

文部科学省委託事業

博物館の望ましい姿シリーズ 6

誰にもやさしい博物館づくり事業 外国人対応

平成18年3月
財団法人 日本博物館協会

まえがき

日本博物館協会では、文部科学省の委託を受けて、高齢者、障害者さらには外国人を含め、博物館を全ての人にとって利用し易く快適な施設とするための「誰にもやさしい博物館づくり事業」に関する調査研究を平成16年度からすすめている。

このため、本協会に、高齢者対応、外国人対応、障害者のためのバリアフリーの3委員会を設け、それぞれの対応すべき者の観点から検討を行っている。

外国人対応の委員会においては、平成16年度に外国人が日本の博物館を訪れる際に想定される行動パターンにそって、アンケート調査を行ない60%の館から回答をえた。

本年度においては、上記アンケートにおいて外国人入館者が多い館5館を選び、ヒヤリングを行い、外国人の受け入れ状況と外国人に対するアンケートの適否とその方法について意見の聴取を行った。

その結果、上記5館において、ガイドツアーを担当しているスタッフ・ボランティアを通じて、外国人に対して原則として英文によるアンケート用紙を配布し、回答いただくこととした。それとともに、担当スタッフ・ボランティアからガイドツアーを行うにあたっての対応について意見を求めた。さらに、観光バスのツアーを行うにあたっての対応について意見を求めた。

外国人に対して直接アンケート調査を行うのは、協会としては初めての試みであり、回答者数が75と少なかったが、館を選んだ理由が知人からの薦めが最も多く、コレクションや展示がこれに次ぐ、また気に入った理由に展示、コレクションやガイドツアーが挙げられるなど、やはりオーソドックスな対応が求められているなど参考になった。

今年度及び前年度のアンケート調査の結果をもとに、事前の情報提供、交通機関からのアクセス、外側の館名サイン、窓口での対応、展示に関わる対応、その他の館内サービス案内と、外国人入館者の行動の流れに沿ったチェックリストを作成した。

また、英語による博物館用語集として、古美術、考古、伝統文化等の美術工芸編、マネジメント等の博物館専門分野編を編集した。また、参考として、国立科学博物館の英文表示例を掲げさせていただいた。今後、この用語集を充実していくことが課題である。

本調査研究に当たり、調査表の設計、報告書の作成、用語集の作成に種々ご苦勞を賜った「誰にもやさしい博物館づくり事業・外国人対応の委員会（主査 水嶋英治常磐大学大学院教授）」の皆様、特に用語集の編集に格別のご協力をいただいた水嶋英治常磐大学大学院教授研究室の皆様及び河野委員に厚く感謝申しあげる。また、豊富な英文表示例をご提供いただいた国立科学博物館に対して心から御礼申しあげる。

最後であるが、本調査研究にご支援・ご指導をいただいた文部科学省生涯学習政策局社会教育課の皆様にも厚く感謝申しあげる次第である。

平成18年3月
財団法人 日本博物館協会

委員名簿

水嶋英治(主査)	常磐大学大学院教授
米原亮三	東京都産業労働局 観光部参事(観光まちづくり担当)
河野哲郎	東京国立博物館事業部国際交流室専門職員
木村俊弘	東京都江戸東京博物館副館長
宮田英喜	京都市教育委員会 生涯学習部担当課長
五十嵐耕一	日本博物館協会専務理事

目次

はじめに

委員会委員名簿

1. 外国人来館者対応のためのチェックリスト	4
【1】 チェックリスト	4
【2】 チェックリスト利用の手引きー16年度の調査結果からー	6
2. 博物館アクセシビリティ向上のためのアンケート	8
【1】 アンケート集計結果	8
【2】 ガイドツアーを行う際の対応について	13
【3】 外国人訪問客からのコメント	14
【4】 ツアーコンダクターへのアンケートについて	16
3. 外国人受け入れのための博物館用語集(英語)	18
【1】 美術工芸編	19
・ 絵画	19
・ 書跡	19
・ 彫刻	20
・ 金工	21
・ 武器武具	21
・ 陶磁	22
・ 漆工	23
・ 染織	24
・ 考古学	24
・ 伝統文化	26
【2】 博物館管理運営関係用語集(英語)	27
4. 参考資料 (資料提供:国立科学博物館)	33
【1】 博物館案内に関する英文の表示例	33
【2】 解説パネル(各コーナーの紹介文:新館)の一例	36
【3】 インターネット ホームページ上での表示例	38
5. 調査票	39

1. 外国人来館者対応のためのチェックリスト

国際化の進展に伴い、わが国を訪れる外国人観光客が増加している。昨年の外国人対応委員会の調査によると、外国人観光客 4,000 人以上が博物館を訪れたのは 21 館、そのうち 1 万人以上の博物館は 10 館であった。

観光資源を開発し、外国人を誘致することは日本の観光政策にとっても、また文化政策を推進していく上においても、極めて重要なことである。博物館はその中心的な役割を果たすものと期待されている。これまで比較的消極的であった外国人観光客に対する対応を検討していくことは、「誰にもやさしい博物館づくり」の第一歩であるといえる。物理的なアクセスだけでなく、展示内容や情報に対するアクセスもこれからは考慮していく必要がある。

このチェックリストは、外国人が日本の博物館を訪れる際に、誰にもやさしい博物館を目指すための自己点検を目的として作成した。

なお、参考として、平成 17 年に行った調査結果の概要を項目ごとに示した。

【1】チェックリスト

達成されているもの、もしくは既存の設備やサービスで代用できる場合、□に✓をつけてください。

博物館名：

記入年月日：

記入者：

0 館名の 外国語 表示	<input type="checkbox"/> 館・園名の外国語表示がある <input type="checkbox"/> 館・園名のロゴマークを作成している
1 館・園 への アクセス	<p>1-1. 館名サイン</p> <input type="checkbox"/> 博物館の建物の外側に外国語表記の館名サインがある <input type="checkbox"/> 外国語の表記の場合、公式の館名とは別に、館の性格が分かるようなコレクションを名称の一部に入れるようにしている <input type="checkbox"/> ロゴマークを使用している <input type="checkbox"/> 入り口の表示は分かりやすい
	<p>1-2. 公共交通機関からのアクセス</p> <input type="checkbox"/> 博物館の最寄駅(JR、私鉄、バス停留所)から博物館までの交通アクセスを示す案内図がある <input type="checkbox"/> 博物館までの道路の途中に、博物館までの行き方を示す外国語の道路標識がある <input type="checkbox"/> 初めて訪れる外国人のために、博物館の周辺に博物館の入り口までの誘導サインがある

	<p>1-3. インターネットによる情報提供</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> インターネットによって、博物館独自の情報提供をしている <input type="checkbox"/> インターネット上で公開されている館のホームページには、外国語によって博物館に関する情報提供をおこなっている <input type="checkbox"/> インターネットによって館蔵品や展示品に関する情報が外国語により公開されている <input type="checkbox"/> 博物館の開館時間や入館料、休館日について、分かりやすく正確な情報提供が外国語によりされている <input type="checkbox"/> 解説案内など事前に予約が必要な場合は、インターネット上で予約可能である <input type="checkbox"/> 外国語による博物館周辺の地図を準備している <input type="checkbox"/> インターネットで公開されている情報には、博物館のコレクション内容、交通機関によるアクセス、乗換え方法、最寄駅からのアクセスが記されている
<p>2 博物館見学の 前段階 インフォメーション</p>	<p>2-1. 印刷物による情報提供</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 博物館の全体が分かる外国語パンフレットを作成している <input type="checkbox"/> ホテルや観光案内所に配布している外国語による博物館のパンフレットがある <input type="checkbox"/> そのパンフレットには、外国語で博物館までのアクセスが記されている <p>2-2. チケット</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> チケット売り場には、外国語表記がある <input type="checkbox"/> チケットには、外国語が表記されている <input type="checkbox"/> チケット購入の際に、クレジットカードを使用することは可能である <input type="checkbox"/> ICOM カード(国際博物館会議の会員証)の提示をすれば、入館料が無料である <p>2-3. インフォメーションカウンターおよびその周辺</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 手荷物やカサなどを預ける設備やスペースがある <input type="checkbox"/> 玄関ホールなどに受付カウンター？(案内所マーク) i (情報コーナー)の表示がある <input type="checkbox"/> 外国語のできるインフォメーション・スタッフがいる <input type="checkbox"/> ピクトグラム(トイレ、車イス、カメラ禁止などの絵文字)で表記している <input type="checkbox"/> 外国人が見ても分かる施設案内のオリエンテーションビデオやオーディオガイドがある <input type="checkbox"/> 外国語による展示、館蔵品紹介のための情報提供設備(ブースや情報端末)がある
<p>3 展示</p>	<p>3-1. 普及・解説</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 外国語による展示解説ツアー・案内がある <input type="checkbox"/> 予約があれば外国語による対応が可能である <input type="checkbox"/> 外国語によるオーディオガイドがある

	3-2. 展示(物)に関する情報 <input type="checkbox"/> 展示室内の入り口には、外国語のサインがある <input type="checkbox"/> 外国語による解説パネルがある <input type="checkbox"/> 展示品のラベルには外国語表記がある <input type="checkbox"/> 展示室内に展示に関する外国語による情報シートが準備されている <input type="checkbox"/> 展示解説の情報端末(ブース)で外国語による解説がなされている
	3-3. 質問対応等 <input type="checkbox"/> 展示に関して質問が出たときは、外国語で対応できる体制づくりがされている <input type="checkbox"/> 展示や運営に関してクレームが出たときは、外国語で対応できる体制づくりがされている
	4-1. ミュージアム・ショップ <input type="checkbox"/> ミュージアムショップの表示にはピクトグラムが使われている <input type="checkbox"/> お土産品の商品説明には、外国語による簡単な説明書きが用意されている <input type="checkbox"/> 外国語による商品カタログ(印刷物またはインターネットによる情報提供)がある
4 館内サービスおよび施設	4-2. レストラン <input type="checkbox"/> レストランの表示にはピクトグラムが使われている <input type="checkbox"/> メニューには外国語表記が併記されている
	4-3. トイレ・エレベータ等その他 <input type="checkbox"/> 展示室内にソファ・ベンチがある <input type="checkbox"/> トイレの場所、入り口に男女別のマークがある <input type="checkbox"/> エレベータやエスカレータの位置が分かりやすいようにピクトグラム(絵文字)が使われている <input type="checkbox"/> 救護室、授乳室、非常口などピクトグラムがある <input type="checkbox"/> 部屋名が外国語で記されている(staff room, director's office, exhibition gallery など)

【2】 チェックリスト利用の手引きー平成16年度の調査結果からー

1. 館・園へのアクセス

1-1. 館名サイン

昨年の調査では、博物館の建物の外側に、一目でわかる博物館名のサインがある館は 77%で、「ない」館は 22%であった。館名サインのある博物館のうち、表記外国語は英語が圧倒的に多く(83%)、続いてハンガール、中国語でそれぞれ 9%、8%であった。外国人対応の第一歩として館名の表示からはじめることが肝要である。

1-2. 公共交通機関からのアクセス

最寄駅から博物館までの道路(または館の周辺)に、行き方を示す道路標識がある館は 481 館(66%)であるが、その標識の「設置数は十分だと思ふ」館はわずか 159 館(33%)にとどまっていた。

最寄駅に博物館までの交通アクセスがある館は、409 館(57%)である。このうち、案内表示が日本語のほ

かに外国語でも表記されている館は、わずか 126 館(33%)にとどまっている。

1-3. インターネットによる情報提供

昨年度の調査では、Web サイト上で博物館に関する情報を外国語によって公開している館は 150 館(22%)にとどまっており、やはり言語上の問題が読み取れる。英語が 80%で一番多く、続いてハンゲルと中国語による情報提供もそれぞれ 10%と続いている。

本年度の調査では「事前情報をどのように得ているか」のアンケートでは、インターネットはまだ 7%しかないが、情報社会の今日ではインターネットによる外国人対応も検討材料のひとつだと考えられる。

2. 博物館見学の前段階 インフォメーション

2-1. 印刷物による情報提供

展示解説パネルの外国語表記は無理にしても、印刷媒体は比較的可能であると思われる。昨年度の調査では、外国人がパンフレットやガイドブックを利用できるようにしている館は半分以上(59%)であった。使用言語は英語 65%、ハンゲル 18%、中国語 17%であった。これに対し、ガイドブックを準備している館は非常に少なく、わずか 112 館(16%)にとどまっている。やはりパンフレットとガイドブックとでは、翻訳の分量と一般情報と専門用語などの質が異なるからだと思うが、専門用語の充実も今後の検討課題である。本報告書では、美術工芸の分野について用語を選択してみた。

2-3. インフォメーションカウンターおよびその周辺

昨年度の調査では、一番最初に目に付く案内板やカウンターなどの設置状況に関する問いでは、館内案内地図を設置していない館がほとんどであり、559 館(79%)であった。玄関ホールなど受付カウンターに分かりやすい「案内所マーク(?)」や「情報コーナー(i)」の表示がある館も少なく、79 館(11%)にとどまっている。

はじめて訪れる外国人にとってインフォメーションの有無は、これから引き続いて見る「展示」について貴重な情報受信の場でもある。

3. 展示

昨年度の調査では、受付カウンターで施設や展示の案内など、外国人に人的に対応することが可能な館は 178 館(25%)であった。対応可能な言語は英語 88%、ハンゲル 6%、中国語 6%の順で、英語が一番だった。また外国人を対象にした展示案内(ガイドツアー)を実施している館は1割にも満たないのが現状である(56 館 8%)。

展示品のラベルや解説パネルの外国語による文章はまだまだのようであるが、今後の外国人対応を考えれば避けて通ることのできない課題のひとつである。

4. 館内サービスおよび施設

昨年度の調査では、博物館の付帯施設であるミュージアム・ショップとレストランのピクトグラム(絵文字)の使用状況は比較的低く、ショップでは 37 館(5%)、レストランでは 76 館(11%)にとどまっていた。ショップで販売されているグッズ類に対して外国語表記がされているものは、わずか 10%であった。

展示室内のソファ、ベンチの設置をはじめとして、トイレ、エレベータ、エスカレータ、救護室、授乳室、非常口などの位置表示などピクトグラムの使用は検討事項のひとつである。

2. 博物館アクセシビリティ向上のためのアンケート

年間の来館者のうち、外国人訪問客が比較的多く訪れている博物館を選択し、アンケートを実施した。

下記の表で、A(別紙 1)は英語が分かる外国人の場合を対象とし、アンケートに直接回答していただいた。アンケート表は本報告書の巻末に掲載している。

B は、同上の質問を日本語から英語に通訳しながら回答を得た。C は、外国人訪問客に対してガイドツアーを実施している職員あるいはボランティアに気がついた点について記入式でアンケートを実施した。D は、ツアーコンダクターに対してアンケートを実施した。

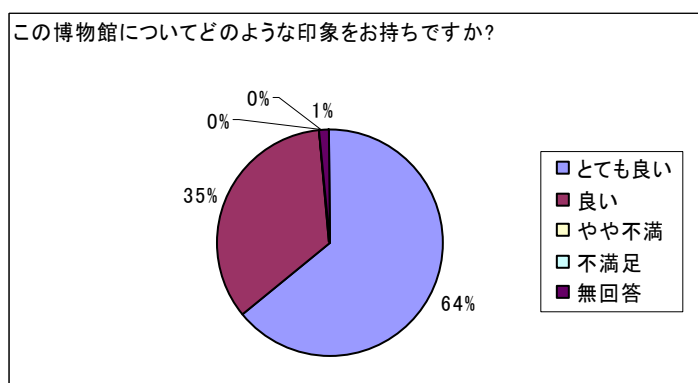
調査日時は平成 17 年 12 月 10 日から平成 18 年 1 月 10 日までの 1 ヶ月間であった。ここでの集計結果は、A(別紙 1)の方式によって外国人訪問客からの回答があった 75 名分を 100 として集計したものである。

【1】アンケート集計結果

	調査館	外国人来館者 (英語)A	外国人来館者 (日本語)B	聞き取り 調査者C	ツアー・コンダ クターD
1	北海道開拓の村	5	0	10	1
2	千葉県立房総のむら	23	1	2	3
3	江戸東京博物館	19	0	10	0
4	京都府立京都文化博物館	3	0	5	0
5	広島平和記念資料館	25	0	5	2
	合計	75	1	32	6

Q1) この博物館にどのような印象をお持ちですか？

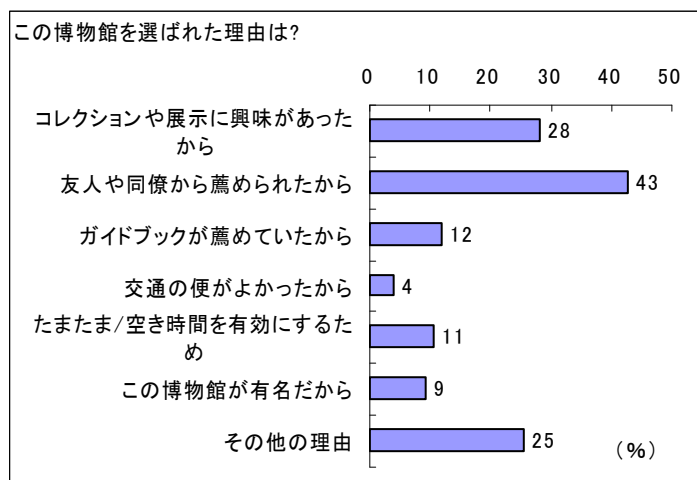
「とてもよい」が 64%、「良い」が 35%となっており、合計 99%の外国人が良い印象を持っている。ただし、印象がよくても、実際のアクセシビリティについて「良い」と感じたのではないことに注意したい。



Q1	%	回答数
とても良い	64	48
良い	35	26
やや不満	0	0
不満足	0	0
無回答	1	1

Q2) この博物館を選ばれた理由は？（複数回答）

「友人や同僚から薦められたから」という理由が 43%でもっとも高く、続いて「コレクションや展示に興味があったから」という理由が 28%と続いている。前者は受身的ではあるが、後者の「興味があったから」は自発的な理由である。口コミは重要であり、また本人の意思も重要であることがわかる。

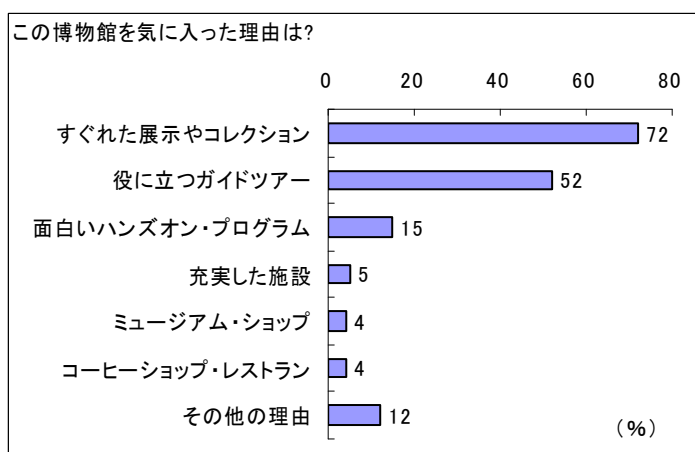


Q2	%	回答数
コレクションや展示に興味があったから	28	21
友人や同僚から薦められたから	43	32
ガイドブックが薦めていたから	12	9
交通の便がよかったから	4	3
たまたま/空き時間を有効にするため	11	8
この博物館が有名だから	9	7
その他の理由	25	19

Q3) この博物館を気に入った理由は？（複数回答）

圧倒的に多いのは「すぐれた展示やコレクション」というのが 72%を占めている。やはり、外国人であろうと日本人であろうと、博物館が支持を得るのは基礎となる展示やコレクションであることが分かる。

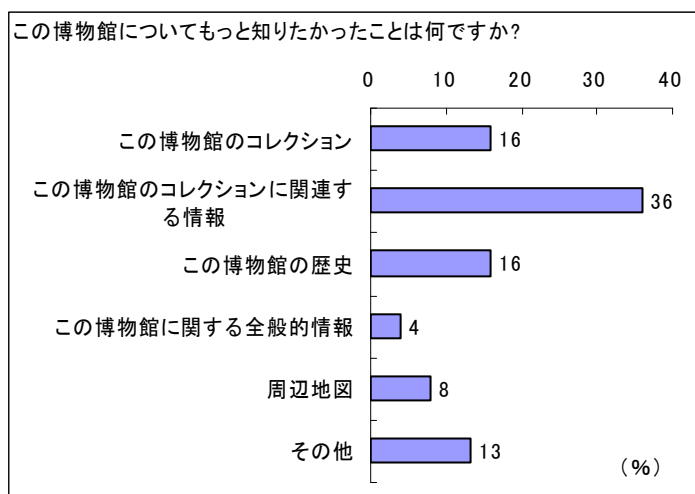
それに続いているのが「役に立つガイドツアー」の 52%である。外国人訪問客にとって「ガイドツアー」があることは、博物館を印象づける重要な要素であることが分かる。



Q3	%	回答数
すぐれた展示やコレクション	72	54
役に立つガイドツアー	52	39
面白いハンズオン・プログラム	15	11
充実した施設	5	4
ミュージアム・ショップ	4	3
コーヒーショップ・レストラン	4	3
Q3その他の理由	12	9

Q4) この博物館についてもっと知りたかったことは何ですか？

一番多かった回答は、「コレクションに関する情報」の 36%であった。「コレクション」そのものを知りたいというよりも(16%)、「コレクションの関連情報」を知りたいと回答があったのは、情報不足の証明でもある。また直接的には博物館に関係がない情報であっても「周辺地図」と答える外国人訪問客が8%いる。今後は、博物館だけのことを考慮するのではなく、周辺情報についても整備していくことが肝要である。

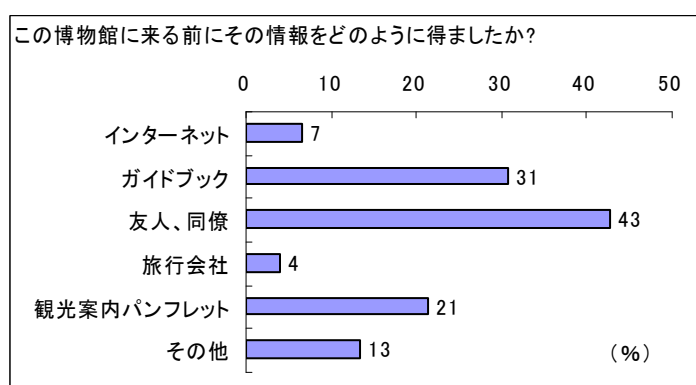


Q4	%	回答数
この博物館のコレクション	16	12
この博物館のコレクションに関連する情報	36	27
この博物館の歴史	16	12
この博物館に関する全般的情報	4	3
周辺地図	8	6
その他	13	10

Q5) この博物館に来る前にその情報をどのように得ましたか？（複数回答）

Q2 の質問とも関係するが、「友人、同僚」から情報を得ているのが 43%であった。続いて「ガイドブック」(31%)、「観光案内パンフレット」(21%)であった。「インターネット」は意外に低く7%であった。

「友人、同僚」の持った好印象が次への訪問客獲得への重要な要素であり、またガイドブックやパンフレットなどいかにメディアに博物館の情報を盛り込むかがひとつのポイントになっている。

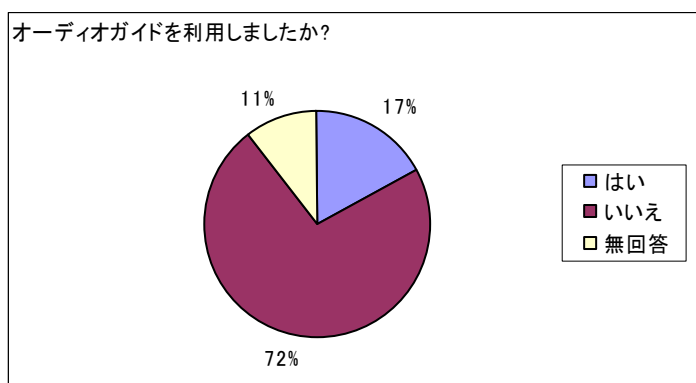


Q5	%	回答数
インターネット	7	5
ガイドブック	31	23
友人、同僚	43	32
旅行会社	4	3
観光案内パンフレット	21	16
その他	13	10

Q6) オーディオガイドを利用しましたか？

「はい」と回答したのが 17%、「いいえ」と回答したのが 72%である。

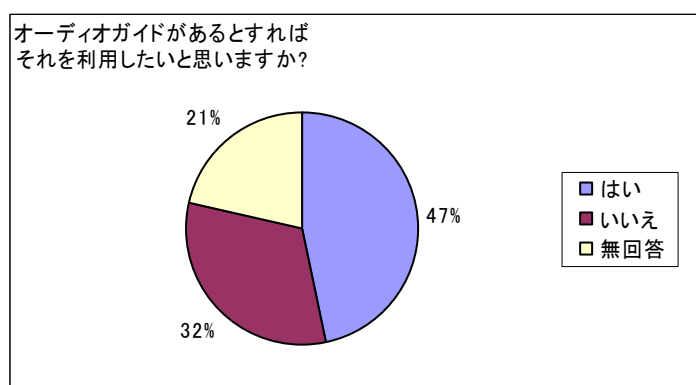
博物館にオーディオガイドがあるかないかによっても回答は異なると考えられるが、概して利用率は低い。



Q6	%	回答数
はい	17	13
いいえ	72	54
無回答	11	8

Q7) オーディオガイドがあるとすれば、それを利用したいと思いますか？

「はい」と回答したのが 47%、「いいえ」が 32%であった。オーディオガイドがあれば利用する人は半数の 47%あるのに対し、オーディオガイドがあったとしても「利用したいと思わない」人は 3 分の 1 もいる。「利用したいと思わない」後者の人たちは、オーディオガイド自体に関心がないのか、人が介在するツアーのようなものでも説明を聞かないのかは不明である。

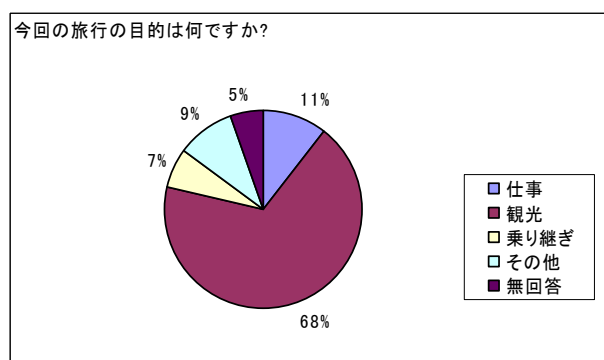


Q7	%	回答数
はい	47	35
いいえ	32	24
無回答	21	16

Q8) 今回の旅行の目的は何ですか？

7 割弱(68%)の外国人訪問客は今回の旅行の目的を「観光」と答え、続いて「仕事」の 11%である。このふたつを合計すれば8割の訪問客が「観光」と「仕事」である。観光で来た人はもちろん、「仕事」で来た外国人も博物館を訪れた人が1割(11%)を超えているのは、数字的にも大きいと見るべきだろう。

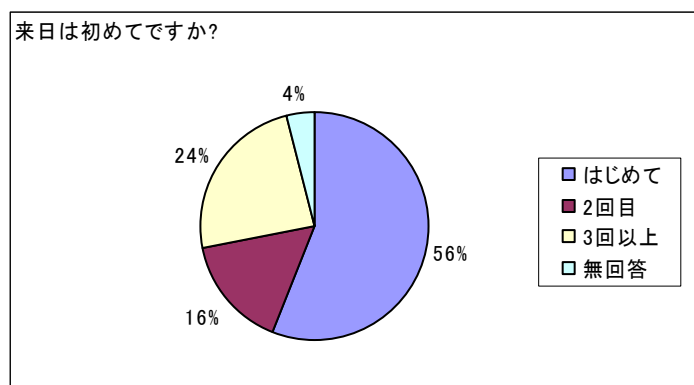
Q8-1	%	回答数
仕事	11	8
観光	68	51
乗り継ぎ	7	5
その他	9	7
無回答	5	4



Q8-2) 来日は初めてですか？

半数以上(56%)の人が「はじめて」と回答している。2回目が16%、3回目が24%となっている。

はじめて来日して、かつ博物館を訪れている人が半数を超えているところを見ると、観光客を博物館の新しいターゲットのひとつとしてみることもそれほど的外れではないように考えられる。



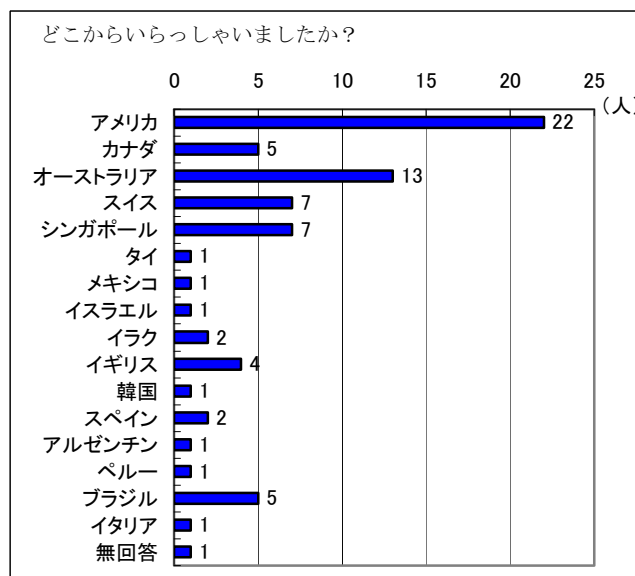
Q8-2	%	回答数
はじめて	56	42
2回目	16	12
3回以上	24	18
無回答	4	3

Q8-3) 滞在中に訪れた博物館は？

約半数が1回と回答しているが、2回6人、3回5人、4回3人、5回7人であった。なお、10回、15回、30回という回答もあったが、長期滞在者ということも考えられる。

Q8-4) どこからいらっしゃいましたか？

回答者で最も多かったのはアメリカで22人。次いでオーストラリア、シンガポール、スイス、カナダ等、英語圏が多い。これは、アンケート用紙が英文であったことの影響も考えられる。



【2】ガイドツアーを行う際の対応について

別紙3のアンケート結果を集約したのが以下の表です。

ガイドツアーを行う際の対応について各博物館園のコメントを掲載します。

①注意点	回答
相手の興味や知識に合わせて案内する	20
来館者の国の特色を勉強している	3
来館の目的に応じたガイドをする	2
相手の出身国や日本との関係	2
ガイド時に西暦で説明する	1
国籍等で私情を入れない	1

②喜ばれた点	
甲冑試着、着物試着、台所、昔の遊び	2
相手の文化尊重した姿勢で説明すること	2
展示以外の説明や館周辺の情報を話した時	2
古い文化の体験	1
説明後に折り鶴を折る体験をした時	1
無料ロッカー、レストラン、ショップなどの利用方法	1
よい本のアドバイスをした時	1

③困った点	
専門的質問でその場で答えられなかった時	8
文化の違いにより十分理解してもらえなかった時	2
相手の言葉が聞き取れない時(非英語圏の人)	2
日本人が当たり前と思っていることの質問に答えられなかった時	2
国の異なる団体のツアーで、国名や名前が覚えられない時	1
パネルに西暦を入れて欲しい	1
各部屋の入口や時代の最初に英語の表示を入れて欲しい	1
建物がいくつもあって順路が分かりづらい	1
アメリカ人で原爆投下が正当と教育されている人への説明	1
英語圏以外の団体の場合、ダブル通訳になり時間がかかった	1
日常英語と歴史英語の差を説明すること	1

④希望すること	
事前にガイドする人の国・職業・専門などが分かると助かる	2
英語キャプションの増加	2
ビデオをバイリンガルにして欲しい	2
英語以外の言語を話せるガイドが欲しい	2
実地に役立つ研修会	2
周辺の案内板に英語表示をつける	1

④希望すること(つづき)	
専門用語の英訳の手引きが欲しい	1
展示品の説明だけでなく、歴史の解説資料も欲しい	1
モニュメントの標識を分かりやすくして欲しい	1
体験型展示をもっと導入して欲しい	1
展示替えの情報などを早めに知らせて欲しい	1

【3】外国人訪問客からのコメント(別紙1) (Q2~Q5)

外国人観光客による回答のうち、選択肢以外の other reason に回答されたものを抽出したものである。

Q2) この博物館を選んだ理由

- A Friend took us and I saw it as a child and wanted to see it.
- I was taken there by Japanese friend.
- I am interested in Japanese Culture.
- Airport Tourism Office.
- I heard that it was an excellent museum.
- Host families decision.
- Building in which it is housed.
- Historic reason.
- To pay my respect to those who died.
- To see what really happened and remember....
- If you come to Hiroshima, it is the one place not to miss.
- I am staying with friend.
- For the importance of the museum.
- Very important to know about this moment of history.
- Visiting this museum is synonymous with visiting Hiroshima – the two go hand in hand.

Q3) 気に入った理由

- Very food notes and layout (older history to present)
- It is hard to find Meiji era relics in Hokkaido, so I like this exhibit.
- Open air
- Audio guide
- Make the A-bomb more meaningful + puts it in context with our present times.
- objects

Q4) 知りたかったこと

- I would like to see a map recommending the order in which we should visit the exhibits, either by theme or circa of usage. Perhaps more volunteers in period costume would also be helpful to capture the feeling of the era.
- more English information
- Information in English
- good English signs
- More information about the clean-up procedures.
- There should be no dramatic music in the first exhibit- people should be encouraged to contemplate by a sonically neutral environment.

Q5) 事前情報

- I didn't know about the museum before visiting it.
- International Guest house Azure
- Airport tourist information
- Poster in subway
- by JGI Company
- walk by chance
- Interest in subject
- A bit of evening general knowledge

その他の意見

- The museum is 'a lot' to handle, and appropriately so. Suppose, if anything, the opening material's chronological presentation leads to a set of tired eyes at the close, could not say though, if it's right or not to shorten or alter the presentationl. The bomb is as such a weighty affair.

【4】ツアーコンダクターへのアンケートについて

C(別紙4)のツアーコンダクターのアンケート結果をまとめたのが以下の表です。

①この博物館のどこが喜ばれていますか。	回答数
日本文化が認識、体験できる。	2
甲冑体験、飾りろうそく	1
古い建築が多く見られる	1
農家	1
原爆や戦争について考え学べる点	1
料金が良心的	1
車椅子用エレベーターがあること	1
無料コインロッカーがあること	1
館内のパノラマと臨場感のあるビデオ(原爆投下の瞬間)	1
多言語の解説テープがある	1
出口にある対話ノート	1
被爆者の描いた絵や証言ビデオ	1

②どういうクレームがありますか。	回答数
特になし	3
デモンストレーションが少なかった	1
観覧時間がかかりすぎる	1
出口まで休む所が少ない	1
建物の入口がわかりにくい	1

③この博物館に対する希望をあげてください。	回答数
中国語の案内が欲しい	1
英語の説明版や説明カードを置いて欲しい	1
ミュージアムショップを外に設置する	1
入館前後にオリエンテーションができる場所が欲しい	1
カフェが小さい。市民と対話できるフリースペースが欲しい	1
市民が行っているアクティビティーやグループ紹介(特に平和関連の)の掲示	1

④ツアーでこの博物館を選んだ理由	回答数
昔からツアーに組み入れている	1
JTBのツアーに選ばれていた	1
幕張から近い	1
日本の伝統的風景が見られる	1
甲冑体験が面白い	1

お客様からのご要望が多い	1
人類に不可欠なテーマであり、教育的且つユニークな展示方法だから(平和	1
入館料が安い	1

⑤その他外国人に人気があるところ(観光スポット)は。	回答数
赤レンガ(札幌)	1
成田山	1
京都	1
東京	1
宮島	1
三滝	1