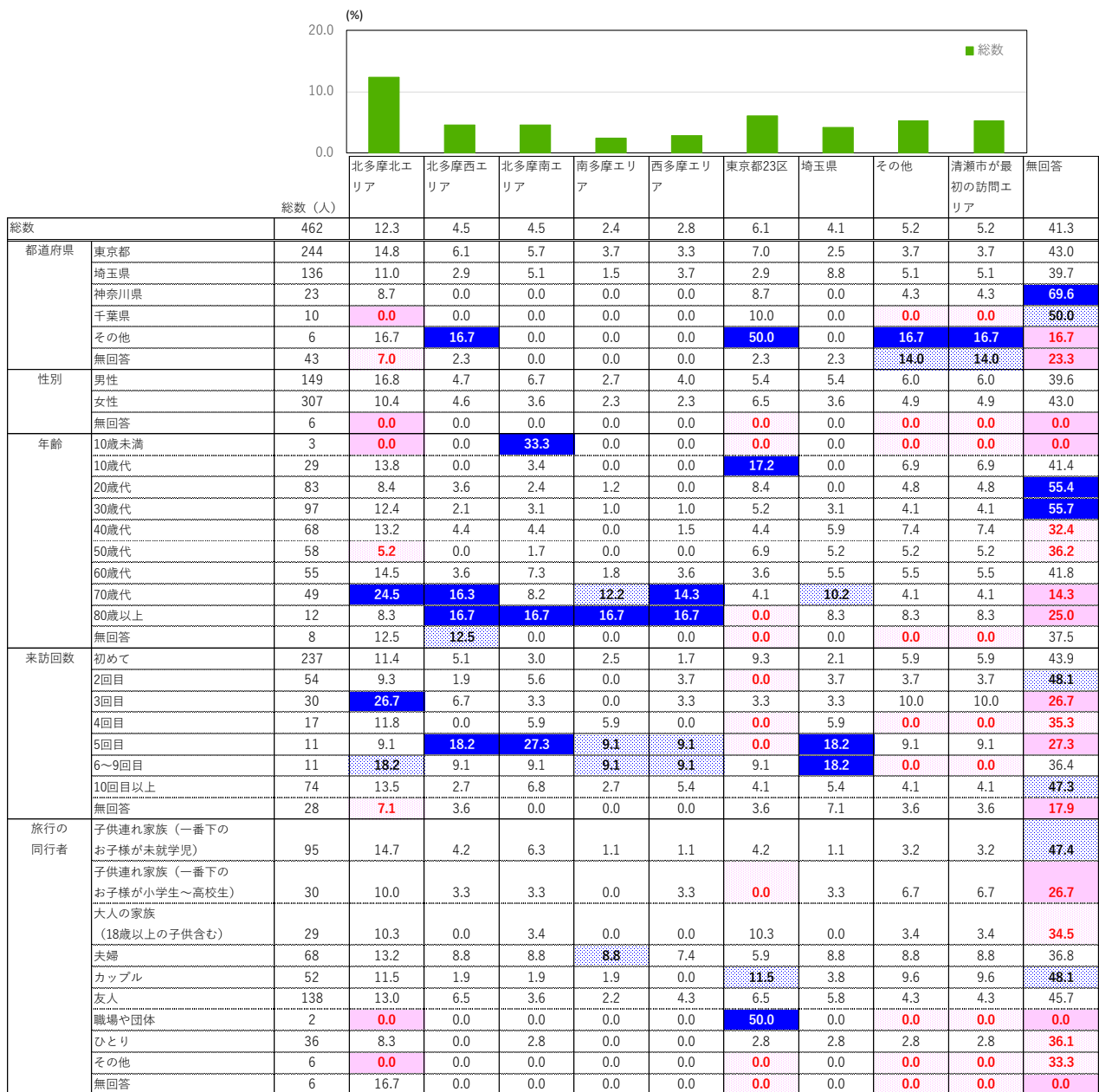
+5 : 傾向がやや強い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値)

-5 : 傾向がやや弱い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値)

-10 : 傾向が弱い (『総数』より10ポイント以上低い数値)

Q14 今回の旅行で、本地域（清瀬市）に来訪いただく前に訪問したエリアを教えてください。

全体として、どこにも立ち寄らない（清瀬市が最初の来訪エリアである）来訪者が多い。次いで、「北多摩北エリア」に立ち寄る傾向が高い。



+10 : 傾向が強い（『総数』より10ポイント以上高い数値）

+5 : 傾向がやや強い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値）

-5 : 傾向がやや弱い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値）

-10 : 傾向が弱い（『総数』より10ポイント以上低い数値）

※多摩エリアについて

北多摩北エリア…清瀬・東村山・東久留米・小平・西東京

北多摩西エリア…武蔵村山・東大和・昭島・立川・国分寺・国立

北多摩南エリア…武蔵野・小金井・三鷹・府中・調布・狛江

南多摩エリア…八王子・日野・多摩・稲城・町田

西多摩エリア…瑞穂・羽村・福生・日の出・あきる野・檜原・青梅・奥多摩

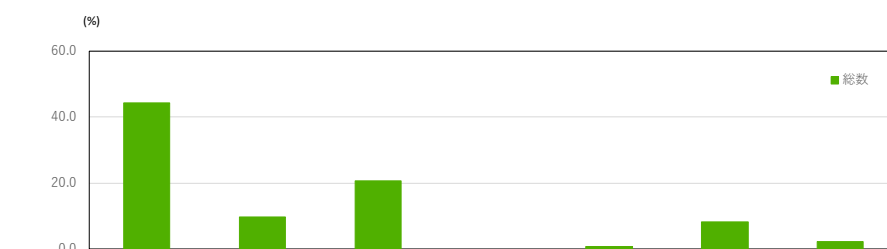
Q15

清瀬市に來訪する直前の訪問エリアから清瀬市へ移動する際に利用した交通機関を教えてください。

「鉄道」が44.4%と最も多く、次いで「自家用車」が20.6%、「路線バス」が9.7%、「自転車」が8.2%となっている。

回答者の属性別では、以下の傾向がみられる。

- ・特に、リピーターと家族連れは、「自家用車」の利用割合が高い。
- ・「東京都」「神奈川県」「千葉県」からの来訪者は、「鉄道」の利用割合が比較的高い。
- ・10～20歳代は、「鉄道」の利用割合が比較的高い。
- ・「カップル」「友人」「ひとり」での来訪者は、「鉄道」の利用割合が高い。



総数	総数 (人)	鉄道	路線バス	自家用車	自動二輪車	レンタカー	自転車	その他	無回答
都道府県	462	44.4	9.7	20.6	0.0	0.6	8.2	2.2	14.3
東京都	244	49.6	9.4	17.6	0.0	0.4	9.0	2.0	11.9
埼玉県	136	39.0	8.8	25.0	0.0	1.5	9.6	2.9	13.2
神奈川県	23	60.9	8.7	8.7	0.0	0.0	4.3	0.0	17.4
千葉県	10	60.0	20.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0
その他	6	33.3	16.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7
無回答	43	20.9	11.6	30.2	0.0	0.0	4.7	2.3	30.2
性別	149	43.0	7.4	24.8	0.0	1.3	7.4	4.0	12.1
男性	307	45.9	10.7	18.9	0.0	0.3	8.5	1.3	14.3
女性	6	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	66.7
年齢	3	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0
10歳代	29	58.6	20.7	10.3	0.0	0.0	3.4	0.0	6.9
20歳代	83	56.6	19.3	9.6	0.0	0.0	4.8	0.0	9.6
30歳代	97	32.0	6.2	34.0	0.0	3.1	12.4	4.1	8.2
40歳代	68	36.8	5.9	25.0	0.0	0.0	16.2	1.5	14.7
50歳代	58	37.9	10.3	20.7	0.0	0.0	5.2	1.7	24.1
60歳代	55	52.7	3.6	21.8	0.0	0.0	5.5	1.8	14.5
70歳代	49	49.0	8.2	12.2	0.0	0.0	4.1	4.1	22.4
80歳以上	12	50.0	8.3	16.7	0.0	0.0	0.0	8.3	16.7
無回答	8	37.5	0.0	12.5	0.0	0.0	12.5	0.0	37.5
来訪回数	237	52.3	12.7	16.5	0.0	0.0	4.2	1.7	12.7
初めて	54	53.7	1.9	22.2	0.0	1.9	9.3	3.7	7.4
2回目	30	36.7	6.7	26.7	0.0	3.3	13.3	0.0	13.3
3回目	17	23.5	11.8	35.3	0.0	0.0	11.8	0.0	17.6
4回目	11	54.5	9.1	27.3	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1
5回目	11	45.5	9.1	18.2	0.0	0.0	9.1	0.0	18.2
6～9回目	74	33.8	9.5	27.0	0.0	1.4	13.5	2.7	12.2
10回目以上	28	3.6	3.6	17.9	0.0	0.0	21.4	7.1	46.4
無回答	28	3.6	3.6	17.9	0.0	0.0	21.4	7.1	46.4
旅行の同行者	95	15.8	3.2	45.3	0.0	2.1	22.1	2.1	9.5
子供連れ家族（一番下の お子様が未就学児）	30	26.7	3.3	26.7	0.0	0.0	16.7	0.0	26.7
子供連れ家族（一番下の お子様が小学生～高校生）	29	34.5	10.3	24.1	0.0	0.0	3.4	3.4	24.1
大人の家族（18歳以上の子供含む）	68	45.6	4.4	27.9	0.0	1.5	2.9	4.4	13.2
夫婦	52	61.5	17.3	5.8	0.0	0.0	0.0	1.9	13.5
カップル	138	60.1	16.7	8.7	0.0	0.0	5.1	1.4	8.0
友人	2	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
職場や団体	36	58.3	8.3	2.8	0.0	0.0	5.6	2.8	22.2
ひとり	6	50.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3
その他	6	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7
無回答	6	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7

+10 : 傾向が強い（『総数』より10ポイント以上高い数値）

+5 : 傾向がやや強い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値）

-5 : 傾向がやや弱い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値）

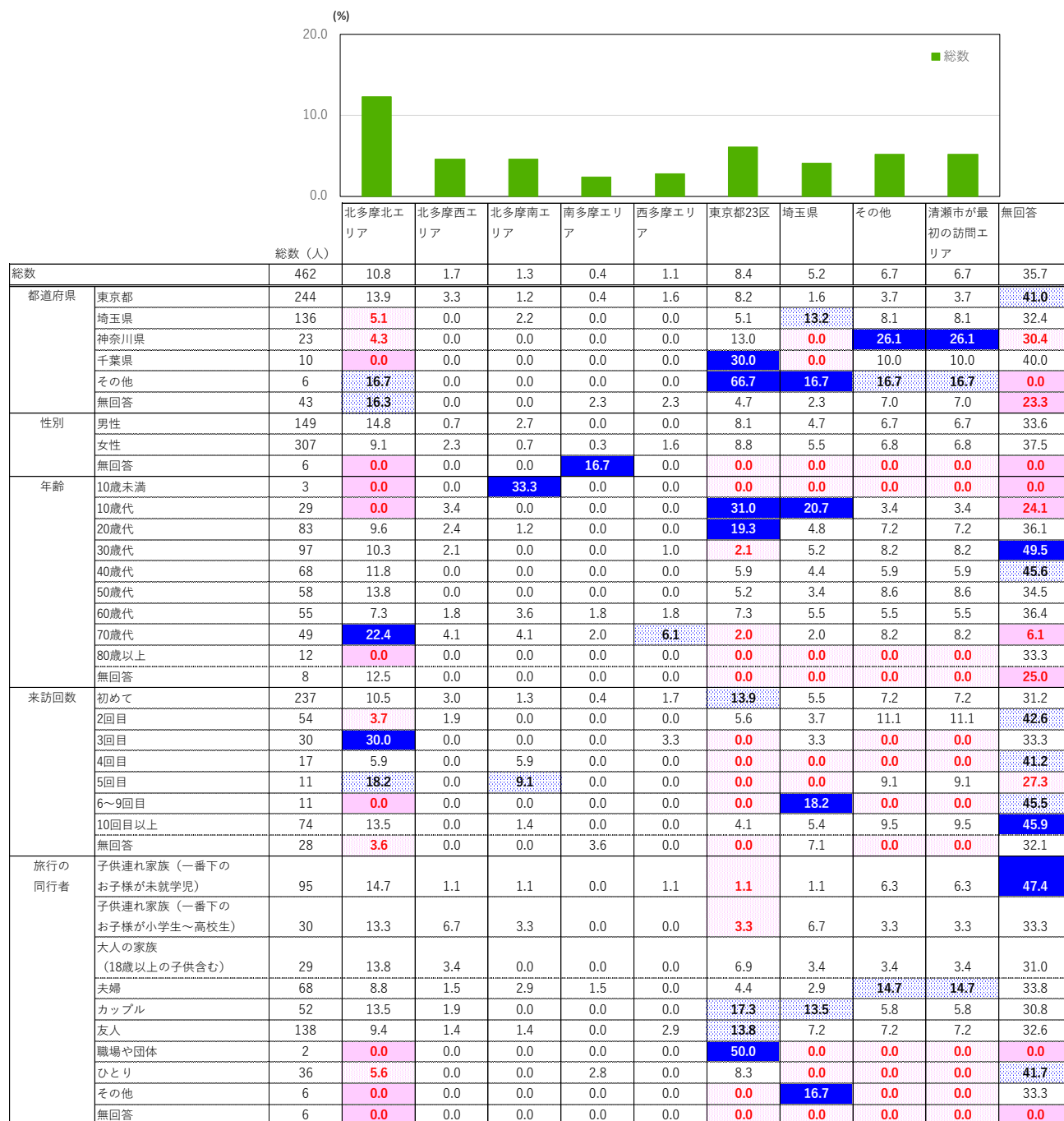
-10 : 傾向が弱い（『総数』より10ポイント以上低い数値）

Q16

今回の旅行で、本地域（清瀬市）に來訪いただいた後に訪問する予定のエリアを教えてください。

清瀬市來訪後は、どこにも立ち寄らない（清瀬市が最後の來訪エリアである）來訪者が多い。

遠方からの來訪者や千葉県の來訪者、10歳代～20歳代は、清瀬市來訪後に「東京都23区」に立ち寄る傾向が高い。



+10 : 傾向が強い（『総数』より10ポイント以上高い数値）

+5 : 傾向がやや強い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値）

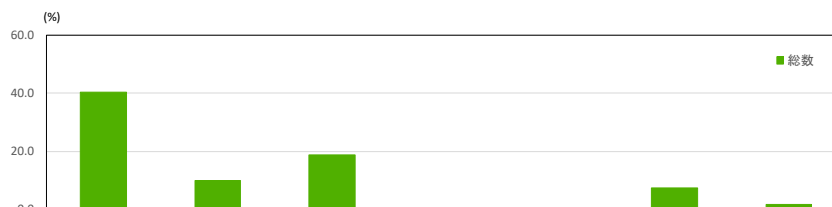
-5 : 傾向がやや弱い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値）

-10 : 傾向が弱い（『総数』より10ポイント以上低い数値）

Q17

清瀬市から直後に訪問予定のエリアへ移動する際に利用する予定の交通機関を教えてください。

「鉄道」40.3%と最も多く、次いで「自家用車」が18.8%、「路線バス」が10.0%、「自転車」が7.4%となっている。



		総数 (人)	鉄道	路線バス	自家用車	自動二輪車	レンタカー	自転車	その他	無回答
総数		462	40.3	10.0	18.8	0.0	0.4	7.4	1.5	21.6
都道府県	東京都	244	43.4	9.8	16.8	0.0	0.0	8.2	2.5	19.3
	埼玉県	136	34.6	8.1	21.3	0.0	1.5	8.8	0.7	25.0
	神奈川県	23	60.9	8.7	13.0	0.0	0.0	4.3	0.0	13.0
	千葉県	10	40.0	40.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0
	その他	6	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	無回答	43	27.9	11.6	23.3	0.0	0.0	2.3	0.0	34.9
性別	男性	149	40.3	9.4	22.1	0.0	1.3	8.1	2.0	16.8
	女性	307	40.7	10.4	17.6	0.0	0.0	6.8	1.3	23.1
	無回答	6	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	66.7
年齢	10歳未満	3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0
	10歳代	29	62.1	6.9	13.8	0.0	0.0	3.4	3.4	10.3
	20歳代	83	56.6	19.3	9.6	0.0	0.0	3.6	0.0	10.8
	30歳代	97	28.9	6.2	33.0	0.0	2.1	10.3	3.1	16.5
	40歳代	68	29.4	11.8	22.1	0.0	0.0	13.2	0.0	23.5
	50歳代	58	34.5	8.6	19.0	0.0	0.0	6.9	3.4	27.6
	60歳代	55	45.5	3.6	16.4	0.0	0.0	5.5	0.0	29.1
	70歳代	49	40.8	12.2	10.2	0.0	0.0	2.0	2.0	32.7
	80歳以上	12	33.3	8.3	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	41.7
	無回答	8	37.5	0.0	12.5	0.0	0.0	12.5	0.0	37.5
来訪回数	初めて	237	50.6	10.1	16.0	0.0	0.0	3.8	2.1	17.3
	2回目	54	42.6	7.4	20.4	0.0	1.9	7.4	0.0	20.4
	3回目	30	33.3	0.0	20.0	0.0	0.0	10.0	0.0	36.7
	4回目	17	23.5	11.8	29.4	0.0	0.0	11.8	0.0	23.5
	5回目	11	45.5	18.2	27.3	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1
	6～9回目	11	27.3	18.2	9.1	0.0	0.0	9.1	0.0	36.4
	10回目以上	74	25.7	13.5	25.7	0.0	1.4	13.5	2.7	17.6
	無回答	28	7.1	7.1	14.3	0.0	0.0	17.9	0.0	53.6
	無回答	28	7.1	7.1	14.3	0.0	0.0	17.9	0.0	53.6
旅行の同行者	子供連れ家族（一番下のお子様が無就学児）	95	11.6	5.3	40.0	0.0	1.1	18.9	1.1	22.1
	子供連れ家族（一番下のお子様が無就学児）	30	26.7	3.3	30.0	0.0	0.0	13.3	0.0	26.7
	大人の家族（18歳以上の子供含む）	29	37.9	10.3	24.1	0.0	0.0	3.4	0.0	24.1
	夫婦	68	35.3	7.4	19.1	0.0	1.5	4.4	1.5	30.9
	カップル	52	63.5	19.2	5.8	0.0	0.0	0.0	3.8	7.7
	友人	138	56.5	12.3	9.4	0.0	0.0	3.6	1.4	16.7
	職場や団体	2	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	ひとり	36	52.8	11.1	2.8	0.0	0.0	5.6	2.8	25.0
	その他	6	33.3	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3
	無回答	6	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	16.7	0.0	66.7
	無回答	6	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	16.7	0.0	66.7
	無回答	6	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	16.7	0.0	66.7

+10 : 傾向が強い（『総数』より10ポイント以上高い数値）

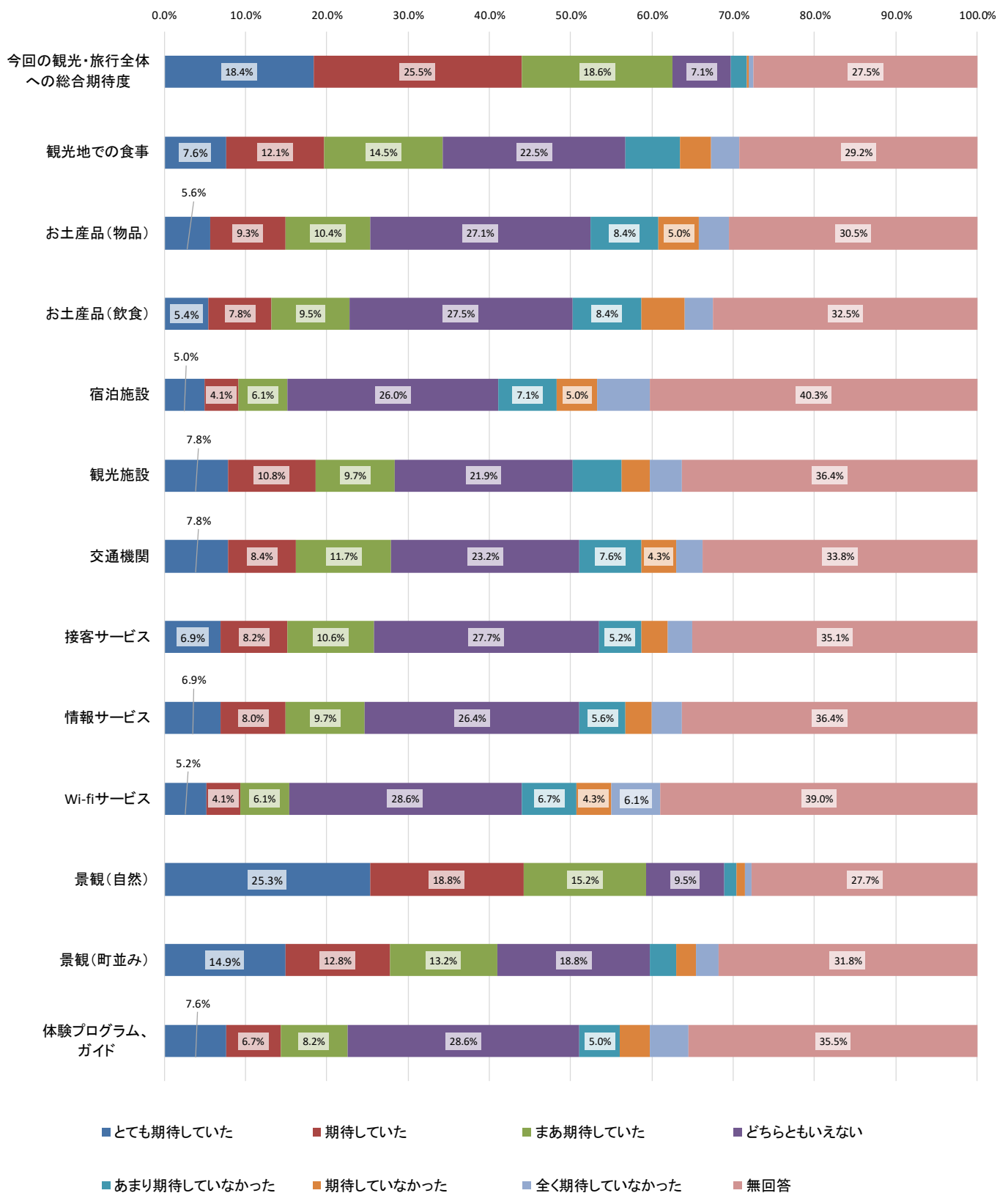
+5 : 傾向がやや強い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値）

-5 : 傾向がやや弱い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値）

-10 : 傾向が弱い（『総数』より10ポイント以上低い数値）

Q18 本地域（清瀬市）への旅行全般についての期待度を教えてください。

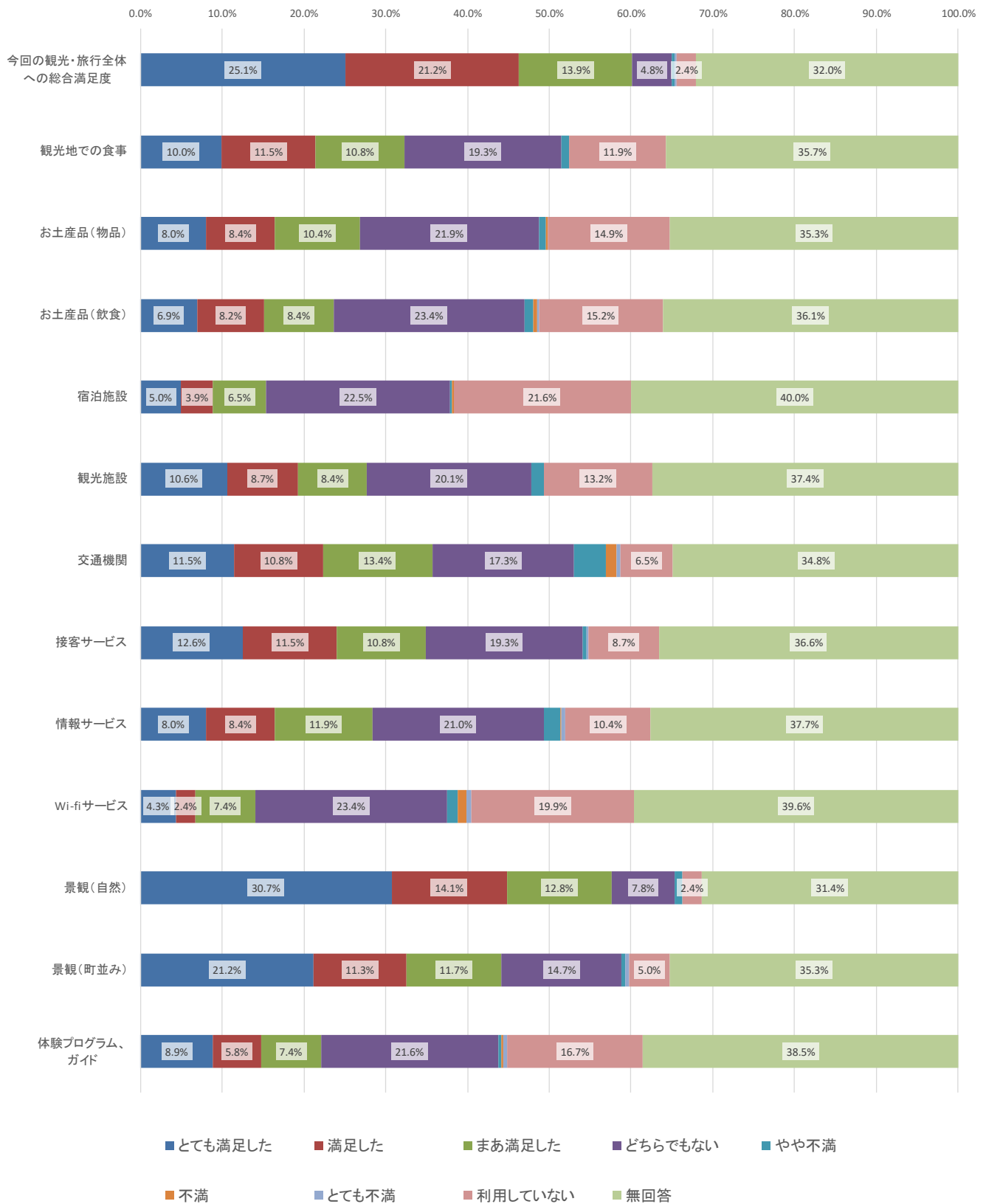
「今回の観光・旅行全体の期待度」について、「とても期待していた」、「期待していた」、「まあ期待していた」と答えた回答者の割合は 62.5%であった。



Q19

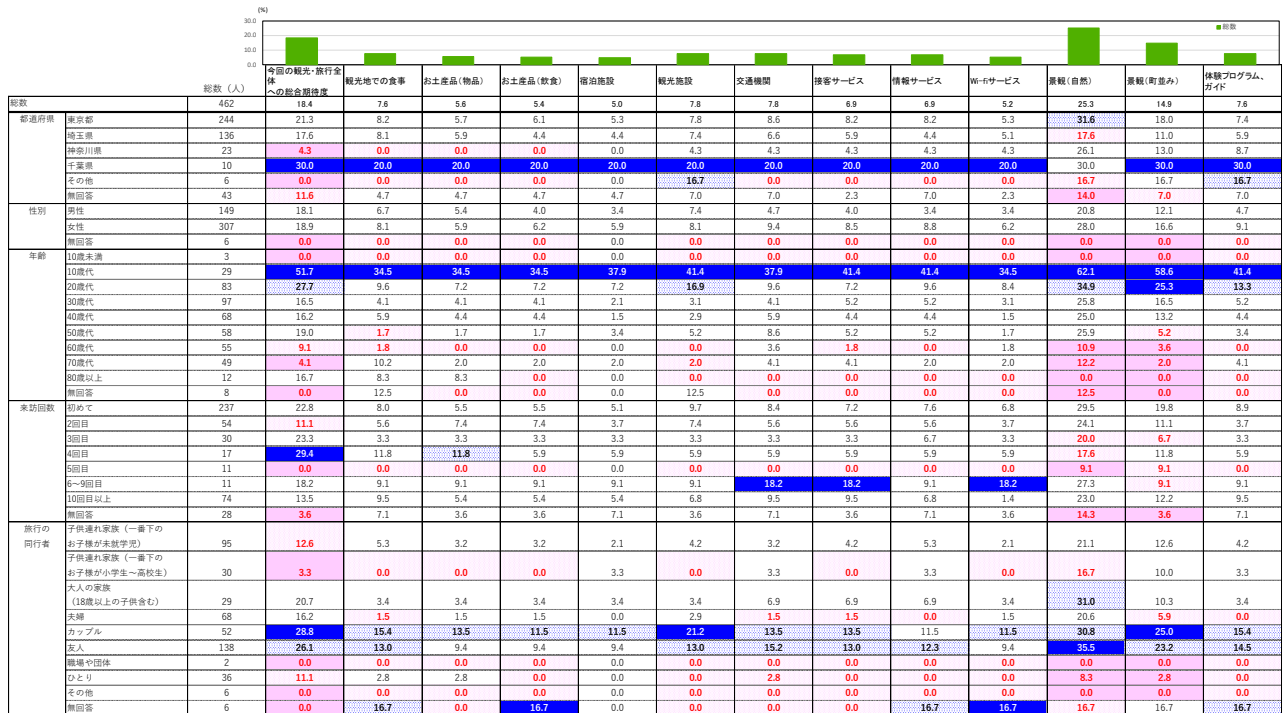
Q18 でお答えいただいた各項目の満足度を教えてください。

「今回の観光・旅行全体の満足度」について、「とても満足した」「満足した」「まあ満足した」と答えた回答者の割合は 60.2%であった。



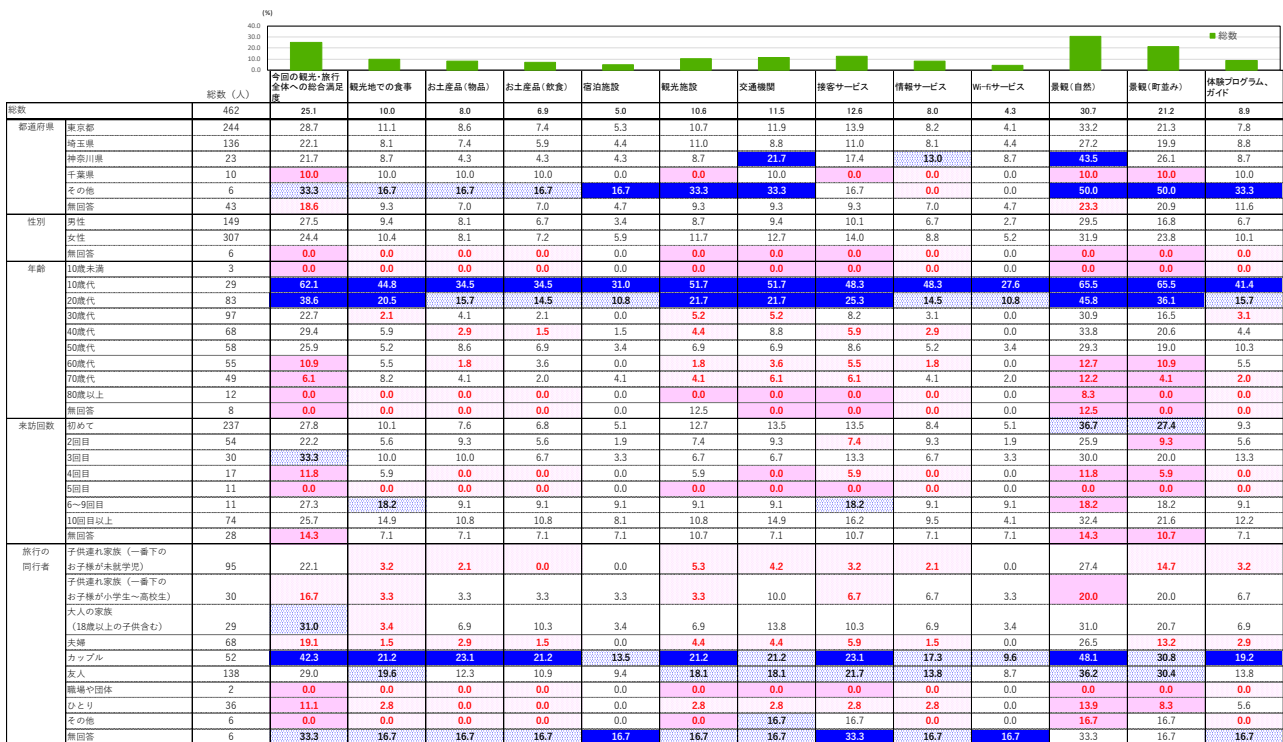
【期待度、満足度の詳細分析】

※「とても期待していた」の回答のみをクロス集計。



+10 : 傾向が強い (『総数』より10ポイント以上高い数値)
+5 : 傾向がやや強い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値)
-5 : 傾向がやや弱い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値)
-10 : 傾向が弱い (『総数』より10ポイント以上低い数値)

※「とても満足した」の回答のみをクロス集計。



+10 : 傾向が強い (『総数』より10ポイント以上高い数値)
+5 : 傾向がやや強い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値)
-5 : 傾向がやや弱い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値)
-10 : 傾向が弱い (『総数』より10ポイント以上低い数値)

【期待度と満足度の比較】

※「とても期待していた/とても満足した」の回答のみをクロス集計。

■旅行全体		期待度	満足度
総数	東京都	18.4%	25.1%
	埼玉県	21.3%	28.7%
	埼玉県	17.6%	22.1%
	神奈川県	4.3%	21.7%
	千葉県	30.0%	10.0%
性別	その他	0.0%	33.3%
	無回答	11.6%	18.6%
	男性	18.1%	27.5%
	女性	18.9%	24.4%
	無回答	0.0%	0.0%
年齢	10歳未満	0.0%	0.0%
	10歳代	51.7%	62.1%
	20歳代	27.7%	38.6%
	30歳代	16.5%	22.7%
	40歳代	16.2%	29.4%
来訪回数	50歳代	19.0%	25.9%
	60歳代	9.1%	10.9%
	70歳代	4.1%	6.1%
	80歳以上	16.7%	0.0%
	無回答	0.0%	0.0%
旅行の同行者	初めて	22.8%	27.8%
	2回目	11.1%	22.2%
	3回目	23.3%	33.3%
	4回目	29.4%	11.8%
	5回目	0.0%	0.0%
旅行の目的	6～9回目	18.2%	27.3%
	10回目以上	13.5%	25.7%
	無回答	3.6%	14.3%
	子供連れ家族（一歳下の小学生が家族メンバー）	12.6%	22.1%
	子供連れ家族（一歳下の小学生が家族メンバー）	3.3%	16.7%
旅行の目的	本人の家族（18歳以上の子供含む）	20.7%	31.0%
	夫婦	16.2%	19.1%
	カップル	28.8%	42.3%
	友人	26.1%	29.0%
	職場や団体	0.0%	0.0%
旅行の目的	ひとり	11.1%	11.1%
	その他	0.0%	0.0%
	無回答	0.0%	33.3%

■食事		期待度	満足度
総数	東京都	7.6%	10.0%
	埼玉県	8.2%	11.1%
	埼玉県	8.1%	8.1%
	神奈川県	0.0%	8.7%
	千葉県	20.0%	10.0%
性別	その他	0.0%	16.7%
	無回答	4.7%	9.3%
	男性	6.7%	9.4%
	女性	8.1%	10.4%
	無回答	0.0%	0.0%
年齢	10歳未満	0.0%	0.0%
	10歳代	34.5%	44.8%
	20歳代	9.6%	20.5%
	30歳代	4.1%	2.1%
	40歳代	5.9%	5.9%
来訪回数	50歳代	1.7%	5.2%
	60歳代	1.8%	5.5%
	70歳代	10.2%	8.2%
	80歳以上	8.3%	0.0%
	無回答	12.5%	0.0%
旅行の同行者	初めて	8.0%	10.1%
	2回目	5.6%	5.6%
	3回目	3.3%	10.0%
	4回目	11.8%	5.9%
	5回目	0.0%	0.0%
旅行の目的	6～9回目	9.1%	18.2%
	10回目以上	9.5%	14.9%
	無回答	7.1%	7.1%
	子供連れ家族（一歳下の小学生が家族メンバー）	5.3%	3.2%
	子供連れ家族（一歳下の小学生が家族メンバー）	0.0%	3.3%
旅行の目的	本人の家族（18歳以上の子供含む）	3.4%	3.4%
	夫婦	1.5%	1.5%
	カップル	15.4%	21.2%
	友人	13.0%	19.6%
	職場や団体	0.0%	0.0%
旅行の目的	ひとり	2.8%	2.8%
	その他	0.0%	0.0%
	無回答	16.7%	16.7%

■おみやげ品（物品）		期待度	満足度
総数	東京都	5.6%	8.0%
	埼玉県	5.7%	8.6%
	埼玉県	5.9%	7.4%
	神奈川県	0.0%	4.3%
	千葉県	20.0%	10.0%
性別	その他	0.0%	16.7%
	無回答	4.7%	7.0%
	男性	5.4%	8.1%
	女性	5.9%	8.1%
	無回答	0.0%	0.0%
年齢	10歳未満	0.0%	0.0%
	10歳代	34.5%	34.5%
	20歳代	7.2%	15.7%
	30歳代	4.1%	4.1%
	40歳代	4.4%	2.9%
来訪回数	50歳代	1.7%	8.6%
	60歳代	0.0%	1.8%
	70歳代	2.0%	4.1%
	80歳以上	8.3%	0.0%
	無回答	0.0%	0.0%
旅行の同行者	初めて	5.5%	7.6%
	2回目	7.4%	9.3%
	3回目	3.3%	10.0%
	4回目	11.8%	0.0%
	5回目	0.0%	0.0%
旅行の目的	6～9回目	9.1%	9.1%
	10回目以上	5.4%	10.8%
	無回答	3.6%	7.1%
	子供連れ家族（一歳下の小学生が家族メンバー）	3.2%	2.1%
	子供連れ家族（一歳下の小学生が家族メンバー）	0.0%	3.3%
旅行の目的	本人の家族（18歳以上の子供含む）	3.4%	6.9%
	夫婦	1.5%	2.9%
	カップル	13.5%	23.1%
	友人	9.4%	12.3%
	職場や団体	0.0%	0.0%
旅行の目的	ひとり	2.8%	0.0%
	その他	0.0%	0.0%
	無回答	0.0%	16.7%

■おみやげ品（飲食）		期待度	満足度
総数	東京都	5.4%	6.9%
	埼玉県	6.1%	7.4%
	埼玉県	4.4%	5.9%
	神奈川県	0.0%	4.3%
	千葉県	20.0%	10.0%
性別	その他	0.0%	16.7%
	無回答	4.7%	7.0%
	男性	4.0%	6.7%
	女性	6.2%	7.2%
	無回答	0.0%	0.0%
年齢	10歳未満	0.0%	0.0%
	10歳代	34.5%	34.5%
	20歳代	7.2%	14.5%
	30歳代	4.1%	2.1%
	40歳代	4.4%	1.5%
来訪回数	50歳代	1.7%	6.9%
	60歳代	0.0%	3.6%
	70歳代	2.0%	2.0%
	80歳以上	8.3%	0.0%
	無回答	0.0%	0.0%
旅行の同行者	初めて	5.5%	6.8%
	2回目	7.4%	5.6%
	3回目	3.3%	6.7%
	4回目	5.9%	0.0%
	5回目	0.0%	0.0%
旅行の目的	6～9回目	9.1%	9.1%
	10回目以上	5.4%	10.8%
	無回答	3.6%	7.1%
	子供連れ家族（一歳下の小学生が家族メンバー）	3.2%	0.0%
	子供連れ家族（一歳下の小学生が家族メンバー）	0.0%	3.3%
旅行の目的	本人の家族（18歳以上の子供含む）	3.4%	10.3%
	夫婦	1.5%	1.5%
	カップル	11.5%	21.2%
	友人	9.4%	10.9%
	職場や団体	0.0%	0.0%
旅行の目的	ひとり	0.0%	0.0%
	その他	0.0%	0.0%
	無回答	16.7%	16.7%

■宿泊施設		期待度	満足度
総数	東京都	5.0%	5.0%
	埼玉県	5.3%	5.3%
	埼玉県	4.4%	4.4%
	神奈川県	0.0%	4.3%
	千葉県	20.0%	0.0%
性別	その他	0.0%	16.7%
	無回答	4.7%	4.7%
	男性	3.4%	3.4%
	女性	5.9%	5.9%
	無回答	0.0%	0.0%
年齢	10歳未満	0.0%	0.0%
	10歳代	37.9%	31.0%
	20歳代	7.2%	10.8%
	30歳代	2.1%	0.0%
	40歳代	1.5%	1.5%
来訪回数	50歳代	3.4%	3.4%
	60歳代	0.0%	0.0%
	70歳代	2.0%	4.1%
	80歳以上	8.3%	0.0%
	無回答	0.0%	0.0%
旅行の同行者	初めて	5.1%	5.1%
	2回目	3.7%	1.9%
	3回目	3.3%	3.3%
	4回目	5.9%	0.0%
	5回目	0.0%	0.0%
旅行の目的	6～9回目	9.1%	9.1%
	10回目以上	5.4%	8.1%
	無回答	7.1%	7.1%
	子供連れ家族（一歳下の小学生が家族メンバー）	2.1%	0.0%
	子供連れ家族（一歳下の小学生が家族メンバー）	3.3%	3.3%
旅行の目的	本人の家族（18歳以上の子供含む）	3.4%	3.4%
	夫婦	0.0%	0.0%
	カップル	11.5%	13.5%
	友人	9.4%	9.4%
	職場や団体	0.0%	0.0%
旅行の目的	ひとり	0.0%	0.0%
	その他	0.0%	0.0%
	無回答	0.0%	16.7%

■観光施設		期待度	満足度
総数	東京都	7.8%	10.6%
	埼玉県	7.8%	10.7%
	埼玉県	7.4%	11.0%
	神奈川県	4.3%	8.7%
	千葉県	20.0%	0.0%
性別	その他	16.7%	33.3%
	無回答	7.0%	9.3%
	男性	7.4%	8.7%
	女性	8.1%	11.7%
	無回答	0.0%	0.0%
年齢	10歳未満	0.0%	0.0%
	10歳代	41.4%	51.7%
	20歳代	16.9%	21.7%
	30歳代	3.1%	5.2%
	40歳代	2.9%	4.4%
来訪回数	50歳代	5.2%	6.9%
	60歳代	0.0%	1.8%
	70歳代	2.0%	4.1%
	80歳以上	8.3%	0.0%
	無回答	0.0%	0.0%
旅行の同行者	初めて	12.5%	12.5%
	2回目	9.7%	12.7%
	3回目	7.4%	7.4%
	4回目	3.3%	6.7%
	5回目	5.9%	5.9%
旅行の目的	6～9回目	9.1%	9.1%
	10回目以上	6.8%	10.8%
	無回答	3.6%	10.7%
	子供連れ家族（一歳下の小学生が家族メンバー）	4.2%	5.3%
	子供連れ家族（一歳下の小学生が家族メンバー）	0.0%	3.3%
旅行の目的	本人の家族（18歳以上の子供含む）	3.4%	6.9%
	夫婦	2.9%	4.4%
	カップル	21.2%	21.2%
	友人	13.0%	18.1%
	職場や団体	0.0%	0.0%
旅行の目的	ひとり	0.0%	2.8%
	その他	0.0%	0.0%
	無回答	0.0%	16.7%

■交通機関		期待度	満足度
総数	東京都	7.8%	11.5%
	埼玉県	8.6%	11.9%
	埼玉県	6.6%	8.8%
	神奈川県	4.3%	21.7%
	千葉県	20.0%	10.0%
性別	その他	0.0%	33.3%
	無回答	7.0%	9.3%
	男性	4.7%	9.4%
	女性	9.4%	12.7%
	無回答	0.0%	0.0%
年齢	10歳未満	0.0%	0.0%
	10歳代	37.9%	51.7%
	20歳代	9.6%	21.7%
	30歳代	4.1%	5.2%
	40歳代	5.9%	8.8%
来訪回数	50歳代	8.6%	6.9%
	60歳代	3.6%	3.6%
	70歳代	4.1%	6.1%
	80歳以上	8.3%	0.0%
	無回答	0.0%	0.0%
旅行の同行者	初めて	12.5%	12.5%
	2回目	9.7%	12.7%
	3回目	7.4%	7.4%
	4回目	3.3%	6.7%
	5回目	5.9%	5.9%
旅行の目的	6～9回目	9.1%	9.1%
	10回目以上	6.8%	10.8%
	無回答	3.6%	10.7%
	子供連れ家族（一歳下の小学生が家族メンバー）	4.2%	5.3%
	子供連れ家族（一歳下の小学生が家族メンバー）	0.0%	3.3%
旅行の目的	本人の家族（18歳以上の子供含む）	3.4%	6.9%
	夫婦	2.9%	4.4%
	カップル	21.2%	21.2%
	友人	13.0%	18.1%
	職場や団体	0.0%	0.0%
旅行の目的	ひとり	0.0%	2.8%
	その他	0.0%	0.0%
	無回答	0.0%	16.7%

：期待度より満足度が高い

：期待度より満足度が低い

100.0%
0.0%

	■接客		■情報		■Wi-Fi		■自然景観		■街並み景観		■体験プログラム	
	期待度	満足度	期待度	満足度	期待度	満足度	期待度	満足度	期待度	満足度	期待度	満足度
総数 都道府県	6.9%	12.6%	6.9%	8.0%	5.2%	4.3%	25.3%	30.7%	14.9%	21.2%	7.6%	8.9%
	8.2%	13.9%	8.2%	8.2%	5.3%	4.1%	31.6%	33.2%	18.0%	21.3%	7.4%	7.8%
	5.9%	11.0%	4.4%	8.1%	5.1%	4.4%	17.6%	27.2%	11.0%	19.9%	5.9%	8.8%
	4.3%	17.4%	4.3%	13.0%	4.3%	8.7%	26.1%	43.5%	13.0%	26.1%	8.7%	8.7%
	20.0%	0.0%	20.0%	0.0%	20.0%	0.0%	30.0%	10.0%	30.0%	10.0%	30.0%	10.0%
性別	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	50.0%	16.7%	50.0%	16.7%	33.3%
	2.3%	9.3%	7.0%	7.0%	2.3%	4.7%	14.0%	23.3%	7.0%	20.9%	7.0%	11.6%
	4.0%	10.1%	3.4%	6.7%	3.4%	2.7%	20.8%	29.5%	12.1%	16.8%	4.7%	6.7%
年齢	8.5%	14.0%	8.8%	8.8%	6.2%	5.2%	28.0%	31.9%	16.6%	23.8%	9.1%	10.1%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
来訪回数	41.4%	48.3%	41.4%	48.3%	34.5%	27.6%	62.1%	65.5%	58.6%	65.5%	41.4%	41.4%
	7.2%	25.3%	9.6%	14.5%	8.4%	10.8%	34.9%	45.8%	25.3%	36.1%	13.3%	15.7%
	5.2%	8.2%	5.2%	3.1%	3.1%	0.0%	25.8%	30.9%	16.5%	16.5%	5.2%	3.1%
	4.4%	5.9%	4.4%	2.9%	1.5%	0.0%	25.0%	33.3%	13.2%	20.6%	4.4%	4.4%
	5.2%	8.6%	5.2%	5.2%	1.7%	3.4%	25.9%	29.3%	5.2%	19.0%	3.4%	10.3%
	1.8%	5.5%	0.0%	1.8%	1.8%	0.0%	10.9%	12.7%	3.6%	10.9%	0.0%	5.5%
	4.1%	6.1%	2.0%	4.1%	2.0%	2.0%	12.2%	12.2%	2.0%	4.1%	4.1%	2.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	7.2%	13.5%	7.6%	8.4%	6.8%	5.1%	29.5%	36.7%	19.8%	27.4%	8.9%	9.3%
旅行の同行者	5.6%	7.4%	5.6%	9.3%	3.7%	1.9%	24.1%	25.9%	11.1%	9.3%	3.7%	5.0%
	3.3%	13.3%	6.7%	6.7%	3.3%	3.3%	20.0%	30.0%	6.7%	20.0%	3.3%	13.3%
	5.9%	5.9%	5.9%	0.0%	5.9%	0.0%	17.6%	11.8%	11.8%	5.9%	5.9%	0.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	0.0%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%
	18.2%	18.2%	9.1%	9.1%	18.2%	9.1%	27.3%	18.2%	9.1%	18.2%	9.1%	9.1%
	9.5%	16.2%	6.8%	9.5%	1.4%	4.1%	23.0%	32.4%	12.2%	21.6%	9.5%	12.2%
	3.6%	10.7%	7.1%	7.1%	3.6%	7.1%	14.3%	14.3%	3.6%	10.7%	7.1%	7.1%
	4.2%	3.2%	5.3%	2.1%	2.1%	0.0%	21.1%	27.4%	12.6%	14.7%	4.2%	3.2%
	0.0%	6.7%	3.3%	6.7%	0.0%	3.3%	16.7%	20.0%	10.0%	20.0%	3.3%	6.7%
	6.9%	10.3%	6.9%	6.9%	3.4%	3.4%	31.0%	31.0%	10.3%	20.7%	3.4%	6.0%
旅行の同行者	1.5%	5.9%	0.0%	1.5%	1.5%	0.0%	20.6%	26.5%	5.9%	13.2%	0.0%	2.9%
	13.5%	23.1%	11.5%	17.3%	11.5%	9.6%	30.8%	48.1%	25.0%	30.8%	15.4%	19.2%
	13.0%	21.7%	12.3%	13.8%	9.4%	8.7%	35.5%	36.2%	23.2%	30.4%	14.5%	13.8%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	0.0%	2.8%	0.0%	2.8%	0.0%	0.0%	8.3%	13.9%	2.8%	8.3%	0.0%	5.6%
	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%
	0.0%	33.3%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	33.3%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%

：期待度より満足度が高い
：期待度より満足度が低い

100.0%
0.0%

旅行全体について、平均以上に満足度が期待度を下回った項目は以下の通りである。

- ・千葉県からの来訪者
- ・80歳以上の来訪者
- ・4回目の来訪者

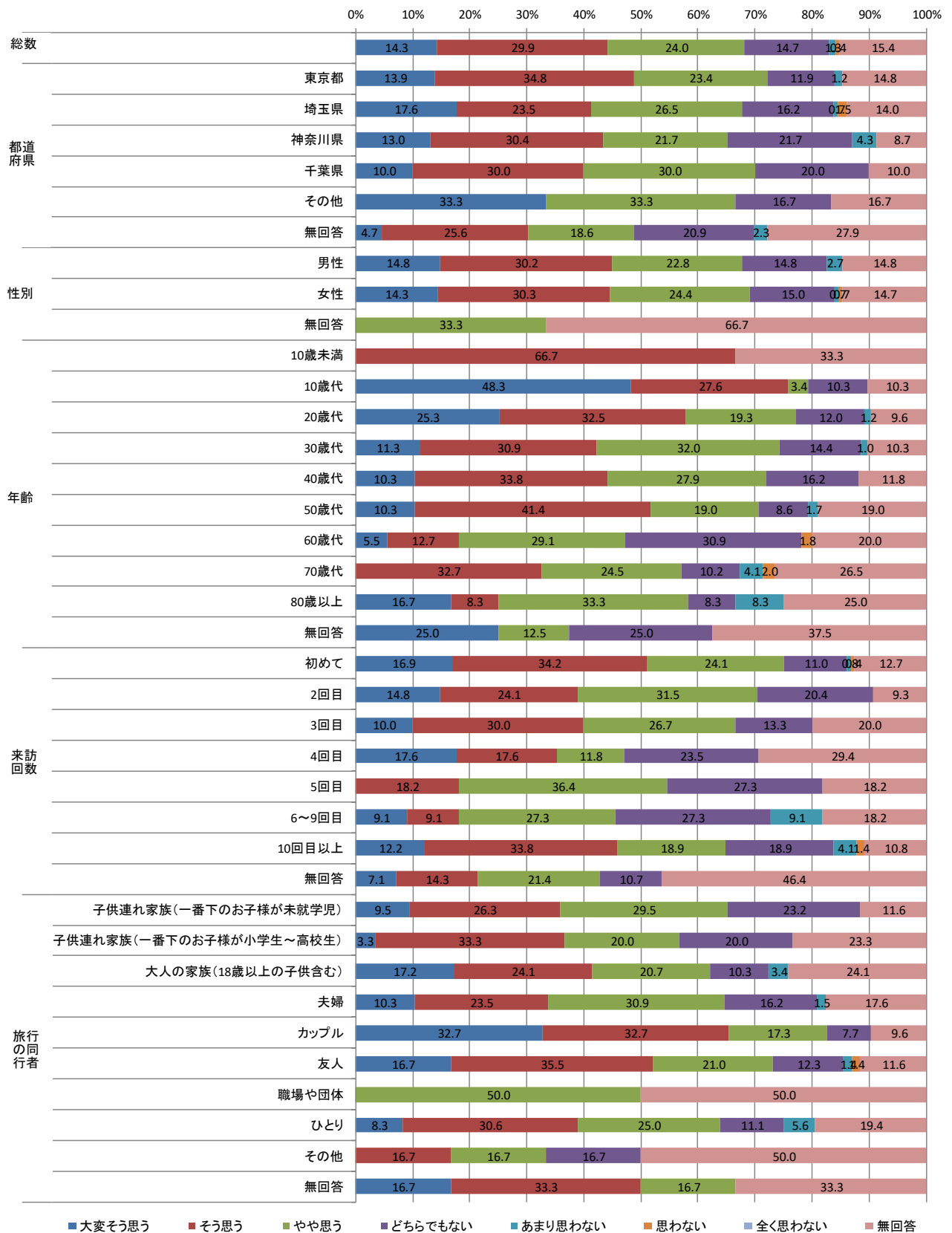
また、「Wi-Fi」で、満足度が期待度を下回る項目が多くなっており、多くの来訪者が十分に満足できていないと捉えられる。

30歳代～40歳代で「情報」について、満足度が期待度を下回る結果となっている。

子供連れ家族（一番下のお子様が未就学児）では、「食事」「おみやげ品」「接客」「情報」「Wi-Fi」「体験プログラム」で満足度が期待度を下回る結果となっている一方で、ひまわり畑の「自然景観」で満足した結果を得たため、旅行全体として満足度が上回る結果になったと捉えられる。

Q20 本地域（清瀬市）での、今回の滞在は期待を上回りましたか？

「そう思う」が29.9%と最も多く、次いで「やや思う」が24.0%、「どちらでもない」が14.7%、「大変そう思う」が14.3%となっている。



Q21 親しい友人に本地域（清瀬市）を紹介したいですか？

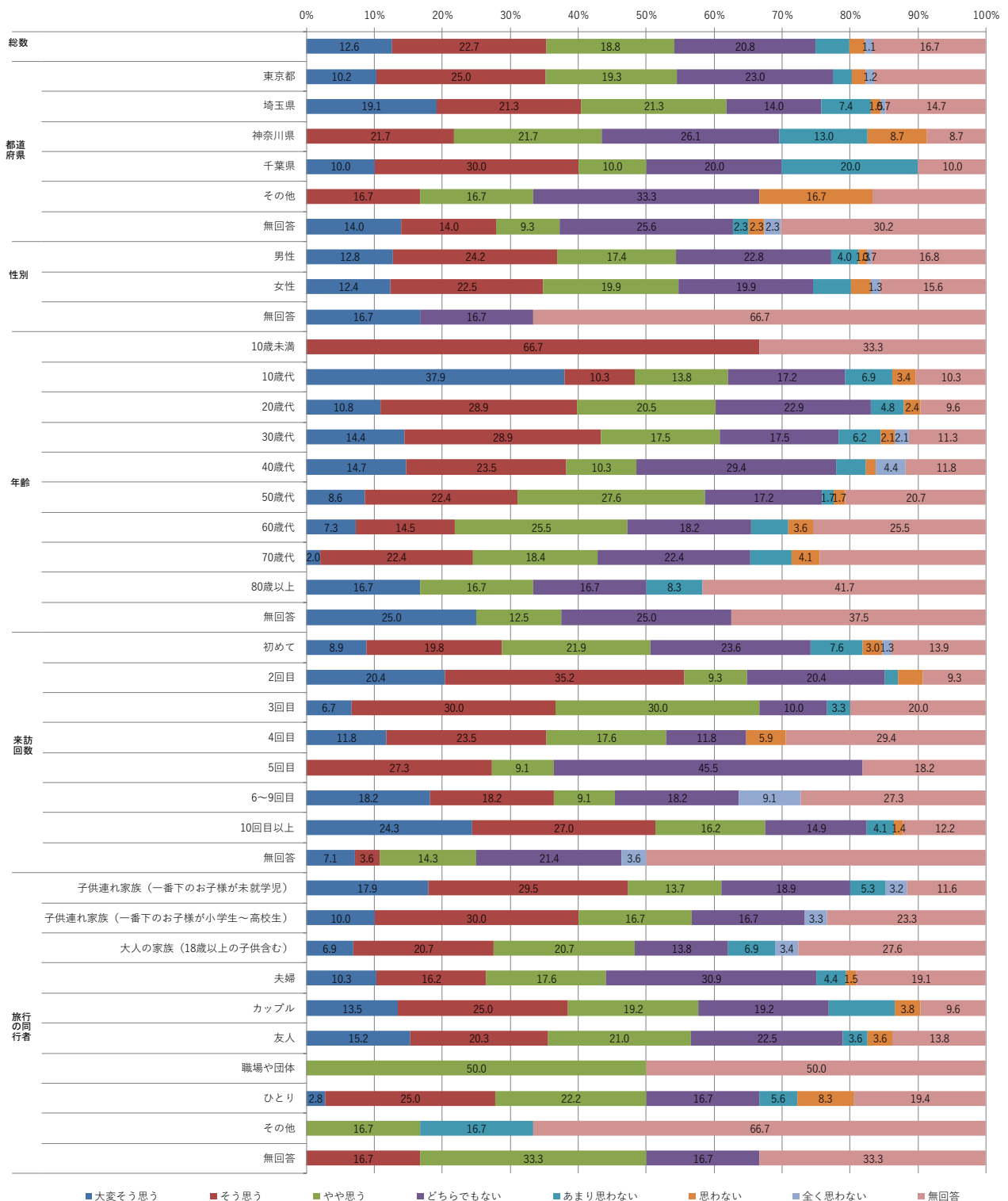
親しい友人に紹介したいと思うかについて、「そう思う」が32.5%と最も多く、次いで「やや思う」が23.6%、「大変そう思う」が16.2%、「どちらでもない」が11.9%となっている。



Q22 1年以内に、本地域（清瀬市）への来訪を検討しますか？

1年以内に、清瀬市への来訪を検討するかについて、「そう思う」が22.7%と最も多く、次いで「どちらでもない」が20.8%、「やや思う」が18.8%、「大変そう思う」が12.6%となっている。

「10歳代～30歳代」は再来訪意向について「大変そう思う」「そう思う」「ややそう思う」と再来訪を検討する割合が60%以上を占めている。



5. まとめ（結果概要）

本調査結果の概要は、以下の通りである。

項目	現状
来訪者の属性について	・「東京都」が 52.8%と最も多く、次いで「埼玉県」が 29.4%、「神奈川県」が 5.0%、「千葉県」が 2.2% ・「30 歳代」が 21.0%と最も多く、次いで「20 歳代」が 18.0%、「40 歳代」が 14.7%、「50 歳代」が 12.6%となっている。 ・「初めて」「2 回目」の来訪者は、20 歳代～30 歳代で 20.0%を超え、3 回目以降の来訪（リピーター）は、30 歳代以降の割合が高まる。 ・「友人」が 29.9%と最も多く、次いで「子供連れ家族（一番下のお子様が未就学児）」が 20.6%、「夫婦」が 14.7%となっている。
来訪の動機について	・「思い出を作るため」が 42.6%と最も多く、次いで「感動したい」が 25.8%、「日常から解放されるため」が 22.7%、「友達とのつきあいを楽しむため」が 16.5%となっている。
来訪者のニーズについて	・「自然景観を見ること」が 62.3%と最も多く、次いで「自然の豊かさを体験すること」が 29.2%、「その他」が 14.7%、「おいしいものを食べること」が 10.8%となっている。
旅行先を選んだ情報源について	・「インターネット」が 31.4%と最も多く、次いで「その他」が 21.4%、「家族や友人知人からの紹介・推奨」が 18.8%、「以前来訪した際の自身の経験」が 15.6%となっている。 ・10 歳代～20 歳代は「インターネット」、60 歳代は「家族や友人知人からの紹介・推奨」を情報源としている割合が高い。
来訪者の消費額について	・「1,000 円以上～5,000 円未満」が 34.6%と最も多く、次いで「1 円以上～1,000 円未満」が 20.6%、「0 円」が 5.0%となっている。 ・また年齢層が高いほど、清瀬市での利用総額が高い傾向にあり、「カップル」「友人」「職場や団体」「ひとり」の利用総額が 1,000 円以上 5,000 円未満の傾向にある。
清瀬市内の周遊について	・回答者が今回訪れた（または訪れる予定の）市内の観光地は、「訪問する予定はない」が 40.9%と最も多く、次いで「その他」が 22.3%、「清瀬せせらぎ公園」が 38.4%となっている。
交通機関について	・「鉄道」が 44.4%と最も多く、次いで「自家用車」が 20.6%、「路線バス」が 9.7%、「自転車」が 9.7%となっている。 ・特に、リピーターと家族連れは、「自家用車」の利用割合が高く、「カップル」「友人」「ひとり」での来訪者は、「鉄道」の利用割合が高い。
旅行の満足度について	・「今回の観光・旅行全体の満足度」について、「とても満足した」「満足した」「まあ満足した」と答えた回答者の割合は 60.2%であった。 ・「Wi-Fi」で、満足度が期待度を下回る項目が多くなっており、多くの来訪者が十分に満足できていないと捉えられる。

	30 歳代～40 歳代で「情報」について、満足度が期待度を下回る結果となっている。 ・子供連れ家族（一番下のお子様が未就学児）では、「食事」「おみやげ品」「接客」「情報」「Wi-Fi」「体験プログラム」で満足度が期待度を下回る結果となっている一方で、ひまわり畑の「自然景観」で満足した結果を得たため、旅行全体として満足度が上回る結果になったと捉えられる
紹介意向について	・親しい友人に紹介したいと思うかについて、「そう思う」が 32.5%と最も多く、次いで「やや思う」が 23.6%、「大変そう思う」が 16.2%、「どちらでもない」が 11.9%となっている。
再来訪意向について	・1 年以内に、清瀬市への来訪を検討するかについて、「そう思う」が 22.7%と最も多く、次いで「どちらでもない」が 20.8%、「やや思う」が 18.8%、「大変そう思う」が 12.6%となっている。 ・「10 歳代～30 歳代」は再来訪意向について「大変そう思う」「そう思う」「ややそう思う」と再来訪を検討する割合が 60%以上を占めている。



Ⅲ 観光客動態調査

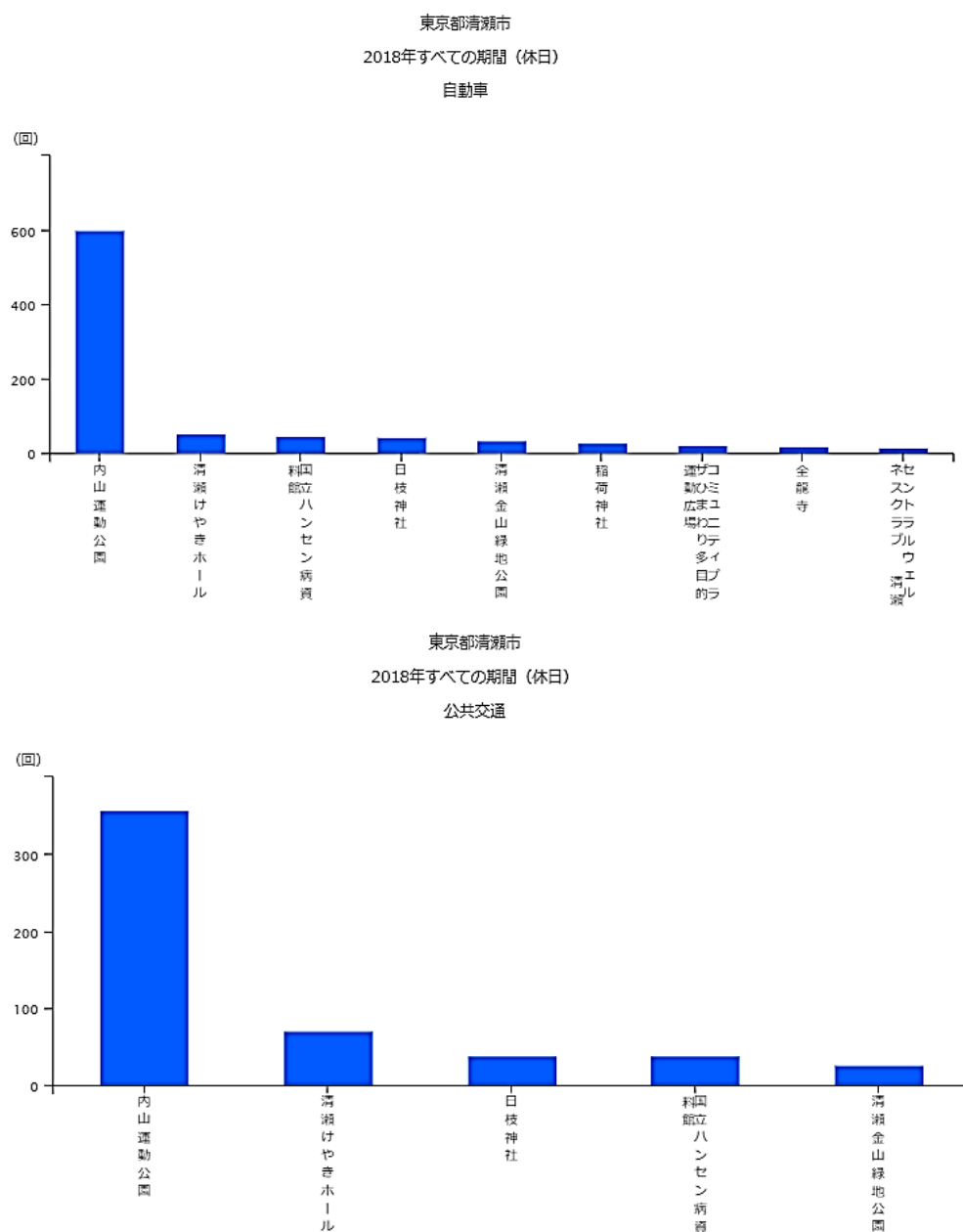
1. 調査概要

ビッグデータを取り扱う「RESAS 地域経済分析システム」や「google 分析ツール」、また、取得可能な既存データ等を活用し、清瀬市における観光客の動向を把握する。

2. 調査結果

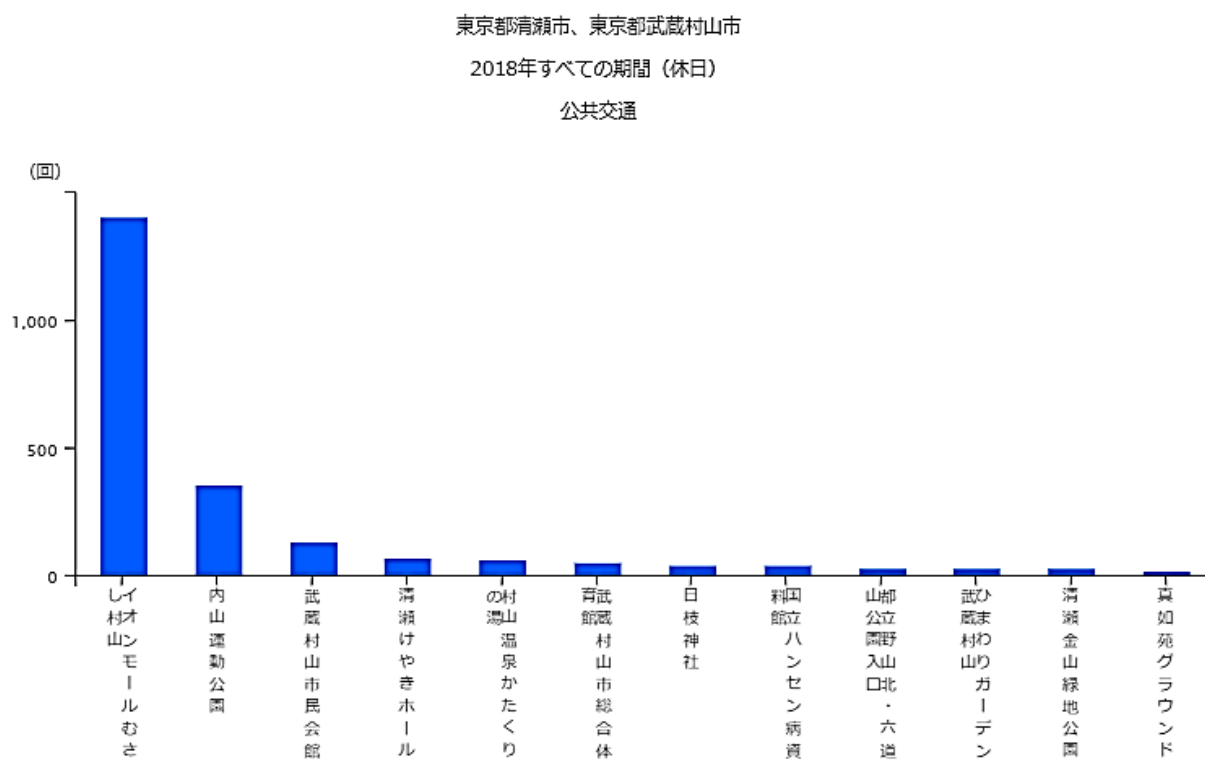
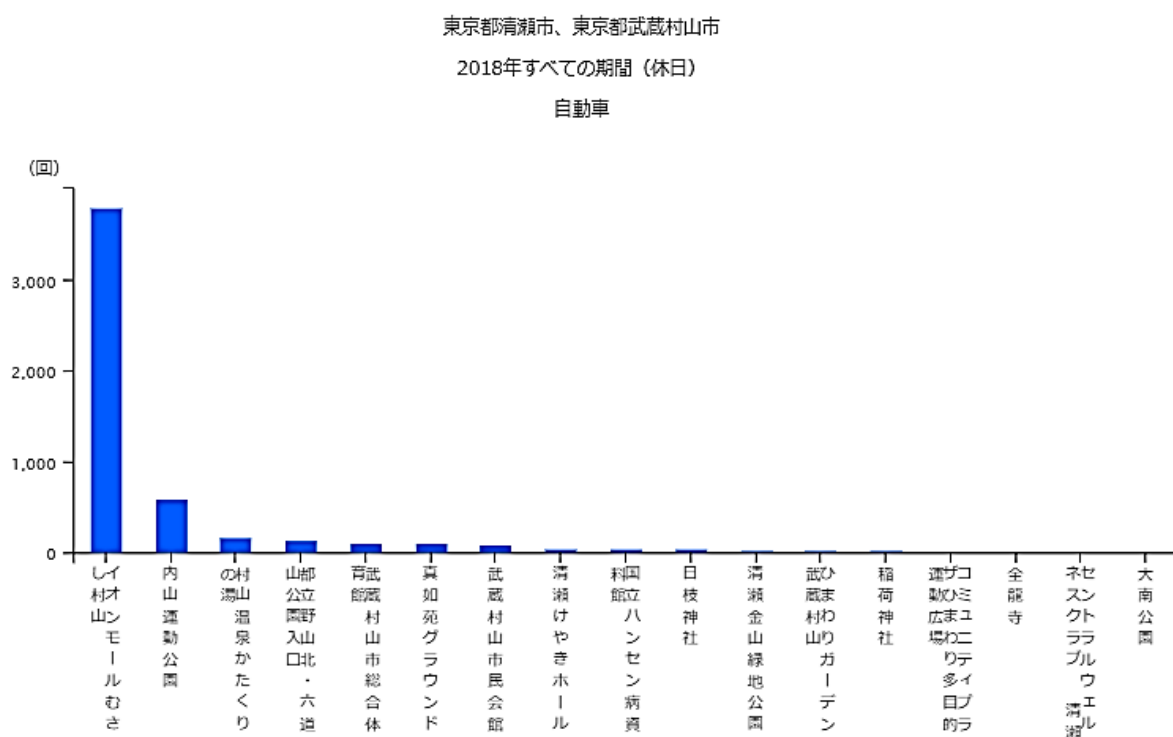
調査 1	2018 年における清瀬市の目的地について（自動車および公共交通）
------	-----------------------------------

「RESAS 地域経済分析システム」における休日の清瀬市の観光の目的地について、「内山運動公園」が最も多く、その他「清瀬けやきホール」「日枝神社」「清瀬金山緑地公園」等が横並びになっている。



出典「RESAS 地域経済分析システム 観光マップより株式会社ナビタイムジャパン 経路検索条件データ」

清瀬市および武蔵村山市の地域で目的地分析をすると、「イオンモールむさし村山」が最も多く、次いで「内山運動公園」、「村山温泉かたくりの湯」、「都立野山北・六道山公園入口」等となっている。



出典「RESAS 地域経済分析システム 観光マップより株式会社ナビタイムジャパン 経路検索条件データ」

調査 2 Google trends からみた検索動向

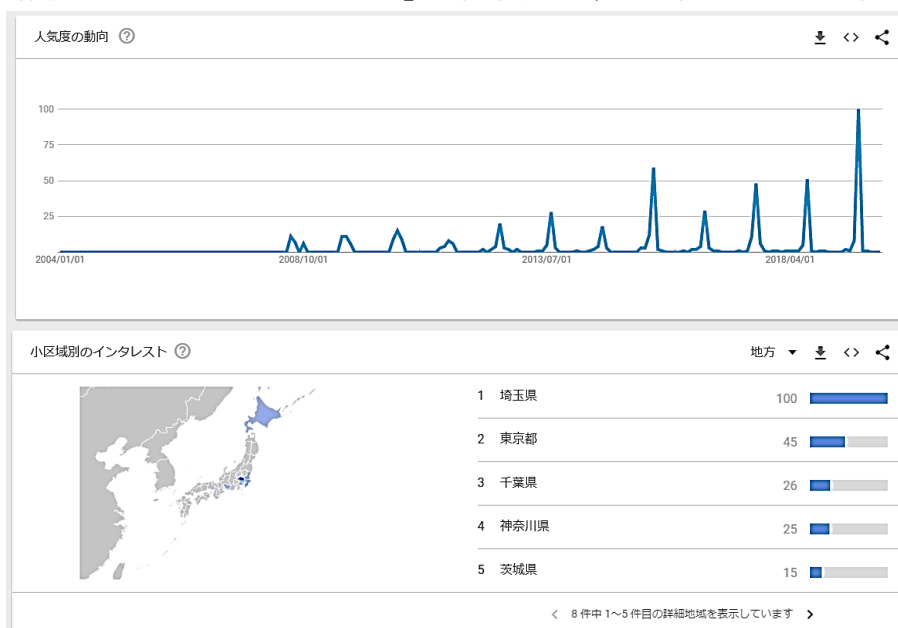
「Google Trends」では、google の検索ワードについて動向を把握することができる。「清瀬」「ひまわり」「フェスティバル」「2019」での検索動向は、6 月 16 日～22 日に検索件数が増え、8 月 11 日～8 月 17 日をピークに検索件数が増えていることがうかがえる。

「清瀬 ひまわりフェスティバル 2019」の検索動向



また、2004 年 1 月～2019 年 12 月の「清瀬」「ひまわり」「フェスティバル」の動向をみると、年々本イベントの検索件数の動向は増加傾向にあることがうかがえる。また、検索される地域については埼玉県が最も多く、次いで、東京都、千葉県、神奈川県、茨城県となっている。

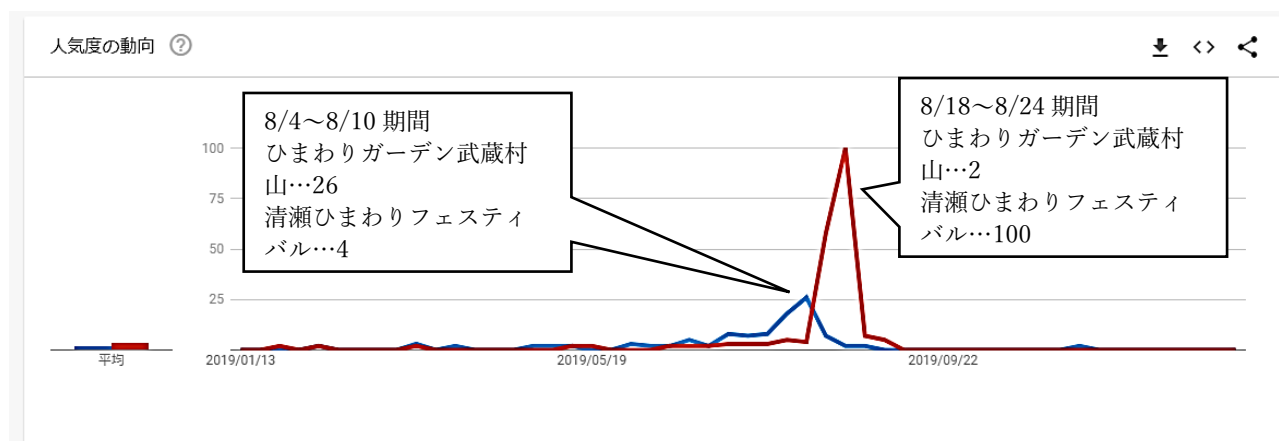
「清瀬 ひまわり フェスティバル」の検索動向（2004 年 1 月～2019 年 12 月）



※数値は、特定の地域と期間について、グラフ上の最高値を基準として検索インタレストを相対的に表したものであり、100 の場合はそのキーワードの人気度が最も高いことを示し、50 の場合は人気度が半分であることを示す。0 の場合はそのキーワードに対する十分なデータがなかったことを示す。

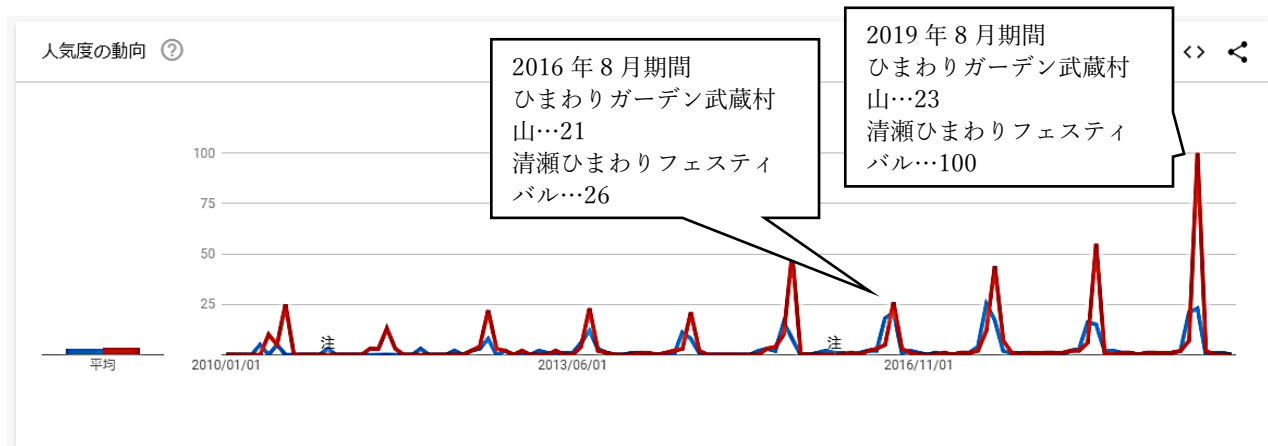
また、2019 年 1 月～2019 年 12 月の「ひまわりガーデン武蔵村山」と「清瀬ひまわりフェスティバル」の検索動向を比較すると、

「ひまわりガーデン武蔵村山」「清瀬ひまわりフェスティバル」の検索動向比較
(2019 年 1 月～2019 年 12 月)



2010 年 1 月～2019 年 12 月の「ひまわりガーデン武蔵村山」と「清瀬ひまわりフェスティバル」の検索動向を比較すると、2017 年から武蔵村山市と清瀬市で人気度の動向の差が広がっている。

「ひまわりガーデン武蔵村山」「清瀬ひまわりフェスティバル」の検索動向比較
(2010 年 1 月～2019 年 12 月)

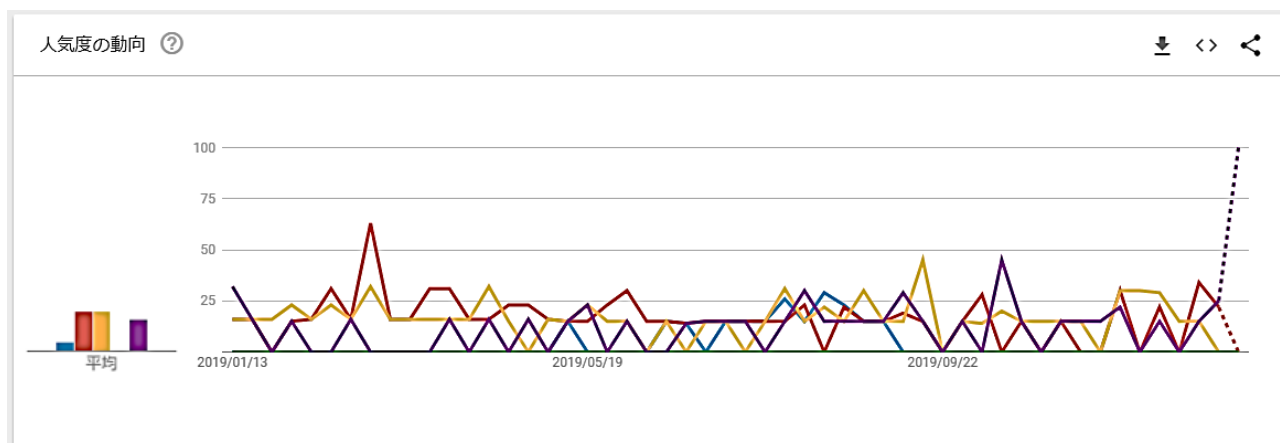


調査 3 Google trends からみた清瀬市内の施設の検索動向

2019 年における調査 1 の対象施設および清瀬ひまわりフェスティバル 2019 を比較すると、年間通じて「内山運動公園」「清瀬けやきホール」は年間通じて検索されていることがうかがえる。「清瀬日枝神社」は 10 月 13 日～10 月 19 日をピークに時期に応じて変動がみられる。

清瀬ひまわりフェスティバル 2019 の検索動向がピークになる 8 月 11 日～8 月 17 日では、「清瀬ひまわりフェスティバル 2019」の数値が 29 に対し、けやきホール(22)、日枝神社(15)となっている。

調査 1 の対象施設および清瀬ひまわりフェスティバル 2019 の検索動向（比較）



3. まとめ

清瀬市の観光の目的地として、「清瀬けやきホール」「国立ハンセン病資料館（東村山市）」「日枝神社」「清瀬金山緑地公園」等があげられる。

「清瀬ひまわりフェスティバル」の検索動向は年々増加傾向にあることから、今後インターネットによる情報発信が更に期待できる。また、清瀬市内の観光地においても 7 月～8 月の期間で検索動向がみられることから、各施設のホームページと連携した情報発信をすることで更なるアクセスが期待できると考えられる。

Ⅳ 来訪者消費額調査

1. 調査概要

アンケート調査の実施や取得可能な既存データ等を利用し、本イベント実施期間中の清瀬市における経済波及効果について考察する。

2. 経済波及効果の算出

(1) 経済波及効果分析ツールの利用

「東京都の統計」より公開されている、「経済波及効果分析ツール」における「イベント観光分析用・地域内表版」を活用する。本ツールでは、平成 23 年（2011 年）東京都産業連関表を利用して作成したものであり、消費や投資から「どれだけ生産が誘発されるか」などを算出することができる。観光動態調査によって算出した消費額を、東京都産業連関表の部門にあてはめることで、経済波及効果を算出する。

【経済波及効果について】

経済波及効果とは、ある産業で需要が増えたことでそれに伴う生産の増加と、それに関連する産業の生産増加も含めて金額で表すことを指す。経済波及効果のうち、直接の生産の増加（直接効果）からの波及を第 1 次間接波及効果という。また、経済波及効果によって生産が増加すると、そこで働く人の所得もその分増えるため、増えた所得で、買い物をすることにより、様々な製品の購入額が増える。この所得増加による需要の増加とそれによる波及を 2 次波及効果といい、その増加した数値を第 2 次間接波及効果という。直接効果と第 1 次間接波及効果、第 2 次間接波及効果の合計値を生産誘発効果（総合効果）という。

(2) 数値の設定

「Ⅱ 来場者動態調査 4. 調査結果 Q12 (P19)」より、以下の通り数値を採用する。

費目	平均	数値設定について
交通費	900 円	東京都産業連関表「運輸・郵便」の部門で設定する。
宿泊費	15,750 円	日帰り来訪者を対象とし、今回は宿泊費を設定しない。
飲食費	1,109 円	東京都産業連関表「対個人サービス」の部門で設定する。
買い物費	825 円	東京都産業連関表「対個人サービス」の部門で設定する。
その他 (上記の経費に該当しない雑費)	783 円	上記以外の経費は、産業連関表に該当する部門が不明のため、今回は設定しないものとする。

(3) 経済波及効果分析ツールによる数値結果

本イベント実施期間中の来場者数を 10 万人と設定し、以下数値結果を算出した。

■ 設定値

2 来訪者消費													
宿泊日数別来訪者数			区分	来訪者が消費する財・サービス	1人1泊（回）当たり 平均消費額 ※2		東京都 産業連関表 該当部門番号 [A, B列参照]	東京都産業連関表 該当部門名	新規需要合計			自給率設定	新規需要のうち 自給分
区分	宿泊日数	人数 （単位：人）			宿泊客 （単位：円）	日帰り客 （単位：円）			宿泊客 （単位：百万円）	日帰り客 （単位：百万円）	合計		
日本人旅行者	日帰り客	100000	国内からの来訪者	新幹線・鉄道	900	57	運輸・郵便	0	90	90	1	90	
日本人旅行者	1泊	0	国内からの来訪者	飲食費	1109	67	対個人サービス	0	111	111	1	111	
日本人旅行者	2泊	0	国内からの来訪者	その他土産代・買物代	825	67	対個人サービス	0	83	83	1	83	

■ 数値結果

開催経費+来訪者消費

都内新規需要の内訳 単位:百万円

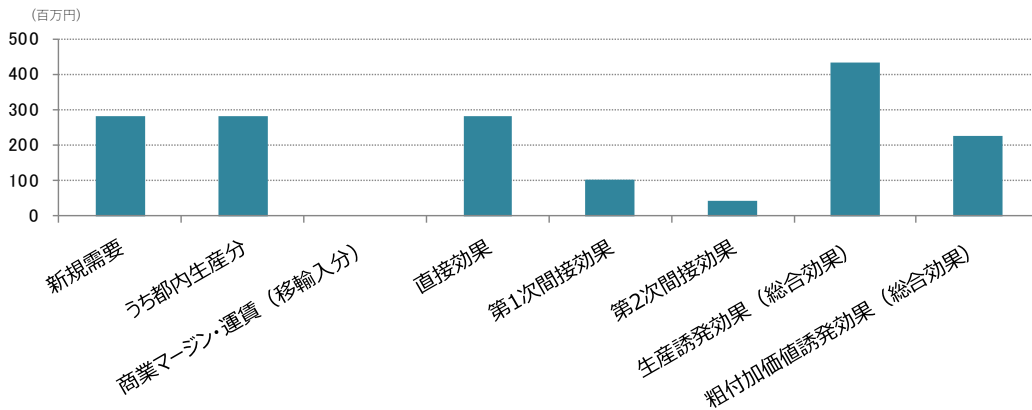
	割合	金額
都内生産分	100.0%	283
移輸入分	0.0%	0
新規需要	100.0%	283

開催経費と来訪者消費(都内新規需要)の割合

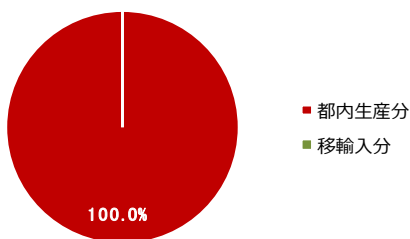
	割合	金額
開催経費	0.0%	0
来訪者消費	100.0%	283
合計	100.0%	283

経済波及効果の内訳 単位:百万円

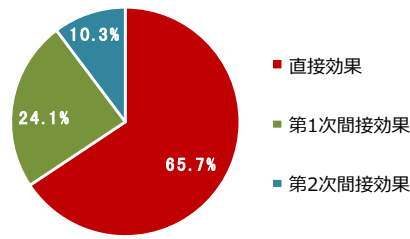
	割合	金額
新規需要		283
うち都内生産分		283
商業マージン・運賃(移輸入分)		0
直接効果	65.7%	283
第1次間接効果	24.1%	104
第2次間接効果	10.3%	44
生産誘発効果(総合効果)	100.0%	432
粗付加価値誘発効果(総合効果)		227



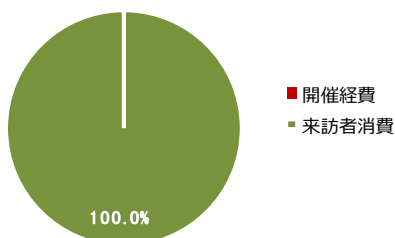
都内新規需要の内訳



生産誘発効果の内訳 割合



開催経費と来訪者消費(都内新規需要)の割合



【参考】 経済波及効果の推計例

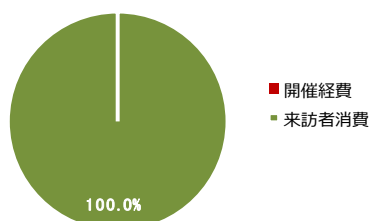
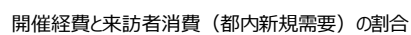
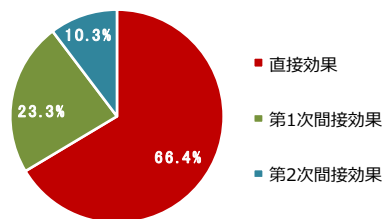
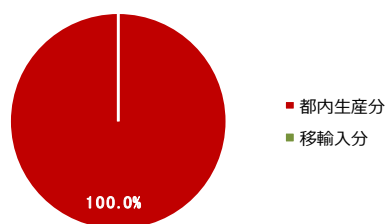
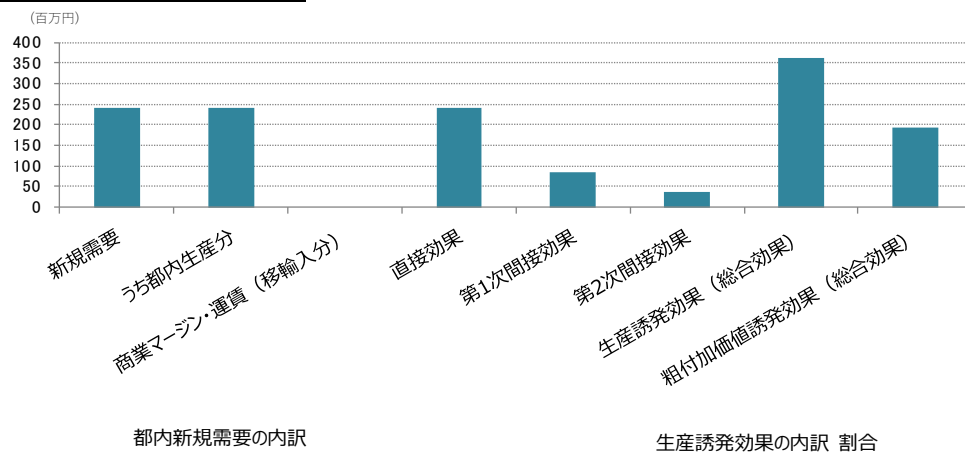
東京 23 区内、秋の季節にグルメイベントを 2 日間開催し、約 4 万人規模の来場者数のイベントになったと仮定する。日帰り観光客の消費額が以下の場合、日帰り観光客による経済波及効果は以下の通りとなる。

■設定値

設定内容	費目	平均
関東圏内から公共交通機関を使って来訪する。	交通費	1,000 円
様々な飲食店舗が出店し、食べ歩きをする。	飲食費	4,000 円
お土産商品等の買い物をする。	買い物費	1,000 円

■数值結果

開催経費+来訪者消費			開催経費+来訪者消費		
都内新規需要の内訳		単位：百万円	経済波及効果の内訳		単位：百万円
	割合	金額		割合	金額
都内生産分	100.0%	240	新規需要		240
移輸入分	0.0%	0	うち都内生産分		240
新規需要	100.0%	240	商業マージン・運賃（移輸入分）		0
			直接効果	66.4%	240
			第1次間接効果	23.3%	84
			第2次間接効果	10.3%	37
			生産誘発効果（総合効果）	100.0%	361
			粗付加価値誘発効果（総合効果）		193



3. まとめ

本イベント開催期間中での経済波及効果は、直接効果として 283 百万円、第 1 次間接効果として 104 百万円、第 2 次間接効果として 44 百万円であり、総合効果として 432 百万円の効果があったと考察できる。

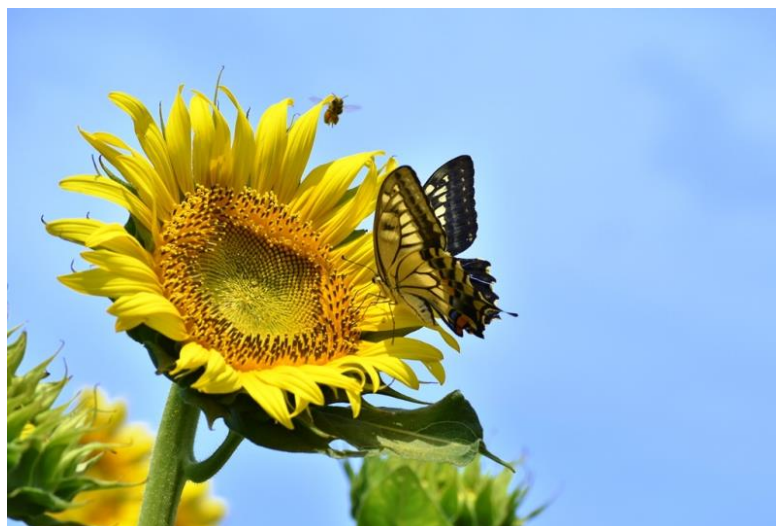
そこで、来場者数の 10 万人が、本イベントで更に消費額を高めた場合の推計値として、以下の通り設定すると、直接効果として 340 百万円、第 1 次間接効果として 123 百万円、第 2 次間接効果として 53 百万円であり、総合効果として 516 百万円の効果があり、現状値と比較すると、84 百万円の効果が期待される。

■推計の数値設定

費目	平均	推計値の設定
交通費	900 円	来場者数を 10 万人に維持するものとして、交通費の平均は変更なし。
飲食費	1,109 円 ⇒1,500 円	市内の飲食店を周遊することで、飲食費の平均単価を 1,500 円に設定する。
買い物費	825 円 ⇒1,000 円	本イベントのお土産等の買い物が増えることで、消費額を 1,000 円に設定する。

■推計結果

	現状値		推計値		差額
	割合	金額	割合	金額	
新規需要		283		340	57
うち都内生産分		283		340	57
商業マージン・運賃（移輸入分）		0		0	0
直接効果	65.7%	283	65.9%	340	57
第1次間接効果	24.1%	104	23.8%	123	19
第2次間接効果	10.3%	44	10.3%	53	9
生産誘発効果（総合効果）	100.0%	432	100.0%	516	84
粗付加価値誘発効果（総合効果）		227		273	46



V 追加の調査分析提案（ヒアリング調査）

1. 調査の概要

受入側のひまわり事業に関わる関連団体や事業者に対して観光の現況調査を行うことで、課題を整理する。実施にあたっては、各市より対象団体・事業者を紹介いただいた上で、ヒアリングを実施する。

■ヒアリング実施概要

目的	・観光客動向、観光活動への取組み意向把握
対象	・ひまわり事業に関わっている団体・事業者 （清瀬市農ある風景を守る会、清瀬商工会）
調査項目	・観光客層/受入体制/観光客に対する取組み・課題/今後の展望等

2. 調査結果

ヒアリング	清瀬市農ある風景を守る会 会長 松村氏
日時	令和元年度 12 月 11 日（水）
議事概要	1. 清瀬ひまわりフェスティバルの背景と運営について ・平成 20 年より農ある風景を守る会の取組として、夏にひまわりを、秋に麦畑にして年間をサイクルしている際に、口コミでひまわり畑を見に来る来場者が増えてくるようになった。 ・広さは 24,000 m²ほどあったが、現在は 35,000～40,000 m²程に増えている。農家さんの協力により成り立っている。 ・駐車場は指定管理事業者が運営して売上として充てている。 ・イベントの全体管理や広告、各種調整事は清瀬市と協力して行っている。 ・年間通じて、清瀬市では、小学生の種まき、中学生の写生大会、高校生のアンケート調査といったように、市内の子どもがひまわり畑に参加できる仕組みを作っている。 2. 清瀬ひまわりフェスティバルの現状と課題について ・昨年度、来場者の増加に伴い、交通渋滞が課題となっていた。本年度は、清瀬駅から西武バスのピストン送迎を増便したことにより、交通渋滞を緩和することができた。 ・イベント期間中、気象衛星センターもイベント（宇宙のお天気フェア）を行っている。どの程度の誘客に繋がっているかは不明であるが、本イベントを機に清瀬市の施設や店舗を回ってもらえるような流れをつくりたい。 ・日中暑いため、熱中症になる人が出ないか心配であった。 ・外国人来場者数が増えているように感じる。来年度のオリンピック期間に伴い、外国人観光客の急増が見込まれるため、対応策が必要と考える。

ヒアリング	清瀬商工会 事務局長 芦澤氏
日時	令和元年度 12 月 11 日（水）
議事概要	1. 清瀬ひまわりフェスティバルの運営について ・商工会では、イベント会場の飲食・物販の対応を行っている。本年度はキッチンカーが 3 台、テント 2 軒、見晴台に 1 軒が出店した。今回、交通渋滞緩和のためのバス送迎の増便及びルート変更に伴い、イベントの入り口来訪者

	の導線が変わったこと、また、悪天候が続いたことや、イベント期間が1週間と昨年に比べ短くなったことから出店者としては売上が下がったと考えられる。 ・清瀬駅周辺にも周遊して、お金を落としてもらうことを目的に、チラシと一緒にクーポン券によるお店の紹介を行った。 2. 清瀬ひまわりフェスティバルの現状と課題について ・清瀬駅周辺店舗のクーポン券について、武蔵村山市のひまわりガーデンイベントに合わせて周遊できるようにクーポン利用期間を長くすることで、2市の周遊を促すことを検討したい。また、積極的にクーポンを利用してもらうために「ひまわりイベント限定品」等のイベント期間中からできる店舗に入りやすいお店づくりを推進することが必要である。 ・現在、清瀬市を周遊するようなガイドブックがないため、本イベントを機にひまわり畑以外にも周遊して楽しんでもらえるような仕掛けが必要と考える。そのために、ガイドブックの作成や、SNSの活用による発信が必要であると考えている。 ・インスタグラム等で来場者は積極的に発信しているが、商工会含めイベント関係者における発信は少なく、効果的な発信方法も分からない状況である。 ・「清瀬にんじん」や「きよはち」など清瀬市のブランドはいくつかある。10万人の来場者が来る本イベントは清瀬市をPRし、知ってもらう機会になるため、ひまわりも含め、清瀬市のブランドを発信の仕方の工夫をしていきたい。
--	---

3. まとめ

ヒアリング調査より、清瀬ひまわりフェスティバルの現状と課題について、以下の通り整理する。

項目	現状と課題
運営体制について	清瀬市農ある風景を守る会、清瀬商工会、清瀬市が各役割を担い、イベントを運営しており、各団体間で情報を共有しつつ連携をする体制ができている。また、小中高校と市内の子どもがひまわり畑に参加する仕組みも作っている。
交通について	自動車の交通渋滞の緩和について本年度、西武バス送迎の増便で対応することにより、ある程度解決することができた。
イベントのプログラムについて	会場内での農産物やひまわりも直売では、売上に繋がっている一方で、「清瀬にんじん」や「きよはち」等のひまわり会場以外の清瀬の魅力をPRする点が課題となっている。
周辺の施設・店舗について	クーポン券で店舗紹介の対応を行っているが、「ひまわりイベント限定品」等のイベント期間中からできる店舗に入りやすい仕組みを推進することが必要である。さらに、本イベントを機にひまわり畑以外にも周遊してもらうためのガイドブックやSNSによる発信を推進することが必要である。
情報発信について	西武鉄道 HP や SNS 等で来場者は積極的に発信しているが、商工会含めイベント関係者における SNS 等による発信は少なく、効果的な発信方法が課題である。
外国人への対応について	来年度オリンピックにより、外国人来訪者が急激に増加することが想定されるため、対応策が必要である。

VI 総合分析

1. 清瀬ひまわりフェスティバルの現状と課題について

調査結果を踏まえ、清瀬ひまわりフェスティバルおよび清瀬市の観光の現状と課題について整理した。

(1) 受入環境の充実

① 運営体制の充実

運営体制については、清瀬市農ある風景を守る会、清瀬商工会、清瀬市が各役割を担い、イベントを運営しており、各団体間で情報を共有しつつ連携をする体制ができている。

交通について、来場者数の増加にともない、自動車の交通渋滞等が課題になっていたが、本年度西武バス送迎増便で対応することにより、ある程度解決することができた。

Wi-Fi 環境について、来訪者動態調査で満足度が期待度を下回る結果となった。本イベントは、来訪者各々が写真や動画を撮影し、SNS 等にアップするため、ネット環境の整備が来訪者の更なる満足度に繋がる可能性が考えられる。

② インバウンド観光客への対応

2020 年、東京オリンピックを契機にインバウンド観光客の増加が想定される。観光客の増加にともない、自然や景観を荒らされたり、地域の暮らしに影響を及ぼしかねない事態にもなりかねないことから、観光や地域情報の多言語化等といったインバウンド観光客等、観光客の増加に対する受入環境を各市町で連携を図りながら、今から進めていく必要がある。

(2) 情報発信の充実

① SNS を活用した情報発信

清瀬ひまわりフェスティバルに関する情報発信を市ホームページ等で行っているが、SNS 等による情報発信が課題であり、今後は SNS 等も活用しながら本イベントを通じて「清瀬市」のブランドイメージの向上が求められる。また、インスタグラム等で来場者は積極的に発信しているため、口コミを通じて清瀬市のファンを増やしていくための仕組みづくりが必要である。

② ひまわりフェスティバルを通じて清瀬市を知ってもらうための情報発信

本イベントは約 10 万人もの来場者になるため、イベントを通じて清瀬市の魅力や地域資源を発信することで、清瀬市を更に知ってもらい、夏以外の季節でも来てもらえる、または清瀬市のものを買ってもらうように促すことが期待できる。

(3) 地域資源を活用したコンテンツの充実

① 体験プログラムやお土産品の充実

清瀬市内の滞在時間を伸ばし、飲食や買い物等の消費額を高めることにより、地域にお金が落ちるような観光地域づくりが求められる。そのために、本イベント内でひまわりの資源を活用した体験できるプログラムやお土産品の開発など、本イベントに来ないと体験できないコンテンツを造成することが必要である。

② 清瀬市産ブランド商品の充実

農産物やひまわりにおいては十分な売上に繋がっている一方で、「清瀬にんじん」や「きよはち」等のひまわり以外の清瀬の魅力を PR する点が課題となっている。本イベントを機に清瀬市のブランド商品を発信する契機にすることが求められる。

(4) 周遊の仕組みづくり

アンケート調査から、ひまわりフェスティバルに来訪する前後で市内または近隣地域を巡っていない状況である。清瀬市内の滞在時間を伸ばし、飲食や買い物等の消費額を高めることにより、地域にお金が落ちるような観光地域づくりが求められる。

本年度、クーポン券店舗紹介の対応を行っているが、「ひまわりイベント限定品」等のイベント期間中からできる店舗に入りやすい仕組みを推進することが必要である。さらに、本イベントを機にひまわり畑以外にも周遊してもらうためのガイドブックや SNS による発信を推進することが必要である。

さらに、ひまわりストーリーを通じて武蔵村山市との回遊性を高めることでお互いの誘客を促すことが求められる。

2. 今後の展望（提案）

本年度イベントは、一週間の開催期間で 10 万人の来場者があり、現状の運営体制および交通機関を配慮すると、規模としては十分なものとなっているため、これ以上の来場者数を見込むことは困難と想定される。

そのため、今後の展望としては、来訪者を増やすだけでなく、イベントの質や市内の回遊性を高めることにより、観光消費額を増やし、清瀬ひまわりフェスティバルを契機に地域産業の活性化を促すとともに、イベントだけでなく清瀬市のファンを増やしていくことが必要である。

■今後検討したい施策（案）

清瀬市の今後の展望（具体的な施策）について以下のように提案する。

施策案一覧

施策案		取り組み案
1 受入環境の整備	1-1 運営体制の推進	・バスによるピストン送迎の充実 ・子どもが関わる運営体制の推進
	1-2 インフラの整備	・清瀬駅周辺及び会場につながるまでのインフラ整備 ・無料 Wi-Fi の設置の検討
	1-3 インバウンド観光客への対応	・情報発信の多言語化対応 ・外国人等にも対する接客サービスを含めた受け入れ体制の充実
2 情報発信の整備	2-1 SNS による情報発信	・ホームページ、SNS による発信方法の研究および積極的な情報発信の仕組みの検討
	2-2 情報発信の連携	・観光施設や宿泊施設等と連携した情報発信
3 地域資源の魅力向上	3-1 体験プログラムの造成	・ひまわりまたは地域資源を活用した体験プログラム ・ひまわりイベント期間における限定品の開発
	3-2 清瀬市ブランド商品の販路開拓	・清瀬市商品の積極的な PR・販売
4 周遊の仕組みづくり	4-1 ガイドブックの作成	・飲食店や店舗のガイドブック作成 ・スタンプラリーの充実
	4-2 クーポン券を活用した広域連携	・クーポン券の利用期間の延長 ・来訪者の多い施設での独自イベントの開催

1 受入環境の整備

1-1 運営体制の推進

運営体制は、各団体間で情報を共有しつつ連携をする体制ができているため、今後も継続して進められるよう推進するとともに、ボランティアの養成等による運営体制の充実も図る。

また、本イベントは市内の小中高の子ども達が関わる取り組みとなっているので、地域の子どもとの関わり方を深化するとともに、清瀬市の子育ての魅力の一つとして推進していく。

【取り組み案】清瀬ひまわりで育つ小中高の人材育成

ひまわりの地域資源を活用して清瀬市の子どもの人材育成を推進する。取り組み内容を充実させるとともに、これらの取り組みを市内外に発信することで、子どもが育ちやすいイメージ向上を図る。

	取り組み内容
小学生	○ひまわりの種まき
中学生	○ひまわりの写生大会 ◎部活との連携（吹奏楽部による音楽イベント、写真部・美術部による展示等）
高校生	○イベント時のアンケート調査 ○出店販売の手伝い ◎部活との連携（吹奏楽部による音楽イベント、写真部・美術部による展示等） ◎Twitter や Instagram 等による情報発信 ◎外国人観光客への対応

○既に行われている取組 ◎新たに実施する取組（案）

1-2 インフラの整備

本イベントは来訪者約 10 万人の大規模イベントのため、オーバーツーリズム対策が求められる。そのため、清瀬駅及び会場までのルート周辺のインフラ整備や駅周辺の Wi-Fi 環境の整備を推進していく。

【取り組み案 1】清瀬駅周辺及び会場につながるまでのインフラ整備

過剰な混雑が想定される清瀬駅周辺及び会場につながるまでの会場誘導方法の強化、警備体制の強化、歩道の整備、公共共通関連の対策強化（レンタサイクルの導入、シャトルバスの本数増等）、また駅周辺の Wi-Fi 環境の導入等を検討する。

【取り組み案 2】Wi-Fi レンタルを利用して会場の Wi-Fi 環境を導入

Wi-Fi ルーターをレンタルすることで、イベント会場内に Wi-Fi 対応エリアを設置する。飲食エリアに設置することで、来訪者にとっては、食事をしながら撮影した写真や動画の整理が可能になるため、滞在時間の延長と満足度向上につながる事が期待できる。

1-3 インバウンド観光客への対応

2020 年、東京オリンピックを契機にインバウンド観光客の増加が想定されるため、多言語化表記の対応を行うとともに、外国人にも満足できるようなおもてなしを行う。

【取り組み案】高校生による外国人おもてなし

英語を学習し、ある程度英会話もできるようになる高校生が、外国人観光客とのコミュニケーションを積極的に取組む。また、外国人観光客が訪ねる会話や表現について事前学習することにより、外国人観光客の満足度向上と高校生のスキルアップを図る。

2 情報発信の整備

2-1 SNS による情報発信

イベント主催者側が積極的に SNS による情報発信を行うことで、特にインターネットユーザー層への訴求を図る。

【取り組み案1】SNS 発信講座

イベントに関わる団体（清瀬市農ある風景を守る会、清瀬商工会）等が SNS の活用について理解を深める勉強会を開催する。

【取り組み案2】SNS アカウントの作成および情報発信

清瀬ひまわりフェスティバルのアカウント（Twitter, Facebook, Instagram 等）を作成し、ひまわりの種まきから育成状況、また清瀬市や武蔵村山市の紹介など幅広く情報発信を行う。2 市双方の情報をシェアすることにより、情報拡散を図る。

2-2 情報発信の連携

清瀬市、武蔵村山市内で来訪者の多い施設「イオンモールむさし村山」、「内山運動公園」、「村山温泉かたくりの湯」、「都立野山北・六道山公園」「清瀬けやきホール」において検索動向が高いことを活かし、各施設からひまわりイベントに関する情報発信をしていただき、また、イベントでは周辺施設の魅力を発信する等、情報発信の連携を進めるとともに各施設において独自のイベントを実施する事により更なる来訪者の増加につなげられる

3 地域資源の魅力向上

3-1 体験プログラムの造成

本イベント内でひまわりの資源を活用した体験できるプログラムやお土産品の開発など、本イベントに来ないと体験できないコンテンツを造成することで、清瀬市内の滞在時間を伸ばし、飲食や買い物等の消費額を高めることにより、地域にお金が落ちるような観光地域づくりを推進する。

【体験プログラム例】

ひまわり畑の迷路（北杜市）



ハーバリウム体験（大阪府堺市）



押し花ストラップづくり
（広島県世羅郡世羅町）



3-2 清瀬市ブランド商品の販路拡大

「清瀬にんじん」や「きよはち」等のひまわり以外の清瀬の魅力について、本イベントを機に積極的に PR することで、商品の販路拡大につなげる。

【取り組み案】「清瀬にんじん」や「きよはち」を活用した商品販売

インスタ映えのするかき氷やドリンク等の需要が高いことから、「清瀬にんじんジャム」や「きよはち」を活用した商品の販売や、食べ方等の活用方法を紹介することで、認知度アップにつなげる。（ジェラート、スムージー等）



きよせにんじんジャム



きよはち Moisture Honey Gel

4 周遊の仕組みづくり

4-1 ガイドブック作成

清瀬ひまわりフェスティバルへの来訪を機に、清瀬市を周遊することを促すような、自然や食、歴史文化などが体験できることが伝わるガイドブックを作成する。

ガイドブックは、記載する情報、デザインのコンセプトやプロットする地域資源、スタンプラリーの機能等、武蔵村山市で作成するガイドブックと統一・連動または合併版として、2市双方の魅力が伝わり、お互いに行き来したくなるコンテンツとして作成することで、ひまわり期間中や期間外の季節でも扱えるものとなるよう考慮する。

4-2 クーポン券を活用した周遊

ひまわりストーリーを契機に清瀬市および武蔵村山市を周遊することで、互いの誘客促進を図るために、店舗のクーポン券をひまわりイベントの期間（および前後の期間）で利用できるような仕組みを構築することで、市内および近隣地域の回遊性の強化を図る。また、クーポン券はガイドブックと連動することで、観光客に分かりやすい情報発信を図るとともに来訪者が多い施設などにおいて独自イベントを実施する事により更なる周遊性の推進を図る。

【取り組み案】各店舗による「ひまわり」の雰囲気づくり

クーポン券の利用促進、また、地域が一体となってひまわりイベントを盛り上げるために、各店舗でひまわりストーリーに関わる商品や店の雰囲気づくりを推進する。

＜各店舗でできる取り組み例＞

- ・ ひまわりの種を使った限定品の販売
- ・ ひまわりの花を使ったクラフトの販売
- ・ 清瀬ひまわりフェスティバルを象徴するロゴ、のぼり等の設置
- ・ ひまわりイベント期間中、店舗レイアウト変更等の雰囲気づくり
(黄色の雰囲気を演出する、ひまわり切花を店頭に並べる等)



3 武蔵村山市観光客動態調査報告書



—ひまわりガーデン武蔵村山—

I 調査の概要

1. 調査目的

平成 29 年度に清瀬市・武蔵村山市において、「ひまわりフレンドシップ協定」を締結した両市が連携して東京都を代表する夏の風物詩”ひまわり畑”の魅力をより一層広く発信することにより、多摩地域における夏の観光資源をアピールするとともに、両市の市民交流を図り、国内外からの来園者を多摩周辺地域全体へと回遊させる波及効果への一助として取り組んでいる。

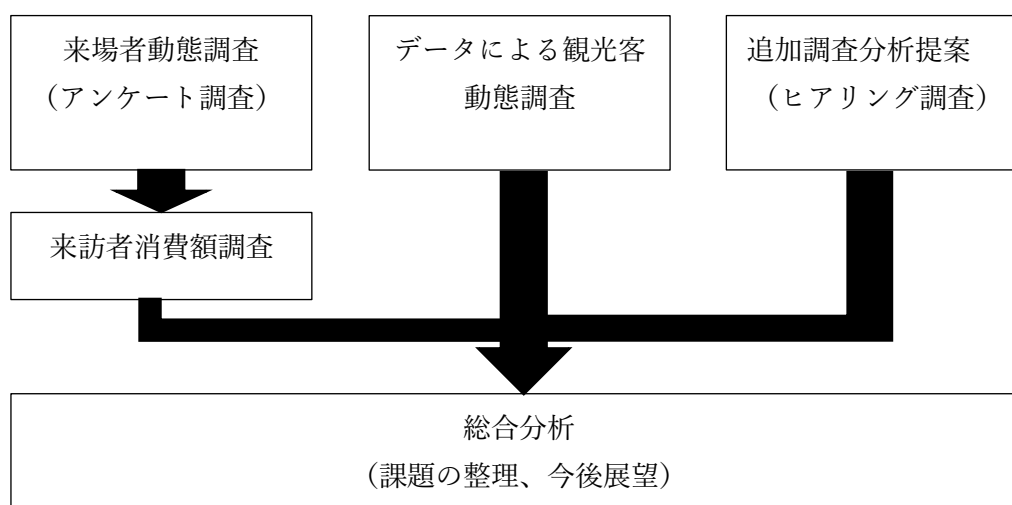
本事業においては、今後本地域の効果的な観光振興策を実行するという目的で、来訪者への聞き取りアンケート等を利用して、第 12 回清瀬ひまわりフェスティバル及びひまわりガーデン武蔵村山 2019 への国内外からの来訪者の動態や特徴等について調査を行うものである。

本調査報告書は、ひまわりガーデン武蔵村山 2019 の調査結果について記載する。

2. 本章の構成

本章では、以下の構成で調査を進める。

調査分析項目	内容
来訪者動態調査	対面アンケート調査の質問紙法で、ひまわりガーデン武蔵村山 2019 への来訪者の動態や特徴等について調査を行う。
データによる観光客動態調査	ビッグデータを取り扱う「RESAS 地域経済分析システム」や「google 分析ツール」、また、取得可能な既存データ等を活用し、武蔵村山市における観光客の動向を把握する。
来訪者消費額調査	来訪者動態調査結果の「武蔵村山市での利用総額」を参考に、武蔵村山市の地域経済波及効果について考察を行う。
追加の調査分析提案	受入側のひまわり事業に関わる受託事業者に対して観光の現況調査を行うことで、課題を整理する。
総合分析	上記の調査結果より、ひまわりガーデン武蔵村山 2019 の現状と課題を整理し、今後の展望について提案する。



II 来訪者動態調査

1. 調査実施概要

来訪者への聞き取りアンケート等を利用して、ひまわりガーデン武蔵村山 2019 への来訪者の動態や特徴等について調査分析を行った。

■ひまわりイベント概要

ひまわりガーデン武蔵村山 2019	7 月 20 日（土）～8 月 11 日（日）
-------------------	-------------------------

■来訪者動態調査内容

調査方法	・「対面アンケート調査」の質問紙法で実施。 調査地点（イベント開催場）で、調査員がその場で訪問客に協力依頼し、調査票をお渡しし回答記入いただくか、聞き取った回答を調査員が調査票に記入する。		
調査概要	○調査場所 ・ひまわりガーデン武蔵村山 2019 会場内 ○対象 ・市内外、外国人客区別なく、来訪者を同一条件下で調査 ○票数 ・283 票 ○実施スケジュール ・平日及び土日祝の 2 パターンで実施 ・スタッフは、2 名から 3 名で実施 ■調査日程 <table> <tr> <td>ひまわりガーデン武蔵村山 2019</td><td>8 月 1、3、4、5 日に実施</td></tr> </table>	ひまわりガーデン武蔵村山 2019	8 月 1、3、4、5 日に実施
ひまわりガーデン武蔵村山 2019	8 月 1、3、4、5 日に実施		

■調査票設問構成

調査項目		内容
回答者の属性		性別、年齢、住所
①地域の稼ぐ力を把握するデータ	旅行で使った消費額	・一人あたりの観光消費額（飲食費、宿泊費、買い物・土産物代、入場料・施設利用料、交通費、その他）
②来訪者数の増加や来訪者の消費拡大を図るための分析が可能なデータ	モデル地域への来訪状況	・本地域への来訪回数 ・前回、来訪した時期
	旅行の実態	・旅行の同行者 ・旅行日程 ・移動交通機関 ・本地域を含む周遊エリア（モデル地域内の訪問箇所数も含む） ・来訪の情報源 ・旅行の動機 ・楽しみにしていたこと（期待度） ・体験プログラム等の参加、お土産の購入等
	個別の評価	・期待度と満足度（景観、食事、体験、特産物・土産品、移動、情報収集、宿泊等） ・本地域への再来訪意向 ・本地域の紹介意向

2. 留意点

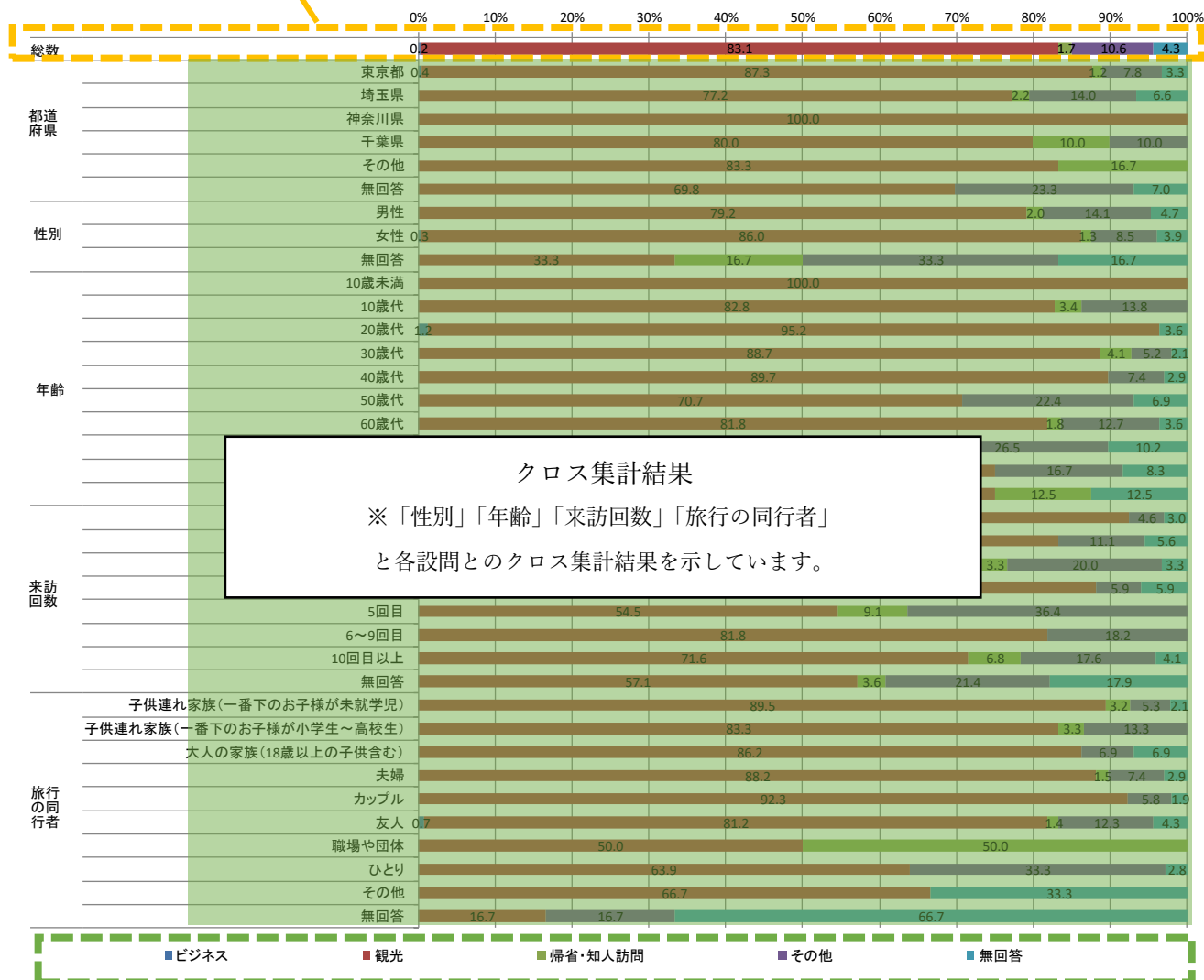
- 本報告書では、回答すべき箇所が回答されていないものは「無回答」として扱う。また、回答する必要のない箇所及び回答すべき箇所でないところを回答している場合は「非該当」として扱い、集計から除外している。
- 設問の構成比は、回答者人数（該当設問での該当者数）を基数として百分率（%）で示している。
- 比率は全て百分率（%）で表し、小数点以下第2位を四捨五入し算出しているため、合計が100%にならない場合がある。
- 複数回答については、回答者人数を基数として百分率（%）で示しているため、合計値は100%にならない場合がある。
- 「その他」の選択肢がある設問については、「その他」の欄に具体的な内容の記載があったものの件数と、その主な内容を掲載している。そのため、「その他」と回答した件数と一致しない場合がある。

3. グラフの見方

調査結果のグラフは、回答者の属性と各設問のクロス集計で示す。

総数集計結果

※各設問の総数を集計した、単純集計の結果です。



クロス集計結果

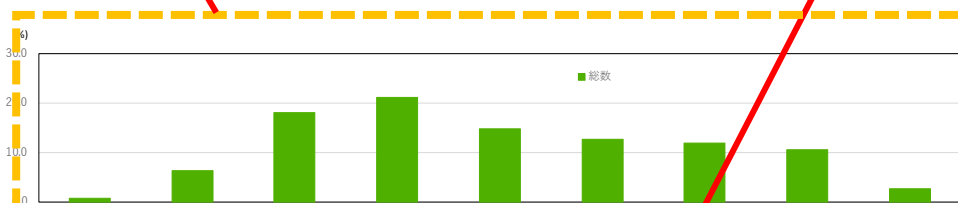
※「性別」「年齢」「来訪回数」「旅行の同行者」と各設問とのクロス集計結果を示しています。

凡例

総数集計結果

※各設問の総数を集計した、単純集計の結果です。
上部には、その集計結果を棒グラフにして、示してあります。

『総数』より割合が10ポイント以上低い数値のセルをピンク色で着色し、赤字にしています。



		総数 (人)	10歳未満	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳以上	無回答
総数		462	0.6	6.3	18.0	21.0	14.7	12.6	11.9	10.6	2.6	1.7
都道府県	東京都	244	0.8	5.7	18.4	19.3	16.8	12.7	12.3	10.7	2.0	1.2
	埼玉県	136	0.7	8.8	12.5	25.0	11.0	12.5	14.0	11.0	2.2	2.2
	神奈川県	23	0.0	8.7	43.5	26.1	4.3	8.7	4.3	0.0	4.3	0.0
	千葉県	10	0.0	0.0	60.0	10.0	20.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0
	その他	6	0.0	0.0	33.3	33.3	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7
無回答		43	0.0	2.3	7.0	16.3	18.6	11.6	16.3	7.0	2.3	0.0
性別	男性	149	0.0	3.4	14.1	20.8	13.4	18.1	11.4	12.8	4.7	1.3
	女性	307	1.0	7.8	20.2	21.5	15.6	10.1	11.4	9.4	1.3	1.6
	無回答	6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	16.7	16.7	0.0
来訪回数	初めて	237	0.4	8.9	23.2	20.3	10.1	11.0	11.4	11.0	2.1	1.7
	2回目	54	0.0	5.6	22.2	25.9	16.7	11.1	7.4	3.7	3.7	0.0
	3回目	30	3.3	0.0	16.7	20.0	20.0	6.7	20.0	10.0	0.0	3.3
	4回目	17	5.9	0.0	11.8	17.6	11.8	5.9	29.4	11.8	5.9	0.0
	5回目	11	0.0	0.0	0.0	9.1	27.3	0.0	0.0	54.5	9.1	0.0
	6～9回目	11	0.0	9.1	0.0	9.1	18.2	18.2	27.3	9.1	9.1	0.0
	10回目以上	74	0.0	5.4	8.1	24.3	21.6	16.2	10.8	10.8	2.7	0.0
	無回答	28	0.0	0.0	10.7	21.4	21.4	32.1	7.1	3.6	0.0	3.6
旅行の同行者	子供連れ家族（一番下のお子様が無就学児）	95	2.1	0.0	6.3	57.9	28.4	1.1	4.2	0.0	0.0	0.0
	子供連れ家族（一番下のお子様が小学生～高校生）	30	3.3	3.3	0.0	20.0	46.7	13.3	0.0	13.3	0.0	0.0
	大人の家族（18歳以上のお子様含む）	29	0.0	3.4	6.9	3.4	13.8	31.0	27.6	3.4	6.9	3.4
	夫婦	68	0.0	0.0	1.5	8.8	7.4	29.4	27.9	17.6	4.4	2.9
	カップル	52	0.0	7.7	59.6	23.1	1.9	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	友人	138	0.0	15.9	26.8	10.1	8.0	7.2	10.9	17.4	0.7	2.9
	職場や団体	2	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	ひとり	36	0.0	0.0	8.3	2.8	11.1	25.0	22.2	13.9	16.7	0.0
	その他	6	0.0	16.7	16.7	0.0	16.7	0.0	16.7	33.3	0.0	0.0
	無回答	6	0.0	0.0	33.3	16.7	16.7	16.7	0.0	16.7	0.0	0.0

+10 : 傾向が強い（『総数』より10ポイント以上高い数値）

+5 : 傾向がやや強い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値）

-5 : 傾向がやや弱い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値）

-10 : 傾向が弱い（『総数』より10ポイント以上低い数値）

クロス集計結果

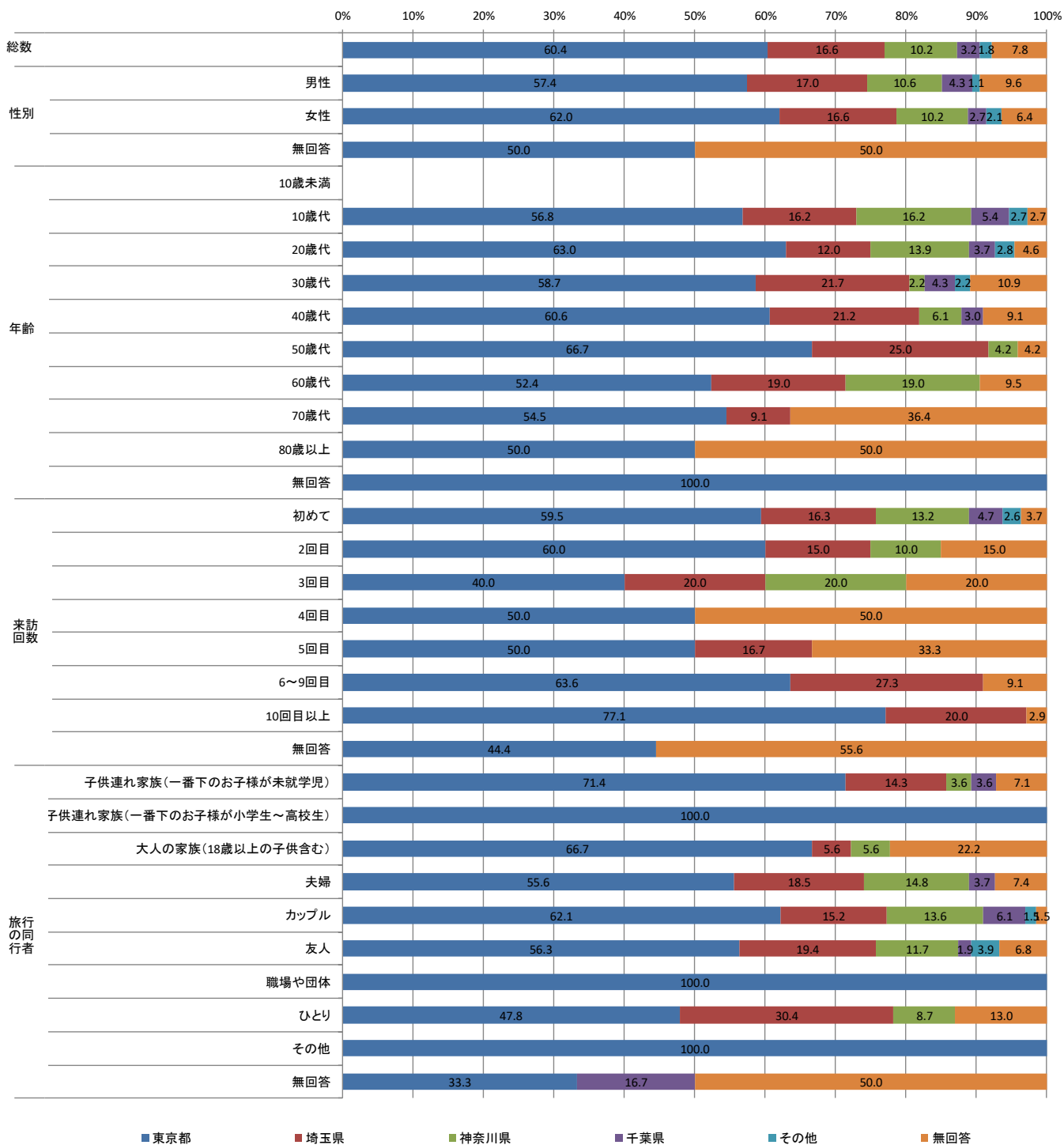
※「性別」「年齢」「来訪回数」「旅行の同行者」と各設問とのクロス集計結果を示しています。

『総数』より割合が10ポイント以上高い数値のセルを濃青で着色し、白文字にしています。

4. 調査結果

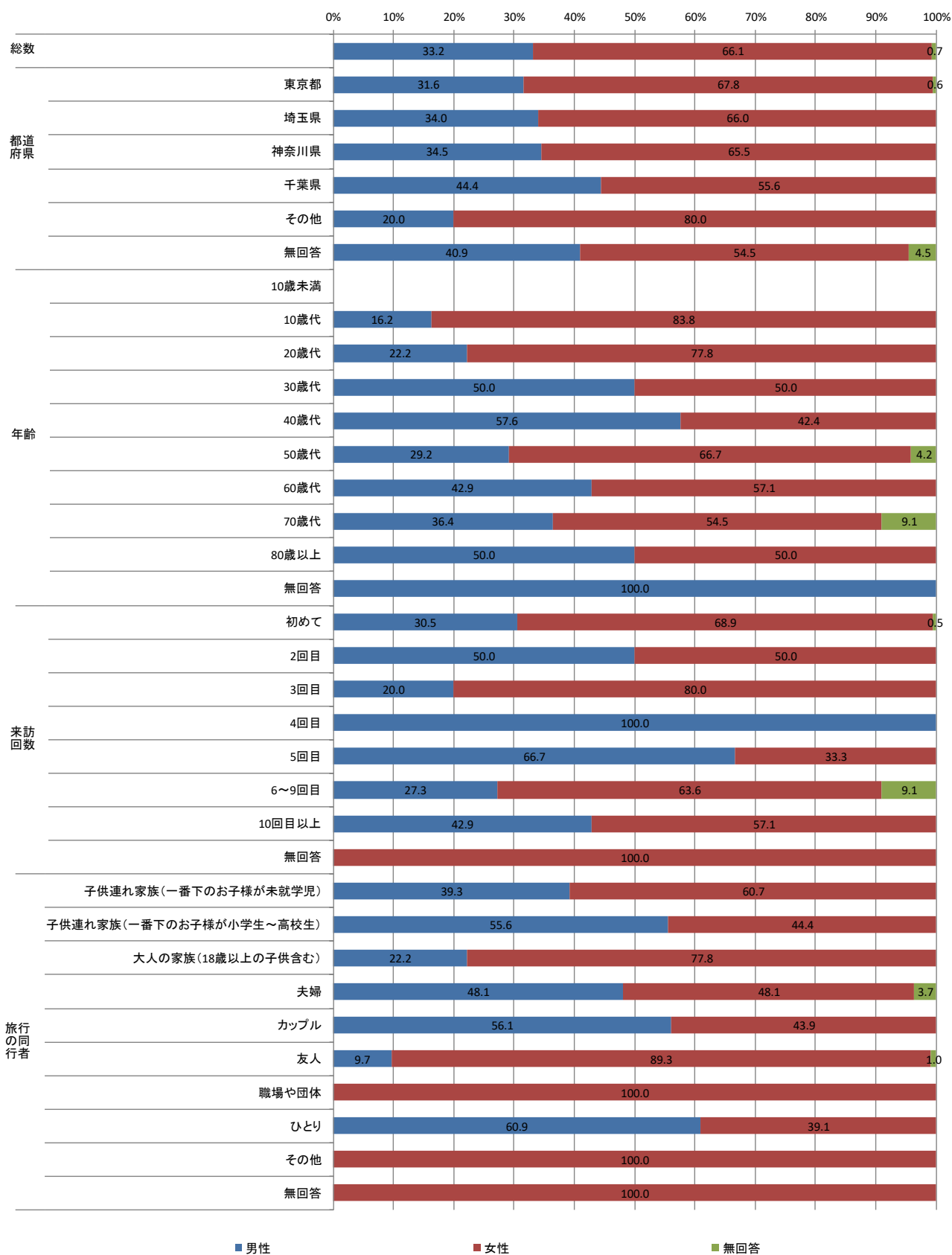
Q1 あなたのお住まいはどこですか。

「東京都」が60.4%と最も多く、次いで「埼玉県」が16.6%、「神奈川県」が10.2%、「千葉県」が3.2%となっている。



Q2 あなたの性別，年齢を選んで下さい。

「女性」が66.1%、「男性」が33.2%となっている。



回答者の年齢は、「20 歳代」が 38.2%と最も多く、次いで「30 歳代」が 16.3%、「10 歳代」が 13.1%、「50 歳代」が 8.5%となっている。

「初めて」「3 回目」の来訪者は、20 歳代で 40.0%を超え、4 回目以降の来訪（リピーター）は、30 歳代以降の割合が高まる。

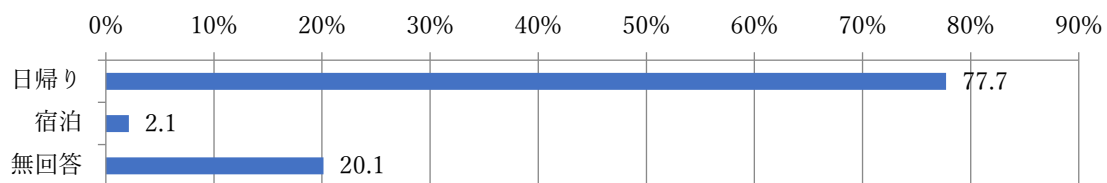
年代毎には、以下に該当する来訪者が多い傾向がみられる。

- ・ 20 歳代…「カップル」「友人」
- ・ 30 歳代…「子供連れ家族（一番下のお子様が未就学児）」
- ・ 40 歳代…「子供連れ家族（一番下のお子様が小学生～高校生）」
- ・ 50 歳代…「大人の家族（18 歳以上の子供含む）」「ひとり」
- ・ 60 歳代…「夫婦」「ひとり」



Q3 今回の旅行の日程を教えてください。

「日帰り」が77.7%と最も多く、次いで「宿泊」が2.1%となっている。

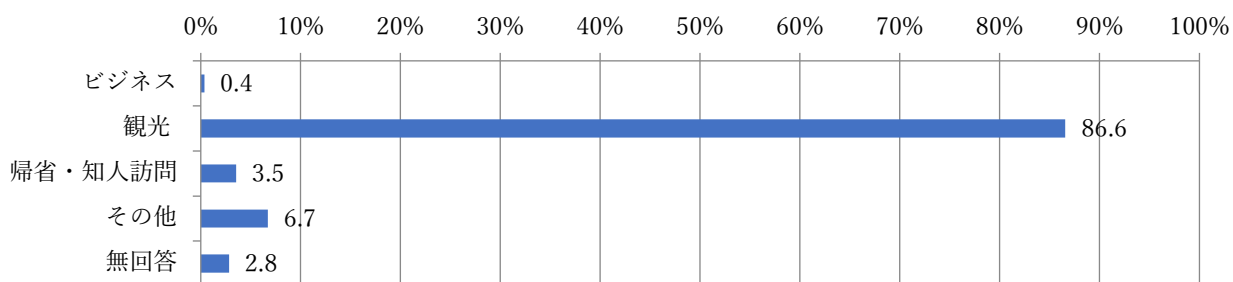


○日帰りの場合、出発から帰宅まで何時間か→平均3.7時間

○宿泊数→平均 1.9 泊

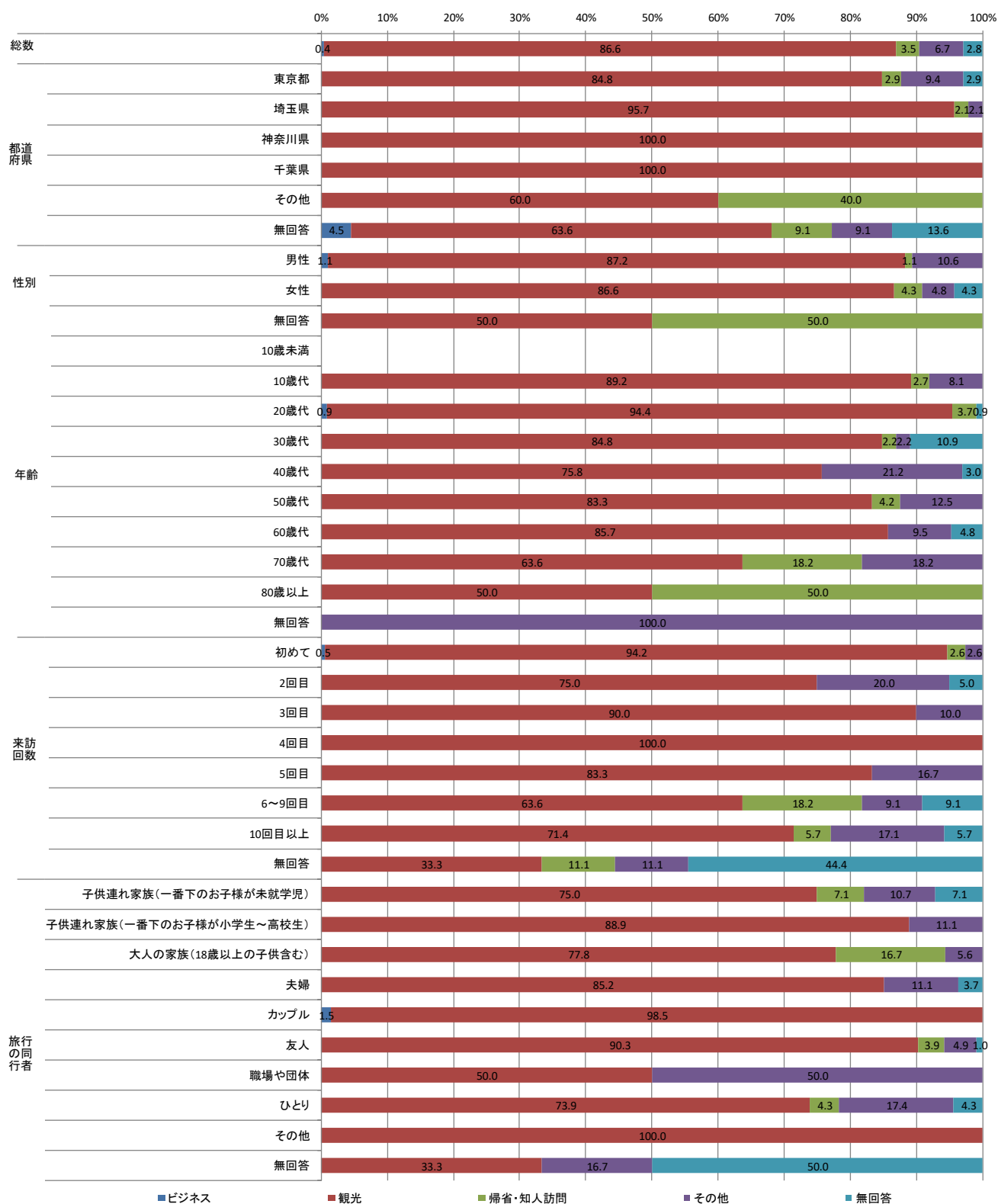
Q4 今回の旅行の主要な目的は何ですか。

「観光」が86.6%と最も多く、次いで「その他」が6.7%、「帰省・知人訪問」が3.5%、「ビジネス」が0.4%となっている。



Q5 今回の旅行の同行者について教えてください。

「友人」が36.4%と最も多く、次いで「カップル」が23.3%、「子供連れ家族（一番下のお子様が未就学児）」が9.9%となっている。



Q6 本地域（武蔵村山市）へは、今回が何度目のご来訪ですか？

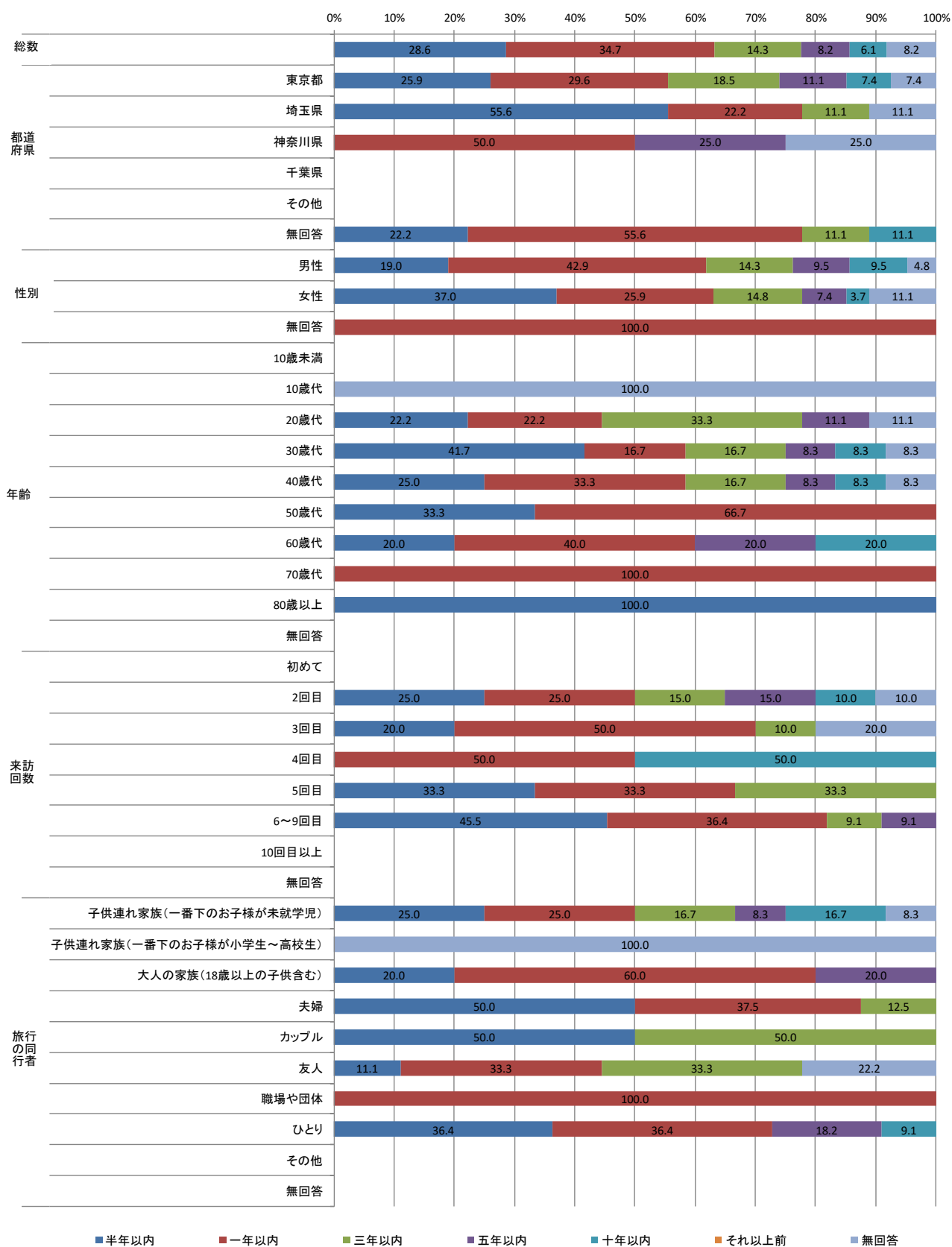
「初めて」が67.1%と最も多く、次いで「10回目以上」が12.4%、「2回目」が7.1%、「6～9回目」が3.9%となっている。

10歳代～20歳代の来訪者は「初めて」の方が80%以上を占め、年齢層が高いほど、リピーターの割合が高まる傾向にある。

「カップル」「友人」で初めて来訪する非常に割合が高くなっており、「子供連れ家族（一番下のお子様が無就学児）」「子供連れ家族（一番下のお小様が小学生～高校生）」「大人の家族（18歳以上の子供含む）」でリピーターの割合が高くなっている。

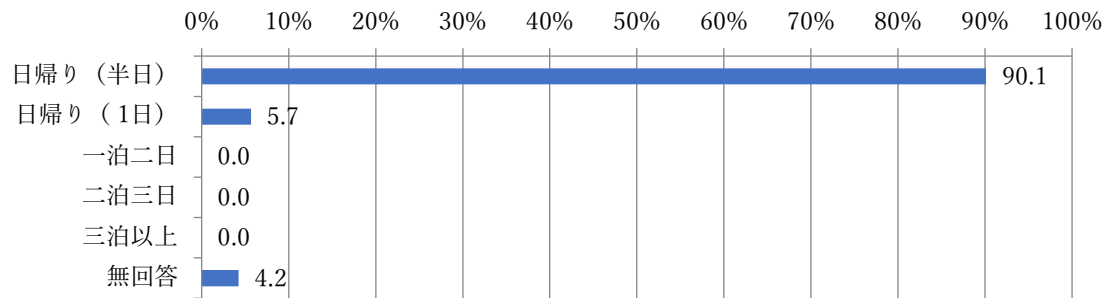


また二回以上訪れている回答者の前回の来訪は、「1 年以内」が 34.7%と最も多く、次いで「半年以内」が 28.6%、「三年以内」が 14.3%、「5 年以内」が 8.2%となっている。



Q7 本地域（武蔵村山市）での、滞在時間を教えてください。

武蔵村山市での滞在時間は、「日帰り（半日）」が90.1%と最も多く、次いで「日帰り（1日）」が5.7%となっている。

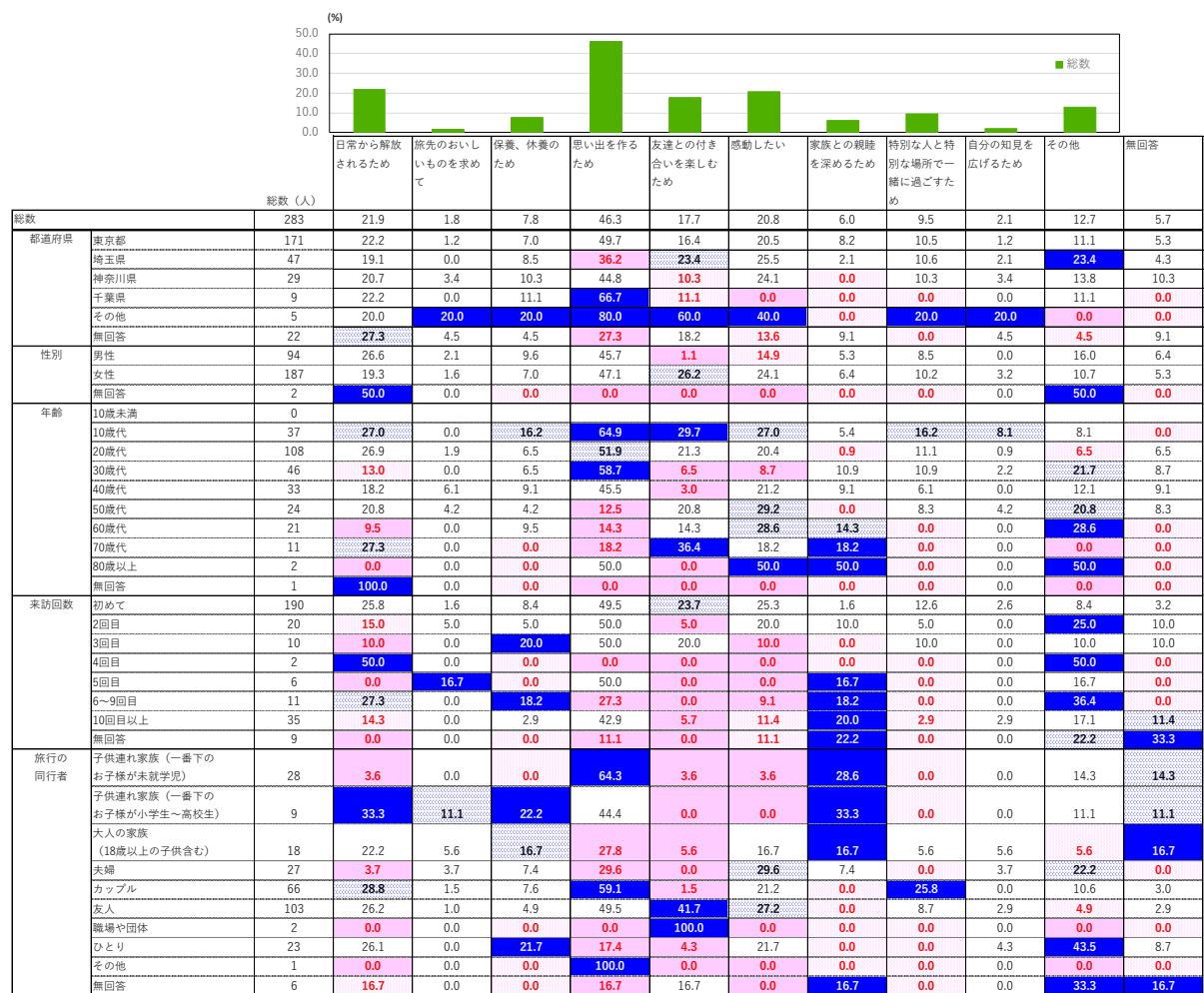


Q8 今回、旅行された動機は何ですか？（複数回答）

旅行の動機は、「思い出を作るため」が46.3%と最も多く、次いで「日常から解放されるため」が21.9%、「感動したい」が20.8%、「友達とのつきあいを楽しむため」が17.7%となっている。

10歳代～30歳代は「思い出を作るため」、50歳代～60歳代は「感動したい」、70歳代は「家族との親睦を深めるため」「友達との付き合いを楽しむため」の動機としている割合が高い。

家族連れは「家族との親睦を深めるため」を動機としている割合が高い。



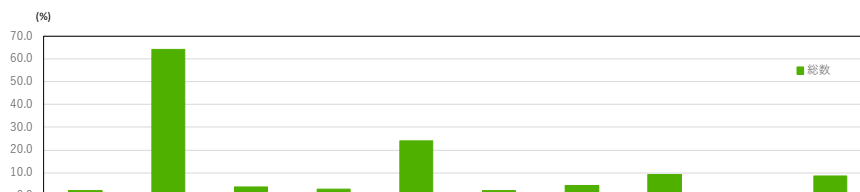
+10 : 傾向が強い（『総数』より10ポイント以上高い数値）
+5 : 傾向がやや強い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値）
-5 : 傾向がやや弱い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値）
-10 : 傾向が弱い（『総数』より10ポイント以上低い数値）

Q9 本地域（武蔵村山市）では何を楽しみにしていましたか？（複数回答）

武蔵村山市で楽しみにしていたことは、「自然景観を見ること」が64.3%と最も多く、次いで「自然の豊かさを体験すること」が24.0%、「買い物をすること」が9.2%、「おいしいものを食べること」が4.6%となっている。

5回目以上のリピーターは、「買い物をすること」を楽しみに来訪している。

また、子供連れ家族（一番下のお子様が未就学児）の来訪者は「観光・文化施設（美術館など）を訪れること」「買い物をすること」を楽しみに来訪している。



		総数 (人)	文化的な名所（史跡、寺社仏閣など）を見ること	自然景観を見ること	観光・文化施設（美術館など）を訪れること	スポーツやアウトドア活動を楽しむこと	自然の豊かさを体験すること	温泉に入ること	おいしいものを食べること	買い物をすること	自当てる宿泊施設に泊まること	その他	無回答
総数		283	2.1	64.3	3.9	2.8	24.0	2.1	4.6	9.2	0.0	8.5	7.4
都道府県	東京都	171	1.8	63.7	5.3	2.3	25.7	1.2	2.9	11.7	0.0	8.8	6.4
	埼玉県	47	2.1	66.0	2.1	2.1	21.3	2.1	4.3	8.5	0.0	12.8	4.3
	神奈川県	29	0.0	65.5	3.4	3.4	17.2	0.0	6.9	3.4	0.0	10.3	10.3
	千葉県	9	0.0	66.7	0.0	11.1	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	22.2
	その他	5	0.0	80.0	0.0	20.0	20.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	無回答	22	9.1	59.1	0.0	0.0	27.3	13.6	13.6	4.5	0.0	0.0	13.6
性別	男性	94	5.3	59.6	4.3	3.2	22.3	1.1	3.2	10.6	0.0	6.4	6.4
	女性	187	0.5	66.8	3.7	2.7	24.6	2.7	5.3	8.0	0.0	9.6	8.0
	無回答	2	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
年齢	10歳未満	0											
	10歳代	37	2.7	62.2	5.4	2.7	32.4	5.4	2.7	2.7	0.0	10.8	2.7
	20歳代	108	1.9	70.4	0.9	5.6	25.9	1.9	2.8	1.9	0.0	6.5	6.5
	30歳代	46	0.0	56.5	6.5	2.2	17.4	0.0	4.3	21.7	0.0	15.2	15.2
	40歳代	33	9.1	57.6	6.1	0.0	21.2	0.0	3.0	9.1	0.0	6.1	9.1
	50歳代	24	0.0	58.3	0.0	0.0	12.5	0.0	8.3	20.8	0.0	12.5	4.2
	60歳代	21	0.0	66.7	9.5	0.0	23.8	4.8	14.3	14.3	0.0	4.8	9.5
	70歳代	11	0.0	72.7	9.1	0.0	36.4	9.1	9.1	18.2	0.0	0.0	0.0
	80歳以上	2	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	無回答	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
来訪回数	初めて	190	2.1	66.8	3.2	4.2	28.9	2.6	4.2	2.6	0.0	8.9	4.2
	2回目	20	0.0	65.0	5.0	0.0	5.0	0.0	5.0	0.0	0.0	15.0	15.0
	3回目	10	10.0	70.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0	30.0	0.0	0.0	10.0
	4回目	2	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	5回目	6	16.7	50.0	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	33.3	0.0	16.7	0.0
	6～9回目	11	0.0	63.6	9.1	0.0	36.4	0.0	0.0	45.5	0.0	18.2	0.0
	10回目以上	35	0.0	57.1	8.6	0.0	14.3	0.0	5.7	25.7	0.0	2.9	11.4
	無回答	9	0.0	33.3	0.0	0.0	11.1	11.1	22.2	22.2	0.0	0.0	55.6
旅行の同行者	子供連れ家族（一番下のお子様が未就学児）	28	0.0	46.4	17.9	0.0	14.3	0.0	3.6	25.0	0.0	10.7	17.9
	子供連れ家族（一番下のお子様が小学生～高校生）	9	0.0	55.6	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0	22.2	0.0	0.0	11.1
	大人の家族（18歳以上の子供含む）	18	5.6	66.7	0.0	0.0	22.2	5.6	0.0	11.1	0.0	5.6	16.7
	夫婦	27	0.0	70.4	3.7	0.0	18.5	3.7	11.1	29.6	0.0	3.7	0.0
	カップル	66	3.0	66.7	3.0	6.1	24.2	0.0	4.5	3.0	0.0	9.1	6.1
	友人	103	1.9	66.0	1.9	2.9	31.1	2.9	3.9	1.0	0.0	9.7	2.9
	職場や団体	2	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	ひとり	23	4.3	69.6	0.0	0.0	13.0	0.0	4.3	13.0	0.0	13.0	8.7
	その他	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	無回答	6	0.0	50.0	0.0	16.7	50.0	16.7	16.7	16.7	0.0	0.0	50.0

+10 : 傾向が強い（『総数』より10ポイント以上高い数値）

+5 : 傾向がやや強い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値）

-5 : 傾向がやや弱い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値）

-10 : 傾向が弱い（『総数』より10ポイント以上低い数値）

Q10 旅行先として本地域（武蔵村山市）を選んだ際の情報源は何ですか？（複数回答）

情報源としては、「インターネット」が 57.6%と最も多く、次いで「家族や友人知人からの紹介・推奨」が 15.2%、「以前来訪した際の自身の経験」が 11.3%、「その他」が 6.0%となっている。

埼玉県、神奈川県、千葉県からの来訪者は「インターネット」から情報を収集している割合が高い。

10 歳代～20 歳代は「インターネット」、60 歳代は「以前来訪した際の自身の経験」、70 歳代は「家族や友人知人からの紹介・推奨」を情報源としている割合が高い。

初めての来訪者は「インターネット」を情報源としており、2 回目以降のリピーターは「以前来訪した際の自身の経験」によって再来訪している。

子供連れ家族（一番下のお子様が未就学児）、ひとりの来訪者は「以前来訪した際の自身の経験」によって再来訪している。



		総数（人）										
総数		283	11.3	15.2	57.6	2.5	0.4	1.4	0.4	5.7	6.0	7.1
都道府県	東京都	171	9.4	16.4	56.7	2.3	0.0	1.2	0.6	5.8	7.6	7.0
	埼玉県	47	6.4	6.4	68.1	6.4	2.1	4.3	0.0	0.0	8.5	4.3
	神奈川県	29	6.9	13.8	65.5	0.0	0.0	0.0	0.0	6.9	0.0	10.3
	千葉県	9	0.0	11.1	77.8	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0
	その他	5	0.0	40.0	60.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	無回答	22	50.0	22.7	22.7	0.0	0.0	0.0	0.0	13.6	0.0	13.6
性別	男性	94	17.0	11.7	48.9	5.3	1.1	2.1	1.1	5.3	8.5	7.4
	女性	187	8.6	17.1	62.6	1.1	0.0	1.1	0.0	5.3	4.3	7.0
	無回答	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0
年齢	10歳未満	0										
	10歳代	37	5.4	18.9	64.9	2.7	0.0	0.0	0.0	10.8	2.7	0.0
	20歳代	108	5.6	15.7	71.3	1.9	0.9	0.9	0.0	2.8	2.8	6.5
	30歳代	46	17.4	10.9	56.5	2.2	0.0	0.0	0.0	2.2	8.7	8.7
	40歳代	33	12.1	15.2	42.4	3.0	0.0	6.1	3.0	9.1	3.0	12.1
	50歳代	24	16.7	8.3	33.3	4.2	0.0	4.2	0.0	0.0	20.8	12.5
	60歳代	21	28.6	9.5	47.6	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	4.8	4.8
	70歳代	11	18.2	45.5	27.3	9.1	0.0	0.0	0.0	9.1	9.1	9.1
	80歳以上	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0
	無回答	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
来訪回数	初めて	190	3.2	16.8	71.1	3.2	0.5	1.1	0.5	2.6	3.2	3.7
	2回目	20	30.0	20.0	35.0	0.0	0.0	5.0	0.0	0.0	10.0	15.0
	3回目	10	50.0	10.0	30.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0
	4回目	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	5回目	6	33.3	16.7	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	6～9回目	11	36.4	9.1	45.5	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1	27.3	0.0
	10回目以上	35	11.4	5.7	28.6	2.9	0.0	2.9	0.0	22.9	17.1	14.3
	無回答	9	33.3	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	0.0	44.4
旅行の 同行者	子供連れ家族（一番下のお子様が無就学児）	28	25.0	14.3	32.1	0.0	0.0	0.0	0.0	10.7	14.3	14.3
	子供連れ家族（一番下のお子様が小学生～高校生）	9	11.1	22.2	0.0	0.0	0.0	22.2	0.0	33.3	0.0	11.1
	大人の家族（18歳以上の子を含む）	18	16.7	22.2	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.6	0.0	22.2
	夫婦	27	14.8	7.4	48.1	7.4	0.0	3.7	3.7	3.7	11.1	3.7
	カップル	66	3.0	12.1	78.8	0.0	0.0	0.0	0.0	1.5	4.5	3.0
	友人	103	4.9	19.4	66.0	3.9	1.0	1.0	0.0	5.8	2.9	2.9
	職場や団体	2	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0
	ひとり	23	34.8	0.0	43.5	4.3	0.0	0.0	0.0	4.3	13.0	13.0
	その他	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	無回答	6	33.3	33.3	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3

+10 : 傾向が強い（『総数』より10ポイント以上高い数値）

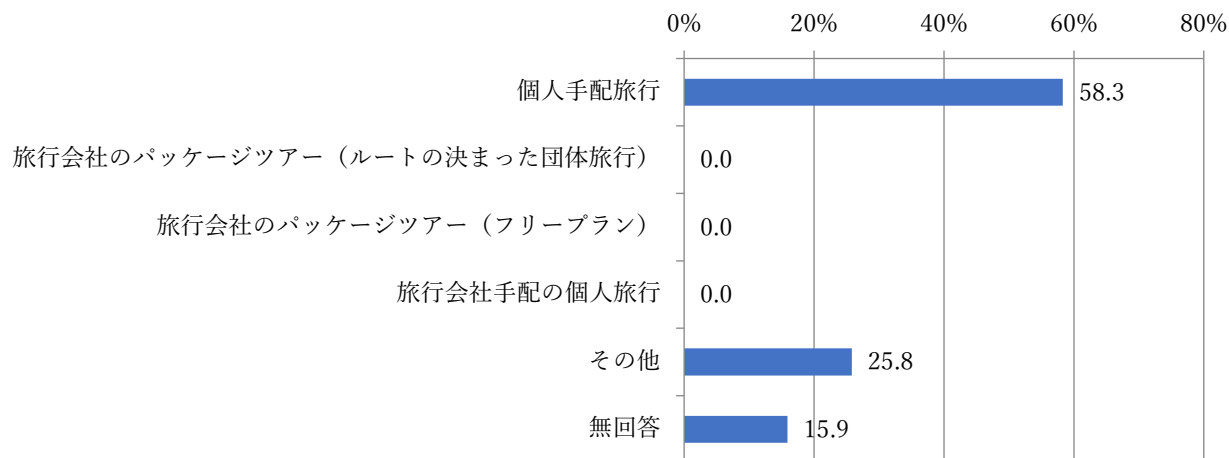
+5 : 傾向がやや強い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値）

-5 : 傾向がやや弱い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値）

-10 : 傾向が弱い（『総数』より10ポイント以上低い数値）

Q11 今回の旅行の形態を教えてください。

旅行の形態は、「個人手配旅行」が58.3%と最も多く、次いで「その他」が25.8%となっている。



Q12 今回のご旅行で、1人あたりいくら使いました（使います）か？

武蔵村山市での一人当たりの利用総額は、平均で1,963円となっている。

費目	平均
武蔵村山市での一人当たりの利用総額	1,963 円
交通費	1,213 円
宿泊費	0 円
飲食費	1,093 円
買い物費	2,605 円

※回答者の平均値を記載



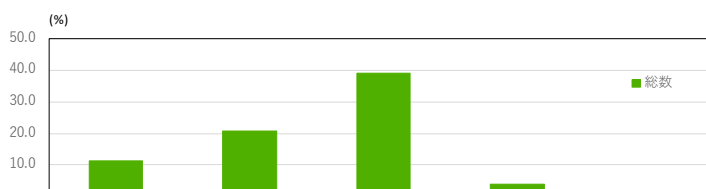
■武蔵村山市での一人当たりの利用総額

「1,000 円以上～5,000 円未満」が 38.9%と最も多く、次いで「1 円以上～1,000 円未満」が 20.8%、「0 円」が 11.3%となっている。

遠方からの来訪者（都道府県で「その他」と回答した者）来訪者は、利用総額 5,000 円以上 10,000 円未満の傾向がある。

また年齢層が高いほど、武蔵村山市での利用総額が高い傾向にある。

家族連れは利用総額 0 円の割合が高い。



		総数 (人)	0円	1円以上～1,000円未満	1,000円以上～5,000円未満	5,000円以上～10,000円未満	10,000円以上	無回答
総数		283	11.3	20.8	38.9	3.9	1.4	23.7
都道府県	東京都	171	12.9	18.1	40.9	2.9	1.2	24.0
	埼玉県	47	12.8	27.7	25.5	4.3	2.1	27.7
	神奈川県	29	10.3	10.3	51.7	6.9	3.4	17.2
	千葉県	9	0.0	33.3	22.2	11.1	0.0	33.3
	その他	5	0.0	60.0	20.0	20.0	0.0	0.0
	無回答	22	4.5	27.3	45.5	0.0	0.0	22.7
性別	男性	94	14.9	21.3	42.6	4.3	2.1	14.9
	女性	187	9.6	20.9	36.4	3.7	1.1	28.3
	無回答	2	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
年齢	10歳未満	0						
	10歳代	37	13.5	27.0	29.7	0.0	2.7	27.0
	20歳代	108	6.5	18.5	45.4	5.6	1.9	22.2
	30歳代	46	21.7	21.7	26.1	8.7	0.0	21.7
	40歳代	33	18.2	15.2	39.4	3.0	0.0	24.2
	50歳代	24	4.2	20.8	50.0	0.0	4.2	20.8
	60歳代	21	14.3	33.3	19.0	0.0	0.0	33.3
	70歳代	11	0.0	9.1	63.6	0.0	0.0	27.3
	80歳以上	2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	無回答	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
来訪回数	初めて	190	11.1	19.5	41.6	4.7	1.1	22.1
	2回目	20	10.0	15.0	45.0	0.0	0.0	30.0
	3回目	10	0.0	10.0	50.0	0.0	10.0	30.0
	4回目	2	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	5回目	6	0.0	16.7	66.7	0.0	0.0	16.7
	6～9回目	11	9.1	27.3	36.4	9.1	0.0	18.2
	10回目以上	35	20.0	31.4	20.0	2.9	2.9	22.9
	無回答	9	11.1	11.1	22.2	0.0	0.0	55.6
旅行の同行者	子供連れ家族（一番下のお子様が未就学児）	28	28.6	17.9	17.9	3.6	3.6	28.6
	子供連れ家族（一番下のお子様が小学生～高校生）	9	22.2	22.2	44.4	0.0	0.0	11.1
	大人の家族（18歳以上の子供含む）	18	5.6	22.2	44.4	0.0	0.0	27.8
	夫婦	27	14.8	22.2	40.7	3.7	3.7	14.8
	カップル	66	9.1	25.8	45.5	4.5	3.0	12.1
	友人	103	6.8	20.4	39.8	3.9	0.0	29.1
	職場や団体	2	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0
	ひとり	23	13.0	17.4	34.8	4.3	0.0	30.4
	その他	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	無回答	6	16.7	0.0	16.7	16.7	0.0	50.0

+10 : 傾向が強い（『総数』より10ポイント以上高い数値）

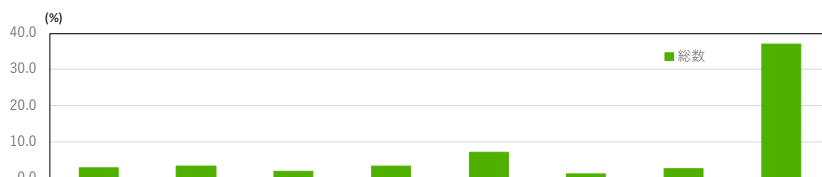
+5 : 傾向がやや強い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値）

-5 : 傾向がやや弱い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値）

-10 : 傾向が弱い（『総数』より10ポイント以上低い数値）

Q13 今回の旅行で訪れた本地域（武蔵村山市）内の観光地をお選びください。（複数回答）

「その他」が37.1%と最も多く、次いで「村山温泉「かたくりの湯」」が7.1%、「里山民家」「野山北公園」が3.2%となっている。その他回答では「ひまわり畑」「イオンモール」などの回答があった。



		総数 (人)	武蔵村市立歴史民俗資料館	野山北公園	あそびの森	里山民家	村山温泉「かたくりの湯」	大南公園と菖蒲園	トンネル群	その他	無回答
総数		283	2.8	3.2	1.8	3.2	7.1	1.1	2.5	37.1	50.2
都道府県	東京都	171	2.9	2.9	1.8	2.3	5.8	1.2	2.3	39.8	50.9
	埼玉県	47	0.0	4.3	2.1	6.4	10.6	2.1	6.4	38.3	42.6
	神奈川県	29	0.0	0.0	0.0	3.4	3.4	0.0	0.0	37.9	55.2
	千葉県	9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	55.6	44.4
	その他	5	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	60.0
	無回答	22	13.6	4.5	4.5	4.5	18.2	0.0	0.0	9.1	54.5
性別	男性	94	5.3	6.4	1.1	5.3	9.6	2.1	4.3	29.8	52.1
	女性	187	1.6	1.6	1.6	2.1	5.9	0.5	1.6	41.2	49.2
	無回答	2	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
年齢	10歳未満	0									
	10歳代	37	0.0	0.0	0.0	0.0	5.4	0.0	0.0	45.9	48.6
	20歳代	108	0.9	0.0	1.9	0.9	4.6	0.0	0.0	36.1	56.5
	30歳代	46	0.0	2.2	0.0	2.2	6.5	0.0	4.3	32.6	54.3
	40歳代	33	6.1	3.0	3.0	0.0	18.2	3.0	6.1	30.3	45.5
	50歳代	24	4.2	4.2	4.2	8.3	12.5	4.2	8.3	45.8	37.5
	60歳代	21	9.5	23.8	0.0	19.0	4.8	0.0	4.8	38.1	38.1
	70歳代	11	18.2	9.1	9.1	9.1	0.0	9.1	0.0	36.4	36.4
	80歳以上	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	無回答	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
来訪回数	初めて	190	2.6	1.6	2.1	1.6	7.9	0.5	2.1	38.4	47.9
	2回目	20	0.0	0.0	0.0	5.0	5.0	0.0	0.0	35.0	60.0
	3回目	10	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	10.0	40.0	40.0
	4回目	2	50.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0
	5回目	6	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	16.7	66.7
	6～9回目	11	0.0	9.1	0.0	9.1	0.0	0.0	9.1	27.3	63.6
	10回目以上	35	5.7	11.4	2.9	8.6	5.7	5.7	2.9	45.7	42.9
	無回答	9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
旅行の同行者	子供連れ家族（一番下のお子様が無就学児）	28	0.0	3.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	39.3	57.1
	子供連れ家族（一番下のお子様が小学生～高校生）	9	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0	44.4	44.4
	大人の家族（18歳以上の子供含む）	18	16.7	11.1	5.6	5.6	16.7	5.6	5.6	22.2	50.0
	夫婦	27	3.7	7.4	0.0	11.1	22.2	0.0	11.1	33.3	33.3
	カップル	66	3.0	1.5	1.5	3.0	4.5	0.0	1.5	31.8	57.6
	友人	103	0.0	1.0	1.9	1.0	4.9	0.0	0.0	44.7	48.5
	職場や団体	2	50.0	50.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0
	ひとり	23	4.3	4.3	0.0	4.3	8.7	4.3	8.7	34.8	47.8
	その他	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	無回答	6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	83.3

+10 : 傾向が強い（『総数』より10ポイント以上高い数値）

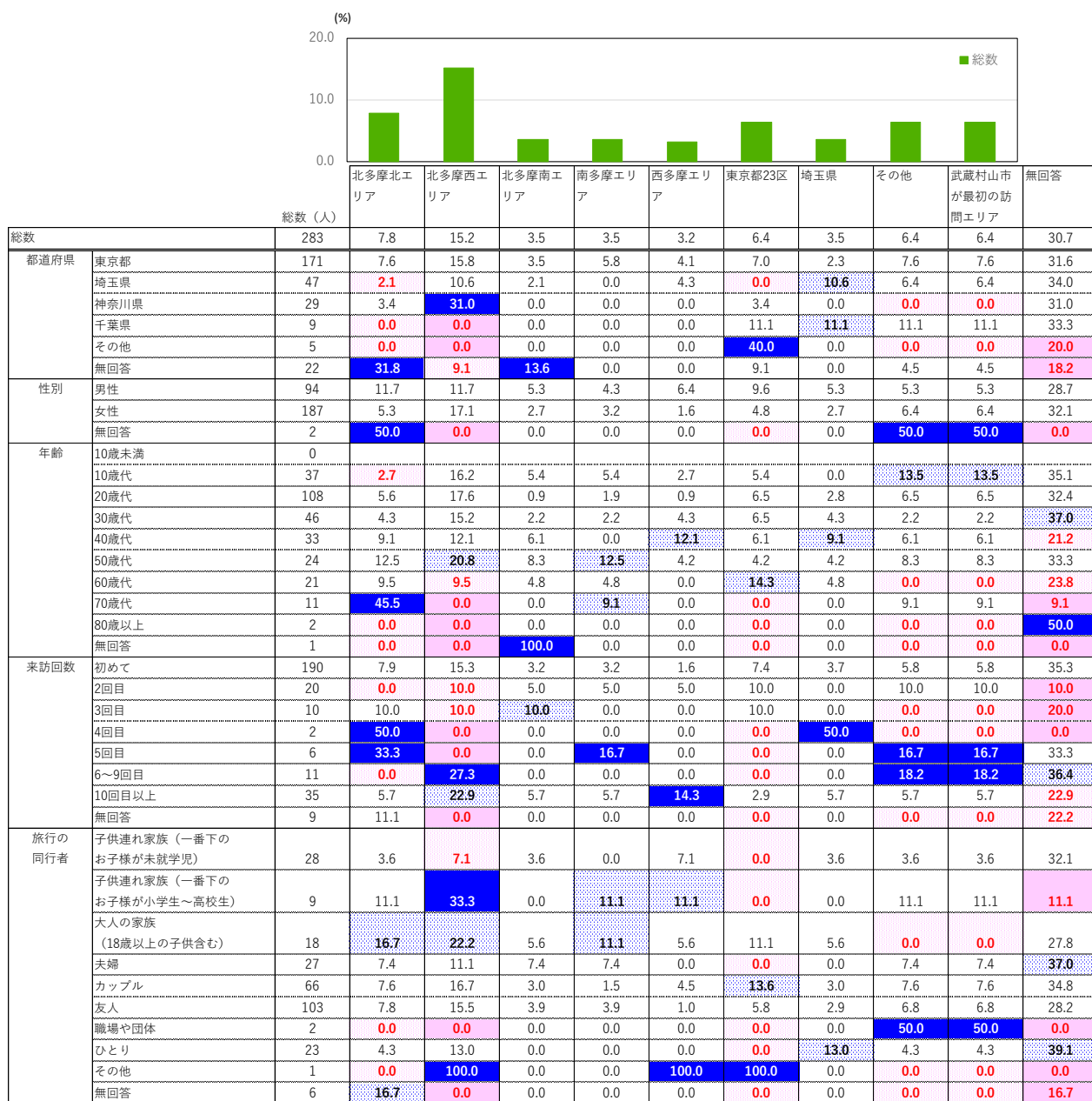
+5 : 傾向がやや強い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値）

-5 : 傾向がやや弱い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値）

-10 : 傾向が弱い（『総数』より10ポイント以上低い数値）

Q14 今回の旅行で、本地域（武蔵村山市）に來訪いただく前に訪問したエリアを教えてください。

全体として、「北多摩西エリア」からの來訪が15.2%と最も多く、次いで、「北多摩北エリア」が7.8%、「東京23区」「武蔵村山市が最初の訪問エリア」が6.4%などとなっている。



+10 : 傾向が強い (『総数』より10ポイント以上高い数値)

+5 : 傾向がやや強い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値)

-5 : 傾向がやや弱い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値)

-10 : 傾向が弱い (『総数』より10ポイント以上低い数値)

※多摩エリアについて

北多摩北エリア…清瀬・東村山・東久留米・小平・西東京

北多摩西エリア…武蔵村山・東大和・昭島・立川・国分寺・国立

北多摩南エリア…武蔵野・小金井・三鷹・府中・調布・狛江

南多摩エリア…八王子・日野・多摩・稲城・町田

西多摩エリア…瑞穂・羽村・福生・日の出・あきる野・檜原・青梅・奥多摩

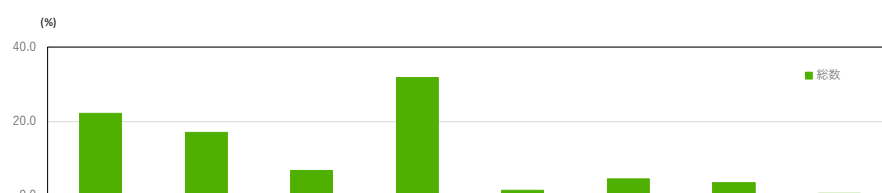
Q15

武蔵村山市に来訪する直前の訪問エリアから武蔵村山市へ移動する際に利用した交通機関を教えてください。

「自家用車」が31.8%と最も多く、次いで「鉄道」が22.3%、「多摩モノレール」が17.0%、「路線バス」が6.7%となっている。

回答者の属性別では、以下の傾向がみられる。

- ・特に、5回目以上来訪されたりピーター、家族連れ、夫婦は、「自家用車」の利用割合が高い。
- ・「埼玉県」「千葉県」からの来訪者は、「自家用車」の利用割合が比較的高く、「神奈川県」からの来訪者は「多摩モノレール」の利用割合が高い。
- ・30歳代～60歳代は、「自家用車」の利用割合が比較的高い。
- ・「友人」「ひとり」での来訪者は、「鉄道」の利用割合が高い。



総数		総数 (人)	鉄道	多摩モノレール	路線バス	自家用車	自動二輪車	レンタカー	自転車	その他	無回答
都道府県	東京都	283	22.3	17.0	6.7	31.8	1.4	4.6	3.5	0.7	0.7
	埼玉県	171	24.0	17.0	7.6	26.9	2.3	5.8	4.1	0.0	0.0
	千葉県	47	21.3	10.6	4.3	51.1	0.0	4.3	2.1	0.0	0.0
	神奈川県	29	17.2	27.6	10.3	17.2	0.0	3.4	3.4	0.0	0.0
	その他	9	11.1	11.1	11.1	44.4	0.0	0.0	0.0	11.1	11.1
	無回答	5	40.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
性別	男性	22	18.2	13.6	0.0	50.0	0.0	0.0	4.5	4.5	4.5
	女性	94	12.8	14.9	6.4	38.3	3.2	6.4	5.3	1.1	1.1
	無回答	187	27.3	17.6	7.0	28.3	0.5	3.7	2.7	0.5	0.5
年齢	10歳未満	2	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	10歳代	37	29.7	27.0	13.5	18.9	2.7	0.0	2.7	0.0	0.0
	20歳代	108	25.9	24.1	6.5	18.5	0.9	8.3	1.9	0.9	0.9
	30歳代	46	19.6	2.2	8.7	43.5	0.0	4.3	4.3	2.2	2.2
	40歳代	33	9.1	6.1	6.1	51.5	0.0	6.1	9.1	0.0	0.0
	50歳代	24	25.0	12.5	0.0	50.0	4.2	0.0	4.2	0.0	0.0
	60歳代	21	19.0	4.8	4.8	47.6	4.8	0.0	0.0	0.0	0.0
	70歳代	11	9.1	36.4	0.0	27.3	0.0	0.0	9.1	0.0	0.0
	80歳以上	2	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	無回答	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
来訪回数	初めて	190	26.3	22.1	7.4	25.3	0.5	5.8	3.2	0.5	0.5
	2回目	20	30.0	10.0	5.0	25.0	0.0	5.0	5.0	0.0	0.0
	3回目	10	20.0	30.0	10.0	30.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	4回目	2	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	5回目	6	0.0	0.0	0.0	83.3	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0
	6～9回目	11	36.4	0.0	9.1	45.5	0.0	0.0	9.1	0.0	0.0
	10回目以上	35	0.0	2.9	5.7	57.1	5.7	0.0	5.7	2.9	2.9
	無回答	9	0.0	0.0	0.0	44.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
旅行の同行者	子供連れ家族（一番下のお子様が無就学児）	28	0.0	0.0	0.0	64.3	0.0	7.1	7.1	0.0	0.0
	子供連れ家族（一番下のお子様が無就学児）	9	0.0	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0
	大人の家族（18歳以上の子供含む）	18	11.1	5.6	0.0	55.6	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0
	夫婦	27	11.1	3.7	0.0	59.3	0.0	3.7	3.7	0.0	0.0
	カップル	66	16.7	27.3	6.1	25.8	1.5	9.1	3.0	1.5	1.5
	友人	103	35.9	24.3	11.7	15.5	1.0	3.9	0.0	1.0	1.0
	職場や団体	2	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	ひとり	23	39.1	8.7	13.0	13.0	8.7	0.0	8.7	0.0	0.0
	その他	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	無回答	6	16.7	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

+10 : 傾向が強い（『総数』より10ポイント以上高い数値）

+5 : 傾向がやや強い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値）

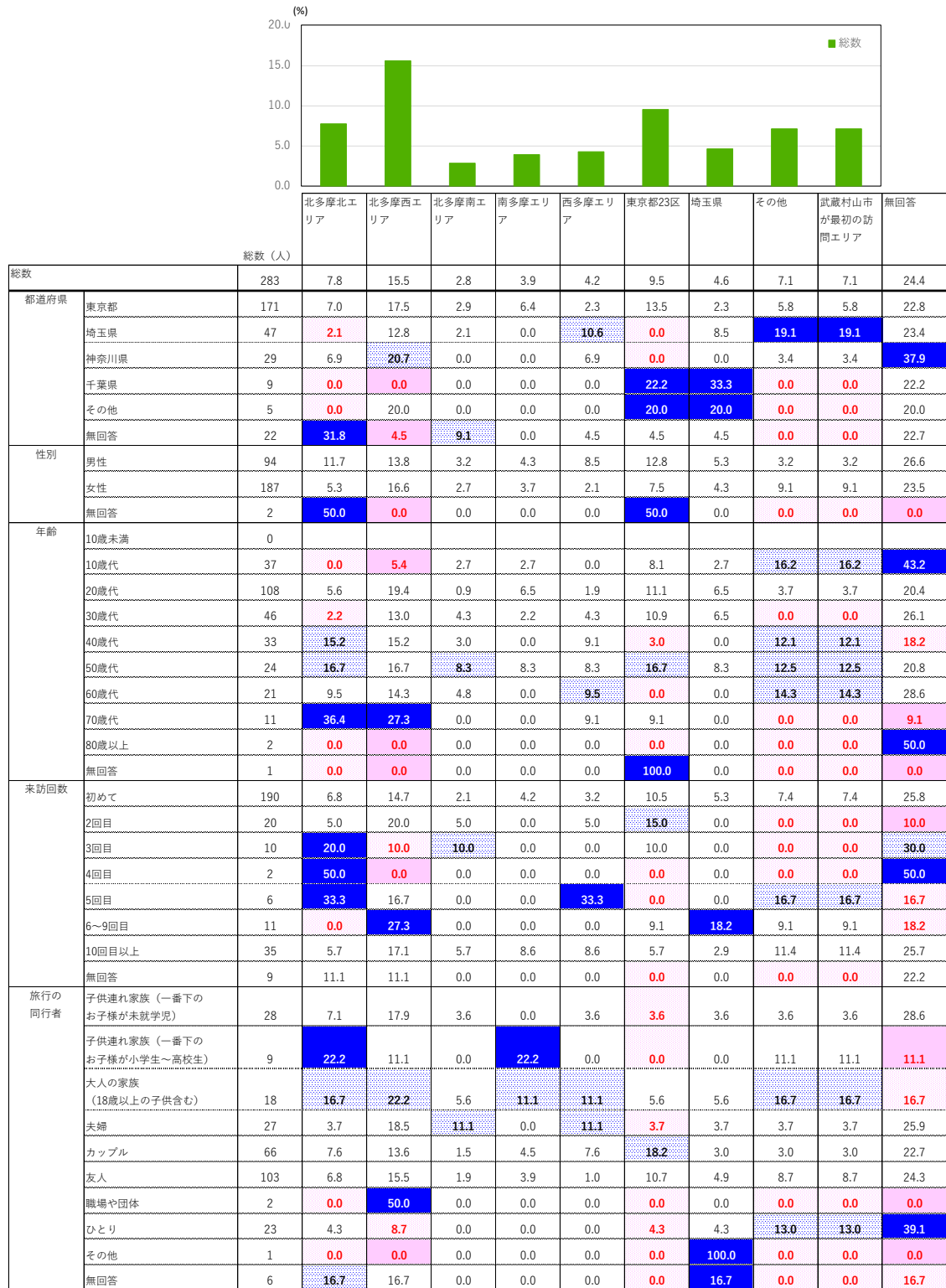
-5 : 傾向がやや弱い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値）

-10 : 傾向が弱い（『総数』より10ポイント以上低い数値）

Q16

今回の旅行で、本地域（武蔵村山市）に來訪いただいた後に訪問する予定のエリアを教えてください。

武蔵村山市來訪後は、「北多摩西エリア」が15.5%と最も多く、次いで「東京都23区」が9.5%、「北多摩北エリア」が7.8%などとなっている。



+10 : 傾向が強い（『総数』より10ポイント以上高い数値）

+5 : 傾向がやや強い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値）

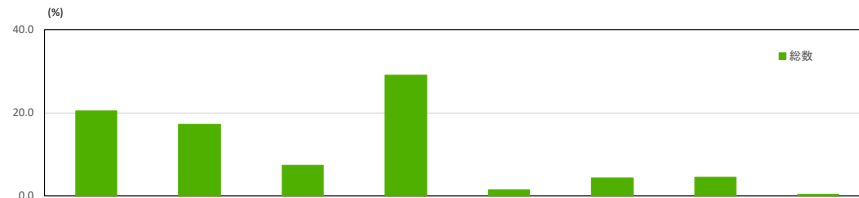
-5 : 傾向がやや弱い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値）

-10 : 傾向が弱い（『総数』より10ポイント以上低い数値）

Q17

武蔵村山市から直後に訪問予定のエリアへ移動する際に利用する予定の交通機関を教えてください。

「自家用車」29.0%と最も多く、次いで「鉄道」が20.5%、「多摩モノレール」が17.3%、「路線バス」が7.4%となっている。



総数		総数 (人)	鉄道	多摩モノレール	路線バス	自家用車	自動二輪車	レンタカー	自転車	その他	無回答
都道府県		283	20.5	17.3	7.4	29.0	1.4	4.2	4.6	0.4	15.2
都道府県	東京都	171	20.5	16.4	9.4	25.7	1.8	5.3	4.7	0.6	15.8
	埼玉県	47	17.0	14.9	2.1	44.7	2.1	4.3	4.3	0.0	10.6
	神奈川県	29	20.7	27.6	6.9	20.7	0.0	3.4	6.9	0.0	13.8
	千葉県	9	22.2	11.1	11.1	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3
	その他	5	60.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0
	無回答	22	18.2	18.2	4.5	40.9	0.0	0.0	4.5	0.0	13.6
性別											
性別	男性	94	10.6	17.0	7.4	36.2	2.1	6.4	6.4	0.0	13.8
	女性	187	25.7	17.1	7.5	25.1	1.1	3.2	3.7	0.5	16.0
	無回答	2	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
年齢											
年齢	10歳未満	0									
	10歳代	37	32.4	21.6	13.5	16.2	2.7	0.0	2.7	0.0	10.8
	20歳代	108	21.3	23.1	9.3	17.6	1.9	7.4	3.7	0.9	14.8
	30歳代	46	10.9	13.0	6.5	37.0	0.0	4.3	6.5	0.0	21.7
	40歳代	33	12.1	3.0	6.1	45.5	0.0	6.1	9.1	0.0	18.2
	50歳代	24	25.0	8.3	4.2	50.0	0.0	0.0	4.2	0.0	8.3
	60歳代	21	28.6	9.5	0.0	42.9	4.8	0.0	0.0	0.0	14.3
	70歳代	11	9.1	36.4	0.0	27.3	0.0	0.0	9.1	0.0	18.2
	80歳以上	2	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	無回答	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
来訪回数											
来訪回数	初めて	190	25.3	22.1	7.4	23.7	1.1	5.3	4.7	0.0	10.5
	2回目	20	25.0	10.0	10.0	20.0	0.0	5.0	5.0	0.0	25.0
	3回目	10	20.0	30.0	10.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0
	4回目	2	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	5回目	6	0.0	0.0	0.0	83.3	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0
	6～9回目	11	18.2	9.1	9.1	36.4	0.0	0.0	9.1	9.1	9.1
	10回目以上	35	2.9	0.0	8.6	51.4	2.9	0.0	5.7	0.0	28.6
	無回答	9	0.0	0.0	0.0	44.4	0.0	0.0	0.0	0.0	55.6
旅行の同行者											
旅行の同行者	子供連れ家族（一番下のお子様が無就学児）	28	0.0	0.0	0.0	46.4	0.0	7.1	10.7	0.0	35.7
	子供連れ家族（一番下のお子様が小学生～高校生）	9	0.0	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	11.1	0.0	22.2
	大人の家族（18歳以上の子供含む）	18	5.6	5.6	0.0	55.6	0.0	0.0	11.1	5.6	16.7
	夫婦	27	7.4	11.1	0.0	55.6	0.0	3.7	3.7	0.0	18.5
	カップル	66	13.6	28.8	7.6	24.2	1.5	9.1	4.5	0.0	10.6
	友人	103	35.9	20.4	12.6	14.6	1.9	2.9	1.0	0.0	10.7
	職場や団体	2	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	ひとり	23	34.8	17.4	13.0	13.0	4.3	0.0	8.7	0.0	8.7
	その他	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	無回答	6	16.7	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3

+10 : 傾向が強い (『総数』より10ポイント以上高い数値)

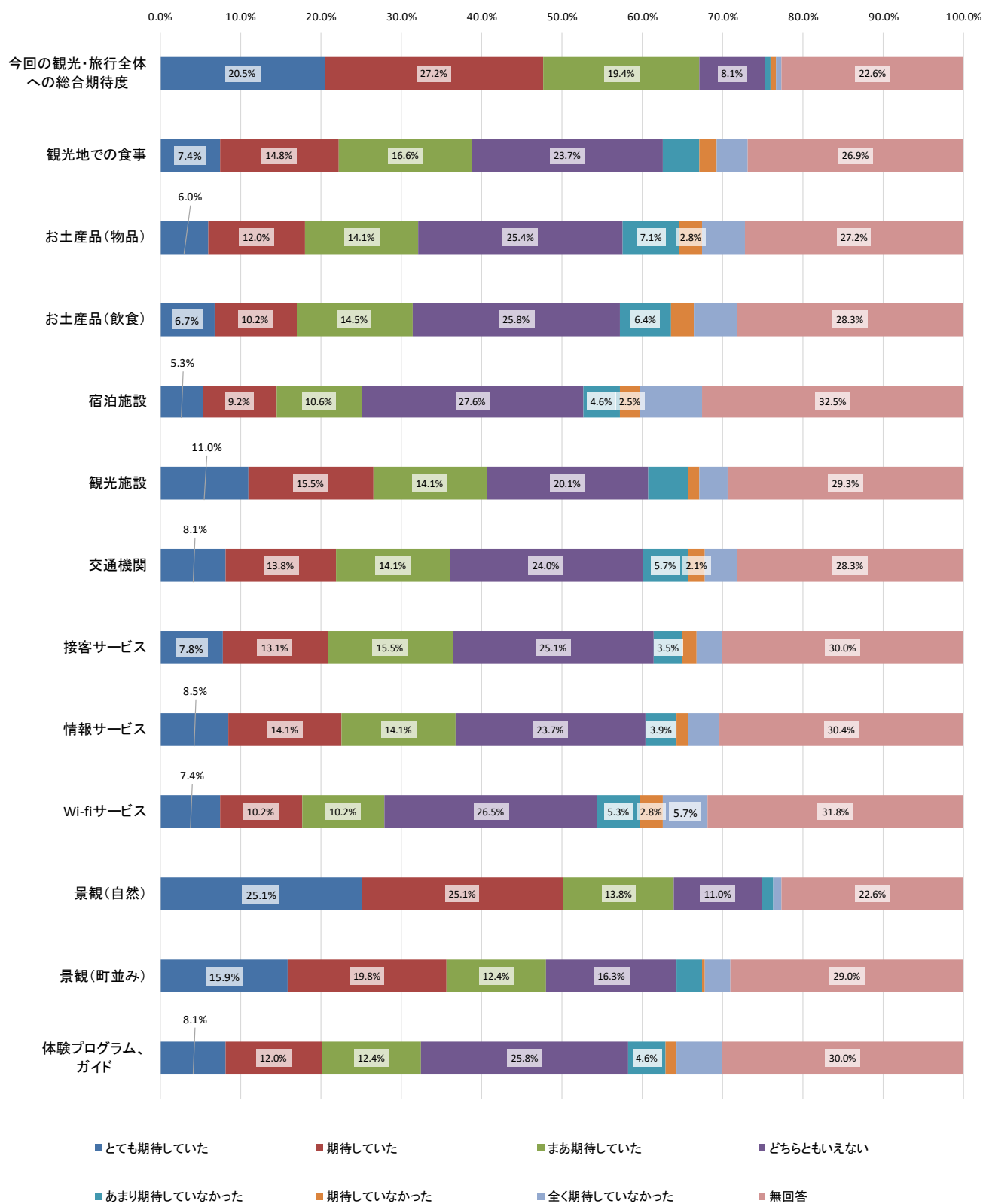
+5 : 傾向がやや強い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値)

-5 : 傾向がやや弱い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値)

-10 : 傾向が弱い (『総数』より10ポイント以上低い数値)

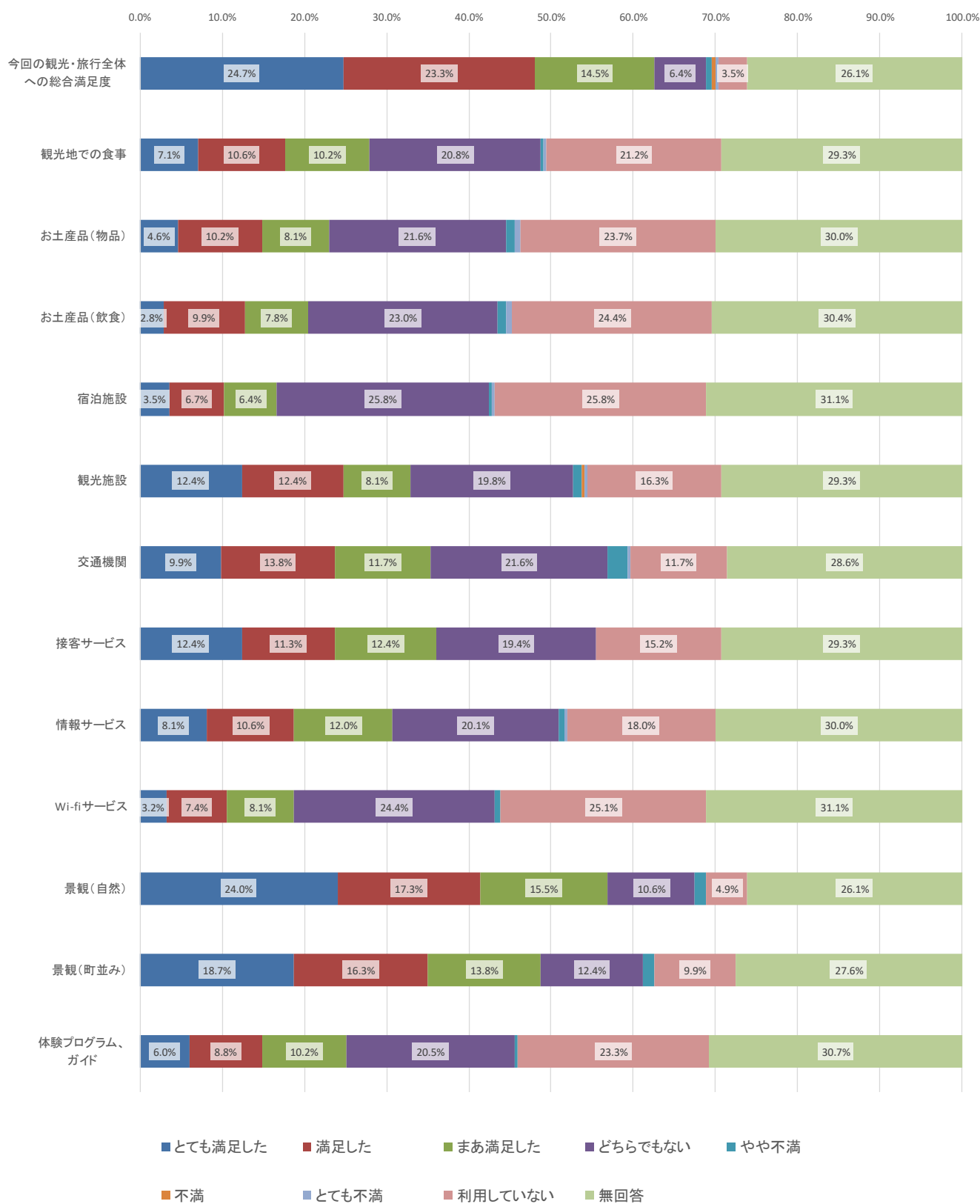
Q18 本地域（武蔵村山市）への旅行全般についての期待度を教えてください。

「今回の観光・旅行全体の期待度」について、「とても期待していた」、「期待していた」、「まあ期待していた」と答えた回答者の割合は 67.1%であった。



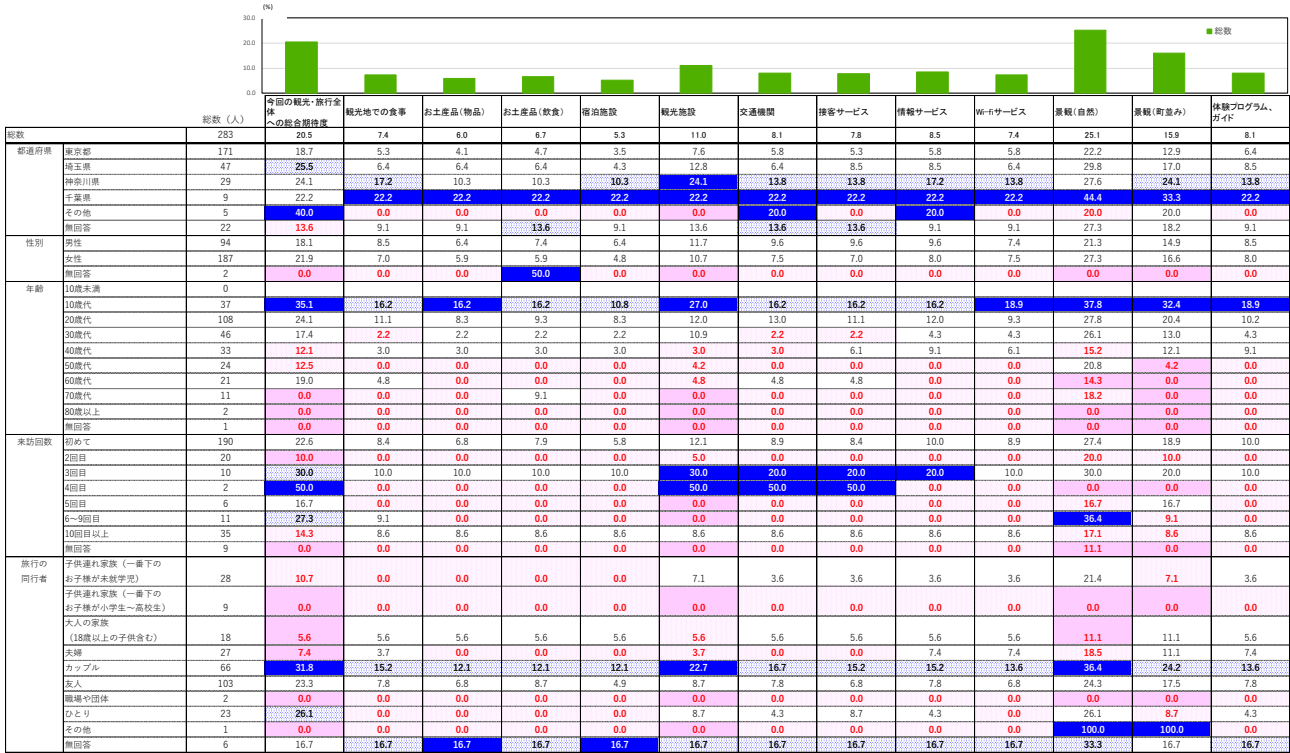
Q19 Q18 でお答えいただいた各項目の満足度を教えてください。

「今回の観光・旅行全体の満足度」について、「とても満足した」「満足した」「まあ満足した」と答えた回答者の割合は 62.5%であった。



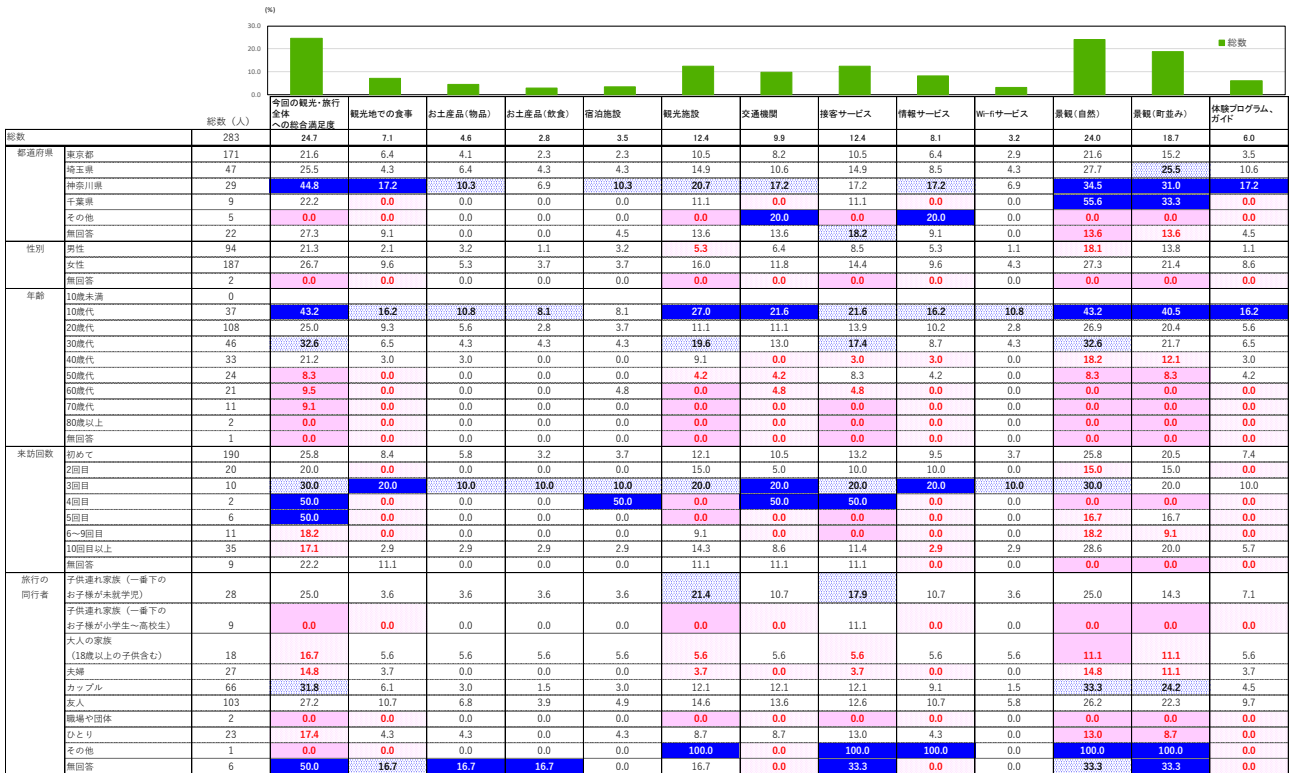
【期待度、満足度の詳細分析】

※「とても期待していた」の回答のみをクロス集計。



- +10 : 傾向が強い (『総数』より10ポイント以上高い数値)
- +5 : 傾向がやや強い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値)
- 5 : 傾向がやや弱い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値)
- 10 : 傾向が弱い (『総数』より10ポイント以上低い数値)

※「とても満足した」の回答のみをクロス集計。



- +10 : 傾向が強い (『総数』より10ポイント以上高い数値)
- +5 : 傾向がやや強い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値)
- 5 : 傾向がやや弱い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値)
- 10 : 傾向が弱い (『総数』より10ポイント以上低い数値)

【期待度と満足度の比較】

※「とても期待していた/とても満足した」の回答のみをクロス集計。

■旅行全体		期待度	満足度	■食事		■おみやげ品(物品)		■おみやげ品(飲食)		■宿泊施設		■観光施設		■交通機関	
		期待度	満足度	期待度	満足度	期待度	満足度	期待度	満足度	期待度	満足度	期待度	満足度	期待度	満足度
総数	都道府県		20.5%	7.4%	7.1%	6.0%	4.6%	6.7%	2.8%	5.3%	3.5%	11.0%	12.4%	8.1%	9.9%
		東京都	18.7%	5.3%	6.4%	4.1%	4.1%	4.7%	2.3%	3.5%	2.3%	7.6%	10.5%	5.8%	8.2%
		埼玉県	25.5%	6.4%	6.4%	6.4%	6.4%	6.4%	4.3%	4.3%	4.3%	12.8%	14.9%	6.4%	10.6%
		神奈川県	24.1%	17.2%	10.3%	10.3%	10.3%	6.9%	10.3%	10.3%	10.3%	24.1%	20.7%	13.8%	17.2%
		千葉県	22.2%	0.0%	22.2%	0.0%	0.0%	0.0%	22.2%	22.2%	0.0%	22.2%	11.1%	22.2%	0.0%
性別	その他		40.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	20.0%
		無回答	13.6%	9.1%	9.1%	0.0%	0.0%	13.6%	0.0%	9.1%	4.5%	13.6%	13.6%	13.6%	13.6%
		男性	18.1%	8.5%	6.4%	3.2%	3.2%	7.4%	1.1%	6.4%	3.2%	11.7%	5.3%	9.6%	6.4%
		女性	21.9%	7.0%	5.9%	5.3%	5.3%	5.9%	3.7%	4.8%	3.7%	10.7%	16.0%	7.5%	11.8%
		無回答	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
年齢	10歳未満														
		10歳代	35.1%	16.2%	16.2%	10.8%	8.1%	16.2%	8.1%	10.8%	8.1%	27.0%	27.0%	16.2%	21.6%
		20歳代	24.1%	11.1%	8.3%	5.6%	2.8%	9.3%	2.8%	8.3%	3.7%	12.0%	11.1%	13.0%	11.1%
		30歳代	17.4%	2.2%	2.2%	4.3%	4.3%	2.2%	4.3%	2.2%	4.3%	10.9%	19.6%	2.2%	13.0%
		40歳代	12.1%	3.0%	3.0%	3.0%	0.0%	3.0%	0.0%	3.0%	0.0%	3.0%	9.1%	3.0%	0.0%
来訪回数	50歳代		12.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.2%	4.2%	0.0%	4.2%
		60歳代	19.0%	4.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.8%	4.8%	0.0%	4.8%	4.8%
		70歳代	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
		80歳以上	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
		無回答	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
旅行の同行者	初めて		22.6%	8.4%	8.4%	5.8%	3.2%	7.9%	3.2%	5.8%	3.7%	12.1%	12.1%	8.9%	10.5%
		2回目	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.0%	15.0%	0.0%	5.0%
		3回目	30.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	30.0%	20.0%	20.0%	20.0%
		4回目	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%	50.0%	50.0%
		5回目	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
旅行の同行者	6～9回目		27.3%	9.1%	8.6%	2.9%	2.9%	8.6%	2.9%	8.6%	2.9%	8.6%	9.1%	8.6%	8.6%
		10回目以上	14.3%	8.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%	8.6%
		無回答	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	0.0%	11.1%
		子供連れ家族(一歳下の子どもが家族単位)	10.7%	0.0%	0.0%	3.6%	3.6%	0.0%	3.6%	0.0%	3.6%	7.1%	21.4%	3.6%	10.7%
		子供連れ家族(一歳以上の子どもが家族単位)	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
旅行の同行者	大人の家族(18歳以上の子ども含む)		5.6%	5.6%	5.6%	5.6%	5.6%	5.6%	5.6%	5.6%	5.6%	5.6%	5.6%	5.6%	5.6%
		夫婦	7.4%	3.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.7%	3.7%	0.0%	0.0%
		カップル	31.8%	15.2%	12.1%	3.0%	1.5%	12.1%	1.5%	12.1%	3.0%	22.7%	12.1%	16.7%	12.1%
		友人	23.3%	7.8%	6.8%	6.8%	3.9%	8.7%	3.9%	4.9%	4.9%	8.7%	14.6%	7.8%	13.6%
		職場や団体	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他	ひとり		26.1%	0.0%	0.0%	4.3%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	4.3%	8.7%	8.7%	4.3%	8.7%
		その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
		無回答	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	0.0%	16.7%	16.7%	16.7%	0.0%

期待度より満足度が高い
期待度より満足度が低い

100.0%
0.0%

	接客		情報		Wi-Fi		自然景観		街並み景観		体験プログラム	
	期待度	満足度	期待度	満足度	期待度	満足度	期待度	満足度	期待度	満足度	期待度	満足度
総数 都道府県	7.8%	12.4%	8.5%	8.1%	7.4%	3.2%	25.1%	24.0%	15.9%	18.7%	8.1%	6.0%
	5.3%	10.5%	5.8%	6.4%	5.8%	2.9%	22.2%	21.6%	12.9%	15.2%	6.4%	3.5%
	8.5%	14.9%	8.5%	8.5%	6.4%	4.3%	29.8%	27.7%	17.0%	25.5%	8.5%	10.6%
	13.8%	17.2%	17.2%	17.2%	13.8%	6.9%	27.6%	34.5%	24.1%	31.0%	13.8%	17.2%
	22.2%	11.1%	22.2%	0.0%	22.2%	0.0%	44.4%	55.6%	33.3%	33.3%	22.2%	0.0%
性別	0.0%	0.0%	20.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	13.6%	13.2%	9.1%	9.1%	9.1%	0.0%	27.3%	13.6%	18.2%	13.6%	9.1%	4.5%
	9.6%	8.5%	9.6%	5.3%	7.4%	1.1%	21.3%	18.1%	14.9%	13.8%	8.5%	1.1%
	7.0%	14.4%	8.0%	9.6%	7.5%	4.3%	27.3%	27.3%	16.6%	21.4%	8.0%	8.6%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
年齢												
	16.2%	21.6%	16.2%	16.2%	18.9%	10.8%	37.8%	43.2%	32.4%	40.5%	18.9%	16.2%
	11.1%	13.9%	12.0%	10.2%	9.3%	2.8%	27.8%	26.9%	20.4%	20.4%	10.2%	5.6%
	2.2%	17.4%	4.3%	8.7%	4.3%	4.3%	26.1%	32.6%	13.0%	21.7%	4.3%	6.5%
	6.1%	3.0%	9.1%	3.0%	6.1%	0.0%	15.2%	18.2%	12.1%	12.1%	9.1%	3.0%
	0.0%	8.3%	0.0%	4.2%	0.0%	0.0%	20.8%	8.3%	4.2%	8.3%	0.0%	4.2%
	4.8%	4.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	18.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
来訪回数	8.4%	13.2%	10.0%	9.5%	8.9%	3.7%	27.4%	25.8%	18.9%	20.5%	10.0%	7.4%
	0.0%	10.0%	0.0%	10.0%	0.0%	0.0%	20.0%	15.0%	10.0%	15.0%	0.0%	0.0%
	20.0%	20.0%	20.0%	20.0%	10.0%	10.0%	30.0%	30.0%	20.0%	20.0%	10.0%	10.0%
	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	0.0%	0.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	36.4%	18.2%	9.1%	9.1%	0.0%	0.0%
	8.6%	11.4%	8.6%	2.9%	8.6%	2.9%	17.1%	28.6%	8.6%	20.0%	8.6%	5.7%
	0.0%	11.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	3.6%	17.9%	3.6%	10.7%	3.6%	3.6%	21.4%	25.0%	7.1%	14.3%	3.6%	7.1%
	0.0%	11.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
旅行の同行者	5.6%	5.6%	5.6%	5.6%	5.6%	5.6%	11.1%	11.1%	11.1%	11.1%	5.6%	5.6%
	0.0%	3.7%	7.4%	0.0%	7.4%	0.0%	18.5%	14.8%	11.1%	11.1%	7.4%	3.7%
	15.2%	12.1%	15.2%	9.1%	13.6%	1.5%	36.4%	33.3%	24.2%	24.2%	13.6%	4.5%
	6.8%	12.6%	7.8%	10.7%	6.8%	5.8%	24.3%	28.2%	17.5%	22.3%	7.8%	9.7%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	8.7%	13.0%	4.3%	4.3%	0.0%	0.0%	26.1%	13.0%	8.7%	8.7%	4.3%	0.0%
	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	0.0%	0.0%
	16.7%	33.3%	16.7%	0.0%	16.7%	0.0%	33.3%	33.3%	16.7%	33.3%	16.7%	0.0%

100.0% : 期待度より満足度が高い
0.0% : 期待度より満足度が低い

旅行全体について、平均以上に満足度が期待度を下回った項目は以下の通りである。

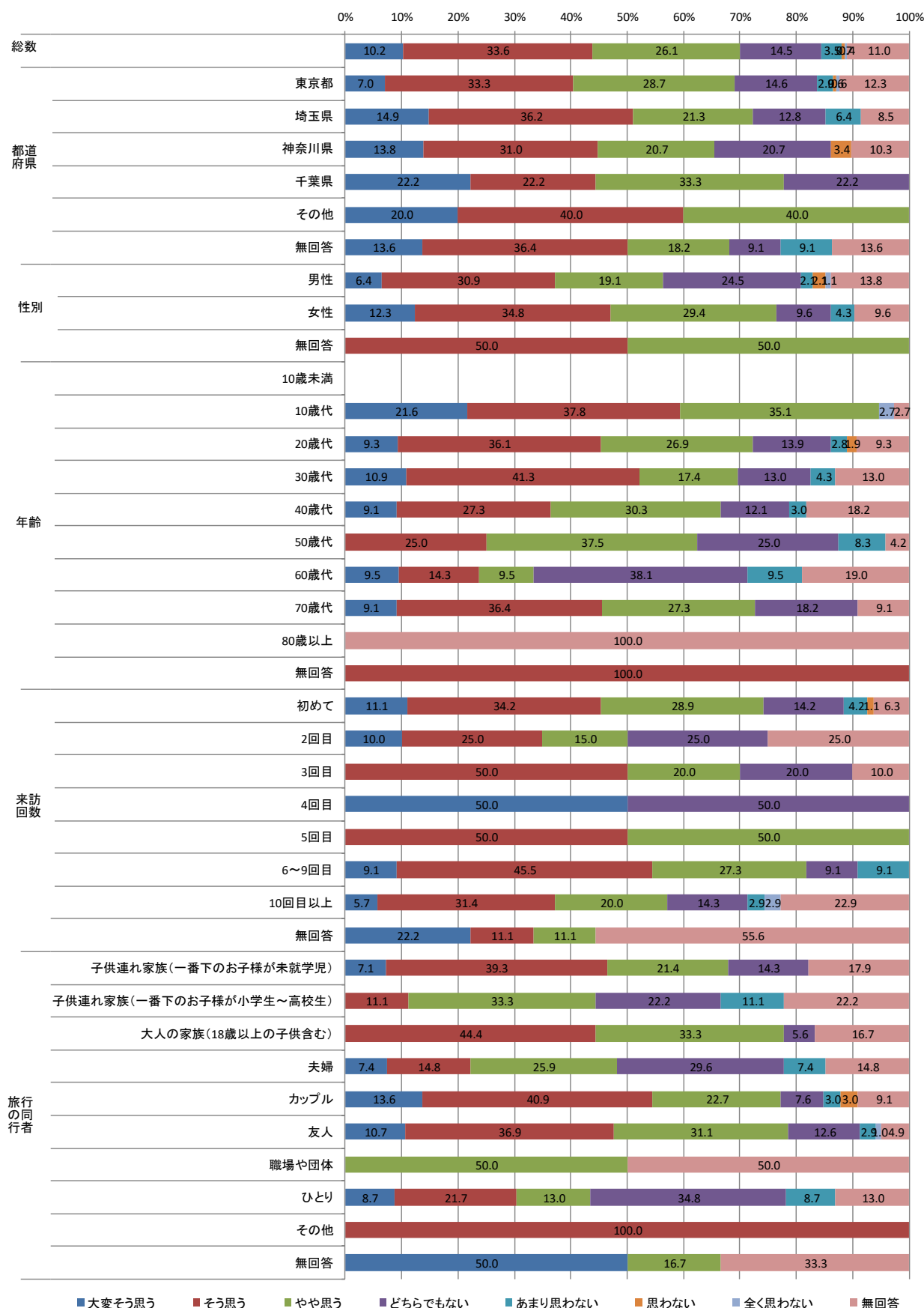
- ・ 遠方からの来訪者
- ・ 50 歳代～60 歳代の来訪者
- ・ 6～9 回目の来訪者
- ・ ひとりで来た来訪者

また、「食事」「おみやげ品」「宿泊施設」「情報」「Wi-Fi」「自然景観」「体験プログラム」で、満足度が期待度を下回る項目が多くなっている。

接客については、40 歳代、カップルを除き満足度が期待度を上回った割合が高い。

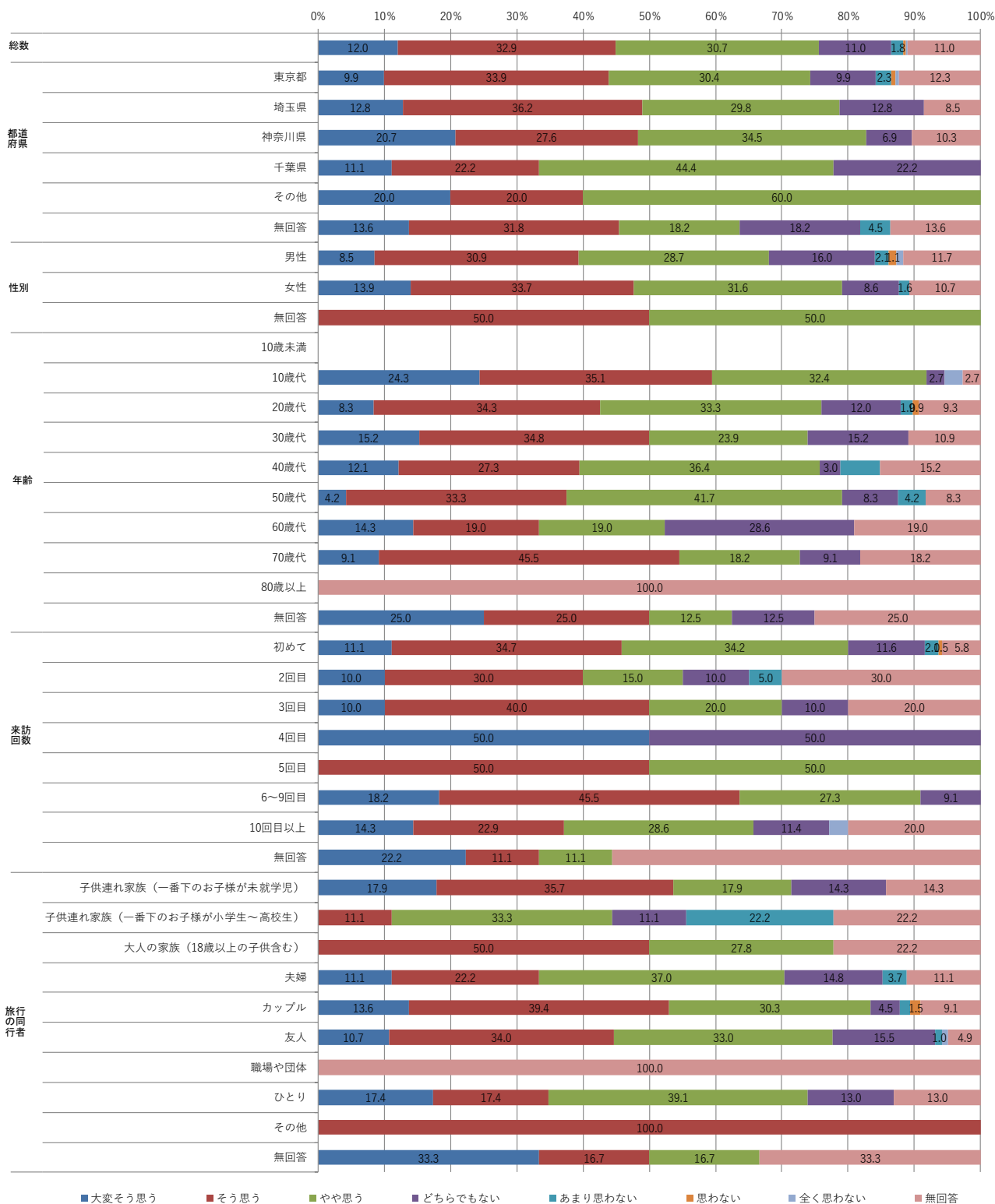
Q20 本地域（武蔵村山市）での、今回の滞在は期待を上回りましたか？

「そう思う」が33.6%と最も多く、次いで「やや思う」が26.1%、「どちらでもない」が14.5%、「大変そう思う」が10.2%となっている。



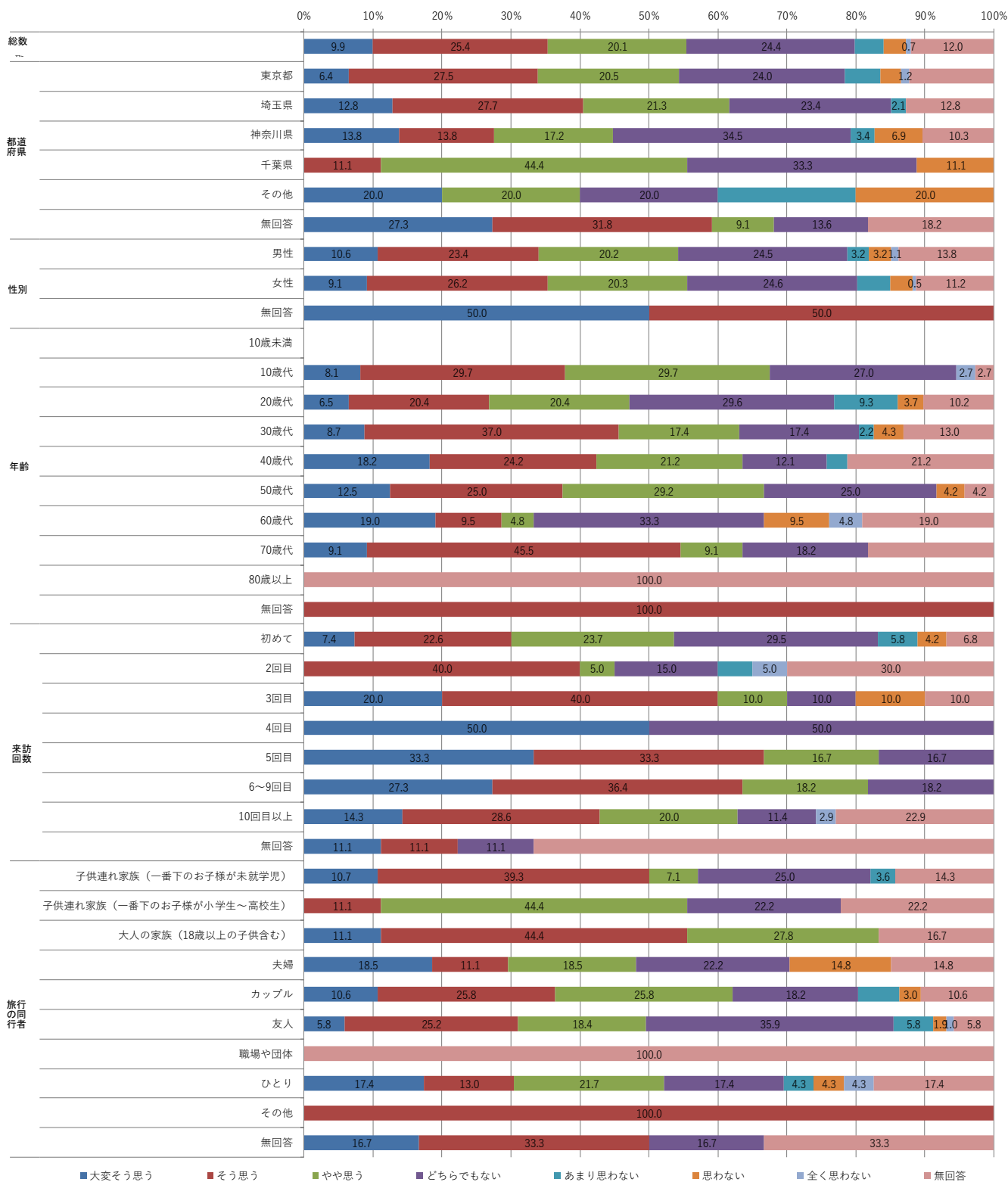
Q21 親しい友人に本地域（武蔵村山市）を紹介したいですか？

「そう思う」が32.9%と最も多く、次いで「やや思う」が30.7%、「大変そう思う」が12.0%、「どちらでもない」が11.0%などとなっている。



Q22 1年以内に、本地域（武蔵村山市）への来訪を検討しますか？

1年以内の来訪意向について、「そう思う」が25.4%と最も多く、次いで「どちらでもない」が24.4%、「やや思う」が20.1%、「大変そう思う」が9.9%となっている。



5. まとめ（結果概要）

本調査結果の概要は、以下の通りである。

項目	現状
来訪者の属性について	・「東京都」が 66.1%と最も多く、次いで「埼玉県」が 16.6%、「神奈川県」が 10.2%、「千葉県」が 3.2%となっている。 ・「20 歳代」が 38.2%と最も多く、次いで「30 歳代」が 16.3%、「10 歳代」が 13.1%、「50 歳代」が 8.5%となっている。 ・「初めて」「3 回目」の来訪者は、20 歳代で 40.0%を超え、4 回目以降の来訪（リピーター）は、30 歳代以降の割合が高まる。
来訪の動機について	・「思い出を作るため」が 46.3%と最も多く、次いで「日常から解放されるため」が 21.9%、「感動したい」が 20.8%、「友達とのつきあいを楽しむため」が 17.7%となっている。 ・10 歳代～30 歳代は「思い出を作るため」、50 歳代～60 歳代は「感動したい」、70 歳代は「家族との親睦を深めるため」「友達との付き合いを楽しむため」を動機としている割合が高い。
来訪者のニーズについて	・「自然景観を見ること」が 64.3%と最も多く、次いで「自然の豊かさを体験すること」が 24.0%、「買い物をする事」が 9.2%、「おいしいものを食べること」が 4.6%となっている。 ・子供連れ家族（一番下のお子様が未就学児）の来訪者は「観光・文化施設（美術館など）を訪れること」「買い物をする事」を楽しみに来訪している。
旅行先を選んだ情報源について	・「インターネット」が 57.6%と最も多く、次いで「家族や友人知人からの紹介・推奨」が 15.2%、「以前来訪した際の自身の経験」が 11.3%、「その他」が 6.0%となっている。 ・埼玉県、神奈川県、千葉県からの来訪者は「インターネット」から情報を収集している割合が高い。 ・10 歳代～20 歳代は「インターネット」、60 歳代は「以前来訪した際の自身の経験」、70 歳代は「家族や友人知人からの紹介・推奨」を情報源としている割合が高い。 ・初めての来訪者は「インターネット」を情報源としており、2 回目以降のリピーターは「以前来訪した際の自身の経験」によって再来訪している。
来訪者の消費額について	・「1,000 円以上～5,000 円未満」が 38.9%と最も多く、次いで「1 円以上～1,000 円未満」が 20.8%、「0 円」が 11.3%となっている。 ・遠方からの来訪者（都道府県で「その他」と回答した者）来訪者は、利用総額 5,000 円以上 10,000 円未満の傾向がある。 ・年齢層が高いほど、武蔵村山市での利用総額が高い傾向にある。 ・家族連れは利用総額 0 円の割合が高い。
武蔵村山市内の周遊について	・「村山温泉「かたくりの湯」」が 7.1%、「里山民家」「野山北公園」が 3.2%となっている。その他回答では「ひまわり畑」「イオンモール」などの回答があった。

	・どこにも立ち寄らない（武蔵村山市が最初の来訪エリアである）来訪者が多い。次いで、「北多摩北エリア」に立ち寄る傾向が高い。
交通機関について	・「自家用車」が31.8%と最も多く、次いで「鉄道」が22.3%、「多摩モノレール」が17.0%、「路線バス」が6.7%となっている。 ・特に、リピーターと家族連れ、夫婦は、「自家用車」の利用割合が高い。 ・「埼玉県」「千葉県」からの来訪者は、「自家用車」の利用割合が比較的高く、「神奈川県」からの来訪者は「多摩モノレール」の利用割合が高い。 ・30歳代～60歳代は、「自家用車」の利用割合が比較的高い。 ・「友人」「ひとり」での来訪者は、「鉄道」の利用割合が高い。
旅行の満足度について	・「今回の観光・旅行全体の満足度」について、「とても満足した」「満足した」「まあ満足した」と答えた回答者の割合は62.5%であった。 ・旅行全体について、平均以上に満足度が期待度を下回った項目は、「遠方からの来訪者」「50歳代～60歳代の来訪者」「6～9回目の来訪者」「ひとりで来た来訪者」 ・「食事」「おみやげ品」「宿泊施設」「情報」「Wi-Fi」「自然景観」「体験プログラム」で、満足度が期待度を下回る項目が多くなっている。
紹介意向について	・「そう思う」が32.9%と最も多く、次いで「やや思う」が30.7%、「大変そう思う」が12.0%、「どちらでもない」が11.0%などとなっている。
再来訪意向について	・1年以内の来訪意向について、「そう思う」が25.4%と最も多く、次いで「どちらでもない」が24.4%、「やや思う」が20.1%、「大変そう思う」が9.9%となっている。



Ⅲ 観光客動態調査

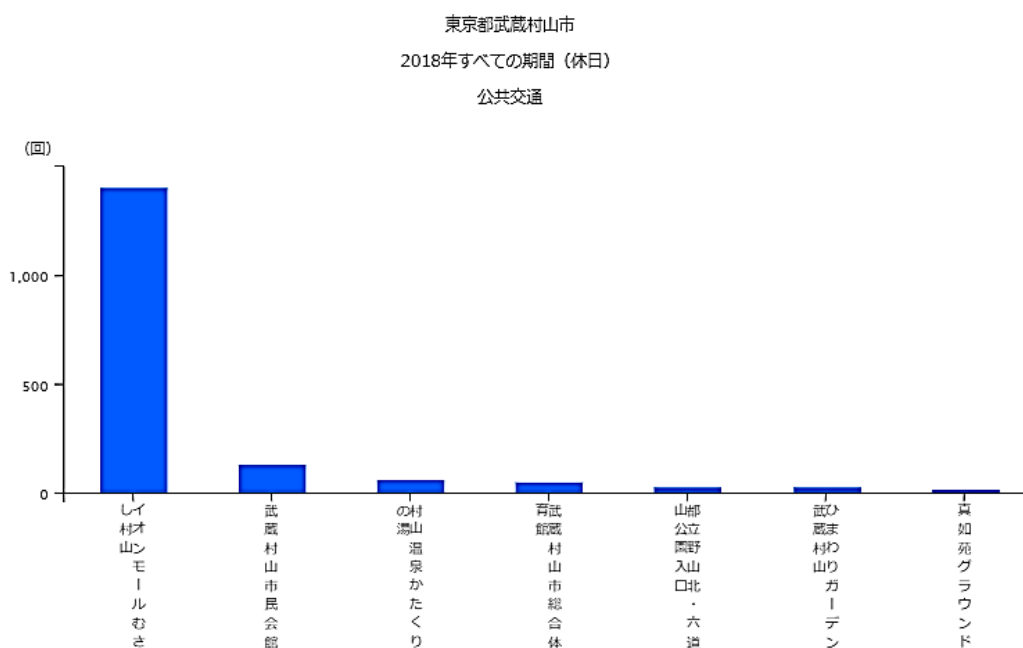
1. 調査概要

ビッグデータを取り扱う「RESAS 地域経済分析システム」や「google 分析ツール」、また、取得可能な既存データ等を活用し、武蔵村山市における観光客の動向を把握する。

2. 調査結果

調査 1	2018 年における武蔵村山市の主要な目的地について（自動車および公共交通）
------	--

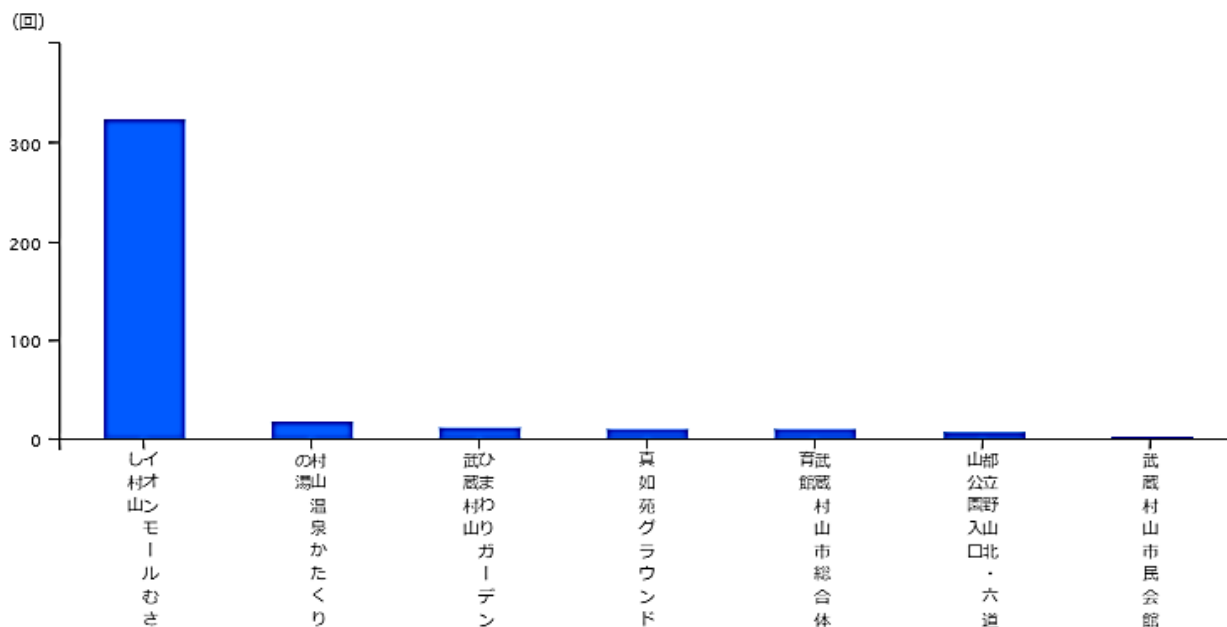
「RESAS 地域経済分析システム」より、武蔵村山市の休日の主要な目的地について、「イオンモールむさし村山」が最も多く、その他「村山温泉かたくりの湯」「都立野山北・六道山公園」「武蔵村山市総合体育館」「真如苑グラウンド」「武蔵村山市民会館」等が横並びになっている。



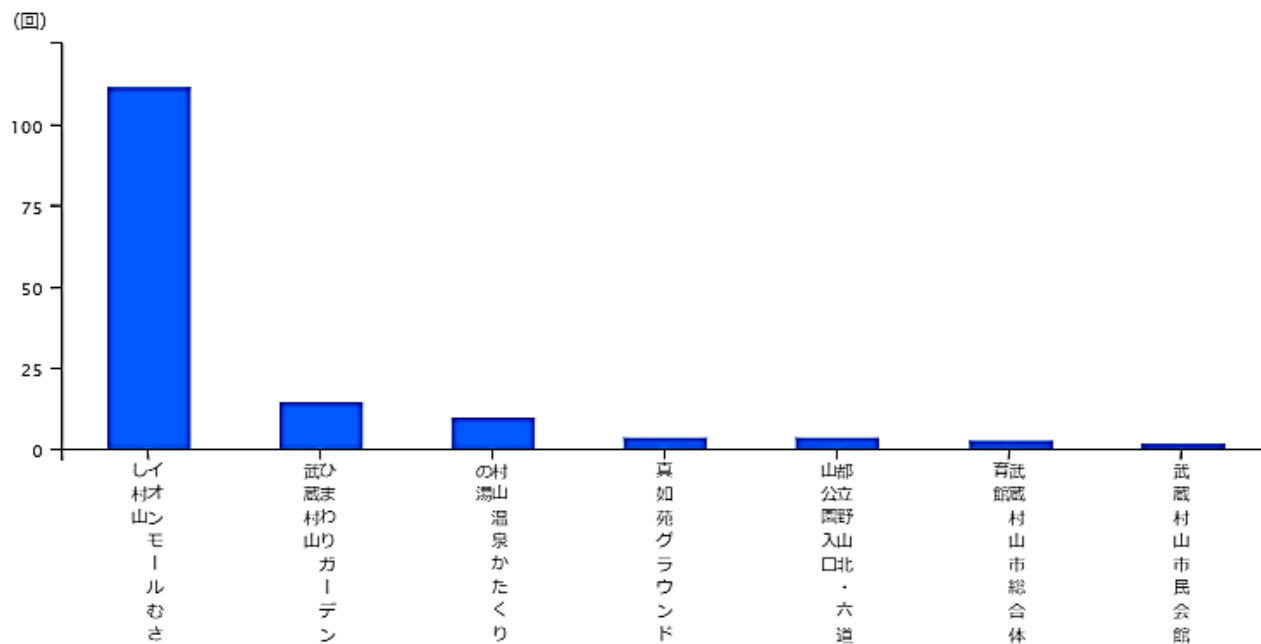
出典「RESAS 地域経済分析システム 観光マップより株式会社ナビタイムジャパン 経路検索条件データ」

2018年8月の期間をみると、「イオンモールむさし村山」が最も多く、次いで「村山温泉かたくりの湯」、「ひまわりガーデン武蔵村山」などとなっている。

東京都武蔵村山市
2018年8月（休日）
自動車

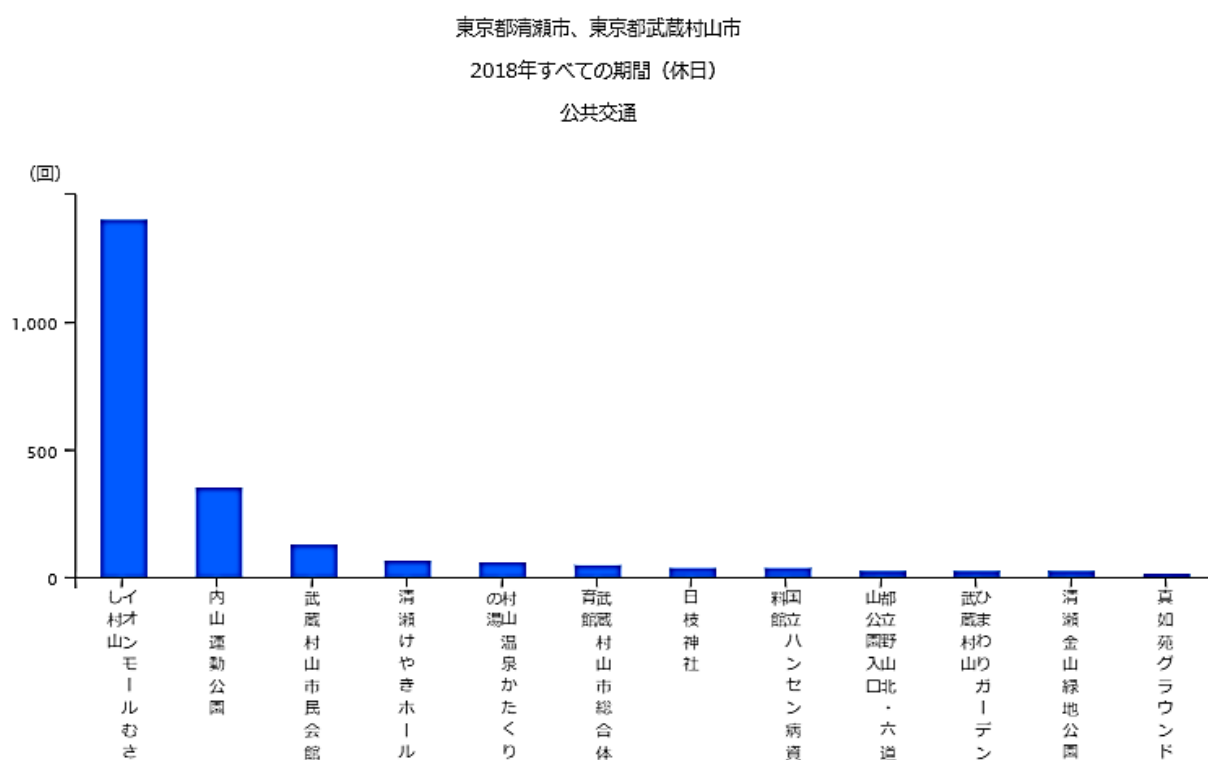
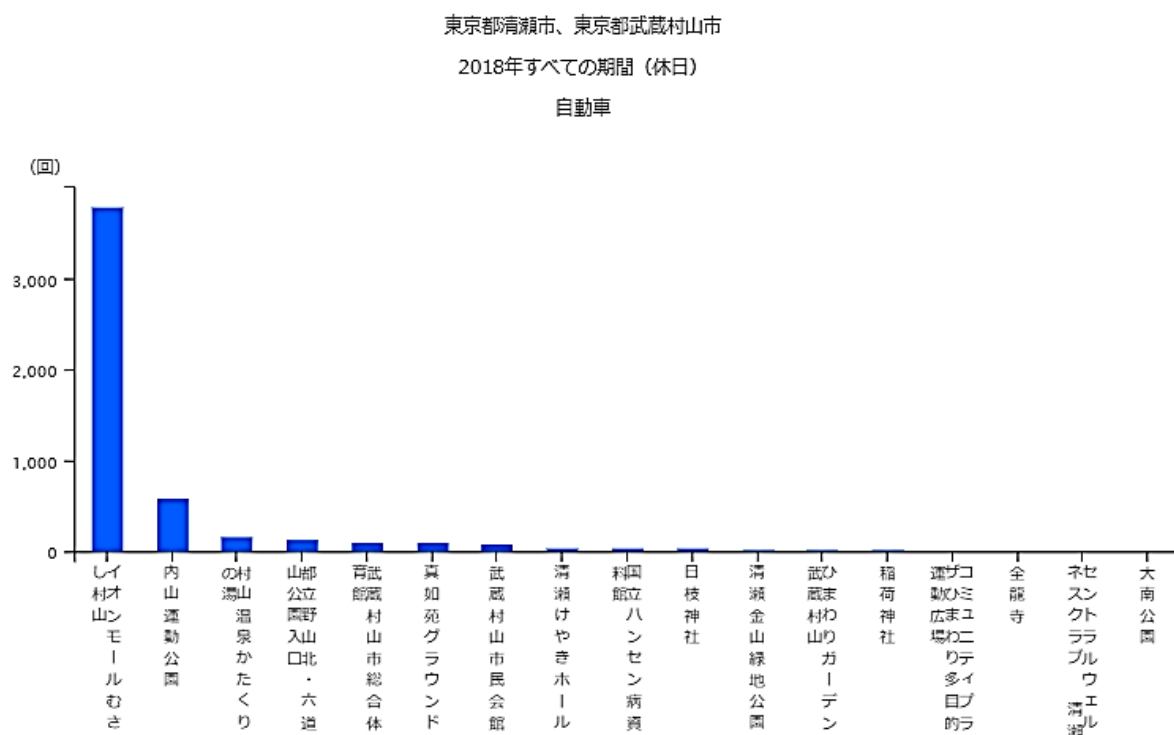


東京都武蔵村山市
2018年8月（休日）
公共交通



出典「RESAS 地域経済分析システム 観光マップより株式会社ナビタイムジャパン 経路検索条件データ」

武蔵村山市および清瀬市の地域で目的地分析をすると、「イオンモールむさし村山」が最も多く、次いで「内山運動公園」、「村山温泉かたくりの湯」、「都立野山北・六道山公園入口」等となっている。

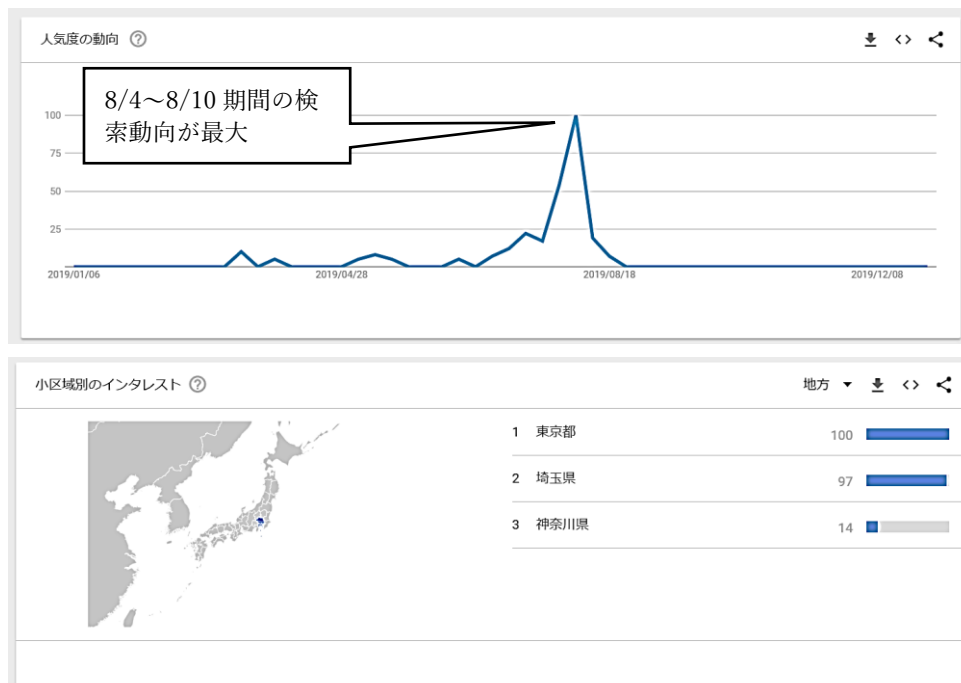


出典「RESAS 地域経済分析システム 観光マップより株式会社ナビタイムジャパン 経路検索条件データ」

調査 2 Google Trends からみた検索動向

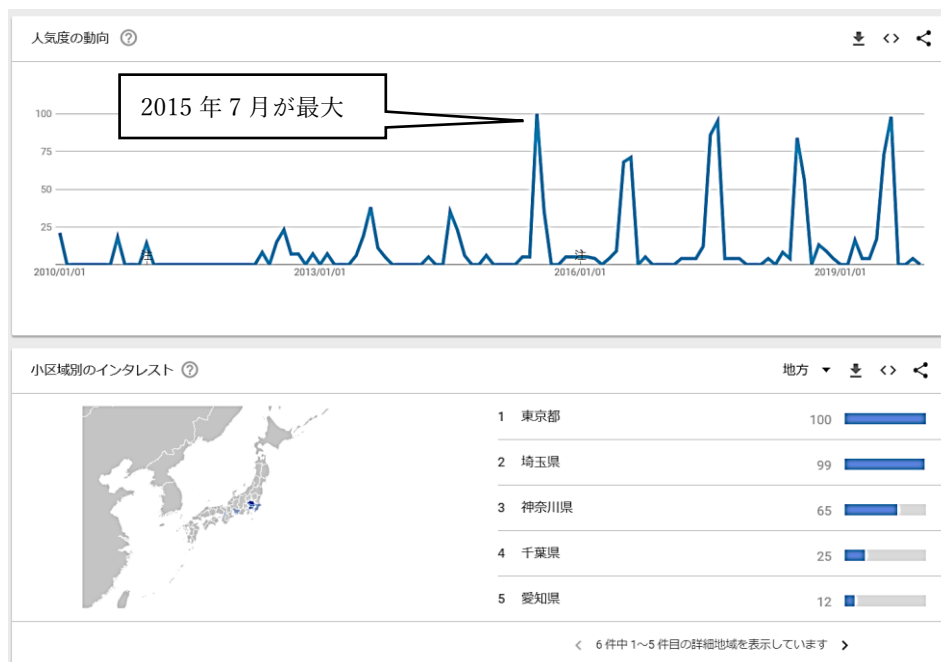
「Google Trends」では、google の検索ワードについて動向を把握することができる。「ひまわりガーデン武蔵村山」での検索動向は、8 月 4 日～10 日をピークに検索件数が増えていることがうかがえる。

「ひまわりガーデン 武蔵村山」の検索動向(2019 年 1 月～2019 年 12 月)



また、2010 年 1 月～2019 年 12 月の「ひまわりガーデン武蔵村山」の動向をみると、2015 年から検索件数の動向は大きく増加し、以降横ばいの状態にある。

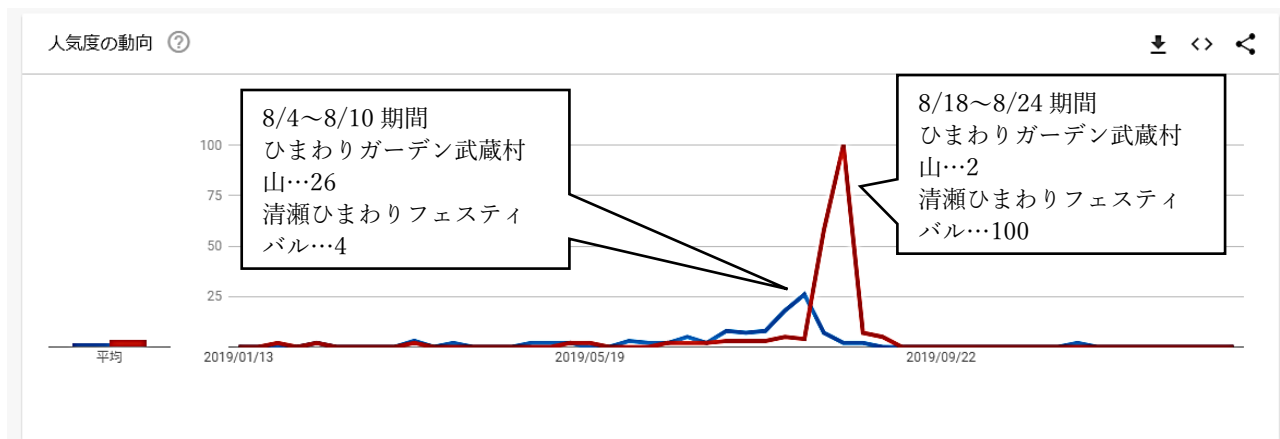
「ひまわりガーデン武蔵村山」の検索動向 (2010 年 1 月～2019 年 12 月)



※数値は、特定の地域と期間について、グラフ上の最高値を基準として検索インタレストを相対的に表したものであり、100 の場合はそのキーワードの人気度が最も高いことを示し、50 の場合は人気度が半分であることを示す。0 の場合はそのキーワードに対する十分なデータがなかったことを示す。

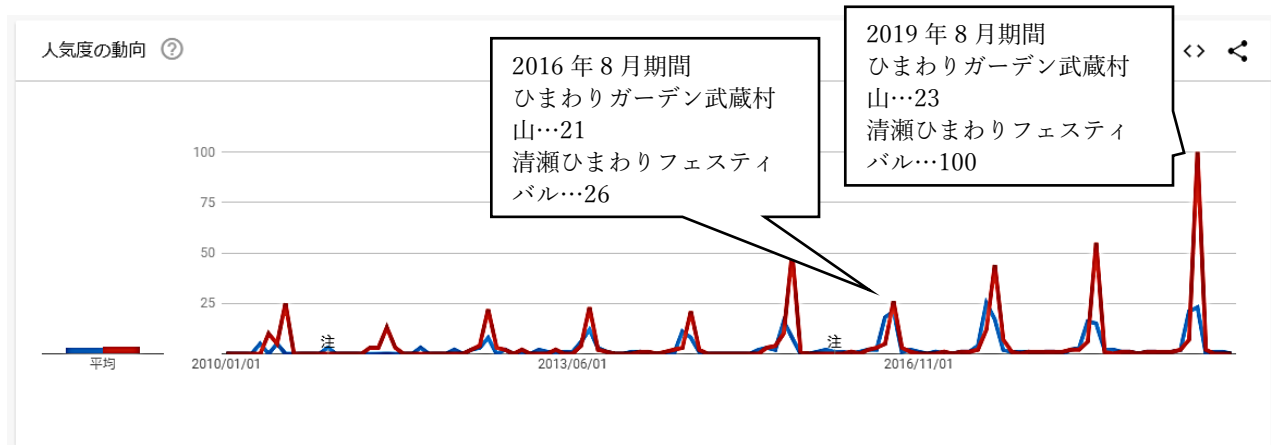
2019年1月～2019年12月の「ひまわりガーデン武蔵村山」と「清瀬ひまわりフェスティバル」の検索動向を比較すると、

「ひまわりガーデン武蔵村山」「清瀬ひまわりフェスティバル」の検索動向比較
(2019年1月～2019年12月)



2010年1月～2019年12月の「ひまわりガーデン武蔵村山」と「清瀬ひまわりフェスティバル」の検索動向を比較すると、2017年から武蔵村山市と清瀬市で人気度の動向の差が広がっている。

「ひまわりガーデン武蔵村山」「清瀬ひまわりフェスティバル」の検索動向比較
(2010年1月～2019年12月)

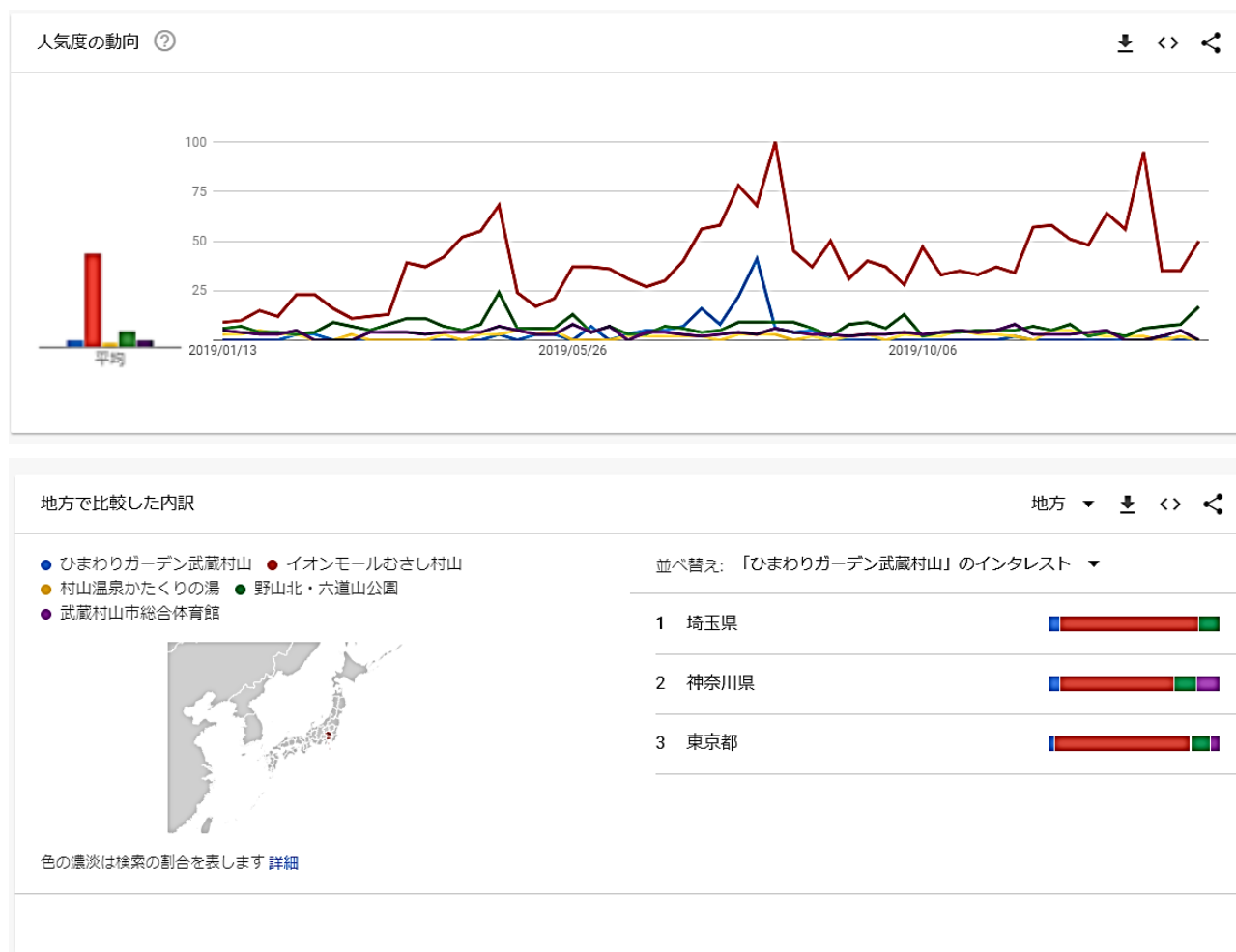


調査 3 Google trends からみた武蔵村山市内の施設の検索動向

2019 年における調査 1 の対象施設およびひまわりガーデン武蔵村山を比較すると、年間通じて「イオンモールむさし村山」の人気度が非常に高く、次いで、「村山温泉かたくりの湯」「野山北・六道山公園」「武蔵村山市総合体育館」等となっている。

ひまわりガーデン武蔵村山の検索動向がピークになる 8 月 4 日～8 月 10 日では、「ひまわりガーデン武蔵村山」の数値が 41 に対し、イオンモールむさし村山が 68、野山北・六道山公園が 9 となっている。

調査 1 の対象施設およびひまわりガーデン武蔵村山の検索動向（比較）



3. まとめ

武蔵村山市の主要な目的地場所として、「イオンモールむさし村山」「村山温泉かたくりの湯」「都立野山北・六道山公園」「武蔵村山市総合体育館」「真如苑グラウンド」「武蔵村山市民会館」等があげられる。

「ひまわりガーデン武蔵村山」の検索動向は近年増加しているが、主要目的地や検索ワードで「イオンモールむさし村山」の影響力が高いことがうかがえる。そのため、イオンモールむさし村山や市内主要施設の発信力を活かすことで、ひまわりガーデン武蔵村山の更なるアクセス向上および認知度アップが期待できると考えられる。

IV 来訪者消費額調査

1. 調査概要

アンケート調査の実施や取得可能な既存データ等を利用し、本イベント実施期間中の武蔵村山市における経済波及効果について考察する。

2. 経済波及効果の算出

(1) 経済波及効果分析ツールの利用

「東京都の統計」より公開されている、「経済波及効果分析ツール」における「イベント観光分析用・地域内表版」を活用する。本ツールでは、平成 23 年（2011 年）東京都産業連関表を利用して作成したものであり、消費や投資から「どれだけ生産が誘発されるか」などを算出することができる。観光動態調査によって算出した消費額を、東京都産業連関表の部門にあてはめることで、経済波及効果を算出する。

【経済波及効果について】

経済波及効果とは、ある産業で需要が増えたことでそれに伴う生産の増加と、それに関連する産業の生産増加も含めて金額で表すことを指す。経済波及効果のうち、直接の生産の増加（直接効果）からの波及を第 1 次間接波及効果という。また、経済波及効果によって生産が増加すると、そこで働く人の所得もその分増えるため、増えた所得で、買い物をするにより、様々な製品の購入額が増える。この所得増加による需要の増加とそれによる波及を 2 次波及効果といい、その増加した数値を第 2 次間接波及効果という。直接効果と第 1 次間接波及効果、第 2 次間接波及効果の合計値を生産誘発効果（総合効果）という。

(2) 数値の設定

「Ⅱ 来場者動態調査 4. 調査結果 Q12 (P69)」より、以下の通り数値を採用する。

費目	平均	数値設定について
交通費	1,213 円	東京都産業連関表「運輸・郵便」の部門で設定する。
宿泊費	0 円	日帰り来訪者を対象とし、今回は宿泊費を設定しない。
飲食費	1,093 円	東京都産業連関表「対個人サービス」の部門で設定する。
買い物費	2,605 円	東京都産業連関表「対個人サービス」の部門で設定する。
その他 (上記の経費に該当しない雑費)	1,213 円	上記以外の経費は、産業連関表に該当する部門が不明のため、今回は設定しないものとする。

(3) 経済波及効果分析ツールによる数値結果

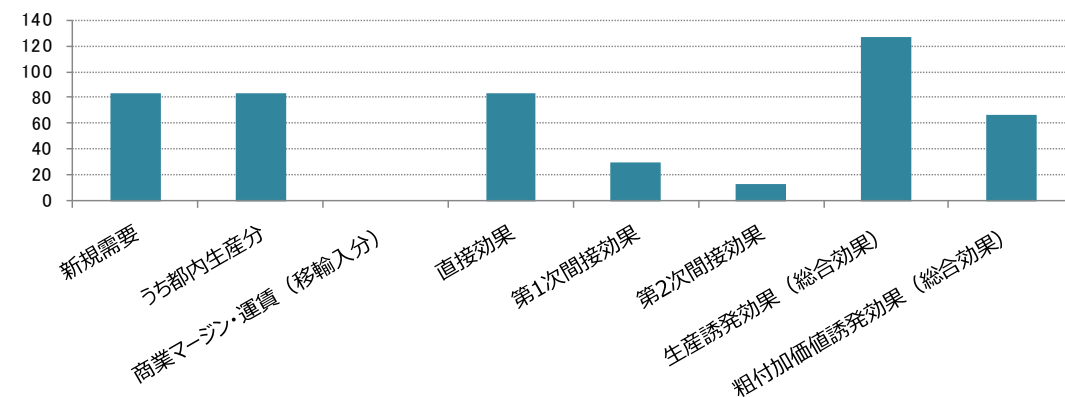
本イベント実施期間中の来場者数を1万7千人と設定し、以下数値結果を算出した。

■設定値

2 来訪者消費													
宿泊日数別来訪者数			区分	来訪者が消費する財・サービス	1人1泊（回）当たり 平均消費額 ※2		東京都 産業連関表 該当部門番号 ※2	東京都産業連関表 該当部門名	新規需要合計			自給率設定	新規需要のうち 自給分
区分	宿泊日数	人数 （単位：人）			宿泊客 （単位：円）	日帰り客 （単位：円）			宿泊客 （単位：百万円）	日帰り客 （単位：百万円）	合計		
日本人旅行者	日帰り客	17000	国内からの来訪者	新幹線・鉄道		1213	57	運輸・郵便	0	21	21	1	21
日本人旅行者	1泊	0	国内からの来訪者	飲食費		1093	67	対個人サービス	0	19	19	1	19
日本人旅行者	2泊	0	国内からの来訪者	その他土産代・買物代		2605	67	対個人サービス	0	44	44	1	44

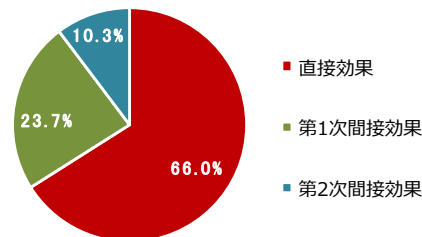
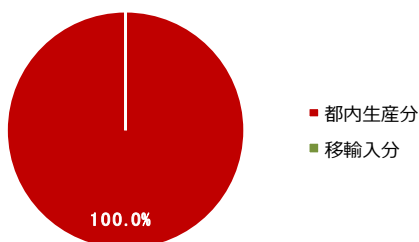
■分析結果

開催経費+来訪者消費			開催経費+来訪者消費		
都内新規需要の内訳 単位:百万円			経済波及効果の内訳 単位:百万円		
	割合	金額		割合	金額
都内生産分	100.0%	83	新規需要		83
移輸入分	0.0%	0	うち都内生産分		83
新規需要	100.0%	83	商業マージン・運賃(移輸入分)		0
開催経費と来訪者消費(都内新規需要)の割合 単位:百万円			直接効果	66.0%	83
	割合	金額	第1次間接効果	23.7%	30
開催経費	0.0%	0	第2次間接効果	10.3%	13
来訪者消費	100.0%	83	生産誘発効果(総合効果)	100.0%	126
合計	100.0%	83	粗付加価値誘発効果(総合効果)		67

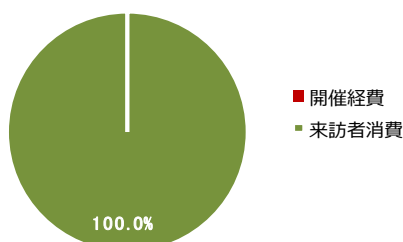


都内新規需要の内訳

生産誘発効果の内訳 割合



開催経費と来訪者消費(都内新規需要)の割合



3. まとめ

本イベント開催期間中での経済波及効果は、直接効果として 83 百万円、第 1 次間接効果として 30 百万円、第 2 次間接効果として 13 百万円であり、総合効果として 126 百万円の効果があったと考察できる。

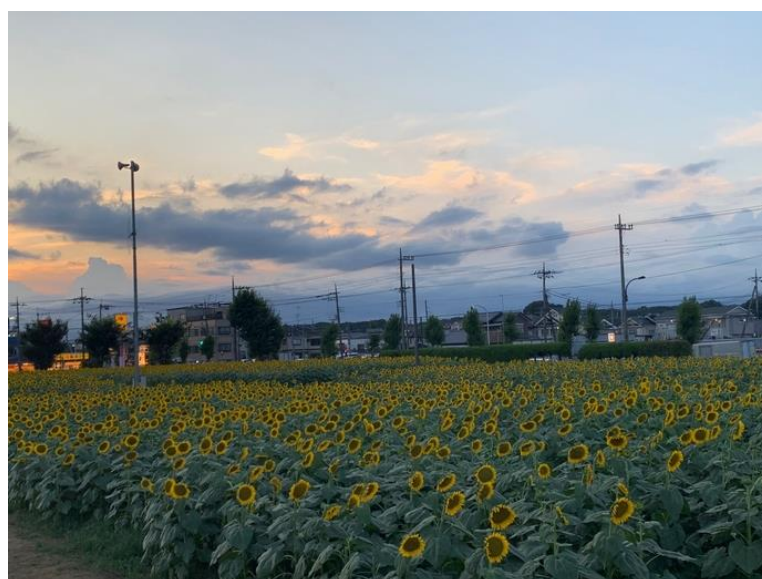
そこで、今後、来場者数を 2 万人に増やし、本イベントで更に消費額を高めた場合の推計値として、以下の通り設定すると、直接効果として 106 百万円、第 1 次間接効果として 38 百万円、第 2 次間接効果として 17 百万円であり、総合効果として 161 百万円の効果があり、現状値と比較すると、12 百万円の効果が期待される。

■推計の数値設定

費目	平均	推計値の設定
交通費	1,213 円	来場者数を維持するものとして、交通費の平均は変更なし。
飲食費	1,093 円 ⇒1,500 円	市内の飲食店を周遊することで、飲食費の平均単価を 1,500 円に設定する。
買い物費	2,605 円	有効回答数が少ないため、今回は消費額を現状維持することとして設定する。

■推計結果

	現状値		推計値		差額
	割合	金額	割合	金額	
新規需要		98		106	8
うち都内生産分		98		106	8
商業マージン・運賃（移輸入分）		0		0	0
直接効果	66.0%	98	66.1%	106	8
第1次間接効果	23.7%	35	23.6%	38	3
第2次間接効果	10.3%	15	10.3%	17	1
生産誘発効果（総合効果）	100.0%	149	100.0%	161	12
粗付加価値誘発効果（総合効果）		79		85	7



V 追加の調査分析提案（ヒアリング調査）

1. 調査の概要

受入側のひまわり事業に関わる関連団体や事業者に対して観光の現況調査を行うことで、課題を整理する。実施にあたっては、各市より対象団体・事業者を紹介いただいた上で、ヒアリングを実施する。

■ヒアリング実施概要

目的	・観光客動向、観光活動への取組み意向把握
対象	・ひまわり事業に関わっている団体・事業者 (シルバー人材センター)
調査項目	・観光客層/受入体制/観光客に対する取組み・課題/今後の展望等

2. 調査結果

ヒアリング	シルバー人材センター 山崎氏、川口氏
日時	令和元年12月24日（火）
議事概要	1. ひまわりガーデン武蔵村山の運営について ・武蔵村山市がシルバー人材センターに委託し、ひまわり畑の管理運営をおこなっている。 ・ひまわり畑は東京都の土地を利用していることもあり、営利目的の販売はしていない。ラムネやお茶等の飲み物を販売している。 ・切花の販売などはせず、閉園日に無料で配布している。 ・イベント広場では、農協を通じて、場所貸しし、土日に農産物の販売等も行った。 ・夏はひまわりを、春（3～4月）には菜の花を植えており、菜の花も知る人ぞ知る人気スポットである。 ・種まきはホームページ等で周知し、ボランティアの募集をおこなっている。また、市内の小中学生も種まきに参加している。 ・市内14店舗に協力いただき、「2019 ひまわりスマイルキャンペーン」クーポンを配布し、今年は73枚の利用結果となった。参加店舗は、飲食店舗やガソリンスタンド、プール、居酒屋などがある。 2. ひまわりガーデン武蔵村山の現状と課題について ・本イベントは全国的にみても一番早い7月の時期にひまわりが見られるところが強みである。 ・本イベントのひまわりは、様々な品種を揃えているため、見て楽しんでもらいたい。切花などの体験や買い物より、「見るひまわり」を大切にしたい。 ・市民へも広く周知し、認知度を高め、市民の来訪を促したい。 ・イベント等による収入、観光の視点も大事だが市民の愛着を育む場所としたい。 ・今年は悪天候が続き、開花が10日程遅れたため、開園および閉園に大きく影響した。開園日は、ひまわりの育成状況が悪く、天候も悪かったため、来訪は少なかった。開花の遅れにともない、閉園は8月6日から8月11日に変更した。ひまわりの育成状況を見極めて、見頃や開園中の情報を発信する必要がある。 ・イベントを契機に武蔵村山市の周辺の施設を周遊してもらいたい。

3. まとめ

ヒアリング調査より、武蔵村山市の現状と課題について、以下の通り整理する。

項目	現状と課題
運営体制について	・武蔵村山市がシルバー人材センターに委託し、ひまわり畑の管理運営をおこなっている。 ・ひまわりの育成状況を見極めて、見頃や開園中の情報を適切に発信する。
イベントのプログラムについて	・「見て楽しむひまわり」が本イベントのコンセプトである。 ・収益性だけ重要視するのではなく、来訪者がひまわり畑を通じて、武蔵村山市に愛着を育む場としていく。 ・イベント期間中約 2 万人の来訪者が来ることから、イベント広場を活用して武蔵村山市の魅力を PR する仕掛けを作る必要がある。
周辺の施設・店舗について	・クーポン券で店舗紹介を行った。 ・イベントチラシで周辺の施設・店舗紹介を行っている。 ・イベントを通じて市内の店舗を巡り、知ってもらうきっかけをつくる必要がある。
情報発信について	・天候状況に配慮しながら、ひまわりの育成状況を見極めて、見頃や開園中の情報を発信をする必要がある。 ・市民に向けてひまわりガーデンを発信していくために、SNS を活用してリアルタイムの情報を発信することで市民および来訪者が見所の時期に足を運び、満足度を高めることが期待できる。



VI 総合分析

1. ひまわりガーデン武蔵村山 2019 の現状と課題について

調査結果を踏まえ、ひまわりガーデン武蔵村山および武蔵村山市の観光の現状と課題について整理した。

(1) 受入環境の整備

① 運営体制の強化

武蔵村山市がシルバー人材センターに委託し、ひまわり畑の管理運営をおこなっているが、悪天候に伴い、開園閉園の情報や開花の状況の情報発信は、市が行うため、情報共有のあり方に課題もある。ひまわりの育成状況を見極めて、見頃や開園中の情報を適切に発信するための体制を強化する必要がある。

② インバウンド観光客への対応

2020 年、東京オリンピックを契機にインバウンド観光客の増加が想定される。観光や地域情報の多言語化、会場内のマナーといったインバウンド観光客に対応できる受入環境を清瀬市とも連携を図りながら、今から進めていく必要がある。

(2) 積極的な情報発信

① SNS を活用した情報発信

ひまわりガーデン武蔵村山に関する情報発信を市ホームページの掲示板やひまわり日記で行っているが、ホームページはアクセスが不便であるため、SNS（Twitter、Facebook、Instagram）等でリアルタイムの情報発信を行い、「武蔵村山市」のひまわりガーデンの認知度向上を図ることが求められる。

② ひまわり以外の武蔵村山の魅力発信

本イベントは約 2 万人の来場者になるため、イベントを通じて武蔵村山市の魅力や地域資源を発信することで、武蔵村山市をさらに知ってもらい、夏以外の季節での来訪、または武蔵村山市内での消費を促すことが期待できる。

(3) 地域資源を活用したコンテンツの提供

① イベント広場を活用した農産物やお土産等の販売検討

武蔵村山市内の滞在時間を伸ばし、飲食や買い物等の消費額を高めることにより、地域にお金が落ちるような観光地域づくりが求められる。そのために、イベント広場を活用して、市内事業者が出店し、武蔵村山市の商品や体験を PR する場を創出することで、滞在時間の延伸が期待できる。

② 市民が喜ぶコンテンツの充実

「ひまわりと遊ぼう」「切り花プレゼント」など市民に親しみやすいコンテンツを提供しており、今後さらに、市民が喜ぶコンテンツを検討することが必要である。

(4) 周遊の仕組みづくり

アンケート調査から、ひまわりガーデン武蔵村山に来訪する前後で市内または近隣地域を巡っていない状況であることが分かる。本年度、クーポン券で店舗紹介の対応を行っているが、今後さらに市内を巡ってもらう仕掛けを進めるためには、「ひまわりイベント限定品」の提供、ひまわりクーポン、のぼり旗等の店舗に入りやすい仕組みを推進することが必要である。また、ひまわりストーリーを通じて清瀬市からの誘客を促すために、本イベントを機にひまわり畑以外にも周遊してもらうためのガイドブック

や SNS による発信を推進することが必要である。

さらに、ひまわりストーリーを通じて清瀬市との回遊性を高めることでお互いの誘客を促すことが求められる。

2. 今後の展望（提案）

本イベントのコンセプトは「見てたのしむひまわり」を重視した雰囲気づくりを進め、市内の賑わいの創出を図る。

今後の展望としては、来訪者を増やし、市民に愛されるひまわりイベントとしての認知度の向上や、市内の回遊性を高めることにより、市内の滞在時間を延ばし、ひまわりガーデン武蔵村山を契機に地域産業の活性化を促すとともに、武蔵村山市のファンを増やしていくことが必要である。

■今後検討したい施策（案）

武蔵村山市の今後の展望（具体的な施策）について以下のように提案する。

施策案一覧

施策案		取り組み案
1 受入環境の整備	1-1 運営体制の強化	・ 情報発信の体制強化 ・ 市民が関わる体制の推進
	1-2 インバウンド観光客への対応	・ 情報発信の多言語化対応
2 情報発信の整備	2-1 SNS による情報発信	・ ホームページ、SNS による発信方法の研究および積極的な情報発信の仕組みの検討
	2-2 情報発信の連携	・ 観光施設や商業施設等と連携した情報発信 ・ 清瀬市と連携した情報発信
3 地域資源の魅力向上	3-1 農産物やお土産品の販売	・ 団体、事業者が活躍できるイベント広場の創出
	3-2 市民が喜ぶコンテンツづくり	・ ”ひまわり”をテーマにした体験の創出
4 周遊の仕組みづくり	4-1 ガイドブックの作成	・ 飲食店や店舗のガイドブック作成
	4-2 クーポン券を活用した広域連携	・ クーポン券の利用期間の延長



1 受入環境の整備

1-1 運営体制の強化

ひまわりの育成状況を見極めて、見頃や開園中の情報を委託団体と連携して適切な発信するため、情報発信における体制を強化する。そのために、現場の育成状況を把握しながら、情報発信を推進する。

また、本イベントは市民の愛着を育む場でもあるため、地域の子どもや子育て世代や高齢者などひまわりガーデンとの関わり方を深化することで、武蔵村山市の愛着づくり一つとして推進していく。

【取り組み案】ひまわりガーデン武蔵村山市を市民一体となって盛り上げる

ひまわりガーデンの運営を通じて武蔵村山市をより好きになってもらう取り組みを行う。そのために清瀬市の取組を参考にして事業を推進する。また、これらの取り組みを市内外に発信することで、ひまわりガーデンの認知度向上を図る。

	取り組み内容
小学生 (親子で参加)	○ひまわりの種まき ◎ひまわりの観察学習
中高生 大学生	○ひまわりの種まき ◎ひまわりの写生大会 ◎イベント時のアンケート調査 ◎部活との連携(吹奏楽部による音楽イベント、写真部・美術部による展示等)

○既に行われている取組 ◎新たに実施する取組(案)



1-2 インバウンド観光客への対応

2020年、東京オリンピックを契機にインバウンド観光客の増加が想定されるため、多言語化表記の対応を行うとともに、外国人にも満足できるようなおもてなしを行う。

【取り組み案】簡単な英語のコミュニケーションを習得する

外国人観光客の対応として、会場内の案内や周辺施設(徒歩圏内で食べられる飲食店等)を紹介できるように、英語のマニュアルを準備し、最低限のコミュニケーションが取れる体制をつくる。

2 情報発信の整備

2-1 SNS を活用した情報発信

SNS を活用してリアルタイムで情報発信を行うことで、ひまわりガーデンの育成状況やイベントの紹介等の情報を届ける仕組みをつくる。

【取り組み案1】SNS 発信講座

イベント主催者が気軽に SNS を発信するための手法について勉強会を行う。

【取り組み案2】SNS による情報発信

武蔵村山市の所有するアカウント（Facebook や Twitter、Instagram）を活用してひまわりの種まきから育成状況、また武蔵村山市や清瀬市の紹介など幅広く情報発信を行う。2 市双方の情報をシェアすることにより、情報拡散を図る。

2-2 情報発信の連携

清瀬市、武蔵村山市内で来訪者の多い施設「イオンモールむさし村山」、「内山運動公園」、「村山温泉かたくりの湯」、「都立野山北・六道山公園」、「清瀬けやきホール」において検索動向が高いことを活かして、各施設からひまわりイベントに関する情報発信をしていただき、また、イベントでは周辺施設の魅力を発信する等、情報発信の連携を進める。

3 地域資源の魅力向上

3-1 農産物やお土産品の販売

イベント広場を活用して、市内事業者が出店し、武蔵村山市の商品や体験を PR する場を創出することで、武蔵村山市の認知度向上と飲食や買い物等の消費額向上を図る。

3-2 市民が喜ぶコンテンツづくり

市民がひまわりガーデンに関わるきっかけづくりを創出するために、市民がひまわりに来て楽しめるコンテンツを提供する。

【取り組み案】”ひまわり”をテーマにした体験の創出

例1：「こどもとの思い出づくりの1枚を」スマホでできる写真講座

例2：ひまわり畑で健康づくり、ヨガ体操

例3：ひまわりの観察会（ひまわり植生・生き物調査）



4 周遊の仕組みづくり

4-1 ガイドブックの作成

ひまわりガーデン武蔵村山市への来訪を機に、武蔵村山市を周遊することを促すような、自然や食、歴史文化などが体験できることが伝わるガイドブックを作成する。

ガイドブックは、記載する情報、デザインのコンセプトやプロットする地域資源、スタンプラリーの機能等、清瀬市で作成するガイドブックと統一・連動または合併版として、2市双方の魅力が伝わり、お互いに行き来したくなるコンテンツとして作成することで、ひまわり期間中や期間外の季節でも扱えるものとなるよう考慮する。

4-2 クーポン券を活用した周遊

ひまわりストーリーを契機に武蔵村山市および清瀬市を周遊することで、互いの誘客促進を図るために、店舗のクーポン券をひまわりイベントの期間（および前後の期間）で利用できるような仕組みを構築する。また、クーポン券はガイドブックと連動することで、観光客に分かりやすい情報発信を図る。

【取り組み案】各店舗による「ひまわり」の雰囲気づくり

クーポン券の利用促進、また、地域が一体となってひまわりイベントを盛り上げるために、各店舗でひまわりストーリーに関わる商品や店の雰囲気づくりを推進する。

＜各店舗でできる取り組み例＞

- ・ ひまわりの種を使った限定品の販売
- ・ ひまわりの花を使ったクラフトの販売
- ・ ひまわりガーデン武蔵村山を象徴するロゴ、のぼり等の設置
- ・ ひまわりイベント期間中、店舗レイアウト変更等の雰囲気づくり
(黄色の雰囲気を演出する、ひまわり切花を店頭に並べる等)

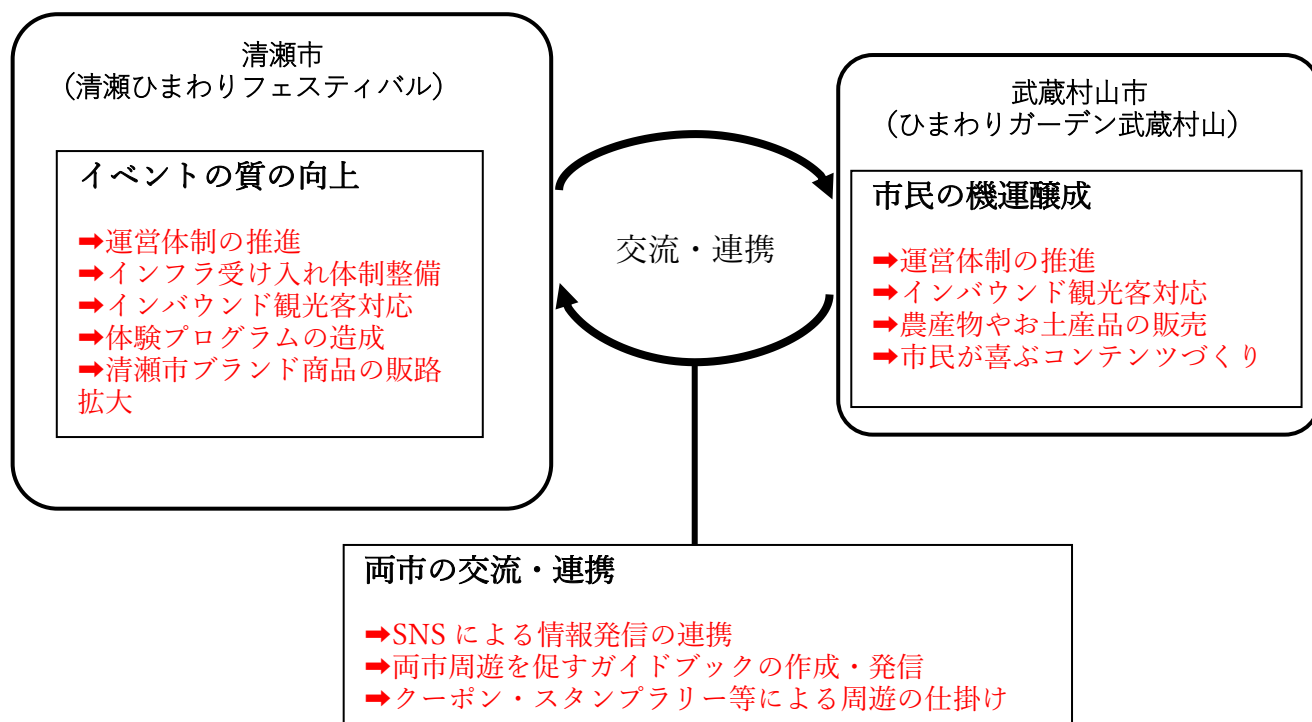


4 総括

2. 2市のひまわりストーリーの目指すべき方向性

	目指す方向性
2市の共通する 目指す方向性	『両市の交流・連携』 「ひまわりフレンドシップ協定」にならい、東京を代表する夏の風物詩”ひまわり畑”の魅力をより一層広く発信することにより、多摩地域における夏の観光資源をアピールするとともに、両市の市民交流を図り、来園者を多摩周辺地域全体へと回遊させる波及効果への一助とすること。
清瀬ひまわりフェスティバルの 方向性	『優先事項：イベントの質の向上』 来場者 10 万人の認知度のある一大イベントとして、今後來訪者を増やすだけでなく、インフラ整備や受け入れ体制を図りイベントの質や地域の回遊性を高めることで、観光消費額増を図る。 清瀬ひまわりフェスティバルを契機に地域産業が活性化を促すとともに、イベントだけでなく清瀬市のファンを増やしていく。
ひまわりガーデン武蔵村山の方 向性	『優先事項：市民の機運醸成』 「見てたのしむひまわり」を重視した市民に愛されるひまわりイベントとして、市民に愛着と誇りを持ってもらうことで、市外での認知度の向上や地域の回遊性を高め、市民の機運醸成、来訪者の増加、観光消費額増を図る。 ひまわりガーデン武蔵村山を契機に地域産業が活性化を促すとともに、武蔵村山市のファンを増やしていく。

2市の目指すべき方向性（全体像）



3 今後検討したい施策

■清瀬市施策案

施策案		取り組み案
1 受入環境の整備	1-1 運営体制の推進	・バスによるピストン送迎の充実 ・子どもが関わる運営体制の推進
	1-2 インフラの整備	・清瀬駅周辺及び会場につながるまでのインフラ整備 ・無料 Wi-Fi の設置の検討
	1-3 インバウンド観光客への対応	・情報発信の多言語化対応 ・外国人等にも対する接客サービスを含めた受け入れ体制の充実
2 情報発信の整備	2-1 SNS による情報発信	・ホームページ、SNS による発信方法の研究および積極的な情報発信の仕組みの検討
	2-2 情報発信の連携	・観光施設や宿泊施設等と連携した情報発信
3 地域資源の魅力向上	3-1 体験プログラムの造成	・ひまわりまたは地域資源を活用した体験プログラム ・ひまわりイベント期間における限定品の開発
	3-2 清瀬市ブランド商品の販路開拓	・清瀬市商品の積極的な PR・販売
4 周遊の仕組みづくり	4-1 ガイドブックの作成	・飲食店や店舗のガイドブック作成 ・スタンプラリーの充実
	4-2 クーポン券を活用した広域連携	・クーポン券の利用期間の延長 ・来訪者の多い施設での独自イベントの開催

■武蔵村山市施策案

施策案		取り組み案
1 受入環境の整備	1-1 運営体制の強化	・情報発信の体制強化 ・市民が関わる体制の推進
	1-2 インバウンド観光客への対応	・情報発信の多言語化対応
2 情報発信の整備	2-1 SNS による情報発信	・ホームページ、SNS による発信方法の研究および積極的な情報発信の仕組みの検討
	2-2 情報発信の連携	・観光施設や商業施設等と連携した情報発信 ・清瀬市と連携した情報発信
3 地域資源の魅力向上	3-1 農産物やお土産品の販売	・団体、事業者が活躍できるイベント広場の創出
	3-2 市民が喜ぶコンテンツづくり	・”ひまわり”をテーマにした体験の創出
4 周遊の仕組みづくり	4-1 ガイドブックの作成	・飲食店や店舗のガイドブック作成
	4-2 クーポン券を活用した広域連携	・クーポン券の利用期間の延長

4 2市広域で重点的に取り組むべき施策

1 受入環境の整備

■運営体制の推進・連携

	施策案
2市で連携する 重点事項	1-1 運営体制の推進 2市の魅力を発信するために、SNS等でお互いに情報を発信できる体制を構築することで、東京都を代表する夏の風物詩”ひまわり畑”のブランドイメージ向上を図る。
清瀬市で重視する 施策	1-1 運営体制の推進 運営体制は、各団体間で情報を共有しつつ連携をする体制ができているため、今後も継続して進められるよう推進するとともに、ボランティアの養成等による運営体制の充実も図る。 また、本イベントは市内の小中高の子ども達が関わる取り組みとなっているので、地域の子どもの関わり方を深化するとともに、清瀬市の子育ての魅力の一つとして推進していく。 1-2 インフラの整備 本イベントは来訪者約10万人の大規模イベントのため、オーバーツーリズム対策が求められる。そのため、清瀬駅及び会場までのルート周辺のインフラ整備や駅周辺のWi-Fi環境の整備を推進していく。 1-3 インバウンド観光客への対応 2020年、東京オリンピックを契機にインバウンド観光客の増加が想定されるため、多言語化表記の対応を行うとともに、外国人にも満足できるようなおもてなしを行う。
武蔵村山市で重視する 施策	1-1 運営体制の強化 ひまわりの育成状況を見極めて、見頃や開園中の情報を委託団体と連携して適切に発信するため、情報発信における体制を強化する。そのために、現場の育成状況を把握しながら、情報発信を推進する。 また、本イベントは市民の愛着や誇りの創出も目的のするため、地域の子どもや子育て世代や高齢者などひまわりガーデンとの関わり方を深化することで、武蔵村山市の愛着づくりの一つとして推進していく。 1-2 インバウンド観光客への対応 2020年、東京オリンピックを契機にインバウンド観光客の増加が想定されるため、多言語化表記の対応を行うとともに、外国人にも満足できるようなおもてなしを行う。

2 情報発信の整備

	施策案
2市で連携する 重点事項	2-2 情報発信の連携 清瀬市、武蔵村山市内で来訪者の多い施設「イオンモールむさし村山」、「内山運動公園」、「村山温泉かたくりの湯」、「都立野山北・六道山公園」「清瀬けやきホール」において検索動向が高いことを活かして、各施設からひまわりイベントに関する情報発信をしていただき、また、イベントでは周辺施設の魅力を発信する等、情報発信の連携を進める。
清瀬市で重視する 施策	2-1 SNS による情報発信 イベント主催者側が積極的に SNS による情報発信を行うことで、特にインターネットユーザー層への訴求を図る。 【取り組み案1】SNS 発信講座 イベントに関わる団体（清瀬市農ある風景を守る会、清瀬商工会）等が SNS の活用について理解を深める勉強会を開催する。 【取り組み案2】SNS アカウントの作成および情報発信 清瀬ひまわりフェスティバルのアカウントを作成し、ひまわりの種まきから育成状況、また清瀬市や武蔵村山市の紹介など幅広く情報発信を行う。2市双方の情報をシェアすることにより、情報拡散を図る。
武蔵村山市で重視する 施策	2-1 SNS を活用した情報発信 SNS を活用してリアルタイムで情報発信を行うことで、ひまわりガーデンの育成状況やイベントの紹介等の情報を届ける仕組みをつくる。 【取り組み案1】SNS 発信講座 イベント主催者が気軽に SNS を発信するための手法について勉強会を行う。 【取り組み案2】SNS による情報発信 武蔵村山市が所有するアカウント（Facebook, Twitter）を活用してひまわりの種まきから育成状況、また武蔵村山市や清瀬市の紹介など幅広く情報発信を行う。2市双方の情報をシェアすることにより、情報拡散を図る。

3 地域資源の魅力向上

	施策案
2市で連携する 重点事項	地域資源の活用 清瀬市の施策「3-2 清瀬市ブランド商品の販路拡大」、武蔵村山市の施策「3-1 農産物やお土産品の販売」で掲げられるように、各市で生産される商品を両市で販売・PRすることで認知度向上を図る。
清瀬市で重視する施策	3-1 体験プログラムの造成 本イベント内でひまわりの資源を活用した体験できるプログラムやお土産品の開発など、本イベントに来ないと体験できないコンテンツを造成することで、清瀬市内の滞在時間を伸ばし、飲食や買い物等の消費額を高めることにより、地域にお金が落ちるような観光地域づくりを推進する。 3-2 清瀬市ブランド商品の販路拡大 「清瀬にんじん」や「きよはち」等のひまわり以外の清瀬の魅力について、本イベントを機に積極的にPRすることで、商品の販路拡大につなげる。
武蔵村山市で重視する施策	3-1 農産物やお土産品の販売 イベント広場を活用して、市内事業者が出店し、武蔵村山市の商品や体験をPRする場を創出することで、武蔵村山市の認知度向上と飲食や買い物等の消費額向上を図る。 3-2 市民が喜ぶコンテンツづくり 市民がひまわりガーデンに関わるきっかけづくりを創出するために、市民がひまわりに来て楽しめるコンテンツを提供する。



4 周遊の仕組みづくり

	施策案
2市で連携する 重点事項	4-1 ガイドブックの作成 両市イベントへの来訪を機に、2市を周遊することを促すような、自然や食、歴史文化などが体験できることが伝わるガイドブックを作成する。 ガイドブックは、記載する情報、デザインのコンセプトやプロットする地域資源、スタンプラリーの機能等、清瀬市で作成するガイドブックと統一・連動または合併版として、2市双方の魅力が伝わり、お互いに行き来したくなるコンテンツとして作成することで、ひまわり期間中や期間外の季節でも扱えるものとなるよう考慮する。 4-2 クーポン券を活用した周遊 ひまわりストーリーを契機に2市および近隣地域を周遊することで、互いの誘客促進を図るために、店舗のクーポン券をひまわりイベントの期間（および前後の期間）で利用できるような仕組みを構築する。また、クーポン券はガイドブックと連動することで、観光客に分かりやすい情報発信を図る。 【取り組み案】各店舗による「ひまわり」の雰囲気づくり クーポン券の利用促進、また、地域が一体となってひまわりイベントを盛り上げるために、各店舗でひまわりストーリーに関わる商品や店の雰囲気づくりを推進する。 ＜各店舗でできる取り組み例＞ ・ひまわりの種を使った限定品の販売 ・ひまわりの花を使ったクラフトの販売 ・ひまわりストーリーを象徴するロゴ、のぼり等の設置 ・ひまわりイベント期間中、店舗レイアウト変更等の雰囲気づくり (黄色の雰囲気を演出する、ひまわり切花を店頭に並べる等)

令和元年度
多摩の“ひまわり”物語(ストーリー)観光連携事業
観光動態調査報告書

令和2年1月発行

発行 清瀬市・武蔵村山市ひまわりストーリー実行委員会
清瀬市市民生活部産業振興課産業振興係
武蔵村山市協働推進部観光課観光係
受託 株式会社ジェイコム東京
調査実施 ランドブレイン株式会社

本書は、多摩・島しょ広域連携活動助成金（観光振興連携活動）を活用しています。
