
秋川溪谷観光経済統計調査・分析等業務委託 報告書

令和3年3月

秋川溪谷観光経済統計調査事業連絡会

目次

第1章 業務の概要	1
1 業務の目的.....	3
2 業務項目.....	3
3 用語の定義.....	3
4 実施方針.....	4
5 業務内容.....	5
第2章 事業計画及び事業内容の設計	7
1 事業概要.....	9
2 平成30年度から令和4年度までの事業計画及び事業内容の設計.....	10
第3章 必須調査の実施	15
1 観光地点等入込客数調査の実施.....	17
2 観光地点パラメータ調査の実施.....	34
3 域内調達率調査（経済波及効果の算出及び分析）.....	39
第4章 経済波及効果の算出	49
1 秋川溪谷の産業構造の整理.....	51
2 入込客数・観光消費額の推計.....	56
3 観光産業における経済波及効果の推計.....	63
第5章 調査結果に基づく分析及び提案（改善点等）	77
1 調査結果から見る施策の考え方.....	79
2 調査結果の取りまとめ.....	80
3 施策検討の考え方.....	94
第6章 K P I の設定	104
第7章 事業全体に係る調査方法、分析方法、改善案の提案等を含む計画策定 ..	108
1 観光地点等入込客数調査.....	110
2 観光消費額等の調査（観光地点パラメータ調査）.....	111
3 域内調達率の調査（経済波及効果の算出及び分析）.....	112
4 調査結果に基づく分析及び提案（改善点等）及びK P I の設定.....	113
第8章 事業連絡会の実施	114
1 事業連絡会の概要.....	116
2 事業連絡会の実施内容.....	118

【巻末資料】

- ・アンケート調査票 原本
- ・アンケート集計結果

第1章 業務の概要

第1章 業務の概要

1 業務の目的

秋川渓谷（あきる野市・檜原村）における観光産業の経済規模や観光消費がもたらす地域への経済波及効果を「見える化」することにより、経済団体や地域住民との連携促進、データに基づく効果的・効率的な観光施策の実施及び観光産業を地域における自立した産業として発展させることで、地域経済の活性化を図ることを事業の目的とする。

2 業務項目

本業務の業務項目を表1-1に示す。

表 1-1 業務項目一覧

項目	細別
1. 計画準備	業務の実施方針、業務フロー、工程計画、技術提案に関わる計画準備
2. 事業計画及び事業内容の設計	・平成30（2018）年度から令和4（2022）年度までの事業計画及び事業内容の設計 ・事業全体に係る調査方法、分析方法、改善案の提案等を含む計画策定
3. 必須調査	・観光地点等入込客数調査
	・観光消費額等の調査（観光地点パラメータ調査）
	・域内調達率の調査（経済波及効果の算出及び分析）
4. 調査結果に基づく分析及び提案並びに学識経験者からの意見聴取（改善点等）	・観光消費による経済波及効果を示す指標（波及効果額、域内総生産（GRP）に占める割合等）算出 ・観光による経済波及効果拡大に向けた分析及び提案 ・学識経験者からの意見聴取 ・KPIの設定
5. 秋川渓谷観光経済統計調査事業連絡会の運営支援	①メンバーへの開催案内の連絡 ②会議準備、③会議の司会・進行 ④会議資料の印刷・準備、⑤資料説明 ⑥会議録の取りまとめ
6. 調査報告書の作成及び中間報告書の提出	・中間報告：10月末実施 ・最終報告：3月末に意見集約

3 用語の定義

本報告書で用いる用語の定義は以下の通りである。

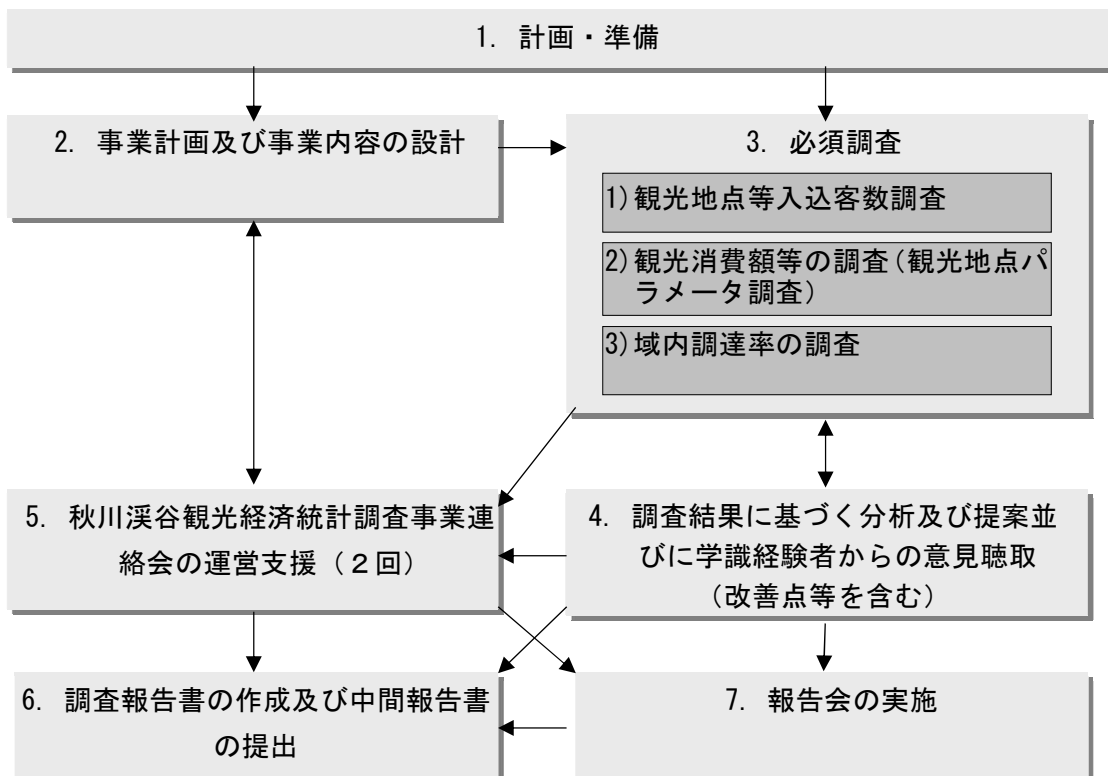
表 1-2 用語の定義（1）

用語	定義
観光入込客	・日常生活圏以外の場所へ旅行し、そこでの滞在が報酬を得ることを目的としない者。本基準では、観光地点及び行祭事・イベントを訪れた者を観光入込客とする。
観光地点等入込客数	・観光地点及び行祭事・イベントごとの観光入込客の総数。
観光入込客数	・都道府県の観光地点を訪れた観光入込客をカウントした値で、例えば、1人の観光入込客が当該都道府県内の複数の観光地点を訪れたとしても、1人回と数えることとなる。

表 1-3 用語の定義（2）

用語	定義
訪問地点数	・観光入込客1人の1回の旅行において、当該都道府県内で訪問した観光地点の数。
観光消費額単価	・観光入込客1人の1回の旅行における当該都道府県内での観光消費額。
観光消費額	・観光客が消費した金額のこと。観光客にアンケート調査等で地域内にて使った金額を尋ね、一人当たりの消費単価（平均値）を求める。 ・その際、サービス分野ごとに8業種の内訳や日帰客、宿泊客の内訳も整理する。一般に日帰り客よりも、宿泊客の方が消費単価も大きいため、経済効果推計を行うにあたっては、重要な数値となる。
域内調達率	・事業者が地域内から原材料や雇用者等を調達する率。 ・観光客が地域の中で消費した金額のうち、地元の素材、地元の労働者など、「地元に戻元される部分」の購入によって消費された額の割合を意味する。観光による地域活性化は、「入込観光客数」だけが強調される数字になっているが、観光客一人当たりの顧客単価や、域内調達率を考えることも極めて重要である。
（観光）経済波及効果	・地域に訪れた観光客が、地域内で観光消費を行い、その観光消費された金額のうち、どの程度が地域経済に影響を及ぼした金額を意味する。

4 実施方針



5 業務内容

(1) 計画準備

本調査の実施方法、調査内容、実施体制、日程等に関する業務計画書を作成し、提出した。

観光産業が地域へもたらす経済波及効果を測るため、秋川渓谷における経済規模を推計し、年間の域内総生産に占める観光消費による経済波及効果額の割合を算出するため、「①観光客数、②観光消費額等、③域内調達率」の調査を基本とする。調査により得られたデータを分析し、地域経済の活性化を実現させるために効果的な手法を提案した。

(2) 事業計画及び事業内容の設計

2019年ラグビーワールドカップ（以下「ラグビーワールドカップ」という。）や東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会（以下「オリンピック」という。）などの大きな国際スポーツイベントの開催前後といった社会情勢の変化における域内の観光産業による影響を図るため、事業の継続的な実施が必要であることから、全体の事業計画は5ヵ年とする。

令和2年度については、オリンピックの延期、新型コロナウイルス感染症の影響を考慮し、過年度業務で取りまとめた事業目標、事業概要及び事業成果を踏まえ、事業計画及び事業内容を設計した。

(3) 必須調査

ア 観光地点等入込客数調査の実施

(ア) 調査概要

主要観光施設、宿泊施設及び行祭事・イベント等における観光入込客数を調査した。

(イ) 調査地点

東京都観光客数等実態調査の調査箇所を参考に、秋川渓谷内の主要な観光施設の対象地点を18ヵ所選定した。

(ウ) 調査方法

各調査地点の管理者へ調査票を配布し、回収した（郵送・FAX・メール等）。

(エ) 調査周期（四半期ごと）

観光地点等の入込客数は、四半期ごとに取りまとめる。令和2年度は、令和2年暦年（1～3月、4～6月、7～9月及び10～12月）を調査周期とした入込客数を、半期ごとに集計し（8月及び1月に調査票を送付）、自治体別で一覧表に整理するとともに、次年度以降との経年変化が分かるよう取りまとめた。

また、調査の際は、新型コロナウイルス感染症の状況についても併せて把握した。

イ 観光地点パラメータ調査の実施

(ア) 調査概要

観光地点を訪れた来訪者の属性、一人当たりの消費額、訪問地点数、満足度等について、四半期ごとに調査する。令和2年度は、5月、8月、11月及び1月に調査する予定であったが、新型コロナウイルス感染症の感染状況を鑑み、11月調査のみ実施した。

(イ) 調査地点

あきる野市及び檜原村の2市村の観光地点とした。

(ウ) 調査方法

調査員が調査地点に出向き、調査様式により、観光客に対する聞き取り調査を行った。

(エ) 調査項目

調査項目は、観光客の属性、旅行形態、交通機関、立ち寄り地点、旅行の目的・動機・情報収集方法、来訪回数・滞在時間、観光消費額、観光に対する評価（満足度）等とした。また、新型コロナウイルス感染症の状況及び GoTo キャンペーンの影響等についても把握する設問を加えた。

ウ 域内調達率調査（経済波及効果の算出及び分析）

(ア) 調査概要

域内の観光産業及び関連産業の事業者に対して、売上全体に占める観光客の売上比率や、経費比率（原材料費率、人件費比率など）、各経費の市内・市外調達率比率を調べ、域内の観光産業及び関連産業の構造を把握するとともに、観光産業が地域にもたらす経済効果を把握した。経済波及効果算出方法は、産業連関表を用いない乗数理論で算出した。

(イ) 調査対象

観光産業の経済規模を把握するため、あきる野市・檜原村の観光協会・商工会等の登録事業所を選定した。対象は、観光地、飲食店、土産店、宿泊施設等とした。

令和元年度は、五日市地区及び檜原村を対象に実施した。令和2年度については、その対象範囲を広げて、秋川地区まで広げ、あきる野市全体の観光事業者の実態を把握した。

(ウ) 調査方法

(イ) で抽出した調査対象施設に対して、事業者アンケート（調査票を郵送・FAX・メール等で配布・回収）を活用して網羅的に把握し、主要な事業者に対しては、事業者ヒアリングを実施した。

(4) 調査結果に基づく分析及び提案並びに学識経験者からの意見聴取（改善点等を含む）

(3) のアからウまでの調査結果を活用し、観光消費による経済波及効果を示す指標（波及効果額、域内総生産（GRP）に占める割合等）を算出し、観光による経済波及効果拡大に向けた分析及び提案を行った。

加えて、調査結果を踏まえ、令和元年度に設定した目標値（KPI）の見直しを行った。

(5) 秋川渓谷観光経済統計調査事業連絡会の運営支援

秋川渓谷観光経済統計調査事業連絡会（あきる野市、檜原村、あきる野商工会、一般社団法人あきる野市観光協会、一般社団法人檜原村観光協会及び秋川渓谷旅館組合）を開催し、調査報告を行い、構成団体の意見を取りまとめた。

年度ごとに2回以上実施し、運営支援として、①メンバーへの開催案内の連絡、②会議準備、③会議の司会・進行、④会議資料の印刷・準備、⑤資料説明、⑥会議録の取りまとめを行った。

(6) 実施状況の報告及び調査報告書の作成

本事業の実施状況は、令和2年度第1回の事業連絡会において中間報告を行った。また、(2) から (4) までの結果を調査報告書として取りまとめ、年度末までに提出した。

第2章 事業計画及び 事業内容の設計

第2章 事業計画及び事業内容の設計

1 事業概要

本事業の概要を以下に示す。アンケート及びヒアリング調査時には、これらの事業概要をもとに対象事業者へ趣旨を説明した。

【事業目的】

秋川渓谷観光経済統計調査事業は、東京都市長会の「多摩・島しょ広域連携活動助成金（補助率10/10）」を活用して、あきる野市・檜原村における観光産業のもたらす経済効果等を把握するための調査を行い、より効果的な観光施策の実施につなげることを目的とした。

本事業は、あきる野市・檜原村の観光関連団体によって組織した「秋川渓谷観光経済統計調査事業連絡会」（構成団体は、あきる野市、檜原村、あきる野商工会、あきる野市観光協会、檜原村観光協会、秋川渓谷旅館組合）が主体となっている。

【事業対象地域】



あきる野市・檜原村の経済規模

□域内人口：83,163人（1.97%）

□面積：178km²（15.3%）

□総生産額：2,655億円（1.55%）

□事業所数：2,597事業所（1.99%）

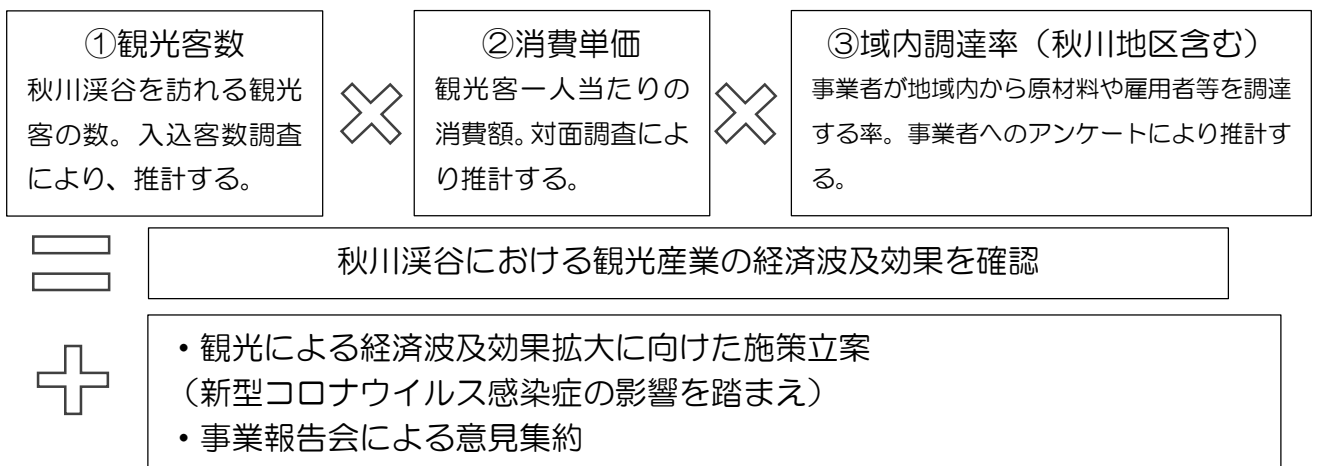
□従業員数：22,900人（1.56%）

※カッコ内は多摩地域全体におけるあきる野市・檜原村の割合

出典：「多摩けいざい」平成29年10月号

あきる野市・檜原村は、観光資源の結びつきが強く、2市村を横断的に周遊する観光客は非常に多い。また、あきる野商工会及び秋川渓谷旅館組合は2市村にまたがった組織体であることから、より効果的かつ当地域の観光の実情に沿った調査が行うことができると想定した。

【事業概要（令和2年度）】



秋川渓谷における観光産業の経済規模や観光消費がもたらす地域経済への波及効果を「見える化」することで、経済団体や地域住民との連携促進及びデータに基づく効果的・効率的な観光施策の実施につながると考えられる。

2 平成30年度から令和4年度までの事業計画及び事業内容の設計

本事業は、秋川渓谷（あきる野市・檜原村）における観光産業の経済規模や観光消費がもたらす地域への経済波及効果を「見える化」することで、経済団体や地域住民との連携促進、データに基づく効果的・効率的な観光施策の実施及び観光産業を地域における自立した産業として発展させることで地域経済の活性化を図ることを事業の目的とするものである。

また、オリンピックやラグビーワールドカップの開催など、社会情勢の変化における域内の観光産業による影響を測るため、事業の継続的な実施が必要であることから、事業計画は5ヵ年計画とし、年度ごとの事業計画及び事業内容を設計した。

事業計画及び事業内容の考え方及び詳細な内容を以下に示す。なお、本内容は、平成30年度に実施した調査に基づいて企画・立案した内容であることから、今後事業を進めるに当たり、得られた成果等や行政計画・社会情勢の変化を踏まえ、秋川渓谷観光経済統計調査事業連絡会で協議し、適宜更新を行うものとする。

<本事業の意義・目標>

- ・今まで不明確であった、観光に関する統計データ（観光客数、観光消費額等）を暦年・四半期ごとに調査することで、社会情勢の変化に伴う動態を明らかにすることができる。
- ・秋川渓谷における産業構造を整理するとともに、観光客の消費が本地域に及ぼす範囲、域内総生産に占める観光消費による経済波及効果の「見える化」が図れる（どの分野にどの程度波及されているか）。
- ・観光消費は下図の通り、多岐の産業に波及する。経済波及効果の分析結果から、秋川渓谷における多様な部門（環境、林業、農業、商工）からの課題をとらえることができ、どの部門がどのような施策を展開すればよいか明らかになる。
- ・総合計画や観光・産業に関する計画など、行政の取組みとしてまとめた「行政計画」に対し、本調査にて観光・経済的な視点で取りまとめる「事業計画」の両輪を踏まえた施策を展開していくことが好ましい。本事業の結果を、行政計画の施策を展開している関係者へ、適宜フィードバックするとともに、計画の更新時期に調査結果等を反映していくことが望ましい。

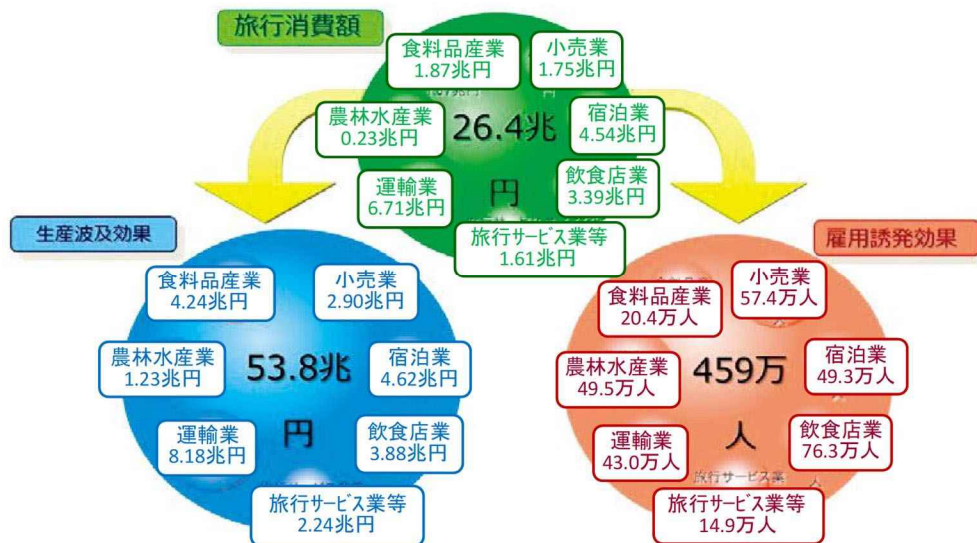


図 2-1：旅行消費が日本国内にもたらす産業別経済効果（2016年）

出典：観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」に一部加筆

<事業計画>

※目標値については、1年間の継続調査を実施した後に算出（観光入込客数、観光消費額単価、観光消費額、域内調達率、経済波及効果などを想定）

※令和2年度の補助期間の延長を希望しないことから、事業計画は5カ年とする



◆平成30年度（初年度）※事業内容の検討、調査方法の立案

事業概要：秋川渓谷における観光産業の経済規模や観光消費がもたらす地域経済への波及効果を「見える化」するための基礎調査の立案

事業内容：観光客数を把握する施設、イベント、宿泊施設の抽出・調査方法の立案・取りまとめ
観光パラメータ調査の地点の整理、調査方法の立案、取りまとめ
経済波及効果算出を目的とした、アンケート調査の企画・立案・取りまとめ（対象範囲：あきる野市（五日市地区）、檜原村）

事業者ヒアリング（主な観光産業を対象）

調査結果の分析、考察及び今回の調査から得られた課題の整理

事業報告会の実施（行政機関、事業者、一般等）

事業成果：調査方法を立案し、対象地点における統計データの整理

アンケート調査結果における半期（10-12期、1-3期）の経済波及効果の取りまとめ

上記調査結果からの本地域の観光産業に対する課題の整理

◆令和元年度（2ヵ年目）※継続調査、1年間を通じた調査分析・調査方法の改善、目標値（KPI値）の設定

事業概要：令和元年度整理した調査方法に基づく継続調査（1年間を通じた）、過年度調査を踏まえ四半期の調査結果を用いた課題の整理、調査結果からの施策立案

事業内容：観光客数、イベント、宿泊施設の入込客数の整理（継続調査）

観光パラメータ調査（継続調査）

経済波及効果算出を目的とした、アンケート調査（継続調査・対象範囲の見直し検討（あきる野市（秋川地区）の追加の有無））

事業者ヒアリング（主な観光産業に関する小売り・卸売業を対象）

四半期の調査結果を用いた課題の整理、調査結果からの施策立案

事業報告会の実施（行政機関、事業者、一般等）、学識経験者からの意見聴取

事業成果：継続調査を図ることで、ラグビーワールドカップの時期における観光動態の変化を把握
アンケート調査結果における年間の経済波及効果の取りまとめ

上記調査結果からの本地域の観光産業に対する課題の整理（年間）

調査結果からの施策立案

目標値（KPI値）の設定

◆令和2年度（3ヵ年目）※新しい観光様式の検討、関係組織（環境、林業、農業、商工等）へのフィードバック、新計画策定に向けた施策の検討

事業概要：新型コロナウイルス感染症を踏まえた調査、観光実態の把握、観光に関する計画に対しての意見調整・目標値への反映

事業内容：観光客数、イベント、宿泊施設の入込客数の整理（継続調査・オリンピックの効果の有無等）

観光パラメータ調査（新型コロナウイルス感染症を踏まえた調査（感染状況や緊急事態宣言を鑑みて、春期・夏期調査を中止、オリンピック延期））

経済波及効果算出を目的とした、アンケート調査及び事業者ヒアリング（秋川地区まで広げた対応）

8 四半期（本年 7-9 期調査まで）の結果を踏まえた、課題及び施策の検討、観光産業へ波及する関係部署（環境、林業、農業、商工等）との施策内容についての協議
事業報告会の実施（行政機関、事業者、一般等）、学識経験者からの意見聴取
事業成果：新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえた調査を図ることで、観光実態の変化についても分析
観光産業へ波及する関係部署（環境、林業、農業、商工等）との施策内容について協議、総合計画への目標値（K P I 等）の反映

◆令和 3 年度（4 ヶ年目）※関係事業者を集めた説明会、事業報告会、今後の展開等の協議

事業概要：調査方法に基づく継続調査（1 年間を通じた）、観光関係事業者を集めた説明会（3 ヶ年の事業報告会）

事業内容：事業範囲の拡大（日の出町を追加）

観光客数、イベント、宿泊施設の入込客数の整理（継続調査・オリンピック実施時・終了後の影響評価等）、調査スキームの構築

観光パラメータ調査（継続調査・オリンピック実施時・終了後の影響評価）

経済波及効果算出を目的とした、アンケート調査及び事業者ヒアリング（オリンピック等の国際イベントによる効果の有無等、新型コロナウイルス感染症の影響、with コロナの影響等）

1 2 四半期（本年 7-9 期調査まで）の結果、総合計画及び観光に関する計画に対しての事業者向け行動計画の立案、関係事業者を集めた説明会（3 ヶ年の事業報告会）、今後の展開等の協議

事業報告会の実施（行政機関、事業者、一般等）、学識経験者からの意見聴取

事業成果：継続調査を図ることで、オリンピック終了後の観光動態の変化を把握

今後の観光振興に向けた実効性のある行動計画の策定

関係事業者間での意識共有及びDMOなどの組織形成の検討、総合計画への目標値（K P I 等）の反映

◆令和 4 年度（5 ヶ年目）※結果総括、西多摩地域観光入込客数調査との比較、シンポジウムの開催、DMO組織の形成

事業概要：調査方法に基づく継続調査（1 年間を通じた）、5 ヶ年事業の総括、調査結果に基づく今後の展開

事業内容：観光客数、イベント、宿泊施設の入込客数の整理

観光パラメータ調査（西多摩地域観光入込客数調査との比較）

オリンピック開催の翌年、北京冬季オリンピック・パラリンピック競技大会、新型コロナウイルス感染症の影響評価

5 ヶ年事業の総括、シンポジウムの開催（成果報告会、学識経験者の講演、地域内の主体的な活動団体における活動発表、今後の秋川渓谷の観光振興に向けた取り組み）

DMO組織の形成（秋川渓谷観光経済統計調査事業連絡会の発展的解散、新組織形成）

事業報告会の実施（行政機関、事業者、一般等）、学識経験者からの意見聴取

事業成果：事業終了後も本調査内容が進むよう、DMO形成に向けた新たな組織を形成

事業者及び地域住民への意識付けを図るためにシンポジウムを開催

総合計画への目標値（K P I 等）の反映

第3章 必須調査の実施

第3章 必須調査の実施

1 観光地点等入込客数調査の実施

(1) 調査目的

国内外の旅行者が秋川渓谷を訪問した実態を調査し、観光が地域経済に与える効果を計量的に把握するため、入込客数等に関するアンケート調査により推計した。

(2) 調査方法及び調査結果

入込客数を把握するため、主要観光施設調査、行祭事・イベント数調査及び宿泊施設調査を実施した。調査は、上半期（1月～6月）と下半期（7月～12月）に分けて実施し、宿泊施設については令和元年度の入込客数が未回答の施設に対し、令和元年度の入込客数の調査も依頼した。

ア 主要観光施設調査

(ア) 対象地点の抽出（リストと位置図）

東京都観光客数等実態調査及び西多摩地域観光入込客数調査の調査箇所を参考に、秋川渓谷内の主要な観光施設の対象地点を18ヵ所選定した。令和2年度から「あきる野ふるさと工房」を追加した。

表 3-1 主要観光施設調査 対象地点一覧

市村	観光施設
あきる野市 (14)	<ul style="list-style-type: none">・秋川ふれあいランド・リバーサイドパークの谷・秋川橋河川公園バーベキューランド・秋川渓谷瀬音の湯（日帰り温浴施設）・秋川国際マス釣場・都立小峰公園・立川国際カントリー倶楽部・東京五日市カントリー倶楽部・東京サマーランド・秋川ファーマーズセンター・秋川キララホール・五日市ファーマーズセンター・秋川渓谷戸倉体験研修センター（戸倉しろやまテラス）・あきる野ふるさと工房
檜原村 (4)	<ul style="list-style-type: none">・檜原温泉センター数馬の湯・檜原都民の森・特産物直売所 やまぶき屋・神戸国際マス釣場

※網掛けは令和2年度から追加

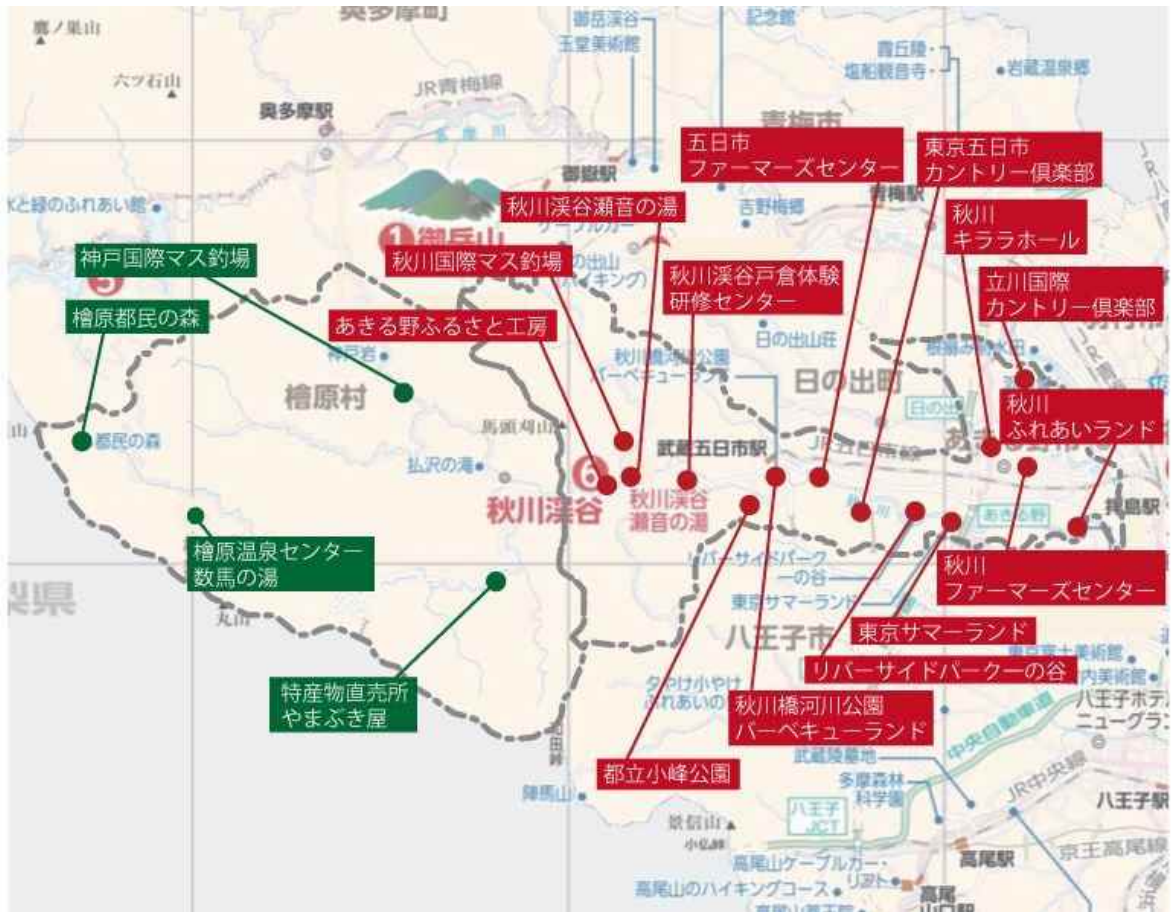


図 3-1 主要観光施設調査 対象地点マップ

(イ) 調査票の設計・調査方法 (郵送)

調査票は、東京都観光客数等実態調査を参考に作成し、郵送した。なお、期限までに回答が得られなかった施設については電話連絡を行った。

上半期の調査票は、新型コロナウイルス感染症の影響による傾向の変化、下半期の調査票は、新型コロナウイルス感染症の影響に加え、GoTo キャンペーンなどの傾向についても設問に追加した。

調査票の内容を以下に示し、原本は巻末資料に示す。

(FAX: 048-259-6315)

～秋川渓谷観光客数等実態調査 (施設利用者数等) 調査票～

裏面の「ご記入にあたってのお願い」をご確認の上、ご回答ください。

調査主体: 秋川渓谷観光経済統計調査連絡会事務局
調査実施機関: 中央開発株式会社 (担当: 成瀬、守田)
TEL: 048-259-6313 FAX: 048-259-6315
E-mail: naruse@cknet.co.jp

Q1. 入込客数 (施設利用者数) をお伺いします。月別にご記入下さい。推計値、概数でも結構ですので、お答え下さい。(単位: 人)

2020年 上半期	1月	2月	3月	4月	5月	6月	上半期計
入込客総数							
うち 外国人客数							
2020年 下半期	7月	8月	9月	10月	11月	12月	下半期計
入込客総数							
うち 外国人客数							

※1月に調査票をお送りいたします。

Q2. 入込客についてお聞きます。

Q1. の入込客数は実数値ですか、それとも推計値 (概数) ですか、いずれかに○を付けて下さい。

推計値 (概数) とお答えの方に確認します。

1 具体的な推計方法について教えてください。
(例: 入込客からの推計、交通機関利用者からの推計 など)
また、その入込客数の把握期間はどのようになっていますか、いずれかに○を付けて下さい。

2 月1回以上の頻度で訪問する人数の割合はどの位ですか、いずれかに○を付けて下さい。

①実数値 ②推計値 (概数)
①全期間 ②代表期間
③その他 ④50%未満 ⑤50%以上
⑥不明

Q3. 新型コロナウイルス感染症の影響から施設利用の傾向や特記事項がありましたらご記入願います (※外国人の観光客の減少、日本人の観光客の変動など)。

Q4. 2020年 (上半期) における施設利用における上記以外の傾向や特記事項がありましたらご記入願います。

Q5. 貴施設に關してお伺いします。

(施設名)	(ご担当部署)	(ご担当者)
(TEL)	(FAX)	(E-mail)

ご協力ありがとうございました。同封の返信用封筒、もしくはFAX、E-mailでご返信下さい

(FAX: 048-259-6315)

～秋川渓谷観光客数等実態調査 (施設利用者数等) 調査票～

裏面の「ご記入にあたってのお願い」をご確認の上、ご回答ください。

調査主体: 秋川渓谷観光経済統計調査連絡会事務局
調査実施機関: 中央開発株式会社 (担当: 成瀬、守田)
TEL: 048-259-6313 FAX: 048-259-6315
E-mail: naruse@cknet.co.jp

Q1. 入込客数 (施設利用者数) をお伺いします。月別にご記入下さい。推計値、概数でも結構ですので、お答え下さい。(単位: 人)

2020年 上半期	1月	2月	3月	4月	5月	6月	上半期計
入込客総数							
うち 外国人客数							
2020年 下半期	7月	8月	9月	10月	11月	12月	下半期計
入込客総数							
うち 外国人客数							

ご回答ありがとうございました。

Q2. 入込客についてお聞きます。

Q1. の入込客数は実数値ですか、それとも推計値 (概数) ですか、いずれかに○を付けて下さい。

推計値 (概数) とお答えの方に確認します。

1 具体的な推計方法について教えてください。
(例: 入込客からの推計、交通機関利用者からの推計 など)
また、その入込客数の把握期間はどのようになっていますか、いずれかに○を付けて下さい。

2 月1回以上の頻度で訪問する人数の割合はどの位ですか、いずれかに○を付けて下さい。

①実数値 ②推計値 (概数)
①全期間 ②代表期間
③その他 ④50%未満 ⑤50%以上
⑥不明

Q3. 新型コロナウイルス感染症の影響から施設利用の傾向や特記事項がありましたらご記入願います (※外国人の観光客の減少、日本人の観光客の変動など)。

Q4. GoToトラベル・イートキャンペーンにおける施設利用の傾向や特記事項がありましたらご記入願います。

Q5. 貴施設に關してお伺いします。

(施設名)	(ご担当部署)	(ご担当者)
(TEL)	(FAX)	(E-mail)

ご協力ありがとうございました。同封の返信用封筒、もしくはFAX、E-mailでご返信下さい

図 3-2 主要観光施設調査 調査票 (左: 上半期、右: 下半期)

(ウ) 調査結果

対象地点 18 カ所すべてより回答が得られた。以下に結果を示す。あきる野市・檜原村の合計で 1,495,533 人回であった。

月別合計で、令和 2 年度と令和元年度とを比較すると、5 月、8 月、4 月の順で大幅に減少しており、GW の連休に緊急事態宣言が発令していたことの影響が考えられる。8 月については、「東京サマーランド」の入込客数が大幅に減少していた。

A：月別の傾向（あきる野市及び檜原村の時期別の入込把握）

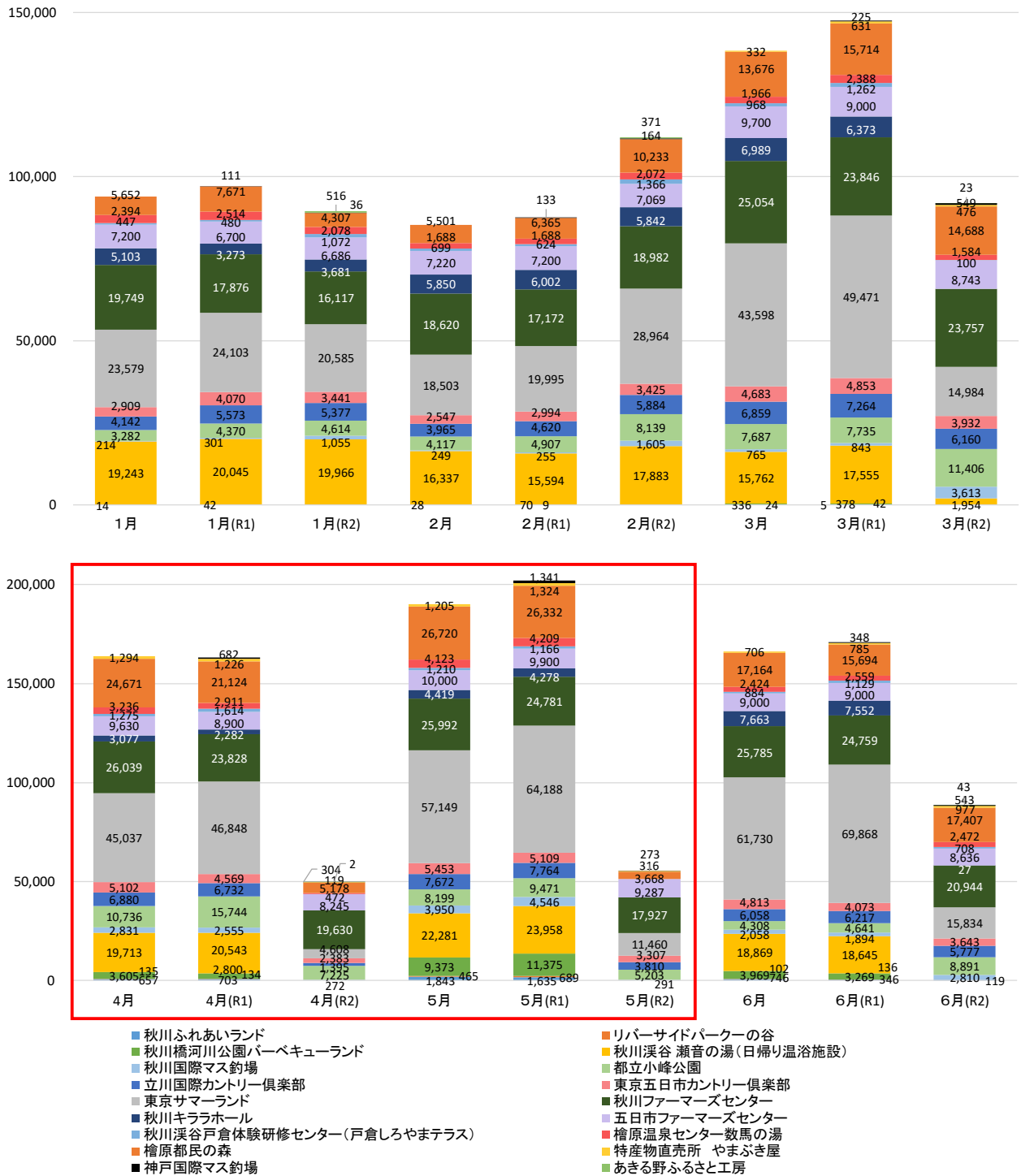
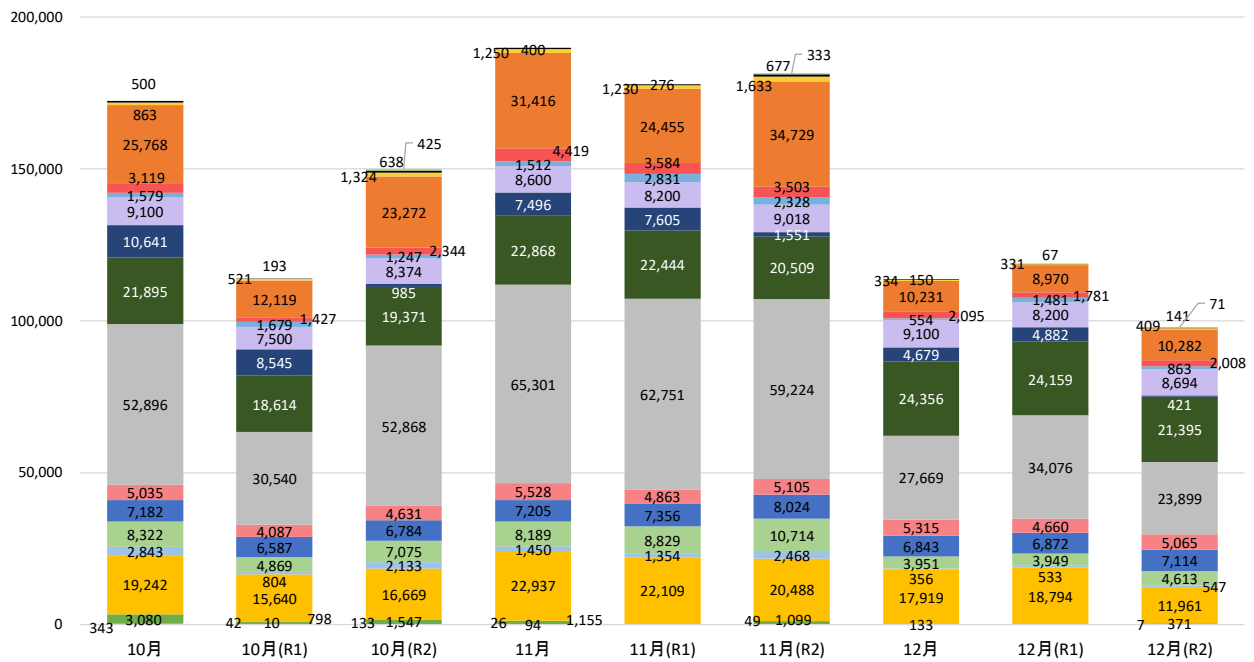
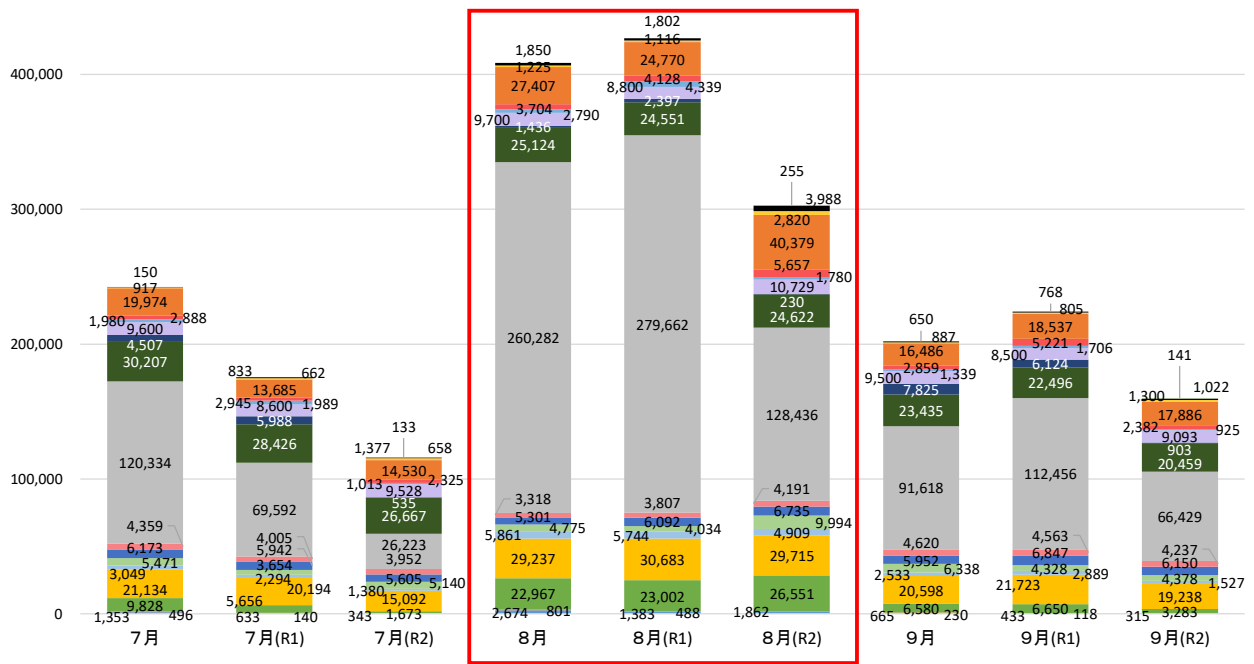


図 3-3 主要観光施設調査 月別の調査結果(上半期)



- 秋川ふれあいランド
- 秋川橋河川公園バーベキューランド
- 秋川国際マス釣場
- 立川国際カントリー倶楽部
- 東京サマーランド
- 秋川キララホール
- 秋川渓谷戸倉体験研修センター(戸倉しろやまテラス)
- 檜原都民の森
- 神戸国際マス釣場
- リバーサイドパークの谷
- 秋川渓谷 瀬音の湯(日帰り温浴施設)
- 都立小峰公園
- 東京五日市カントリー倶楽部
- 秋川ファーマーズセンター
- 五日市ファーマーズセンター
- 檜原温泉センター数馬の湯
- 特産物直売所 やまぶき屋
- あきる野ふるさと工房

図 3-4 主要観光施設調査 月別の調査結果(下半期)

表 3-2 主要観光施設調査 合計人数（上段：平成30年、中段：令和元年、下段：令和2年）

H30	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
あきる野市	85,882	78,135	122,430	134,717	158,006	145,985	218,491	374,266	181,233	142,158	152,361	100,875	1,894,539
檜原村	8,046	7,189	15,974	29,201	32,048	20,294	23,929	34,186	20,882	30,250	37,485	12,810	272,294
月別 合計	93,928	85,324	138,404	163,918	190,054	166,279	242,420	408,452	202,115	172,408	189,846	113,685	2,166,833
四半期 合計	317,656			520,251			852,987			475,939			

R1	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
あきる野市	86,833	79,442	128,622	137,252	168,860	151,529	158,069	394,982	198,833	99,715	148,342	107,606	1,860,085
檜原村	10,296	8,186	18,958	25,943	33,206	19,386	17,169	31,816	25,331	14,260	29,545	11,149	245,245
月別 合計	97,129	87,628	147,580	163,195	202,066	170,915	175,238	426,798	224,164	113,975	177,887	118,755	2,105,330
四半期 合計	332,337			536,176			826,200			410,617			

R2	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
あきる野市	83,110	99,530	74,672	43,760	51,285	67,432	97,284	250,009	137,078	122,242	140,910	85,021	1,252,333
檜原村	6,421	12,469	17,297	6,073	4,257	21,399	18,890	52,844	22,590	27,578	40,542	12,840	243,200
月別 合計	89,531	111,999	91,969	49,833	55,542	88,831	116,174	302,853	159,668	149,820	181,452	97,861	1,495,533
四半期 合計	293,499			194,206			578,695			429,133			

【新型コロナウイルス感染症による影響】

- ・ほとんどの観光施設が休業しており、長くて4～5月の2か月間休業していた。
- ・全国で緊急事態宣言が発令されていた4月、5月、さらに8月が前回調査と比べて特に減少している（4月：-113,362人回、5月：-146,524人回、8月：-123,945人回）。
- ・前回調査と比べて増加した月は、2月、10月、11月のみであった。
- ・施設別では、「秋川ファーマーズセンター」、「五日市ファーマーズセンター」の入込客数が減少傾向ではあるが、他の施設と比べて減少率が低い。そのため、ファーマーズセンターへの客層としては、観光客ではなく地元の利用者が多いことが分かる。
- ・5月・6月の入込客数を見ると、「秋川国際マス釣場」、「檜原都民の森」が特に増加している。3密を避けられる屋外施設であることから来場者が増えたと思われる。
- ・入込客数の最も多い「東京サマーランド」は、施設の休業や入場制限により入込客数が減少している。ただし、10月～12月に入込客数が回復しており、特に10月は前回調査を上回り、平成30年と同程度の入込客数に回復していた。

B：過年度比較

あきる野市及び檜原村の入込客数を過年度の調査結果と比較した。なお、平成25年度及び平成29年度の調査結果は西多摩地域観光入込客数調査（※1）、平成26年度～平成28年度は東京都観光客数等実態調査（※2）の調査結果を用いた。

年間の入込客数合計で比較すると、全体で609,797人回減少していた。また、あきる野市は607,752人回、檜原村は2,045人回減少している。

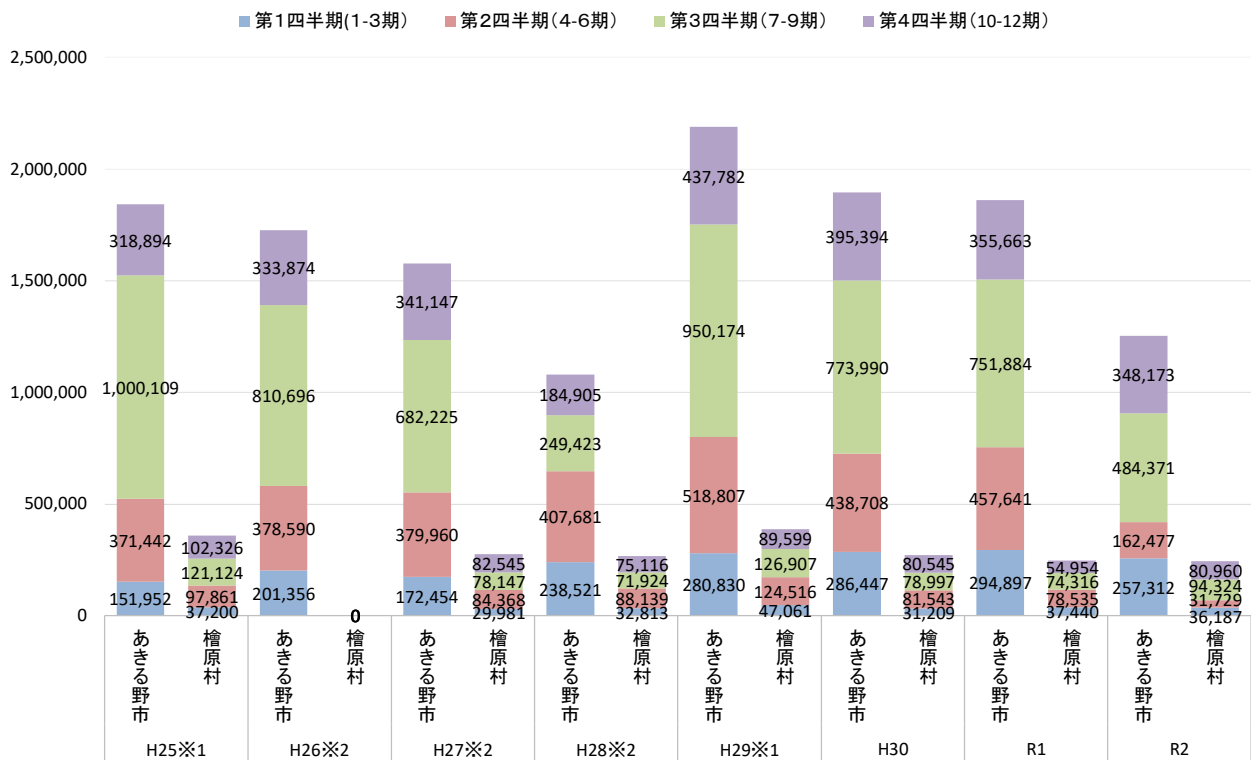


図 3-5 主要観光施設調査 過年度比較

※1 西多摩地域観光入込客数調査 延べ人数（日帰り）
 ※2 各施設の入込客数 延べ人数

イ 行祭事・イベント調査

(ア) 対象地点の抽出（リストと位置図）

東京都観光客数等実態調査及び西多摩地域観光入込客数調査の調査箇所を参考に、対象地点を11カ所選定した。なお、令和元年度まで調査対象としていた「あきる野映画祭」が終了となり、新たに「五日市たそがれ映画祭(仮)」を追加した。また、令和2年10月から、武蔵五日市駅前で「五市マルシェ」を開催されることとなったことから、入込客数を把握し、新たな対象地点として追加した。

しかしながら、新型コロナウイルス感染症の影響から令和2年に開催を予定していたイベントの多くが中止・延期が決定しており、開催したイベントは「払沢の滝冬まつり（ほっこり市）」「五市マルシェ」のみであった。

表 3-3 行祭事・イベント調査 対象地点一覧

市村	行祭事・イベント
あきる野市 (9)	<ul style="list-style-type: none"> ・阿伎留神社（例大祭） ・二宮神社（例大祭） ・正一位岩走神社（例大祭） ・五日市たそがれ映画祭（仮） ・あきる野夏まつり ・あきる野市産業祭 ・ヨルイチ ・あきる野の奏で ・五市マルシェ
檜原村 (2)	<ul style="list-style-type: none"> ・払沢の滝ふるさと夏まつり ・払沢の滝冬まつり（ほっこり市）

※網掛けは令和2年から追加



図 3-6 行祭事・イベント調査 対象地点マップ

(ウ) 調査結果

対象地点の中で、イベントを開催した「払沢の滝冬まつり（ほっこり市）」、「五市マルシェ」から回答が得られた。以下に結果を示す。

過年度と比べ、「払沢の滝冬まつり（ほっこり市）」は減少している。

A：傾向（あきる野市及び檜原村の時期別の入込把握）

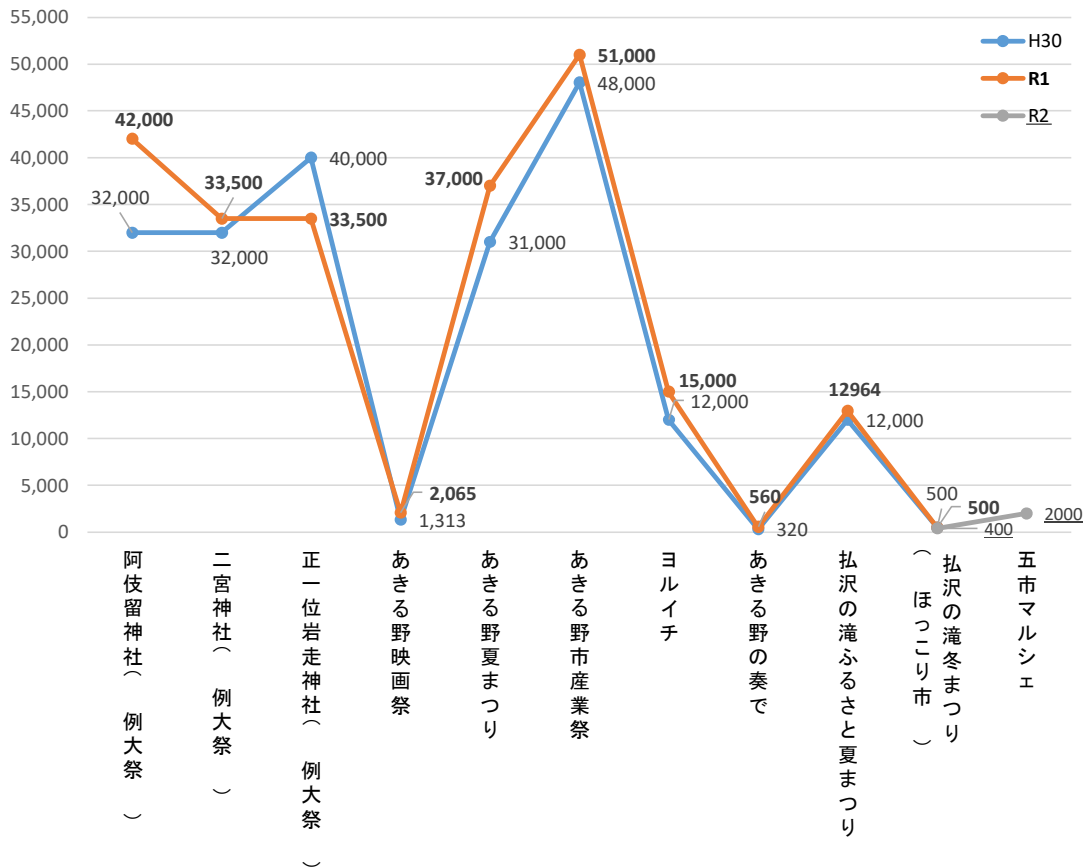


図 3-8 行祭事・イベント調査 調査結果

ウ 宿泊施設調査

(ア) 対象地点の抽出（リストと位置図）

あきる野市観光協会及び檜原村観光協会のHPにおいて宿泊地（泊まる）として掲載されている施設 38 ヶ所を対象地点とした。

表 3-4 宿泊施設調査 対象地点一覧

市村	観光施設
あきる野市 (19)	<ul style="list-style-type: none"> ・ WOODLAND BOTHY ・ 旅館 錦江閣 ・ 旅館 油屋旅館 ・ 旅館 本陣 ・ 秋川渓谷瀬音の湯（コテージ） ・ 自然休養村 山溪 ・ 民宿 秋朋 ・ 秋川渓谷戸倉体験研修センター（戸倉しろやまテラス） ・ くつろぎの星降る宿 Otsu Nature Garden ・ あきる野キャンプ場 ウラルビレッジ（旧：あきる野キャンプ場 麦の郷） ・ 秋川渓谷リバーティオ ・ 深沢溪自然人村 キャンプ場 ・ キャンピングコテージ「伊奈キャンプ村」 ・ コテージ 森林村 ・ 自然休養村 養沢センター&クライנגアルデン野良坊 ・ 大岳キャンプ場 ・ 山田大橋キャンプ場 ・ 五日市協同村ひだまりファーム ・ 野外活動の家 陽谷院
檜原村 (19)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 橋本旅館 ・ 兜家旅館 ・ 古民家の宿 山城（やましろ） ・ 三頭山荘 ・ こむかい山荘 ・ 浅間坂 ・ 民宿 数馬の里 ・ 民宿かんづくり荘 ・ 清水苑キャンプ場 ・ 沸沢園 ・ 神戸園キャンプ場 ・ ロッジ神戸岩 ・ 人里休暇村 ・ キャンピングガーデン [モク] ・ 奥秋川ビレッジ ・ ひのはら緑の休暇村 フォレストィングコテージ ・ キャンベルヒルズ ・ ふれあい広場 ・ 北秋川自然休暇村

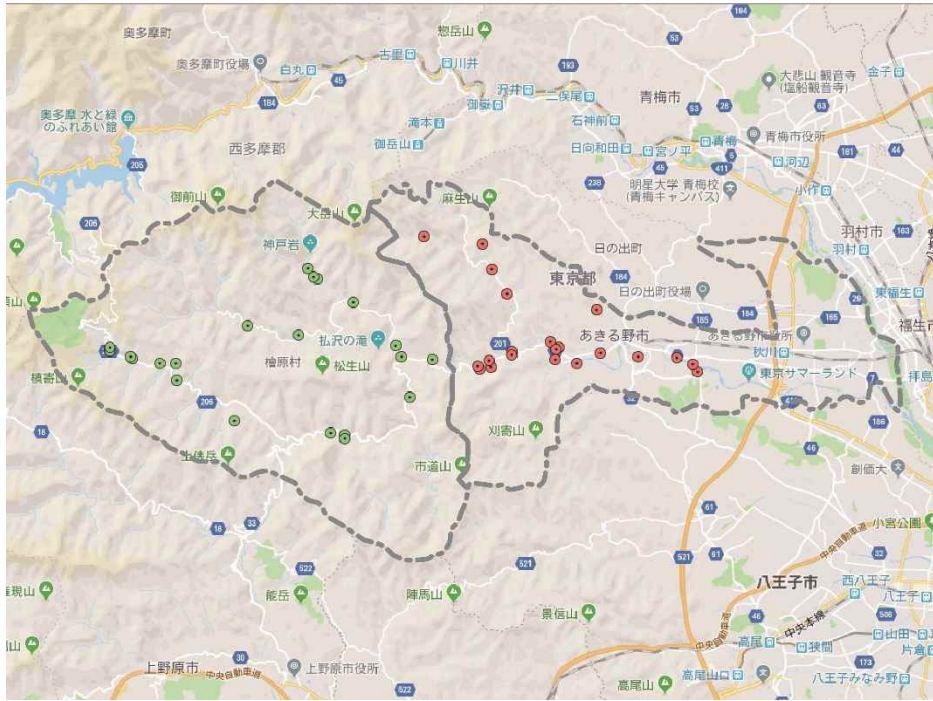


図 3-9 宿泊施設調査 対象地点マップ

(イ) 調査票の設計・調査方法（郵送）

調査票は、東京都観光客数等実態調査を参考に作成し、郵送した。なお、期限までに回答が得られなかった施設については電話連絡を行った。
調査票の内容を以下に示し、原本は巻末資料に示す。

FAX: 048-259-6315 秋川渓谷観光経済統計調査連絡会事務局 行

～秋川渓谷観光客数等実態調査(宿泊施設の利用状況)調査票～

問1 貴宿泊施設の基本情報について(複数の施設を有している場合は調査票をコピーして回答ください)

①宿泊施設名			
⑥宿泊施設のタイプ	1. 旅館 2. 民宿 3. 7. その他()		
⑦客室数及び収容人数 (2020年7月1日現在)	客室数		室

問2 2020年上半期における貴宿泊施設の利用状況について

2020年	1月	2月	3月
⑨延べ宿泊者数	人・泊	人・泊	人・泊
⑩実宿泊者数	人	人	人
⑪利用客室数 (または客室稼働率)	室 または %	室 または %	室 または %

⑨延べ宿泊者数…各日の全宿泊者数を月間で足し合わせた数を記入し、子供や乳幼児も1人としてカウントしてください。
⑩実宿泊者数…宿泊手帳を基にした人数を月間で足し合わせた数を記入し、子供や乳幼児も1人としてカウントしてください。
⑪利用客室数(または客室稼働率)…各日の宿泊で利用した客室数を月おおよその客室稼働率を%で記入してください。

⑫2020年上半期における貴宿泊施設の利用状況における傾向や特記事項

ご協力ありがとうございました

FAX: 048-259-6315 秋川渓谷観光経済統計調査連絡会事務局 行

～秋川渓谷観光客数等実態調査(宿泊施設の利用状況)調査票～

問1 貴宿泊施設の基本情報について(複数の施設を有している場合は調査票をコピーして回答ください)

①宿泊施設名	②所在市町村	④TEL
⑥宿泊施設のタイプ	③ご担当者様氏名	⑤FAX
⑦客室数及び収容人数 (2020年7月1日現在)	客室数	室 収容人数
	名	⑧従業者数 (2020年7月1日現在)
		名

⑥も当てはまると思われる番号1つに○を付けてください。
貴宿泊施設で勤務している全ての人員(臨時雇用者、他からの派遣、出向を含む)を記入し

問2 2020年下半期における貴宿泊施設の利用状況について

2020年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
⑨延べ宿泊者数							人・泊	人・泊	人・泊	人・泊	人・泊	人・泊
⑩実宿泊者数							人	人	人	人	人	人
⑪利用客室数 (または客室稼働率)							室 または %	室 または %	室 または %	室 または %	室 または %	室 または %

⑨延べ宿泊者数…各日の全宿泊者数を月間で足し合わせた数を記入してください。子供や乳幼児も1人としてカウントしてください。
⑩実宿泊者数…宿泊手帳を基にした人数を月間で足し合わせた数を記入してください。子供や乳幼児も1人としてカウントしてください。
⑪利用客室数(または客室稼働率)…各日の宿泊で利用した客室数を月間で足し合わせた延べの客室数を記入してください。宿泊しないうちは記入しません。なお、利用客室数の記入が難しい場合は、

⑫2020年下半期における貴宿泊施設の利用状況における傾向や特記事項がありましたらご記入願います。

ご協力ありがとうございました。同封の返信用封筒、もしくはFAX、E-mailでご返信下さい

図 3-10 宿泊施設調査 調査票

(ウ) 調査結果

対象地点 38 カ所のうち、23 カ所から回答があった。その他の宿泊施設は推計により算出した。推計方法は以下の通りである。

<宿泊者数の推計方法>

総宿泊施設の利用者数の確定に当たり、有効回答が得られた宿泊施設については利用実績をそのまま用いることとする。

一方、有効回答が得られなかった宿泊施設については、回答が得られた対象の施設を下表の通り分類し、回答が得られた施設の収容人数に対する各月の実入込客数の比率を用いて推計を実施した。

また、延べ人数しか得られていない施設に対しては、同様の分類がある施設に対しては、延べ人数と実人数が回答されている施設の比率を用いて実人数を算出した。同様の分類が無い施設に対しては、延べ人数を実人数として用いた。

なお、未回答の施設に通年営業していない施設が含まれていたことから、休業期間の推計値は 0 と計上した。令和 2 年は、新型コロナウイルス感染症の影響による緊急事態宣言を受けての営業自粛、GoTo キャンペーンなどによる宿泊客の増加などを踏まえて推計している。

・未回答施設の推定利用者数

=回答済みで同様の施設の稼働率（実績値÷収容人数）×未回答施設の収容人数

※同様の施設で実施することで、宿泊施設別の稼働率を考慮している

※新型コロナウイルス感染症による緊急事態宣言における営業自粛、GoTo キャンペーンなどにおける利用客急増の効果も踏まえる。

表 3-5(1) 施設種類別総実宿泊利用者数（人）（令和 2 年）

R2		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
分類														
あきる野市	合計	892	952	3,082	211	210	1,262	3,755	12,308	4,281	2,135	3,131	667	32,886
	比率	2.7%	2.9%	9.4%	0.6%	0.6%	3.8%	11.4%	37.4%	13.0%	6.5%	9.5%	2.0%	100.0%
	A旅館・ホテル	223	288	211	100	54	133	289	844	587	276	356	228	3,589
	B民宿・コテージ	429	466	39	0	0	0	368	705	592	431	463	377	3,870
	C簡易宿所	187	93	17	0	9	15	423	1,688	447	356	294	32	3,561
檜原村	Dバンガロー・キャンプ等	53	105	2,815	111	147	1,114	2,675	9,071	2,655	1,072	2,018	30	21,866
	合計	250	361	505	74	205	769	2,209	6,759	3,038	2,048	1,743	459	18,420
	比率	1.4%	2.0%	2.7%	0.4%	1.1%	4.2%	12.0%	36.7%	16.5%	11.1%	9.5%	2.5%	100.0%
	A旅館・ホテル	199	265	231	0	101	197	284	592	555	287	369	181	3,261
	B民宿・コテージ	33	46	86	0	39	65	103	209	197	106	118	68	1,070
合計	C簡易宿所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
	Dバンガロー・キャンプ等	18	50	188	74	65	507	1,822	5,958	2,286	1,655	1,256	210	14,089
	合計	1,142	1,313	3,587	285	415	2,031	5,964	19,067	7,319	4,183	4,874	1,126	51,306
	比率	2.2%	2.6%	7.0%	0.6%	0.8%	4.0%	11.6%	37.2%	14.3%	8.2%	9.5%	2.2%	100.0%
	A旅館・ホテル	422	553	442	100	155	330	573	1,436	1,142	563	725	409	6,850
R2/H30	B民宿・コテージ	462	512	125	0	39	65	471	914	789	537	581	445	4,940
	C簡易宿所	187	93	17	0	9	15	423	1,688	447	356	294	32	3,561
	Dバンガロー・キャンプ等	71	155	3,003	185	212	1,621	4,497	15,029	4,941	2,727	3,274	240	35,955
	合計	71.8%	64.7%	94.9%	6.4%	5.3%	33.5%	55.1%	114.1%	79.4%	88.0%	105.9%	33.2%	68.2%
	A旅館・ホテル	61.8%	62.6%	45.4%	10.2%	13.9%	45.0%	22.8%	49.7%	85.6%	45.8%	63.7%	41.0%	44.3%
B民宿・コテージ	82.5%	95.9%	17.0%	0.0%	4.8%	4.8%	41.7%	83.7%	80.1%	66.9%	61.8%	64.8%	47.2%	
C簡易宿所	75.7%	40.1%	3.3%	0.0%	1.0%	2.4%	15.3%	58.5%	35.2%	62.2%	55.3%	4.8%	30.5%	
Dバンガロー・キャンプ等	71.0%	40.7%	192.7%	8.9%	4.2%	48.2%	101.9%	152.5%	87.8%	127.0%	164.4%	22.9%	95.5%	

表 3-5(2) 施設種類別総実宿泊利用者数（人）（上段：令和元年、下段：平成30年）

R1		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
あきる野市	合計	1,244	1,451	2,900	3,801	6,712	3,869	9,065	14,664	6,357	2,384	3,626	2,673	58,746
	比率	2.1%	2.5%	4.9%	6.5%	11.4%	6.6%	15.4%	25.0%	10.8%	4.1%	6.2%	4.6%	100.0%
	A旅館・ホテル	295	315	464	374	604	170	1,688	1,802	572	411	416	410	7,519
	B民宿・コテージ	459	399	549	551	565	523	653	726	573	465	614	525	6,602
	C簡易宿所	259	248	571	538	1,184	734	2,429	3,146	1,012	477	569	517	11,684
	Dバンガロー・キャンプ等	231	489	1,316	2,338	4,359	2,442	4,295	8,991	4,200	1,031	2,026	1,221	32,940
檜原村	合計	301	404	700	2,144	3,034	1,738	3,535	7,355	3,175	1,553	1,756	703	26,398
	比率	1.1%	1.5%	2.7%	8.1%	11.5%	6.6%	13.4%	27.9%	12.0%	5.9%	6.7%	2.7%	100.0%
	A旅館・ホテル	254	283	360	472	400	331	602	751	664	386	592	313	5,408
	B民宿・コテージ	35	39	106	130	110	95	176	215	191	115	156	95	1,463
	C簡易宿所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
	Dバンガロー・キャンプ等	12	82	234	1,542	2,524	1,312	2,757	6,389	2,320	1,052	1,008	295	19,527
合計	合計	1,545	1,855	3,599	5,945	9,746	5,607	12,600	22,019	9,532	3,937	5,382	3,376	85,144
	比率	1.8%	2.2%	4.2%	7.0%	11.4%	6.6%	14.8%	25.9%	11.2%	4.6%	6.3%	4.0%	100.0%
	A旅館・ホテル	549	598	824	846	1,004	501	2,290	2,553	1,236	797	1,008	723	12,927
	B民宿・コテージ	494	438	655	681	675	618	829	941	764	580	770	620	8,065
	C簡易宿所	259	248	571	538	1,184	734	2,429	3,146	1,012	477	569	517	11,684
	Dバンガロー・キャンプ等	243	571	1,550	3,880	6,883	3,754	7,052	15,380	6,520	2,083	3,034	1,516	52,467

H30		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
あきる野市	合計	1,205	1,563	2,956	2,709	5,541	4,457	7,939	9,624	4,949	2,902	2,371	2,479	48,693
	比率	2.5%	3.2%	6.1%	5.6%	11.4%	9.2%	16.3%	19.8%	10.2%	6.0%	4.9%	5.1%	100.0%
	A旅館・ホテル	432	604	628	550	740	417	1,925	2,157	694	838	606	675	10,264
	B民宿・コテージ	438	398	508	560	572	1,148	754	633	577	558	607	537	7,290
	C簡易宿所	247	232	512	513	872	613	2,769	2,884	1,269	572	532	664	11,679
	Dバンガロー・キャンプ等	88	329	1,308	1,086	3,357	2,279	2,491	3,950	2,409	934	626	603	19,460
檜原村	合計	385	468	822	1,712	2,349	1,602	2,888	7,093	4,264	1,851	2,231	917	26,582
	比率	1.4%	1.8%	3.1%	6.4%	8.8%	6.0%	10.9%	26.7%	16.0%	7.0%	8.4%	3.4%	100.0%
	A旅館・ホテル	251	280	346	434	374	316	588	730	640	393	533	323	5,208
	B民宿・コテージ	122	136	226	277	234	202	376	459	408	245	333	150	3,168
	C簡易宿所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
	Dバンガロー・キャンプ等	12	52	250	1,001	1,741	1,084	1,924	5,904	3,216	1,213	1,365	444	18,206
合計	合計	1,590	2,031	3,778	4,421	7,890	6,059	10,827	16,717	9,213	4,753	4,602	3,396	75,275
	比率	2.1%	2.7%	5.0%	5.9%	10.5%	8.0%	14.4%	22.2%	12.2%	6.3%	6.1%	4.5%	100.0%
	A旅館・ホテル	683	884	974	984	1,114	733	2,513	2,887	1,334	1,231	1,139	998	15,472
	B民宿・コテージ	560	534	734	837	806	1,350	1,130	1,092	985	803	940	687	10,458
	C簡易宿所	247	232	512	513	872	613	2,769	2,884	1,269	572	532	664	11,679
	Dバンガロー・キャンプ等	100	381	1,558	2,087	5,098	3,363	4,415	9,854	5,625	2,147	1,991	1,047	37,666

A：月別の傾向（あきる野市及び檜原村の時期別の入込把握）

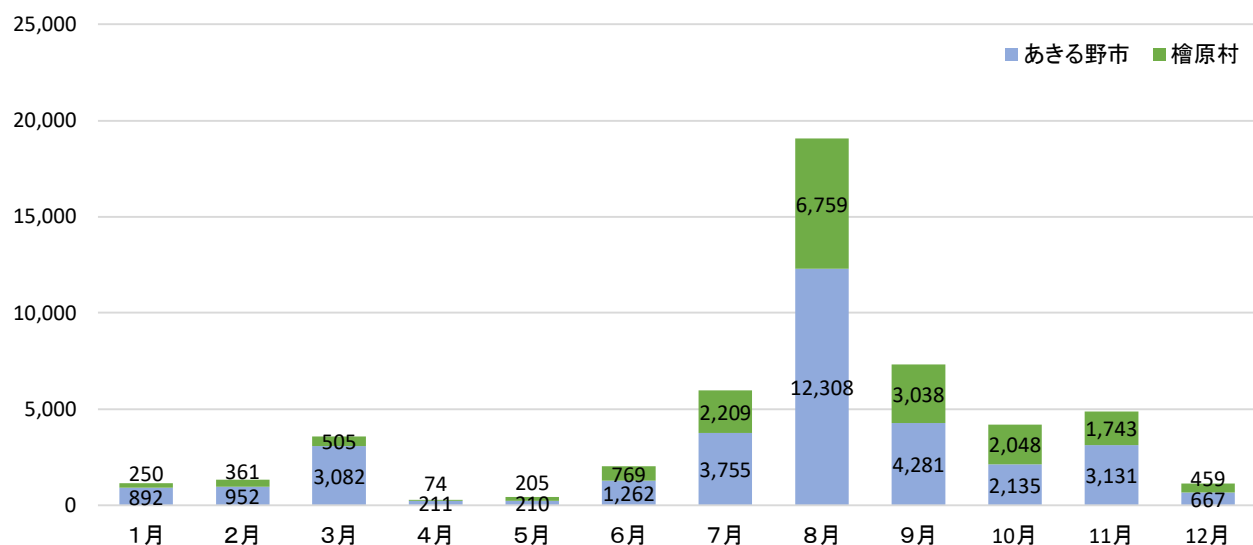


図 3-11 宿泊施設調査 月別の実宿泊利用者数

B：過年度比較

令和元年と比べて年間合計で約 34,000 人、平成 30 年と比べて年間合計で約 24,000 人減少している。

施設別では平成 30 年と比べて、新型コロナウイルス感染症の影響による緊急事態宣言発出に伴い、すべての施設で減少している。一方、単月では、GoTo キャンペーンなどの効果に伴い、「バンガロー・キャンプ場」にて、3月、7月、8月、10月及び11月で宿泊客数が大幅に増加している。

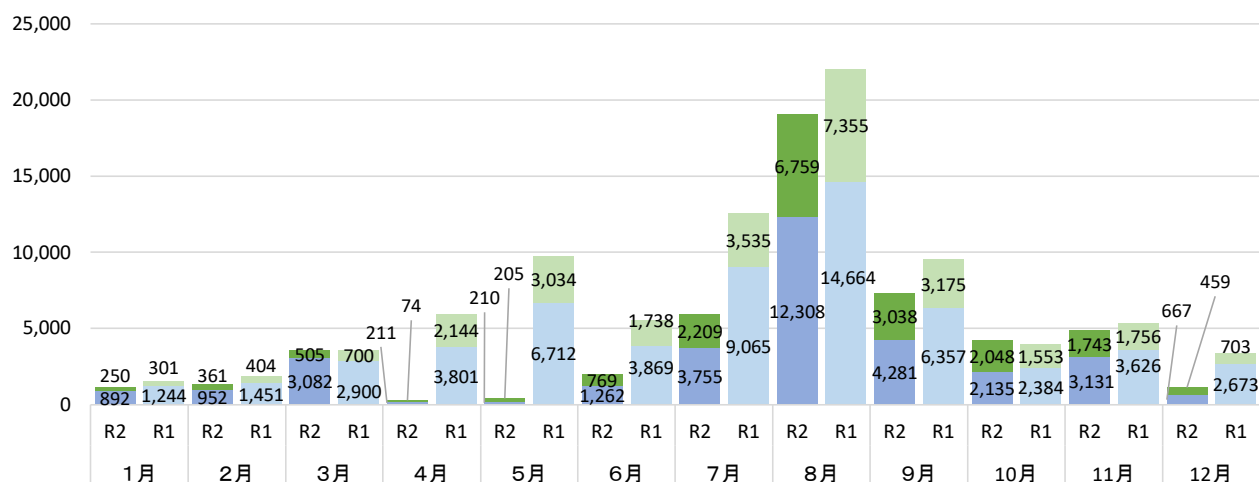


図 3-12 宿泊施設調査 月別の実宿泊利用者数 過年度比較

エ 観光施設・イベント・宿泊数合算

観光施設（延べ）、イベント（延べ）、宿泊者数（実）を足し合わせると、合計118万人の入込となる。8月、9月の入込客数が多い。

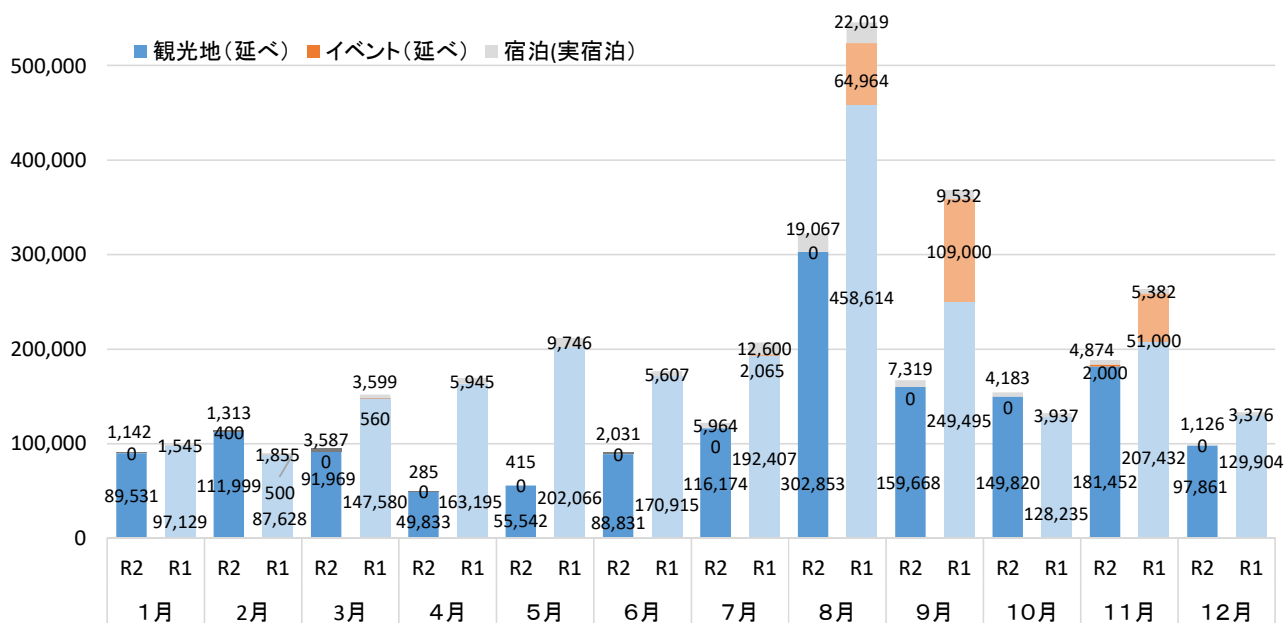


図 3-13 観光施設・イベント・宿泊者数合算※

表 3-6 観光施設・イベント・宿泊者数合算 一覧※

	1月	2月	3月	4月	5月	6月
観光地(延べ)	89,531	111,999	91,969	49,833	55,542	88,831
イベント(延べ)		400	0			
宿泊(実宿泊)	1,142	1,313	3,587	285	415	2,031
月別 合計	90,673	113,712	95,556	50,118	55,957	90,862
四半期 合計	299,941			196,937		

	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
観光地(延べ)	116,174	302,853	159,668	149,820	181,452	97,861	1,495,533
イベント(延べ)	0	0	0		2,000		2,400
宿泊(実宿泊)	5,964	19,067	7,319	4,183	4,874	1,126	51,306
月別 合計	122,138	321,920	166,987	154,003	188,326	98,987	1,549,239
四半期 合計	611,045			441,316			

※西多摩地域入込観光客数調査（西多摩地域広域行政圏協議会）と対象地点が異なることから、月別及び合算値の入込客数を経年比較する際は注意が必要

(3) 調査結果のまとめ

調査結果から、令和2年の観光動態に大きく影響を与えた、新型コロナウイルス感染症の影響による緊急事態宣言（令和2年4月～5月）及び新型コロナウイルス感染症拡大（令和2年3月以降）、GoToキャンペーン（東京都除外期間も含む）などの効果の影響を検討した。

ア 新型コロナウイルス感染症の影響による緊急事態宣言（令和2年4月～5月）及び新型コロナウイルス感染症拡大（令和2年3月以降）

- ・観光地点：緊急事態宣言による休業要請に伴い、前年比で大幅な入込客の減少となった。緊急事態宣言中においても、観光客の入込の影響が少ない「ファーマーズセンター（秋川・五日市）」では減少割合が少なかった。また、観光客の入込割合が多い地点においても、3密が避けられる地点においては、緊急事態宣言解除後でも増加傾向にあった。
- ・イベント：新型コロナウイルス感染症の影響により、3密になる恐れがあるイベントは軒並み中止・延期となった。
- ・宿泊：緊急事態宣言による休業要請に伴い、前年比で大幅な入込客の減少となった。特に、団体や研修旅行で利用される施設において、減少幅が大きくなっている。

イ GoTo キャンペーン（東京都除外期間も含む）などの効果

- ・観光地点：GoTo キャンペーンの東京都除外期間であった令和2年8月は、都民が都外への観光自粛を要請されていたこともあり、区民が西多摩地域に多く訪れた。そのため、特に、檜原村において大幅な観光客の増加となった。あきる野市の「東京サマーランド」や「秋川キララホール」などの屋内施設では、令和元年の観光客数を下回る一方、屋外で3密を避けられる観光地については安全性が高いことにより令和2年8月は前年比、前々年比で大幅に増加し、交通渋滞等が発生するなど一部オーバーツーリズムが懸念された。
- ・イベント：新型コロナウイルス感染症の影響により、3密になるおそれがあるイベントは軒並み中止・延期となった。なお、GoTo トラベルキャンペーンの効果は得られていない。
- ・宿泊：単月では、GoTo トラベルキャンペーンなどの効果に伴い、「バンガロー・キャンプ場」にて、3月、7月、8月、10月及び11月で宿泊客数が大幅に増加している。

2 観光地点パラメータ調査の実施

(1) 調査目的

観光地点を訪れた来訪者の属性、一人当たりの消費額、訪問地点数及び満足度について把握するため、四半期ごとに対面式のアンケート調査を実施した。

(2) 調査方法及び調査結果

ア 対象地点の抽出（リストと位置図）

表 3-7 観光地点パラメータ調査 対象地点一覧

市村	観光施設
あきる野市	<ul style="list-style-type: none"> ・ 武蔵五日市駅 ・ 東京サマーランド ・ 秋川橋河川公園バーベキューランド ・ 秋川渓谷瀬音の湯 ・ 秋川国際マス釣場 ・ 雛めぐり
檜原村	<ul style="list-style-type: none"> ・ 檜原都民の森 ・ 檜原温泉センター数馬の湯 ・ 払沢の滝



図 3-14 観光地点パラメータ調査 調査地点 位置図

イ 調査票の設計・調査方法（対面）

立ち寄り地を適切に把握するため、秋川渓谷の主要な観光施設の地点が確認できるマップ（図3-17）を活用し、四半期ごとに対面式のアンケート調査を実施した。消費額は、交通費、宿泊費、飲食費、買物費、体験施設、その他、バックで項目を分類して調査した。

また、新型コロナウイルス感染症の状況やGoToキャンペーンの影響などについても把握する設問を加えた。

◆◆秋川渓谷（あきる野市・檜原村）観光動向調査◆◆

問1. あなたの居住地はどこですか。都道府県名・市町村名、海外であれば国名をご記入ください。

問2. あなたの性別、年齢を選んでください。※それぞれ〇は1つだけ

問3. 今回の旅行は日帰りですか、宿泊ですか。※〇は1つだけ

問4. 今回の旅行の主要な目的を選んでください。※〇は1つだけ

問5. 今回の秋川渓谷の旅行で、期待している（した）内容を選んでください。※〇はいくつでも

問6. あなたも含めて、何人での「どなたと一緒の」旅行ですか。※子供や乳幼児も含む。〇は1つだけ

問7. 同行者全員の秋川渓谷への訪問は何回目ですか。※7月以降の合計。問6の人数と一致

問8. 秋川渓谷への交通手段、秋川渓谷内の移動に用いた交通機関を選んでください。※〇はいくつでも

問9. 今回の秋川渓谷への旅行でどこを観光しましたか。これからの予定も含め、観光地の番号を訪問した（訪問する）順番にご記入ください。また、滞在時間をご記入ください。

問10. 秋川渓谷内で使用した費用（これから使う予定も含む）をご記入ください。（一人当たりもしくはグループ合計）

問11. 今回の旅行で、秋川渓谷に来訪するきっかけとなった情報源を選んでください。※〇はいくつでも

問12. 現在の観光地周辺、秋川渓谷への旅行の満足度を選んでください。※〇は各項目につき1つだけ

問13. 新型コロナウイルス感染症が流行している中、あなたの観光への意識を選んでください。※〇はいくつでも

問14. 新型コロナウイルス感染症が流行している中、秋川渓谷に来訪前・来訪時の行動を選んでください。※〇はいくつでも

問15. 新型コロナウイルス感染症が流行している中、秋川渓谷への旅行を後押ししたものを教えてください。※〇はいくつでも

問16. 新しい友人に、秋川渓谷を紹介したいですか。※〇は1つだけ

問17. 1年以内に、秋川渓谷への来訪を検討しますか。※〇は1つだけ

※調査結果、具体
の名称を記入

※調査コード

図3-15 観光地点パラメータ調査 調査票



武蔵五日市駅



秋川橋河川公園バーベキューランド



秋川溪谷瀬音の湯



檜原都民の森

図 3-16 観光地点パラメータ調査 調査風景

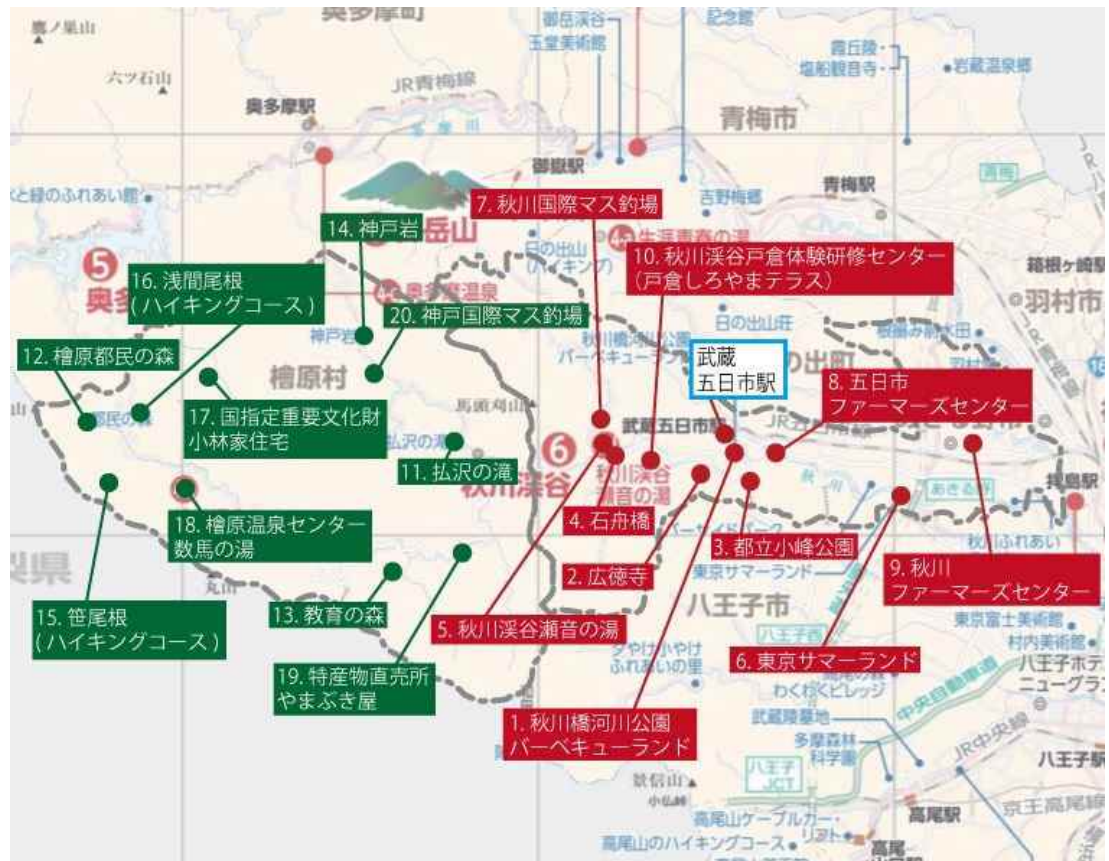


図 3-17 観光地点パラメータ調査で使ったマップ

ウ 作業計画書の作成

調査の実施に際し、調査地点の管理者に調査依頼を行う際、調査時期・調査場所・連絡先等をまとめた作業計画書を作成した。作業計画書の例を以下に示す。

秋川渓谷観光経済統計調査事業
観光地点パラメータ調査
(秋川渓谷 瀬の湯)

作業計画書

令和2年11月

中央開発株式会社

アンケート調査実施要領 (第3回調査 (秋調査))	
調査地点名	4 秋川渓谷 瀬の湯 【分類】観光地点
机/椅子設置状況	設置無し
調査人員	3人 (調査員の靴室を着用)
調査実施ポイント	フロント脇休憩スペース、バス停付近、足湯付近、男湯前休憩スペース



【地点状況】



【備考】
・調査場所は、足湯前、施設外のテーブル等
・悪天候、暑い場合は、施設内通路の休憩スペースでも可能
・調査開始・終了は河台等欄に連絡 (宿泊受付員が事務所)

- 2 -

秋川渓谷観光動向調査における新型コロナウイルス感染症予防対策

秋川渓谷観光動向調査においては、専門家の意見を踏まえて採られた感染症リスクを抑制する「新しい生活様式」の実践例を参考に、以下の具体的な取組を行いつつ調査を実施している。

【1】調査地点における感染予防対策

① 身体的距離の確保

- ・適切な対人距離の確保 (できるだけ2mを維持) で対象者に接近して依頼を行い、課題図はしない。
- ・観光客に対し注意喚起POPの掲示などにより可能な範囲での対人距離の確保を促す。
- ・マスクを着用し、マスクや手袋を扱う際は、必ず手洗いや除菌剤で手を洗う。
- ・必要なものは以外になるべく触れないようにし、必要な場合は定期的に消毒を実施する。

② 接触感染・飛沫感染の防止

- ・調査員が対面による説明・調査を行う際には、感染予防観点から、マスクやフェイスシールド等の着用等による必要感染予防の措置を行う。
- ・観光客との真正面での立ち位置を避け、短時間 (5分程度) での対応を留意する。
- ・調査票の記入及び結果の採集には接触のないように十分な配慮を行う。

③ 換気の徹底

- ・換気の悪い場所を避けて調査を行う。
- ・可能な限り採集で調査を行う。

④ 連絡の緩和

- ・調査対象者は1グループ1人又は最少人数での対応を要しない。
- ・調査員間の距離を後も観光客がなるべく十分に保たれるよう工夫をする。

【2】調査員の感染予防・健康管理

① 新型コロナウイルス感染症予防に関する基本的知識等の周知徹底

- ・調査員に対し、感染予防に関する基本的な知識を周知し、感染防止策を徹底させるために必要な指導・教育を文書やレクチャー・会等により行う。

② 調査員への飛沫感染と接触感染の防止

- ・調査員によるマスク等の着脱や、こまめな手洗い・手指消毒を励ます。調査による感染防止等のため手袋を使用する場合であっても、手袋を使用していない場合と同様に、手洗い・手指消毒による感染防止の取組が必要であることを周知する。

③ 対人距離の確保

- ・調査員が業務において他の調査員や観光客との対人距離を確保できるように、業務の方法や順番について見直しを行い、調査員間が対人距離の確保に努めるよう指導する。

④ バックヤード・事務所等での対策

- ・調査員用の休憩室等のバックヤードを使用する場合は、「二つの扉」を開けるための対策を適切に講じるとともに、調査員に対して感染防止に必要な備品の提供を行う。

⑤ 感染予防・健康管理に関する指導等

- ・出勤前に調査員自身が体調不良、自覚症状等の確認を行い、健康確認表を業務前にリーターに提出する。
- ・発熱その他感冒症状等を呈している場合には、現場代理人に連絡し自宅待機する。

秋川渓谷観光動向調査における協力依頼 POP

アンケート調査へのご協力お願いします

秋川渓谷の観光動向を把握するための調査を実施中です。
調査員は必ずマスク着用、個人情報は取得しません。
ご協力をお願いします。ご不明な点は、お問い合わせください。
お問い合わせ先: 秋川渓谷観光協会 (0263-22-1111) 調査課

新型コロナウイルス感染症の感染予防対策について

本調査においては、「二つの扉」を開けることで、観光客の方へ (調査員) 及び調査員の方へ (観光客) を感染防止対策として行います。
具体的には、① 身体的距離の確保 ② マスク等の着用 ③ 手洗い・手指消毒 等
※実際に、接触感染及び飛沫感染も防止しております。

コロナ禍における現地調査 (慣れに違ふ、距離を取る、※必要に応じてフェイスシールド着用)



図 3-18 作業計画書の例

37

エ 調査時期・調査票獲得数

観光パラメータ調査の獲得数として、1期合計400票程度の取得を目指し、令和2年度では5月、8月、11月及び1月に調査する予定であったが、新型コロナウイルス感染症の感染状況を鑑み、11月調査のみ実施し、合計400票を獲得した。獲得した票数は以下の通りである。なお、集計対象は令和2年（下表赤枠）とし、895票とする。

表 3-8 各期の獲得票数及びサンプル数

調査地点 (2020年回答数)	令和元年度		令和2年度									
			令和2年				令和3年					
			冬調査		春調査		夏調査		秋調査		冬調査	
	獲得 票数	獲得 票数	調査日	獲得 票数	調査日	獲得 票数	調査日	獲得 票数	調査日	獲得 票数	調査日	獲得 票数
武蔵五日市駅 (172票)	1/25・ 26、3/1	94	—	—	—	—	11/ 21・22	78	—	—	—	—
東京サマーランド (85票)	1/25	32	—	—	—	—	11/21	53	—	—	—	—
秋川橋河川公園バーベ キューランド (43票)	—※	—※	—	—	—	—	11/ 21・22	43	—	—	—	—
秋川渓谷瀬音の湯 (138票)	1/26	78	—	—	—	—	11/23	60	—	—	—	—
秋川国際マス釣場 (87票)	1/26、 2/1・2	41	—	—	—	—	11/ 28・29	46	—	—	—	—
雑めぐり (11票)	3/1	11	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
檜原都民の森 (125票)	1/25・ 26	61	—	—	—	—	11/ 22・23	64	—	—	—	—
檜原温泉センター数馬 の湯 (117票)	1/25・ 26	61	—	—	—	—	11/ 22・23	56	—	—	—	—
弘沢の滝 (22票)	1/25	22	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
宿泊施設留め置き調査 (95票)	1-2月	95	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
合計	—	495	—	—	—	—	—	400	—	—	—	—

※令和2年の春調査、夏調査、令和3年の冬調査は、新型コロナウイルス感染症の影響により実施を見送った。

3 域内調達率調査（経済波及効果の算出及び分析）

（1）調査目的

観光客などによる秋川渓谷内での消費が、秋川渓谷内事業所の売り上げや従業員の雇用などにどのような効果を及ぼしているか把握するため、観光による経済波及効果について、域内の事業者アンケート調査を行った。

（2）調査方法

ア 域内調達率調査

（ア）対象地点の抽出（リストと位置図）

観光産業の経済規模を把握するため、あきる野市・檜原村の事業所を観光協会のHP掲載から抽出し、調査の対象事業所を整理した。令和2年度の調査では、対象者に「商工会事業者等」を追加し、あきる野市の秋川地区における傾向の把握を試みた。なお、観光に関する産業の定義は、観光協会HP掲載事業所及び商工会登録事業所の一部とした。

発送数は下表の通りである。305件発送し、アンケート回収数は62件（うち施設無記名15件）であり、回収率は20.3%であった。

表 3-9 域内調達率調査

■発送数：305件

	あきる野市	檜原村	無回答	合計
観る・遊ぶ	28	11		39
食べる	79	14		93
泊まる	23	19		42
買う	112	19		131
合計	242	63		305

■回収数：62件

	あきる野市	檜原村	無回答	合計
観る・遊ぶ	7	4		11
食べる	9	5		14
泊まる	8	7		15
買う	17	4	1	22
合計	41	20	1	62

(イ) 調査票の設計・調査方法 (郵送)

なるべく多くの事業者の動向を把握するため、調査項目を記したアンケート用紙を作成し、対象となる事業者に送付した。調査項目としては、「域内調達率」、「経費構造データ」に加え、経済波及効果の推計に必要とされる項目を取り扱った。

加えて、新型コロナウイルス感染症の影響や秋川地区の観光の実態を把握するため、設問を一部変更した。

観る・遊ぶ	食べる
概要・業種	<ul style="list-style-type: none"> ・名称、従業員数、業種など ・本店所在地を追加（あきる野市（①秋川地区、②五日市地区）、③檜原村
売上高、比率	・単独の売上高、総売上高、旅行・観光客売上比率
経費構造	<ul style="list-style-type: none"> ・原材料率（売上原価）、営業経費、・人件費、その他経費、営業利益 ・（宿泊サービス、飲食サービス、小売りのみ） 原材料費の内訳（農林漁業者、製造業者、小売・卸売業、その他）
域内調達率（経費関係の支払先比率）	<秋川渓谷内、東京都内、東京都外>
秋川渓谷の仕入れ	・原材料費（飲食関係、物販関係、その他）、営業経費、人件費
秋川渓谷内の連携	・（削除）観光での売り上げを増やすために、住民、民間事業者、行政への取組
新型コロナウイルス感染症の影響	<ul style="list-style-type: none"> ・（追加）新型コロナウイルス感染症による施設利用の傾向について ※時期を分けた売り上げ・利用者の割合（前年比）、その傾向（減少傾向のみならず、回復傾向も） ・（追加）新型コロナウイルス感染症を踏まえた（アフターコロナ、with コロナ）新たな観光振興

秋川渓谷観光による経済波及効果に関するアンケート調査 調査票

※各欄に特記の指定がなければ、2019年10月1日現在（新型コロナウイルス感染症の影響前）の状況をお答え下さい。また、貴事業所（店舗）単独での状況をお答え下さい。

問 01 貴事業所（店舗）の概要についてお答え下さい。（〇は1つだけ）

① 本店・支店の別 01. 本店・本社・単独の事業所 02. 支店・支社

② 本店所在地 あきる野市（ 01. 秋川地区 02. 五日市地区 03. 檜原村

③ 従業員数（パート・アルバイト含む） () 人 ※2019年最大
(※うち あきる野市・檜原村内在住者 () 人

問 02 貴事業所（店舗）の主な業種をお答え下さい。（〇は1つだけ）

01. 農業	02. 漁業	03. 建設業	04. 飲食料品製造業
05. 工芸品製造業	06. その他製造業	07. 情報通信業	08. バス・タクシー等
09. 鉄道業	10. その他運輸業	11. 卸売業	12. 土産品小売業
13. 飲食料品小売業	14. ガソリンスタンド	15. その他小売業	16. 駐車場業
17. 飲食店業	18. 酒場・バー等	19. 宿泊業（旅館・民宿等）	20. 博物館・美術館・植物園等
21. 観光レクリエーション施設（観光地等、遊園地等）	22. レンタカー業	23. 旅行業	
24. その他サービス業	25. その他の業種 ()		

問 03 直近の決算における貴事業所（店舗）単独での年間売上のおおよその総額をお答え下さい。

貴事業所（店舗）単独での年間売上高 (支店・本社などがある場合)	千円/年
支店・本社などを含む売上	千円/年

問 04 貴事業所の売上全体のうち、旅行・観光客※への売上のおおよその比率をお答え下さい。
※平日常利用（月1回以上の頻度で訪問する人数の割合）を目安にご回答ください。

約 () %

問 05 年間売上高の中で、貴事業所（店舗）単独での各経費のおおよその割合（%）をご記入下さい。

科目	売上高に対する比率	備考
①原材料費費（売上原価）	%	製造や料理などの原材料費や販売用商品の仕入れなどの費用を指します。農林漁業の場合は肥料・種苗・薬剤・飼料、製造業の場合は加工の仕費も合わせてご記入下さい。また、運輸・交通費の場合は送料も合わせてご記入下さい。
②営業経費	%	賃料や広告費、水道光熱費、固定資産税、消費税、保険料など、固定費やサービスを提供するに当たって必要な費用を指します。各経費の割合は、業種別・業種・業種・業種・業種も合わせてご記入下さい。
③人件費	%	貴事業所で働いている従業員の人件費（パートなどを含む）を指します。役員給与や賞与なども合わせてご記入下さい。専任役員や専任役員なども含めてご記入下さい。個人事業主・業主経営の方は、本人や家族の人件費は別として、所得は全労務利益に含めて下さい。
④その他経費	%	減価償却費や固定資産税などの損耗公積、支払利息などが該当します。
⑤営業利益	%	売上高から上記の原材料費、営業経費、人件費、その他経費を差し引いた額をご記入下さい。
合計	100%	売上高

問 06 (観光関連業種の「宿泊サービス」「飲食サービス」「小売」に該当する場合のみご記入下さい)

問 07 「①原材料費費（売上原価）」の内訳について、おおよその割合（%）をご記入下さい。

科目	内訳比率	備考
a. 農林漁業者から直接仕入れ	%	農家（契約を含む）、林業、漁船などが該当します。
b. 製造業者から直接仕入れ	%	工場、工房などが該当します。
c. 小売・卸売業から仕入れ	%	八百屋、スーパー、問屋などが該当します。
d. その他（上記以外）から仕入れ	%	自社生産や特殊な調達などが該当します。
合計	100%	

問 07 各経費（原材料費、営業経費、人件費）について、貴事業所（店舗）単独での支払先（秋川渓谷内（あきる野市、檜原村）、都内、都外）のおおよその割合（%）をご記入ください。

科目	各種経費などの支払先（請求先）の比率			合計(A+B+C)
	A. 秋川渓谷内（あきる野市、檜原村）	B. 東京都内（Aを除く東京都）	C. 東京都外	
①原材料費（売上原価）	%	%	%	100%
②営業経費	%	%	%	100%
③人件費	%	%	%	100%

問 08 秋川渓谷内で仕入れる機会が増えることで、地域内で循環するお金が増え、地域経済の活性化につながりますが、原材料や商品を秋川渓谷内から仕入れることが難しい原因をお答え下さい。

以下の問 09、問 10 は新型コロナウイルス感染症の影響（2020年度）についてお答え下さい。

問 09 新型コロナウイルス感染症の影響による施設利用の傾向についてお答え下さい。

対象期間	前年からの対比とその増減（売上額・入込者）注1）					来訪者の主な傾向 （新団体客の減少、個人客の増加、予約後の利用増加、屋外の利用増、安全対策の取組、お土産など）※減少傾向のみならず、回復傾向や・利用者の動向もご記入ください。
	1. 増減	2. 増減	3. 増減	4. 増減	5. 増減	
① 観光客増加前 (4月7日～6月21日)	1. 増減	2. 増減	3. 増減	4. 増減	5. 増減	
② 観光客減少期 (5月25日～7月21日)	1. 増減	2. 増減	3. 増減	4. 増減	5. 増減	
③ 6月10日～10月31日	1. 増減	2. 増減	3. 増減	4. 増減	5. 増減	
④ 11月1日～12月31日	1. 増減	2. 増減	3. 増減	4. 増減	5. 増減	

注1) 1. 大幅増加(10%以上)、2. やや増加(5%以上)、3. ほぼ横ばい(±5%未満)、4. やや減少(10%未満)、5. 大幅減少(10%以上)

問 10 新型コロナウイルス感染症を踏まえた（アフターコロナ、with コロナ）事業者での取組、新たな観光振興に対する意見・提案・要望についてお答え下さい。

(例：屋外での観光プログラムの構築、屋外観光施設へのデジタライズ、安全対策のPR など)

① 事業者での取組

② 新たな観光振興に対する意見・提案・要望

※ご記入内容の問い合わせる場合がありますので、お答えなければご連絡をお知らせください。

事業者名称

姓 名

TEL

FAX

E-mail

ご協力ありがとうございます

図 3-19 域内調達率調査 調査票

(ウ) 調査結果 (概況)

後述するヒアリング調査を実施するに当たり、調査結果の概況を取りまとめた。

①所在地別の主な業種区分 (問01②×問02)

- ・主な業種区分の回答上位は、「飲食」(16件)、「小売」(12件)、「宿泊」(11件)、「スポーツ・娯楽サービス」(11件)であり、4区分合計で50件となり、回答数の80%強を占める。
- ・所在地別では、秋川地区の回答上位は、「飲食」、「小売」、「スポーツ・娯楽サービス」と続き、「宿泊」の回答は得られていない。五日市地区は、上位4区分でほぼ同数の回答が得られており、檜原村では「宿泊」、「飲食」「スポーツ・娯楽サービス」の順に回答数が多い。

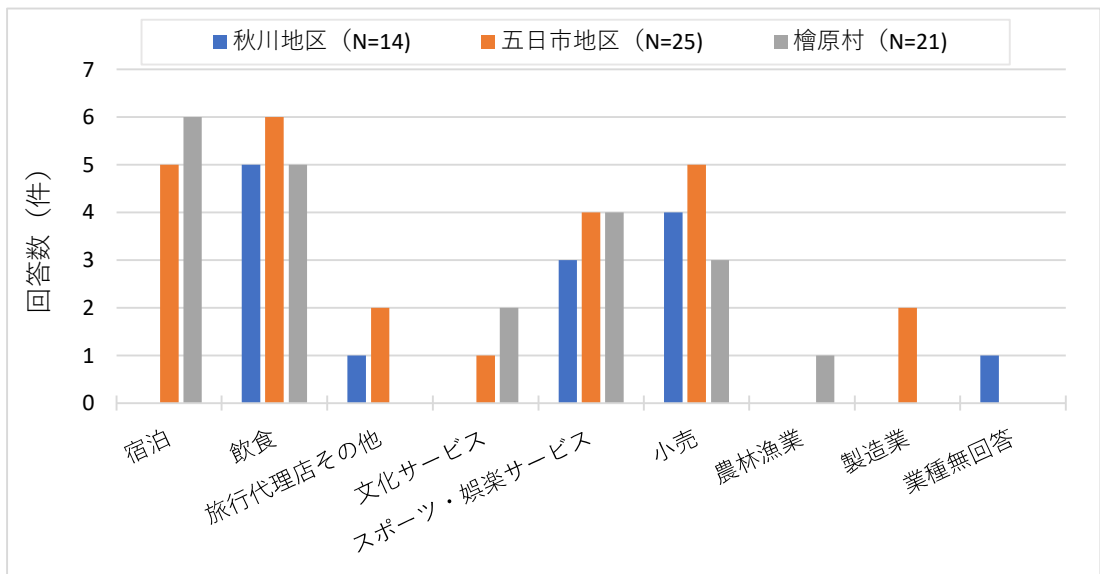


図 3-20 所在地別の業種別回答者数

表 3-10 所在地別の業種別回答者数

主な業種区分	秋川地区	五日市地区	檜原村	不明	合計
宿泊		5	6		11
飲食	5	6	5		16
旅行代理店その他	1	2			3
文化サービス		1	2		3
スポーツ・娯楽サービス	3	4	4		11
小売	4	5	3		12
農林漁業			1		1
製造業		2		1	3
業種無回答	1			1	2
合計	14	25	21	2	62

②所在地別の主な業種区分の旅客・観光客の売上比率（問1②×問4）

- ・所在地別では、どの地区でも、1つ以上の業種で旅行・観光客が占める割合が100%（最大）の業種が存在する。
- ・秋川地区では「スポーツ・娯楽サービス」、五日市地区では「宿泊」、「旅行代理店その他」、「スポーツ・娯楽サービス」、檜原村では「宿泊」、「飲食」、「スポーツ・娯楽サービス」となっており、地区ごとに旅客・観光客が占める割合が異なっている。
- ・所在地別の旅行・観光客が占める割合の平均値では、秋川地区の「スポーツ・娯楽サービス」、檜原村の「宿泊」で100%となっている。
- ・「小売」は、最大値に比べて平均値は、五日市地区と檜原村で大幅に減少し、すべての地区で40%以下となることから、旅行・観光客が占める割合が低い施設が含まれていることが分かる。

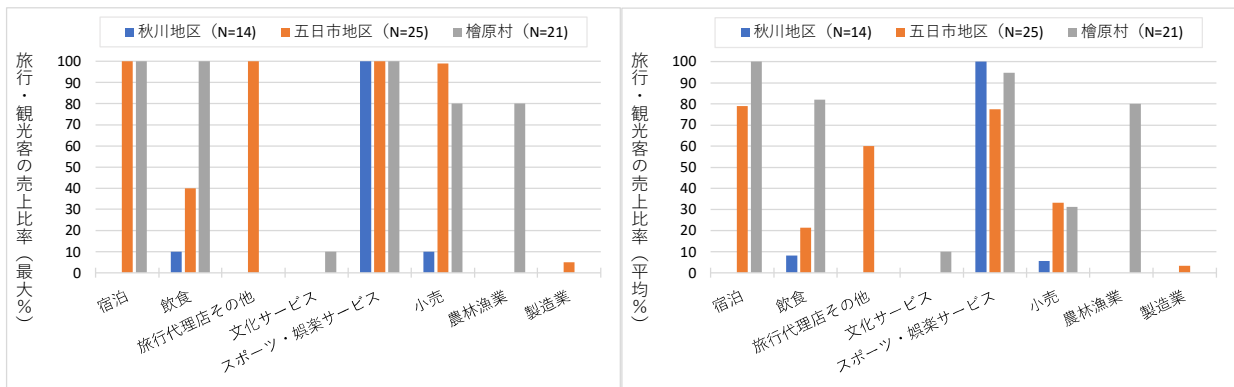


図 3-21 所在地別の業種別旅行・観光客の売上比率（左：最大、右：平均）

表 3-11 所在地別の業種別旅行・観光客の売上比率

主な業種区分	秋川地区		五日市地区		檜原村	
	最大	平均	最大	平均	最大	平均
宿泊	-	-	100	79	100	100
飲食	10	8.1	40	21.4	100	82
旅行代理店その他	0	0	100	60	-	-
文化サービス	-	-	0	0	10	10
スポーツ・娯楽サービス	100	100	100	77.5	100	94.7
小売	10	5.5	99	33.2	80	31.2
農林漁業	-	-	-	-	80	80
製造業	-	-	5	3.25	-	-
業種無回答	0	0	-	-	-	-

③主な業種区分別、所在地及び旅客・観光客の売上比率との新型コロナウイルス感染症の影響による施設利用の傾向

(問02×問09、問01②×問09、問04×問09)

※集計に際して、問09の選択肢を点数化(1.大幅増加:100、2.やや増加:80、3.ほぼ横ばい:60、4.やや減少:40、5.大幅減少:20、6.営業自粛:0)

- ・主な業種区分別の総計を期間別で見ると、緊急事態宣言中は多くの施設が「営業自粛」しているため、平均点数は「大幅減少～営業自粛」の中間値となっている。緊急事態宣言解除後は、一部で引き続き「営業自粛」する施設はあるものの、一部の施設では売上が前年比を超えるなど、平均点数は「増加」傾向となっている。また、GoToキャンペーン実施中は前年比を超える施設も多いことから、平均点数は「ほぼ横ばい」となっている。
- ・地区別では、緊急事態宣言中において、旅客・観光客の売上比率が低い秋川地区では他の地区より平均点数が高くなっている。緊急事態宣言解除後は、檜原村の点数が高く、特にGoToキャンペーン実施中の平均点数は前年比から「ほぼ横ばい～やや増加」の傾向になっている。
- 一方、五日市地区は、旅客・観光客の売上比率が高い檜原村と比べてもその点数は低くなっている。
- ・また、旅客・観光客の売上比率別では、緊急事態宣言中は20%未満の事業者の点数が高くなっている。緊急事態宣言解除後はどの区分でも30点～40点近くであり、GoToキャンペーン実施中は、緊急事態宣言解除後より、どの区分においても点数は高くなっている。その中でも、GoToキャンペーン中(東京都除外)の期間では、100%と99-80%の区分の点数が高く、東京都23区内の方などが秋川溪谷に多く訪れていたことが伺える。

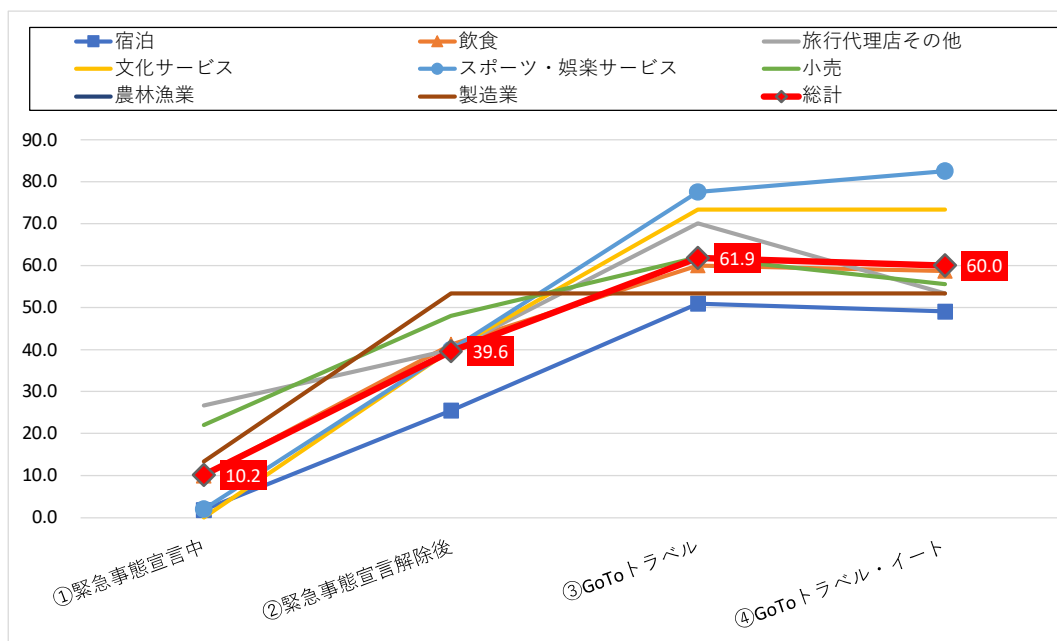


図3-22 業種別の施設利用の傾向(対象期間別の得点化)

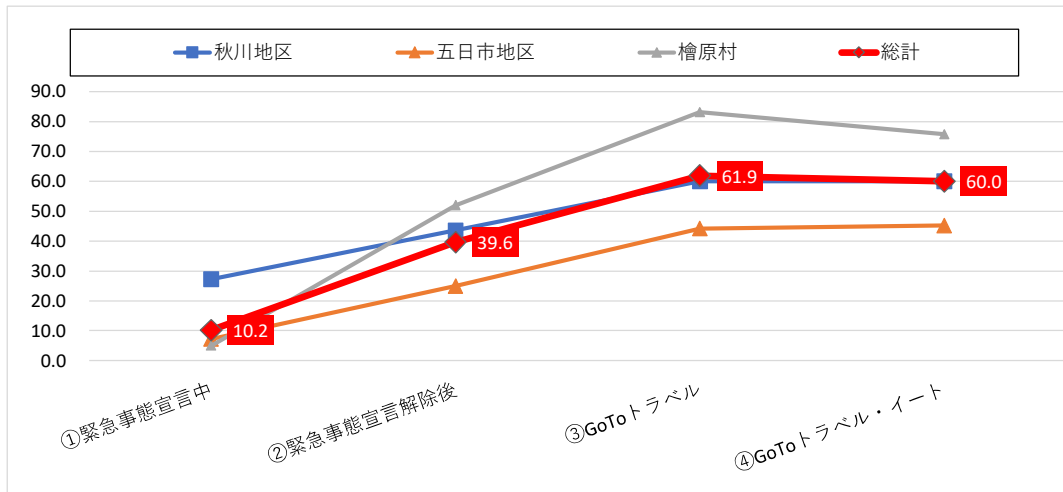


図 3-23 地区別の施設利用の傾向（対象期間別の得点化）

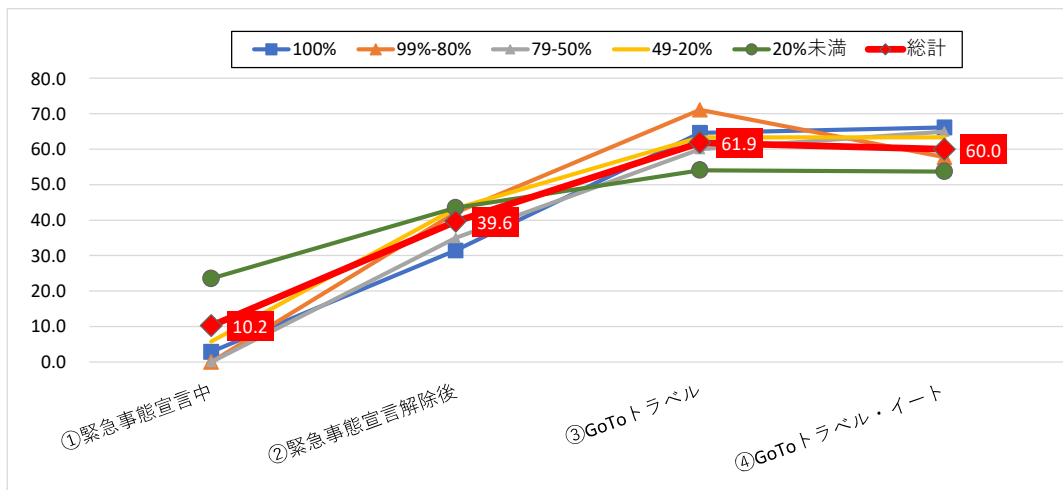


図 3-24 旅客・観光客の売上比率の施設利用の傾向（対象期間別の得点化）

イ ヒアリング調査

(ア) 目的

事業者アンケート調査で示しているアンケート内容をベースにヒアリング調査を行い、アンケート内容だけでは把握しきれない部分（事業所の活動経緯、業界と地域の関係性、より細かな調達先など）について把握する。

今後の地域活性化策や観光振興策、産業振興策及びそれに伴う域内調達率の向上策等に結びつけていく。

乗数理論にて経済波及効果を算出するに当たり、効果的な算出が可能になる事業者を選定する。また、過年度取りまとめた課題の解決に向けた事業者を選定する。

(イ) 事業者ヒアリングの対象先

平成30年度は初年度調査であったことから、表3-12に示す通り、主に一次波及（直接波及）先の事業者についてヒアリング調査を実施し、事業者の経費の割合、仕入先、域内調達率等について把握し、アンケート結果と併せて乗数理論における経済波及効果を算出した。ただし、課題として事業者の仕入先の域内調達率を把握することはできたが、二次波及先（農林業、製造、卸売等）の域内調達率まで把握することができず、二次波及先以降の波及効果の算出が困難であった。

令和元年度のアンケート回答においても、二次波及先（農林業、製造、卸売等）からの回答が少なかったことから、令和元年度のヒアリング先は、二次波及先に限定して施設を選定している。

令和2年度では、上記を踏まえヒアリング先を選定する。なお、令和2年度の選定方針は以下の通りである。

- ①新規追加した商工会リスト等の対象事業者から、秋川地区の事業者を選定
 - ※旅行・観光客の売上比率の高い事業者
 - ※令和元年度に対応した「小売事業者」を選定
- ②新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえ、来訪者の主な傾向を把握している事業者を選定
 - ※売上増減に関係なく、来訪者の主な傾向を把握している事業者
- ③新型コロナウイルス感染症を踏まえた（アフターコロナ、with コロナ）事業者での取組、新たな観光振興に対する意見・提案・要望に対し、建設的な提案がされている事業者
- ④GoTo キャンペーンの効果が上がっている事業者（宿泊事業者など）
- ⑤その他事業者（令和元年度にリストアップしたが、回答していない事業者など）

- ・ヒアリング項目は表3-13に示す通りである。域内調達率調査のアンケート結果を踏まえて実施することとする。
- ・ヒアリングに対しては、令和元年同様に依頼文を作成し、質問票とともに郵送した。郵送後、ヒアリングの実施に際して、電話にてアポイントを取る。
- ・ヒアリングの方法は、過年度は対面式で実施していたが、新型コロナウイルス感染症の拡大状況及び緊急事態宣言等を鑑み、メール及び電話にて対応する。

下記の選定事業者及び他の事業者から 12 事業者を選定した。

ヒアリング実施に際し、メール・FAXにてアポイントを取るとともに、電話での聞き取り調査とした。調査票を以下に示す。

表 3-12 ヒアリング選定事業者

区域	分類	事業者名	備考（選定）
あきる野市 (秋川地区)	小売業・飲食店<パン	(有) ア・ラ・モード	<ul style="list-style-type: none"> ・秋川溪谷物語 ・秋川牛のカレーパンを提供 ・①秋川地区 ・②の来訪客の記載あり
	小売業<お菓子	(有) 中島屋	<ul style="list-style-type: none"> ・商工会 ・①秋川地区 ・地域内での仕入れの確保に対して記載あり ・あきる野の匠で紹介
	スポーツ・娯楽サービス<バーベキュー	秋川ふれあいランド	<ul style="list-style-type: none"> ・①秋川地区 ・④GoTo キャンペーン中に来訪客が前年比大幅増 ・原材料をすべて、秋川溪谷内で入手 ・あきる野市観光協会が管理運営するバーベキュー場
	スポーツ・娯楽サービス<ゴルフ場	立川国際カントリー倶楽部	<ul style="list-style-type: none"> ・商工会 ・①秋川地区 ・旅行・観光客の割合が 100%。主な観光地としての対応 ・都内唯一の 36 ホール
あきる野市 (五日市地区)	飲食<そば屋	たか瀬	<ul style="list-style-type: none"> ・信州安曇野手打蕎麦 たか瀬 ・②の来訪客の記載あり ・④GoTo キャンペーン中に来訪客が前年比大幅増
	スポーツ・娯楽サービス<温浴施設 宿泊施設	秋川溪谷 瀬音の湯(日帰り温浴施設)	<ul style="list-style-type: none"> ・主要観光地 ・③新たな観光振興に対する意見を記載 ※平成30年ヒアリング先
	スポーツ・娯楽サービス<釣り場	秋川国際マス釣場	<ul style="list-style-type: none"> ・主要観光地 ・③新たな観光振興に対する意見を記載 ※平成30年ヒアリング先
	小売業・卸し売り業<商店	田野倉商店	<ul style="list-style-type: none"> ・②の来訪客の記載あり ・③新たな観光振興に対する意見を記載
	宿泊<旅館	旅館 油屋旅館	<ul style="list-style-type: none"> ・地域内での仕入れの確保に対して記載あり ・④GoTo キャンペーン中に来訪客が前年比大幅増
檜原村	飲食<ラーメン屋	たちばな家	<ul style="list-style-type: none"> ・③新たな観光振興に対する意見を記載 ・④GoTo キャンペーン中に来訪客が前年比大幅増 (地域商品券)
	宿泊<キャンプ場	奥秋川ビレッジ	<ul style="list-style-type: none"> ・③新たな観光振興に対する意見を記載 ・④GoTo キャンペーン中に来訪客が前年比大幅増
	スポーツ・娯楽サービス<釣り場	神戸国際 マス釣場	<ul style="list-style-type: none"> ・②の来訪客の記載あり ・③新たな観光振興に対する意見を記載 ・④GoTo キャンペーン中に来訪客が前年比大幅増 ・地域内での仕入れの確保に対して記載あり

表 3-13 ヒアリング項目

施設種別	
施設名（事業者名）	
担当者名	
貴施設の事業内容	（観光に関する事業内容、活動経緯）※問 1・2
貴施設の来訪者数、売上に占める観光客割合	（おおよその来訪者数、売上額の推移、旅行・観光客比率、観光客の動向）※問 3・4
売上割合、原材料費の内訳について	（売り上げに占める原材費の割合、仕入れの方法、域内調達の方法など） 問 5・6 ※観光産業の視点にて把握
域内調達率について 域内調達が難しい原因について	（原材料費、営業経費、人件費に対して、秋川溪谷内、東京都内、東京都外の割合）を踏まえて確認※問 7 ・域内調達率を高める方法（取引先等） ・域内における従業員の確保 など ・難しい原因、調達できている要因
地域の観光実態について （観光全般）	（事業者が感じる秋川溪谷の観光実態）※問 8
新型コロナウイルス感染症の影響による施設利用の傾向	（自由回答）※問 9 ・施設形態別の来訪者の傾向 ・③GoTo トラベルキャンペーン中（東京都除外）（7月22日～9月末）、④GoTo トラベル・イートキャンペーン中（10月1日～1月7日）の来訪者の傾向
新型コロナウイルス感染症を踏まえた事業者での取り組み、新たな観光振興に対する意見・提案・要望	（自由回答）※問 10 ・①事業者での取組 ・②新たな観光振興に対する意見・提案・要望に対する補足意見の集約、新たな提案の聞きとり
自由意見（その他）	（自由回答）

第4章 経済波及効果の算出

第4章 経済波及効果の算出

前述した調査結果を踏まえ、観光消費による経済波及効果を示す指標（波及効果額、域内総生産（GRP）に占める割合等）を算出し、観光による経済波及効果拡大に向けた分析及び提案を行う。

1 秋川渓谷の産業構造の整理

(1) アンケート結果から見た産業別にみる産業構造

ここでは第3章で実施した、事業者に対する「秋川渓谷観光による経済波及効果に関するアンケート調査」の結果をもとに、秋川渓谷全産業の売上高に占める下記科目毎の経費構造について整理した。なお、調査対象事業者は、令和2年度に回収した62件に加え、令和元年度に回収した70件を合わせて、重複を除いた計115件を対象とする。

ア 産業別にみる経費構造

表 4-1 産業別にみる産業構造の概要

科目	備考
①原材料費 (売上原価)	製造や料理などの原材料費や販売用商品の仕入れなどの費用を指します。農林漁業の場合は肥料・種苗・薬剤・餌代、製造業の場合は加工外注費も含めてご記入下さい。また、運輸・交通業の場合には燃料費も含めてご記入下さい。
②営業経費	旅費や通信費、水道光熱費、広告宣伝費、消耗品費、修繕費など、製品やサービスを提供するに当たって必要となる費用を指します。農林漁業の場合は、農機具・漁船・漁具費・油費も含めてご記入下さい。
③人件費	貴事業所で働かれている従業員の人件費（パートなどを含む）を指します。役員給与や賞与なども含めてご記入下さい。直接労務費や福利厚生費なども含めてご記入下さい。個人事業主・家族経営の方は、本人や家族の人件費は0とし、所得は全て営業利益に含めて下さい。
④その他経費	減価償却費や固定資産税などの租税公課、支払利息などが該当します。
⑤営業利益	売上高から上記の原材料費、営業経費、人件費、その他経費を除いた額をご記入下さい。

秋川渓谷全体の産業についてみると、「売上原価」が最も高く、36.9%を占めていることが大きな特徴といえる。次いで「人件費」が31.0%、「営業経費」が19.4%となっている。

これを産業別にみると、次のような特徴が上げられる。

- ◆「売上原価」が高い業種
 - ・ガソリンスタンドが突出（回答1件）
 - ・土産品小売業（回答：2件）、飲食料品小売業（回答：23件）
- ◆「営業経費」が高い業種
 - ・農業、工芸品製造業（ともに回答1件）
 - ・卸売業（回答3件）
- ◆「人件費」が高い業種
 - ・博物館・資料館・植物園等（回答3件）
 - ・観光・レクリエーション施設（回答18件）
- ◆営業利益が多い施設
 - ・農業、工芸品製造業、飲食店業と続く

表 4-2 産業別にみる産業構造 (1) 秋川渓谷全体の分類別

分類	回答 件数	①原材料費 (売上原価)	②営業経費	③人件費	④その他 経費	⑤営業利益
農業	1	17.0%	41.0%	0.0%	4.0%	38.0%
飲食料品製造業	7	40.4%	19.2%	27.5%	6.9%	6.1%
工芸品製造業	1	10.0%	30.0%	40.0%	10.0%	10.0%
卸売業	3	34.8%	23.4%	36.2%	3.7%	1.8%
土産品小売業	2	68.4%	10.5%	16.6%	1.5%	3.0%
飲食料品小売業	23	67.3%	12.4%	16.5%	2.1%	1.7%
ガソリンスタンド	1	82.8%	7.2%	5.7%	2.6%	1.7%
その他小売業	5	54.0%	12.5%	30.4%	8.2%	-5.1%
飲食店業	30	31.8%	16.4%	34.9%	6.9%	10.0%
宿泊業(旅館・民宿等)	21	25.5%	24.5%	28.9%	14.6%	6.6%
博物館・資料館・植物園等	3	15.0%	5.0%	80.0%	0.0%	0.0%
観光・レクリエーション施設 (観光体験・遊漁含む)	18	12.9%	27.0%	43.2%	13.8%	3.0%
全産業	115	36.9%	19.4%	31.0%	8.5%	4.2%

分類	回答 件数	①原材料費 (売上原価)	②営業経費	③人件費	④その他 経費	⑤営業利益
宿泊業(旅館・民宿等)	22	14.7%	19.4%	24.7%	7.6%	25.6%
全産業	115	33.7%	18.4%	29.4%	7.8%	6.4%

※算出方法：各事業者の年間売上に対し、売上高に対する各項目の割合から、事業者毎の項目別売上額を算出した。事業分類別で累計し、その総額の割合を算出した。

※宿泊業で、大手ビジネスホテルを加えると、売上額の大きさから宿泊業及び全産業の項目別の割合が大きく変わることから、対象外として算出した（以降同様の処理）。

地区別にみると、「売上原価」では檜原村が最も高く、42.3%を占めていることが大きな特徴といえる。「営業経費」ではあきる野市（五日市地区）が21.9%、「人件費」ではあきる野市（秋川地区）が36.5%となっている。

表 4-2 産業別にみる産業構造 (2) 秋川渓谷全体の地区別

分類	回答 件数	①原材料費 (売上原価)	②営業経費	③人件費	④その他 経費	⑤営業利益
あきる野市(秋川地区)	16	29.1%	19.3%	36.5%	14.2%	0.9%
あきる野市(五日市地区)	49	33.9%	21.9%	32.3%	6.2%	5.8%
檜原村	37	42.3%	17.9%	27.1%	6.1%	6.6%
不明	13	71.9%	9.4%	11.6%	3.9%	3.3%
合計	115	36.9%	19.4%	31.0%	8.5%	4.2%

イ 産業別にみる域内調達率

経費科目毎の域内調達率は、秋川渓谷内の全産業で見ると「売上原価」が46.1%、「営業経費」が39.1%、「人件費」が57.1%となっている。

これを産業別にみると、次のような特徴が上げられる。

◆売上原価の域内調達率が高い業種

- ・宿泊業（旅館・民宿等）

◆「営業経費」の域内調達率が高い業種

- ・卸売業
- ・工芸品製造業
- ・飲食料品小売業

◆「人件費」の域内調達率が高い業種

- ・博物館・資料館・植物園等、観光・レクリエーション施設（観光体験・遊漁含む）を除き50%を超えている。

表 4-3 各経費の支払先（購入先）の比率※アンケートフォーム

科目	各種経費などの支払先（購入先）の比率			
	A. 秋川渓谷内	B. 東京都内 (Aを除く東京都)	C. 東京都外	合計(A+B+C)
①原材料費（売上原価）	%	%	%	100%
②営業経費	%	%	%	100%
③人件費	%	%	%	100%

表 4-4 各経費の支払先（購入先）の比率（1）秋川渓谷全体の分類別

分類	回答 件数	①原材料費(売上原価)			②営業経費			③人件費		
		A: 秋川 渓谷内	B: 東京 都内(A を除く)	C: 東京 都外	A: 秋川 渓谷内	B: 東京 都内(A を除く)	C: 東京 都外	A: 秋川 渓谷内	B: 東京 都内(A を除く)	C: 東京 都外
農業	1	0.0%	30.0%	70.0%	5.0%	90.0%	5.0%	-	-	-
飲食料品製造業	7	16.6%	41.5%	41.8%	35.6%	59.1%	5.4%	86.4%	13.6%	0.0%
工芸品製造業	1	0.0%	20.0%	80.0%	80.0%	10.0%	10.0%	100.0%	0.0%	0.0%
卸売業	3	1.1%	88.2%	10.8%	95.4%	0.0%	4.5%	100.0%	0.0%	0.0%
土産品小売業	2	54.7%	32.6%	12.6%	51.8%	48.2%	0.0%	94.2%	5.8%	0.0%
飲食料品小売業	23	59.1%	32.8%	8.1%	74.4%	25.3%	0.4%	92.8%	7.2%	0.0%
ガソリンスタンド	1	2.0%	98.0%	0.0%	30.0%	60.0%	10.0%	76.0%	24.0%	0.0%
その他小売業	5	0.3%	81.7%	18.0%	65.1%	29.3%	5.6%	96.5%	3.5%	0.0%
飲食店業	30	38.2%	53.0%	8.8%	63.5%	29.7%	6.8%	92.8%	5.5%	1.7%
宿泊業(旅館・民宿等)	21	65.4%	23.3%	11.3%	61.6%	27.3%	11.1%	96.3%	3.7%	0.0%
博物館・資料館・植物園等	3	0.0%	20.0%	80.0%	0.0%	50.0%	50.0%	50.0%	12.5%	37.5%
観光・レクリエーション施設 (観光体験・遊漁含む)	18	40.6%	46.4%	13.0%	25.3%	47.4%	27.3%	38.9%	60.2%	0.8%
全産業	115	46.1%	43.3%	10.6%	39.1%	40.9%	20.1%	57.1%	41.9%	1.0%

※算出方法：各事業者の年間売上に対し、売上高に対する各項目の割合から、事業者別の項目別売上額を算出した。また、事業分類別で累計し、その総額の割合を算出した。

地区別にみると、域内調達率である、A：秋川渓谷内での割合は、「売上原価」ではあきる野市（秋川地区）が最も高く 53.0%を占めていることが大きな特徴といえる。一方、「営業経費」では檜原村が最も高く 65.9%を占め、「人件費」ではあきる野市（秋川地区）が 31.6%と低く、あきる野市（五日市地区）、檜原村では 90%を超えている。

表 4-4 各経費の支払先（購入先）の比率（2）秋川渓谷全体の地区別

分類	回答件数	①原材料費(売上原価)			②営業経費			③人件費		
		A:秋川渓谷内	B:東京都内(Aを除く)	C:東京都外	A:秋川渓谷内	B:東京都内(Aを除く)	C:東京都外	A:秋川渓谷内	B:東京都内(Aを除く)	C:東京都外
あきる野市(秋川地区)	16	53.0%	37.5%	9.5%	18.2%	48.3%	33.5%	31.6%	67.4%	1.0%
あきる野市(五日市地区)	49	48.2%	38.1%	13.7%	57.8%	33.4%	8.8%	90.2%	9.4%	0.4%
檜原村	37	37.6%	54.7%	7.8%	65.9%	33.3%	0.7%	90.6%	5.9%	3.4%
不明	13	29.0%	69.5%	1.5%	64.6%	33.8%	1.6%	93.3%	6.7%	0.0%
合計	115	46.1%	43.3%	10.6%	39.1%	40.9%	20.1%	57.1%	41.9%	1.0%

ウ 原材料費（売上原価）の内訳

観光関連業種の「宿泊サービス」「飲食サービス」「小売」に該当する事業者のみに回答をお願いした。

本調査で実施した、「秋川渓谷観光による経済波及効果に関するアンケート調査」の集計結果では、原材料費（売上原価）の内訳は、秋川渓谷の全産業でみると、「小売・卸売業からの仕入れ」が 62.7%と一番高く、次いで「農林漁業者から直接仕入れ」が 26.4%、「製造業者から直接仕入れ」が 9.5%となっている。

これを産業別にみると、次のような特徴が上げられる。

- ◆農林漁業者から直接仕入れが高い業種
 - ・飲食料品小売業
 - ・土産品小売業
- ◆製造業者から直接仕入れが高い業種
 - ・土産品小売業
- ◆小売・卸売業から仕入れが高い業種
 - ・宿泊業（旅館・民宿等）
 - ・その他小売業

表 4-5 原材料費（売上原価）の内訳比率※アンケートフォーム

科目	内訳比率	備考
a. 農林漁業者から直接仕入れ	%	農家（契約を含む）、林業、漁船などが該当します。
b. 製造業者から直接仕入れ	%	工場、工房などが該当します。
c. 小売・卸売業から仕入れ	%	八百屋、スーパー、問屋などが該当します。
d. その他（上記以外）から仕入れ	%	自社生産や特殊な調達などが該当します。
合計	100%	

表 4-6 原材料費（売上原価）の内訳比率（1）秋川渓谷全体の分類別

分類	回答 件数	a. 農林漁業 者から直接 仕入れ	b. 製造業者 から直接仕 入れ	c. 小売・卸 売業から仕 入れ	d. その他 (上記以外) から仕入れ
土産品小売業	2	34.1%	45.3%	20.6%	0.0%
飲食料品小売業	16	59.2%	0.4%	40.3%	0.1%
その他小売業	3	1.8%	11.5%	86.8%	0.0%
飲食店業	26	9.4%	17.5%	71.3%	1.7%
宿泊業(旅館・民宿等)	15	1.5%	3.2%	91.8%	3.5%
合計	62	26.4%	9.5%	62.7%	1.4%

地区別にみると、「農林業者からの直接仕入れ」の割合は、秋川ファーマーズセンターの回答を有する、あきる野市(秋川地区)が最も高く61.5%を占めていることが大きな特徴といえる。

一方、「小売・卸売業から仕入れ」では、あきる野市(五日市地区)、檜原村ともに70%程度となっている。製造業者から直接仕入れは全体で9.5%と低く、あきる野市(秋川地区)では仕入れ先としては選ばれていなかった。

表 4-6 原材料費（売上原価）の内訳比率（2）秋川渓谷全体の地区別

分類	回答 件数	a. 農林漁業 者から直接 仕入れ	b. 製造業者 から直接仕 入れ	c. 小売・卸 売業から仕 入れ	d. その他 (上記以外) から仕入れ
あきる野市(秋川地区)	8	61.5%	0.0%	38.3%	0.2%
あきる野市(五日市地区)	30	13.5%	14.5%	71.3%	0.7%
檜原村	19	12.9%	11.0%	70.7%	5.4%
不明	5	10.0%	2.8%	87.2%	0.0%
合計	62	26.4%	9.5%	62.7%	1.4%

2 入込客数・観光消費額の推計

第3章でまとめた調査結果を踏まえ、入込客数・観光消費額を推計した。

推計に際しては、観光庁が平成21年12月に策定した「観光入込客統計に関する共通基準※」に基づき同様の方法で推計を行う。推計の詳細については、観光庁HP「共通基準による観光入込客統計」で公表されている。

ただし、共通基準は都道府県を単位とした推計方法であることから、推計の範囲を秋川渓谷で対応できるように適応させて推計する。

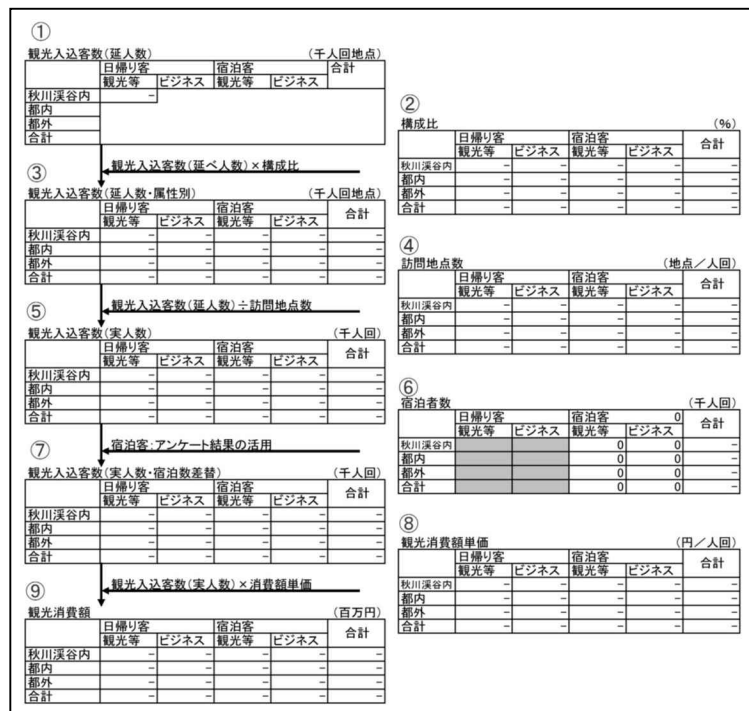
※「観光入込客統計に関する共通基準」（以下「共通基準」と言う。）は、各都道府県の「観光入込客数」「観光消費額単価」「観光消費額」等を把握するための調査手法や集計方法を示した調査基準で、有識者会議における検討や、2年間の試験調査（14道府県）、都道府県観光統計検討委員会（3回）を経て、平成21年12月に策定・公表されている。（平成25年3月に一部運用改定）

共通基準の推計方法のフローは以下の通りである。

市町村が集計する延入込客数から、パラメータ調査で取得した構成比を掛け合わせて実入込客数を算出する。そして、実際に宿泊されている宿泊者数・ビジネス目的入込客数に差し替えて実入込客数を算出したあとに、それぞれの観光消費額単価を掛け合わせて観光消費額を算出する方法である。本方法を用いることで、入込客の種別に応じた消費額単価の算出が可能となる。

下記推計フローの①～⑨の項目についての考え方を次頁に示す。なお、推計に用いる対象データは以下の通りである。令和2年度のパラメータ調査では、新型コロナウイルス感染症の感染状況を鑑み、10-12期調査のみの実施にとどまったため、令和2年の4-6期、7-9期の推計に際しては、令和元年度の同時期のパラメータ調査結果※を用いて推計した（観光入込客数・宿泊者数は令和2年度の調査結果を用いる）

- 対象年：令和2年（1-3期、4-6期、7-9期、10-12期）
- 観光入込客数・宿泊者数：令和2年（1-3期、4-6期、7-9期、10-12期）
- 推計に用いるパラメータ値：
 - 令和元年度調査結果（令和2年1-3期）及び令和2年度調査結果（令和2年10-12期）
 - ※令和元年度調査結果（令和元年4-6期、7-9期）



(1) 観光入込客数の算出

秋川渓谷に訪れる観光客数の合計。ここでは前述した合計人数に加え、「西多摩地域観光入込客数実態調査」の結果を用いて、今回のパラメータ調査地点である「武蔵五日市駅（雛めぐり含む）」、「払沢の滝」の入込客数を推計した。

対象地点の入込は以下の通りである。

表 4-7 対象地点の入込客数

施設名	1-3期	4-6期	7-9期	10-12期
秋川ふれあいランド	0	119	2,520	189
リバーサイドパークーの谷	0	0	0	0
秋川橋河川公園バーベキューランド	0	0	31,507	3,017
秋川渓谷瀬音の湯（日帰り温浴施設）	39,803	0	64,045	49,118
秋川国際マス釣場	6,273	3,373	7,816	5,148
都立小峰公園	24,159	21,319	19,512	22,402
立川国際カントリー倶楽部	17,421	10,982	18,490	21,922
東京五日市カントリー倶楽部	10,798	9,333	12,380	14,801
東京サマーランド	64,533	31,902	221,088	135,991
秋川ファーマーズセンター	58,856	58,501	71,748	61,275
秋川キララホール	9,523	27	1,668	2,957
五日市ファーマーズセンター	22,498	26,168	29,350	26,086
秋川渓谷戸倉体験研修センター （戸倉しろやまテラス）	2,538	708	3,718	4,438
檜原温泉センター数馬の湯	5,734	2,944	10,364	7,855
檜原都民の森	29,228	26,253	72,795	68,283
特産物直売所 やまぶき屋	476	1,597	5,497	3,366
神戸国際マス釣場	749	935	5,668	1,456
あきる野ふるさと工房※1	910	45	529	829
推計：武蔵五日市駅（雛めぐり含む）※2	92,081	0	218,348	178,725
推計：払沢の滝※2	7,355	4,539	23,728	11,699
合計	392,934	198,745	820,770	619,557

※1：令和2年から追加

※2：武蔵五日市駅（雛めぐり含む）は秋川渓谷瀬音の湯の増減率を乗じて算出
払沢の滝は檜原都民の森の増減率を乗じて算出

(2) 構成比

本調査は秋川渓谷を対象としていることから、秋川渓谷に宿泊する観光客を「宿泊客」とする。区分を「秋川渓谷内」、「都内」、「都外」の3区分とし、パラメータ調査結果の比率から算出する。また、構成比は上記の入込客数に回答者数を乗じて算出した。ここでは、10-12期の算出方法について説明する。

	構成比				合計
	日帰り客 93		宿泊客 7		
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス	
秋川渓谷内	5.5	0.2	0.0	0.0	5.6
都内	60.7	0.1	5.3	0.0	66.1
都外	26.6	0.4	1.4	0.0	28.3
合計	92.7	0.6	6.6	0.0	100.0

(3) 観光入込客数(延人数・属性別)

(1) × (2) を踏まえ、(3) 観光入込客数(延人数・属性別) を算出した。

観光入込客数(延人数・属性別) (延人数(千人))

	日帰り客 578		宿泊客 41		合計
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス	
秋川渓谷内	34	1	0	0	35
都内	376	1	33	0	409
都外	165	2	8	0	175
合計	574	4	41	0	620

(4) 訪問地点数

調査地点を含めた秋川渓谷の観光地点の立寄り地点を算出した。

訪問地点数 (地点)

	日帰り客		宿泊客		合計
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス	
秋川渓谷内	1.1	1.0	-	-	-
都内	1.7	2.0	1.7	1.0	-
都外	1.6	1.0	1.5	-	-
合計	-	-	-	-	-

(5) 観光入込客数(実人数)

(3) 観光入込客数(延人数) ÷ (4) 訪問地点数で観光入込客数(実人数) を推計する。

観光入込客数(実人数) (実人数(千人))

	日帰り客 364		宿泊客 25		合計
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス	
秋川渓谷内	30	1	-	-	31
都内	227	0	19	0	247
都外	104	2	5	-	112
合計	361	4	25	0	389

(6) 宿泊者数

別途アンケート調査で得た宿泊者数。これらの宿泊者数を、本アンケート調査で得られた宿泊者の構成比で按分して、区分別の宿泊者を按分する。

宿泊者数 (実人数(千人))

	宿泊客 10.2		合計
	観光等	ビジネス	
秋川渓谷内	0.0	0.0	0.0
都内	8.1	0.0	8.1
都外	2.1	0.0	2.1
合計	10.2	0.0	10.2

(7) 観光入込客数(実人数・宿泊数差替)

(5) で求めた観光入込客数(実人数)から、宿泊者を差替えて算出する。差し替えのデータはパラメータ調査にて実家への宿泊者数を補正して追加している。

<1-3期>

観光入込客数(実人数・宿泊数差替) (実人数(千人))

	日帰り客 308.5		宿泊客 7.3		合計
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス	
秋川溪谷内	17.7	-	0.2	0.0	17.9
都内	193.4	-	5.1	0.0	198.5
都外	97.5	-	2.0	0.0	99.4
合計	308.5	0.0	7.3	0.0	315.8

<4-6期>

観光入込客数(実人数・宿泊数差替) (実人数(千人))

	日帰り客 177.2		宿泊客 5.3		合計
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス	
秋川溪谷内	0.5	-	0.0	0.0	0.5
都内	108.3	0.0	4.9	0.0	113.2
都外	68.4	-	0.4	0.0	68.8
合計	177.2	0.0	5.3	0.0	182.5

<7-9期>

観光入込客数(実人数・宿泊数差替) (実人数(千人))

	日帰り客 604.3		宿泊客 39.1		合計
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス	
秋川溪谷内	20.9	1.0	0.0	0.0	21.9
都内	316.8	0.0	24.1	0.0	340.9
都外	265.6	-	15.1	0.0	280.7
合計	603.3	1.0	39.1	0.0	643.4

<10-12期>

観光入込客数(実人数・宿泊数差替) (実人数(千人))

	日帰り客 364.2		宿泊客 10.2		合計
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス	
秋川溪谷内	29.8	1.1	0.0	0.0	30.9
都内	226.8	0.3	8.1	0.0	235.3
都外	103.9	2.2	2.1	0.0	108.2
合計	360.5	3.6	10.2	0.0	374.3

(8) 観光消費額単価（基本的な考え方）

パラメータ調査で得られた消費額単価（合計）の目的・観光形態別の一人当たりの単価を用いる。

単価はアンケートで得られた一人当たりの消費額に対し、総人数での加重平均を算出する。

< 1-3期 >

(円/人)

	居住地・観光分類	宿泊費	飲食費	交通費	体験費用	買物費	合算
秋川渓谷内	観光・日帰り	0	228	26	142	38	434
	ビジネス観光・日帰り	-	-	-	-	-	-
	観光・宿泊	9,000	2,000	0	0	0	11,000
	ビジネス観光・宿泊	-	-	-	-	-	-
東京都内	観光・日帰り	0	337	145	372	125	979
	ビジネス観光・日帰り	-	-	-	-	-	-
	観光・宿泊	4,079	2,153	466	609	381	7,688
	ビジネス観光・宿泊	-	-	-	-	-	-
東京都外	観光・日帰り	0	430	140	354	119	1,043
	ビジネス観光・日帰り	-	-	-	-	-	-
	観光・宿泊	6,143	1,786	359	0	679	8,966
	ビジネス観光・宿泊	-	-	-	-	-	-

< 4-6期 >

(円/人)

	居住地・観光分類	宿泊費	飲食費	交通費	体験費用	買物費	合算
秋川渓谷内	観光・日帰り	0	552	330	752	490	2,125
	ビジネス観光・日帰り	-	-	-	-	-	-
	観光・宿泊	-	-	-	-	-	-
	ビジネス観光・宿泊	-	-	-	-	-	-
東京都内	観光・日帰り	0	327	355	970	325	1,978
	ビジネス観光・日帰り	0	1,000	0	820	0	1,820
	観光・宿泊	4,968	452	890	1,050	889	8,250
	ビジネス観光・宿泊	-	-	-	-	-	-
東京都外	観光・日帰り	0	1,078	358	1,672	449	3,557
	ビジネス観光・日帰り	-	-	-	-	-	-
	観光・宿泊	5,789	1,808	614	1,675	526	10,412
	ビジネス観光・宿泊	-	-	-	-	-	-

< 7-9期 >

(円/人)

	居住地・観光分類	宿泊費	飲食費	交通費	体験費用	買物費	合算
秋川渓谷内	観光・日帰り	0	510	246	633	100	1,489
	ビジネス観光・日帰り	0	0	640	0	0	640
	観光・宿泊	-	-	-	-	-	-
	ビジネス観光・宿泊	-	-	-	-	-	-
東京都内	観光・日帰り	0	653	413	1,007	84	2,156
	ビジネス観光・日帰り	-	-	-	-	-	-
	観光・宿泊	5,148	1,821	191	1,626	510	9,296
	ビジネス観光・宿泊	-	-	-	-	-	-
東京都外	観光・日帰り	0	955	324	1,440	141	2,861
	ビジネス観光・日帰り	-	-	-	-	-	-
	観光・宿泊	7,673	891	221	2,931	706	12,422
	ビジネス観光・宿泊	-	-	-	-	-	-

< 10-12期 >

(円/人)

	居住地・観光分類	宿泊費	飲食費	交通費	体験費用	買物費	合算
秋川渓谷内	観光・日帰り	0	345	71	248	41	704
	ビジネス観光・日帰り	0	0	0	0	0	0
	観光・宿泊	-	-	-	-	-	-
	ビジネス観光・宿泊	-	-	-	-	-	-
東京都内	観光・日帰り	0	645	197	640	162	1,644
	ビジネス観光・日帰り	0	550	0	820	0	1,370
	観光・宿泊	4,116	855	355	665	49	6,040
	ビジネス観光・宿泊	-	-	-	-	-	-
東京都外	観光・日帰り	4	337	145	372	125	979
	ビジネス観光・日帰り	0	31	22	0	0	53
	観光・宿泊	3,449	1,010	85	898	241	5,683
	ビジネス観光・宿泊	-	-	-	-	-	-

(9) 観光消費額

(7) 観光入込客数(実人数) × (8) 観光消費額単価で算出する。

< 1-3期 >

観光消費額

(千円)

	日帰り客 298,656		宿泊客 59,076		合計
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス	
秋川渓谷内	7,656	0	2,334	0	9,991
都内	189,340	0	39,250	0	228,590
都外	101,663	0	17,491	0	119,154
合計	298,659	0	59,076	0	357,735

< 4-6期 >

観光消費額

(千円)

	日帰り客 458,522		宿泊客 44,478		合計
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス	
秋川渓谷内	1,090	0	0	0	1,090
都内	214,233	0	40,115	0	254,347
都外	243,199	0	4,363	0	247,562
合計	458,522	0	44,478	0	503,000

< 7-9期 >

観光消費額

(千円)

	日帰り客 1,474,732		宿泊客 410,810		合計
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス	
秋川渓谷内	31,089	625	0	0	31,715
都内	683,170	0	223,744	0	906,914
都外	759,848	0	187,066	0	946,913
合計	1,474,107	625	410,810	0	1,885,542

<10-12期>

観光消費額

(千円)

	日帰り客 496,170		宿泊客 60,626		合計
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス	
秋川溪谷内	20,979	0	0	0	20,979
都内	372,880	462	48,801	0	422,142
都外	101,734	115	11,825	0	113,674
合計	495,593	577	60,626	0	556,796

(10) 経済波及効果簡易推計システムへの反映

経済波及効果簡易推計システムへ反映させる指標を整理した。

観光客数

(実人数(千人))

	日帰り客	宿泊客	合計
1-3期	308	7	316
4-6期	177	5	182
7-9期	604	39	643
10-12期	364	10	374
合計	1,454	62	1,516

合計	宿泊費	飲食費	交通費	体験費用	買物費	合算
日帰り	0	608	268	849	151	1,876
宿泊	5,515	1,360	301	1,607	511	9,295
平均	225	638	269	880	166	2,179

<参考：過年度成果（2019年暦年）>

合計	宿泊費	飲食費	交通費	体験費用	買物費	合算
日帰り	0	713	330	1,082	212	2,337
宿泊	5,875	1,262	482	1,872	708	10,198
平均	298	741	338	1,122	237	2,736

<参考：過年度成果（2018年10-12期、2019年1-3期）>

合計	宿泊費	飲食費	交通費	体験費用	買物費	合算
日帰り	0	705	353	749	223	2,030
宿泊	7,313	730	528	882	565	10,017
平均	625	707	368	760	252	2,712

3 観光産業における経済波及効果の推計

(1) 経済波及効果の推計の考え方

秋川溪谷の観光業者から地域の商工業者・サービス業者のサプライチェーンを分析し、観光産業と地域経済全体の産業連関を明らかにすることを目的に実施した。

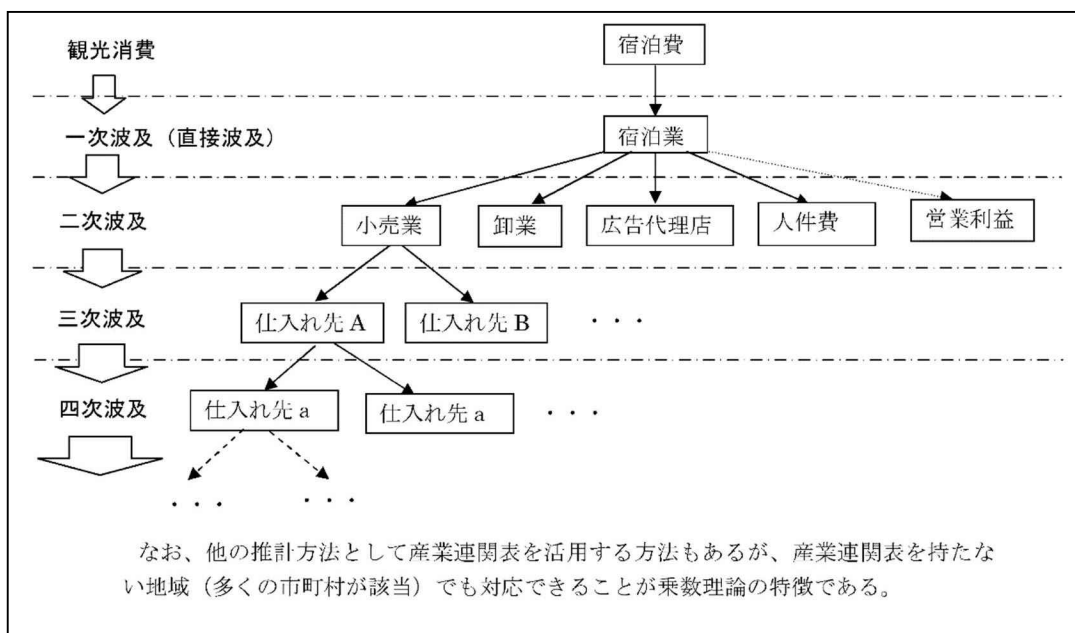
推計に際しては、「観光産業の地域経済への波及効果分析手法の検討及び地域ストーリーづくりに関する調査（平成27年3月 公益財団法人 日本交通公社）（以降：経済波及効果分析手法調査と称す）」にて公開されている、「観光経済波及効果簡易推計システム」を用いて推計した。
http://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/chiiki/chiiki_story/report_01.html

推計に際しては、乗数理論を用いることとする。秋川溪谷内の産業連関表が作成されていないことから、産業連関表を持たない地域（多くの市町村が該当）でも対応できることが乗数理論の特徴である。

<乗数理論（経済波及効果分析手法調査報告書P-3参照）>

この方法は、観光客の消費額を起点として、その消費が施設や箇所等に及ぼす効果を乗数の形で推計するというものである。

例えば、観光客が宿泊施設に宿泊する場合、その代金が宿泊施設に入ることとなる（これを「一次波及」と呼ぶ）。その代金（消費額）は、原材料調達費（例えば各部屋の備品・調度品、レストランにおける飲食材料費や什器、売店における土産品など）、人件費（例えばフロント係、客室係、宴会場係、ドアマン、経営者など）、営業経費（例えば広告宣伝費、旅費、通信費、水道光熱費、消耗品費、修繕費など）、減価償却費、固定資産税支払い等に費やされることとなる。各々の費用は、調達先に配分されることとなる（これを「二次波及」と呼ぶ）。さらに、その調達先が得た代金は、さらに仕入れ先に配分される。このように三次、四次、…と繰り返していくことで、理論的には、地域全体に及ぼす波及効果が網羅されることとなる（これを「n次波及」と呼ぶ）。



(2) 推計に必要なデータの取得

「観光経済波及効果簡易推計システム」に必要なデータの算出及び取得を行った。

ア 観光客数及び観光消費額

前述した算出結果を踏まえ、下記の通り整理した。

1 調査エリア名を入力してください。

調査エリア名	秋川渓谷(あきる野市・檜原村)
--------	-----------------

2 観光客数を入力してください。

	(日帰客)	(宿泊客)	(合計)
観光客数	1,454 千人	62 千人	1,516 千人

3 観光消費単価を入力してください。

	(日帰客)	(宿泊客)	(平均*)
(1)宿泊サービス	0 円	5,515 円	225 円
(2)飲食サービス	608 円	1,360 円	638 円
(3)旅客運送サービス	268 円	301 円	269 円
(4)運送設備レンタルサービス	0 円	0 円	0 円
(5)旅行代理店その他の予約サービス	0 円	0 円	0 円
(6)文化サービス	0 円	0 円	0 円
(7)スポーツ・娯楽サービス	849 円	1,607 円	880 円
(8)小売	151 円	511 円	166 円
合計	1,876 円	9,295 円	2,179 円

*平均は日帰り客と宿泊客の人数で加重平均を算出

イ その他のデータの取得

下記の手法にて数値を取得した。

4 その他の指標を入力してください

(1)限界消費性向	60% 総務省「家計調査」から算出
(2)域内消費率	80% 自地域の「購買動向調査」等から推計
(3)年間給与所得平均(全国)	¥4,322,000 国税庁「民間給与実態統計調査」から入力
(4)給与地域補正值	95% JPS「個人所得指標」から自地域の値を入力
(5)調査対象期間	12 ヶ月
(6)域内人口	82,368 人

(ア) 限界消費性向（所得効果の推計に利用）－入力フォーム 4

- ・所得の増加分に対する消費の増加分の割合。所得が1万円増加し、そのうち7千円を消費に回す場合、限界消費性向は0.7（7千円／1万円）となる。
- ・総務省の「家計調査年報家計収支編」より算出する（「総世帯のうち勤労者世帯」における実収入に対する消費支出の比率）。近年は概ね「0.6」前後となる傾向がみられるため、ここでは「0.6」とした。

(イ) 域内消費率（所得効果の推計に利用）－入力フォーム 4

- ・消費を行う際に、地域内で使う割合。地域において「購買動向調査」を行っていただければそこから推計するが、行っていない地域の場合、近年は概ね「80～90%」前後となる傾向がみられるため、これをもとに地域特性や地理的条件を考慮したうえで設定する。
- ・ここでは、秋川溪谷内で買い物を十分に行うことは難しく、近隣の八王子市や立川市までの距離は短いため、「80%」とした。

(ウ) 年間給与所得平均（全国）（雇用効果の推計に利用）－入力フォーム 4

- ・国税庁の「民間給与実態統計調査」のデータ（4,322,000円）を使用した。

(エ) 給与地域補正值（雇用効果の推計に利用）－入力フォーム 4

- ・給与の地域差を表す指標。（株）J P Sが毎年発行している「個人所得指標」からあきる野市・檜原村のデータを参照に、産業人口で按分し95%を使用した。

(オ) 調査対象期間（雇用効果の推計に利用）－入力フォーム 4

- ・年間調査のため、12ヶ月とした。

(カ) 域内人口（所得効果の推計に利用）－入力フォーム 4

- ・秋川溪谷の域内人口として、82,368人とした。
※あきる野市：令和3年2月1日 80,268人
※檜原村：令和3年2月1日 2,100人

ウ 各業種の経費構造（対売上比率）の整理

観光産業に係る、サービス分野8業種における事業構造を把握し、売上高の内訳（構成比）を整理した。

5 各業種の経費構造（対売上比率）を入力してください。

(1)宿泊サービス		(対売上比率:①+②+③+④+⑤=100)	
①売上原価	27%	うち、農林漁業者から直接仕入れる割合	1%
		うち、製造業から直接仕入れる割合	3%
		うち、卸売業(問屋)から仕入れる割合	92%
		うち、その他(上記以外)から仕入れる割合	3%
合計	100%		
②営業経費	25%		
③人件費	27%		
④その他経費	13%		
⑤営業利益	8%		

(2)飲食サービス		(対売上比率:①+②+③+④+⑤=100)	
①売上原価	31%	うち、農林漁業者から直接仕入れる割合	9%
		うち、製造業から直接仕入れる割合	18%
		うち、卸売業(問屋)から仕入れる割合	71%
		うち、その他(上記以外)から仕入れる割合	2%
合計	100%		
②営業経費	17%		
③人件費	37%		
④その他経費	8%		
⑤営業利益	7%		

(3)旅客運送サービス		(対売上比率:①+②+③+④+⑤=100)	
①売上原価			
②営業経費			
③人件費			
④その他経費			
⑤営業利益			

(4)運送設備レンタルサービス		(対売上比率:①+②+③+④+⑤=100)	
①売上原価			
②営業経費			
③人件費			
④その他経費			
⑤営業利益			

(5)旅行代理店その他の予約サービス		(対売上比率:①+②+③+④+⑤=100)	
①売上原価			
②営業経費			
③人件費			
④その他経費			
⑤営業利益			

(6)文化サービス		(対売上比率:①+②+③+④+⑤=100)	
①売上原価	15%		
②営業経費	5%		
③人件費	80%		
④その他経費	0%		
⑤営業利益	0%		

(7)スポーツ・娯楽サービス		(対売上比率:①+②+③+④+⑤=100)	
①売上原価	11%		
②営業経費	24%		
③人件費	44%		
④その他経費	16%		
⑤営業利益	4%		

(8)小売		(対売上比率:①+②+③+④+⑤=100)	
①売上原価	73%	うち、農林漁業者から直接仕入れる割合	55%
		うち、製造業から直接仕入れる割合	4%
		うち、卸売業(問屋)から仕入れる割合	41%
		うち、その他(上記以外)から仕入れる割合	0%
合計	100%		
②営業経費	12%		
③人件費	12%		
④その他経費	1%		
⑤営業利益	2%		

★全産業		(対売上比率:①+②+③+④+⑤=100)	
①売上原価	24%		
②営業経費	21%		
③人件費	37%		
④その他経費	12%		
⑤営業利益	5%		

エ 二次波及（仕入先）等の経費構造（対売上比率）

下記の事業構造を把握し、売上高の内訳（構成比）を整理した。なお、農林漁業からの回答が無いことから無記入となっている。

6 二次波及（仕入先）等の経費構造（対売上比率）を入力してください。

(9) 農林漁業

(対売上比率:①+②+③+④+⑤=100)

①売上原価	17%
②営業経費	41%
③人件費	0%
④その他経費	4%
⑤営業利益	38%

(10) 製造業

(対売上比率:①+②+③+④+⑤=100)

①売上原価	34%
②営業経費	17%
③人件費	30%
④その他経費	7%
⑤営業利益	10%

(11) 卸売業

(対売上比率:①+②+③+④+⑤=100)

①売上原価	40%
②営業経費	20%
③人件費	40%
④その他経費	0%
⑤営業利益	0%

オ 各業種の域内調達率

上記で取りまとめた域内調達率を整理した。

7 各業種の域内調達率を入力してください。

(1)宿泊サービス

①売上原価	65%
②営業経費	62%
③人件費	96%

(2)飲食サービス

①売上原価	38%
②営業経費	64%
③人件費	93%

(3)旅客運送サービス

①売上原価	
②営業経費	
③人件費	

(4)運送設備レンタルサービス

①売上原価	
②営業経費	
③人件費	

(5)旅行代理店その他の予約サービス

①売上原価	
②営業経費	
③人件費	

(6)文化サービス

①売上原価	0%
②営業経費	0%
③人件費	50%

(7)スポーツ・娯楽サービス

①売上原価	41%
②営業経費	25%
③人件費	39%

(8)小売

①売上原価	56%
②営業経費	72%
③人件費	94%

★全産業

①売上原価	46%
②営業経費	39%
③人件費	57%

カ 二次波及（仕入先）等の域内調達率

二次波及の域内調達率とは、仕入先が原材料等をどこから調達しているかを指す。

例えば、地域内のうどん屋が、原材料費（主に小麦粉などの食材）を100%地域内の問屋から仕入れていたとする。さらに追跡調査として、その問屋の仕入れ先を把握することで、より細かく域内に残る観光消費額を把握することができる。

二次波及の域内調達率の算出方法については、前述の事業者ヒアリングの際に、仕入れ先を聞き、仕入れ先の追跡調査する方法がある。

令和元年度調査のアンケート調査では、二次波及先（農林業、製造、卸売等）からの回答が少なかったものの、ヒアリング調査にて、主たる観光施設、宿泊施設への提供していることを踏まえ、製造業者、卸業者のアンケート回答から得られた域内調達率を加えている。

8 二次波及（仕入先）等の域内調達率を入力してください。

(1) 宿泊サービスの仕入れ先

農林漁業者

①売上原価	0%
②営業経費	5%
③人件費	0%

製造業者

①売上原価	17%
②営業経費	37%
③人件費	87%

卸売業(問屋)

①売上原価	1%
②営業経費	95%
③人件費	100%

(2) 飲食サービスの仕入れ先

農林漁業者

①売上原価	0%
②営業経費	5%
③人件費	0%

製造業者

①売上原価	17%
②営業経費	37%
③人件費	87%

卸売業(問屋)

①売上原価	1%
②営業経費	95%
③人件費	100%

(3) 小売の仕入れ先

農林漁業者

①売上原価	0%
②営業経費	5%
③人件費	0%

製造業者

①売上原価	17%
②営業経費	37%
③人件費	87%

卸売業(問屋)

①売上原価	1%
②営業経費	95%
③人件費	100%

キ 本社比率（推計全般に利用）

その他経費（租税公課や支払利息など）や営業利益等は基本的に本社（単独事業所を含む）に発生する。事業者アンケート調査・ヒアリング調査より、産業別の本社比率を推計し入力するのが望ましいが、それが難しい場合、「経済センサス」（総務省実施）における市町村別の「単独事業所」「本所・本社・本店」「支所・支社・支店」の事業所数の比率で代用する等の措置を取る。

ここでは、「平成28年経済センサス—活動調査事業所に関する集計—産業横断的集計（売上（収入）金額等）」における秋川溪谷（あきる野市・檜原村）の「単独事業所」「本所・本社・本店」「支所・支社・支店」の事業所数をもとに、本社比率を推計・入力した。

	分類	本社比率
全産業		79.0%
1	宿泊	75.9%
2	飲食	75.9%
3	旅客	74.2%
4	運送	93.5%
5	旅行代理店その他	74.8%
6	文化	68.9%
7	スポーツ・娯楽	80.4%
8	小売り	71.1%
9	農林漁業者	70.0%
10	製造業者	91.0%
11	卸売	71.1%

（3）推計結果の考え方（経済波及効果分析手法調査報告書 P-22 参照）

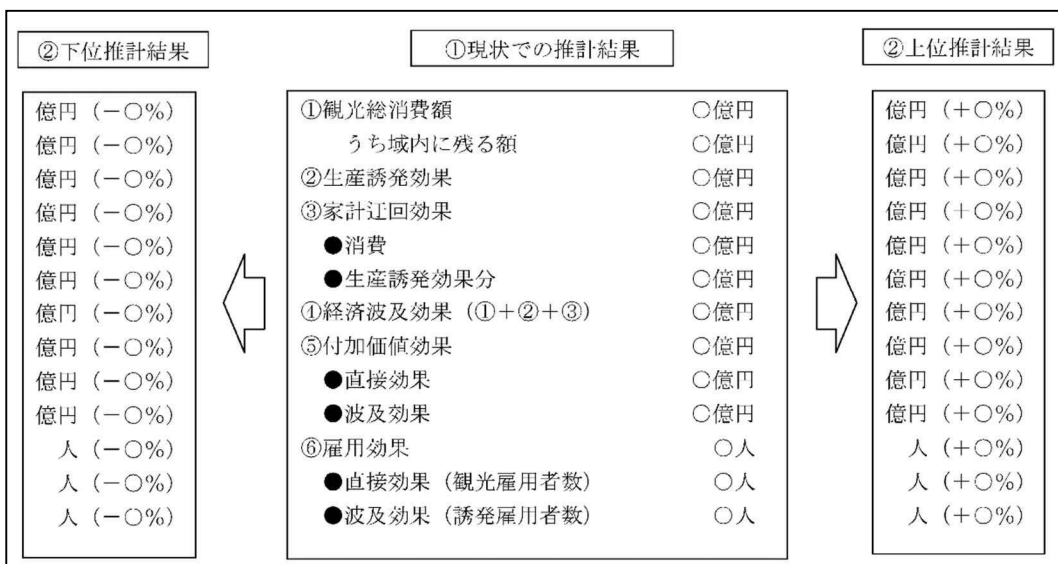
推計結果は、次の3種類の値を表示できる仕組みとなっている。

ア 現状（令和元年暦年）における推計

現状の数値を入力することにより、現在の波及効果を推計する。

イ 域内調達率が変動した場合の推計（上位・下位推計）

現状に対して、将来的に域内調達率（「宿泊サービス」「飲食サービス」「小売」）が上昇もしくは低下する場合を想定し、その変動幅を入力することにより、最大（プラス）となる場合（上位推計）及び最小（マイナス）となる場合（下位推計）の波及効果を推計する。



(4) 推計結果

ア 現状での波及効果

秋川溪谷における経済波及効果の推計結果（令和2年暦年）は以下の通りである。

経済波及効果は約 47.4 億円（乗数 1.43）、付加価値効果（所得効果）は約 15.8 億円、雇用効果は 150 人となった。

項目※	推計結果
①観光消費額（A）	33.0 億円
うち域内に残る額	12.3 億円
うち域外に出る額	20.7 億円
②生産誘発効果（B）	6.7 億円
③家計迂回効果（C+D）	7.6 億円
●消費分（C）	6.2 億円
●生産誘発効果分（D）	1.4 億円
④経済波及効果（①+②+③）	47.4 億円
⑤付加価値効果（所得効果）（F+G）	15.8 億円
●直接波及（E）	10.8 億円
●波及効果（F-E+G）	5.0 億円
⑥雇用効果（H+I）	150 人
●直接効果（観光雇用者数）（H）	167 人
●波及効果（誘発雇用者数）（I）	-18 人

※項目ごとの用語の定義

用語	定義
①生産誘発効果	・観光客が購入する商品等の原材料が仕入れ先に波及し、またその仕入れ先からさらなる仕入れ先に波及していくという繰り返しのより得られる効果。
②家計迂回効果（生産誘発効果によるもの）	・①の原材料が波及する過程（新たな生産が行われる過程）において発生する付加価値（人件費、租税公課、原価償却費、営業利益など）により得られる効果。
③家計迂回効果（消費によるもの）	・②における人件費（＝従業員の給与）をもとに行われる消費から得られる効果。
④経済波及効果	・観光消費額及び①～③により得られる効果。
⑤付加価値効果	・人件費、租税公課、原価償却費、営業利益などの付加価値により得られる効果。
⑥雇用効果	・観光により発生される雇用者数。観光消費額による直接的な雇用効果に加え、波及効果による間接的な雇用効果も推計される。

推計結果		
日帰り客観光消費単価が	1,876 円	観光客数が 1,516 千人 の推計結果
宿泊客観光消費単価が	9,295 円	

観光消費額	
A 観光消費額	33.03 億円 (うち、域内に残る観光消費額 12.32 億円)

生産誘発効果	
直接効果	5.43 億円
第2次波及	1.05 億円
第3次波及	0.20 億円
...	...
B 波及総額	6.73 億円

家計迂回効果 (生産誘発効果によるもの)		
所得	2.30 億円	消費 1.10 億円
所得	0.44 億円	消費 0.21 億円
所得	0.09 億円	消費 0.04 億円
...
G 総額所得	2.85 億円	D 消費 1.37 億円

家計迂回効果 (消費)		
直接効果		
E 所得	10.78 億円	消費 5.17 億円
第2次波及	所得 1.82 億円	消費 0.87 億円
第3次波及	所得 0.31 億円	消費 0.15 億円
...
F 総額所得	12.97 億円	C 消費 6.23 億円

観光消費の経済波及効果	
総額(A+B+C+D)	47.35 億円 (※乗数 1.43)

付加価値効果		
直接効果 (E)	波及効果 (F-E+G)	総額 (F+G)
所得 10.78 億円	所得 5.04 億円	= 15.82 億円

雇用効果		
直接効果 (H)	波及効果 (I)	総数 (H+I)
雇用者数 167 人	雇用者数 -18 人	= 150 人

イ 上位推計結果の算出

上位推計では、施策や事業者の取り組み等により、売上原価の域内調達率が向上した際の結果を推計し、現状（令和2年暦年の経済波及効果の推計結果（約47.3億円））からの増加額を算出した。項目の対象は、「宿泊サービス」、「飲食サービス」及び「小売り（土産）」の域内調達率の増加を想定する。

ここでは下記の2パターンを想定した。

パターン1：「宿泊サービス」「飲食サービス」「小売」の域内調達率がそれぞれ5ポイント（%）上昇

パターン2：「飲食サービス」「小売」の域内調達率がそれぞれ10ポイント（%）上昇、「宿泊サービス」の域内調達率がそれぞれ5ポイント（%）上昇

	現状	パターン1	パターン2
宿泊サービス	65%	70%	70%
飲食サービス	38%	43%	48%
小売り（土産）	56%	61%	66%

(ア) パターン1

経済波及効果は 47.7 億円 (+0.7%、乗数 1.44)、付加価値効果(所得効果)は 15.9 億円 (+0.7%)、雇用効果は 151 人 (+0.7%) となる。

項目	推計結果	増減比
①観光消費額 (A)	33.9 億円	±0.0%
うち域内に残る額	12.6 億円	+1.8%
うち域外に出る額	21.3 億円	-2.9%
②生産誘発効果 (B)	7.0 億円	+4.1%
③家計迂回効果 (C+D)	7.6 億円	+0.0%
●消費分 (C)	6.2 億円	±0%
●生産誘発効果分 (D)	1.4 億円	+4.1%
④経済波及効果 (①+②+③)	47.7 億円	+0.7%
⑤付加価値効果(所得効果) (F+G)	15.9 億円	+0.7%
●直接波及 (E)	10.8 億円	±0.0%
●波及効果 (F-E+G)	5.2 億円	+2.3%
⑥雇用効果 (H+I)	151 人	+0.7%
●直接効果(観光雇用者数) (H)	167 人	±0.0%
●波及効果(誘発雇用者数) (I)	-17 人	-6.3%

(イ) パターン2

経済波及効果は 48.0 億円 (+1.3%、乗数 1.45)、付加価値効果(所得効果)は 16.0 億円 (+1.4%)、雇用効果は 152 人 (+1.4%) となる。

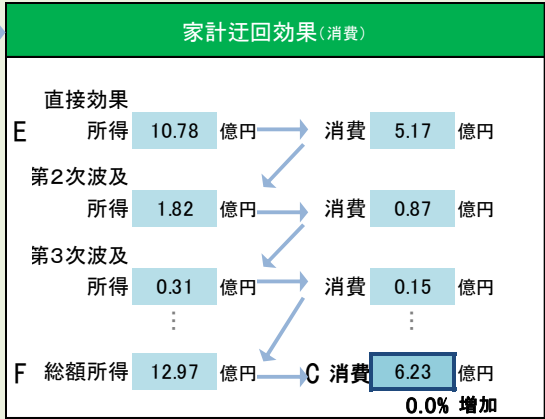
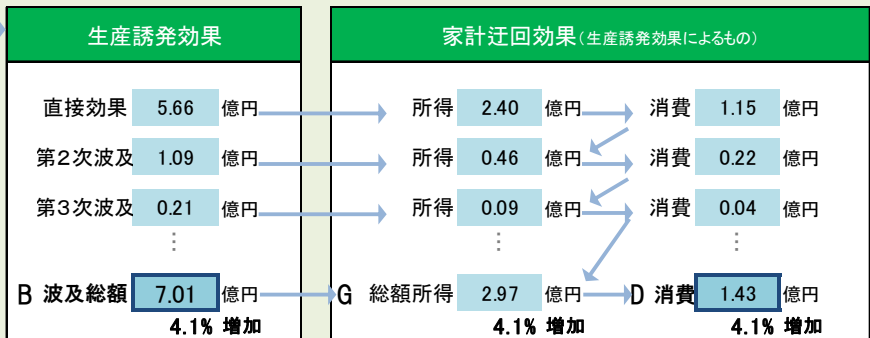
項目	推計結果	増減比
①観光消費額 (A)	33.0 億円	±0.0%
うち域内に残る額	12.7 億円	+3.3%
うち域外に出る額	20.3 億円	-2.1%
②生産誘発効果 (B)	7.2 億円	+7.6%
③家計迂回効果 (C+D)	7.7 億円	+1.3%
●消費分 (C)	6.2 億円	±0%
●生産誘発効果分 (D)	1.5 億円	+7.6%
④経済波及効果 (①+②+③)	48.0 億円	+1.3%
⑤付加価値効果(所得効果) (F+G)	16.0 億円	+1.4%
●直接波及 (E)	10.8 億円	±0.0%
●波及効果 (F-E+G)	5.3 億円	+4.3%
⑥雇用効果 (H+I)	152 人	+1.4%
●直接効果(観光雇用者数) (H)	167 人	±0.0%
●波及効果(誘発雇用者数) (I)	-16 人	-11.6%

パターン1の場合の推計結果

上位推計(※売上原価の域内調達率が向上)			
宿泊サービスの域内調達率	5ポイント	アップ	小売の域内調達率
飲食サービスの域内調達率	5ポイント	アップ	
の推計結果			

※ポイントは%の差分(例:5ポイントアップとは、80%の域内調達率が85%に増加することを意味する)

観光消費額	
A 観光消費額	33.03 億円 (うち、域内に残る観光消費額 12.55 億円)
	0.0% 増加 1.8% 増加



観光消費の経済波及効果	
総額(A+B+C+D)	47.69 億円 (※乗数 1.44)
	0.7% 増加 .01ポイント 増加

付加価値効果		
直接効果(E)	波及効果(F-E+G)	総額(F+G)
所得 10.78 億円	所得 5.16 億円	15.94 億円
0.0% 増加	2.3% 増加	0.7% 増加

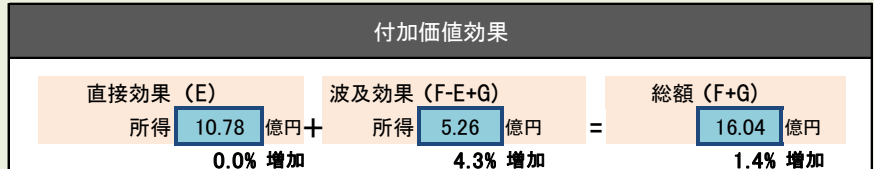
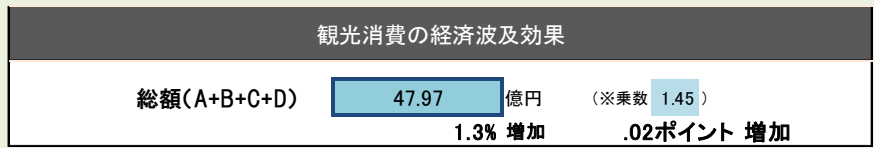
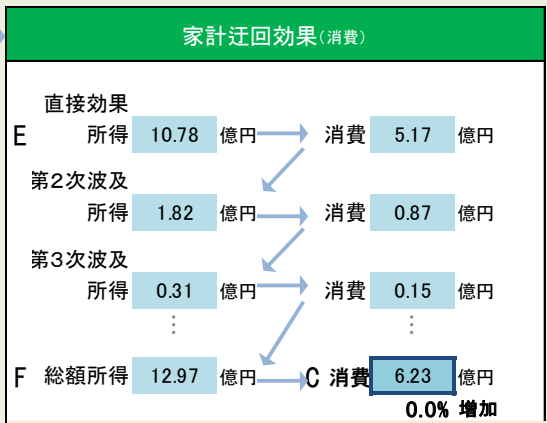
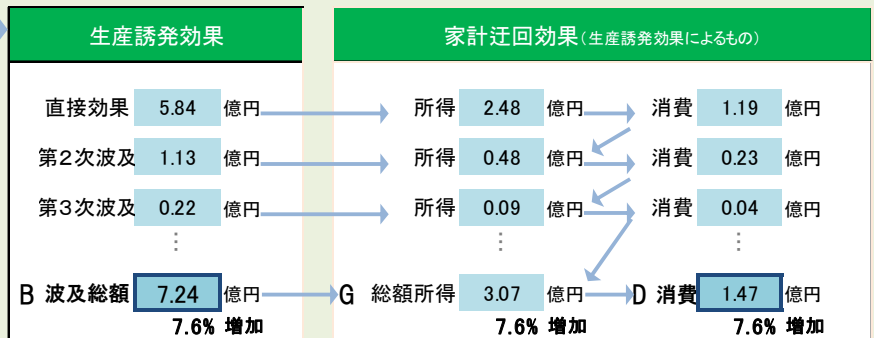
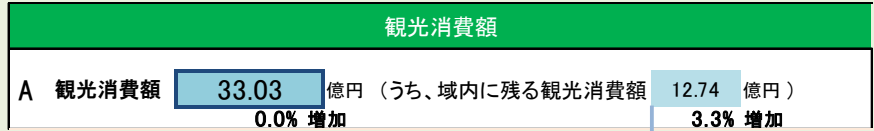
雇用効果		
直接効果(H)	波及効果(I)	総数(H+I)
雇用者数 167 人	雇用者数 -17 人	151 人
0.0% 増加	-6.3% 増加	0.7% 増加

パターン 2 の場合の推計結果

上位推計(※売上原価の域内調達率が向上)

宿泊サービスの域内調達率 **5ポイント** アップ 小売の **10ポイント** アップ の推計結果
 飲食サービスの域内調達率 **10ポイント** アップ 域内調 達率

※ポイントは%の差分(例:5ポイントアップとは、80%の域内調達率が85%に増加することを意味する)



第5章 調査結果に基づく分析及び 提案（改善点等）

第5章 調査結果に基づく分析及び提案（改善点等）

1 調査結果から見る施策の考え方

本調査の関係図を以下に示す。本事業は令和2年度で3ヵ年であり、継続的な調査結果からの比較も可能となっている。

取りまとめでは、観光入込客数調査、観光地点パラメータ調査及び域内調達率調査を踏まえて経済波及効果の算出を図るとともに、その結果から、ヒアリング調査で補足して、経済波及効果拡大に向けた分析及び提案を図る流れである。これらの結果を踏まえ、過年度との比較を行う。

令和2年初めから感染が拡大している新型コロナウイルス感染症の影響、オリンピックの開催（予定）、など、令和2年以降の観光動態は、過年度と比べて大きく変化すると考えられ、本事業においてもこれらの実態を把握するとともに、観光経済規模の拡大に向けて独自事業を推進していく必要がある。

それぞれの調査結果から見える観光の動態（現状）と課題は以下の通りである。

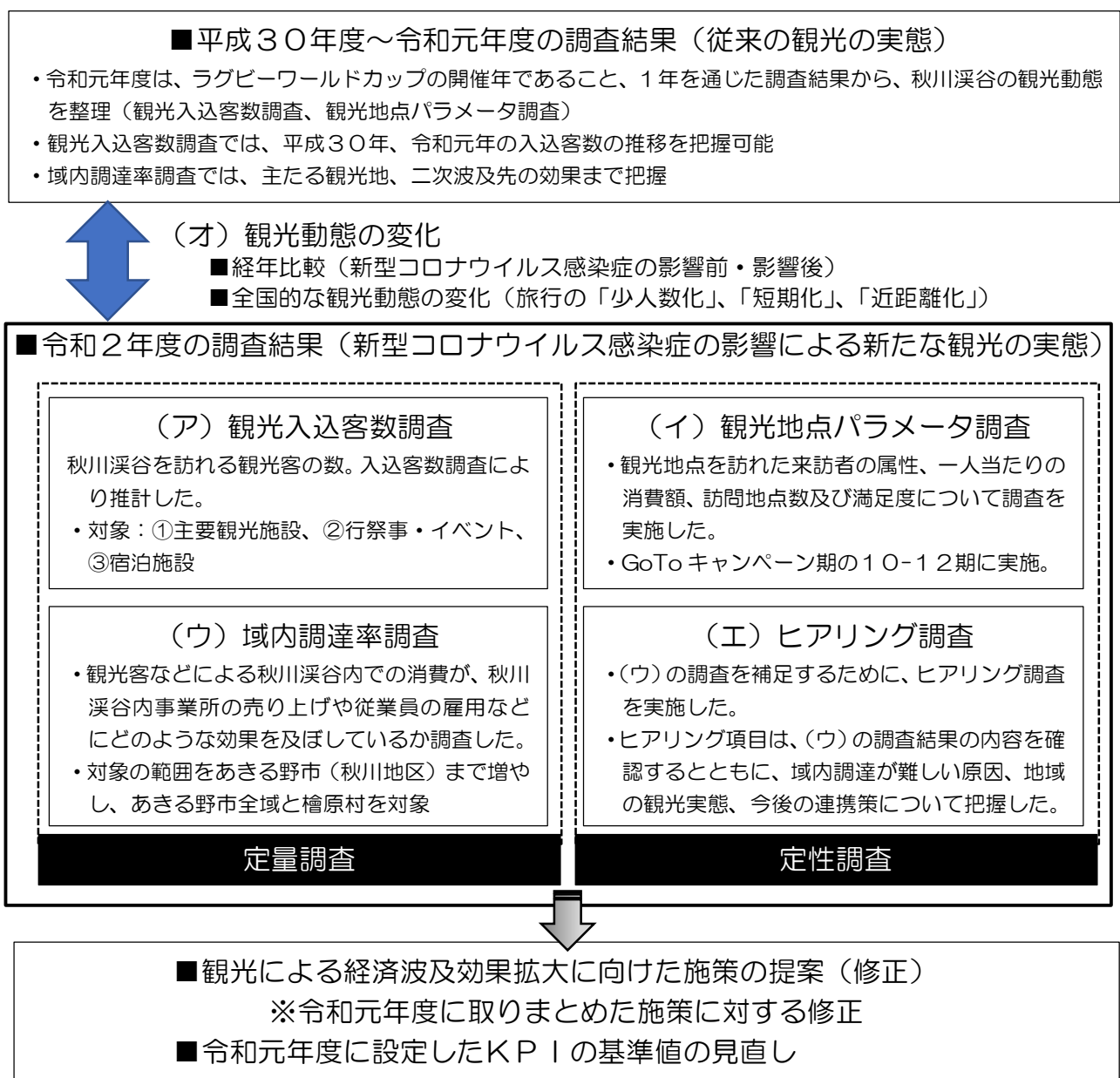


図5-1 調査結果から見る施策の考え方

2 調査結果の取りまとめ

(1) 分析方法の観点

前述した定量調査、定性調査及び観光動態を踏まえ、後述する観光による経済波及効果拡大に向けた施策の提案（修正）の観点を取りまとめる。

また、新型コロナウイルス感染症の影響による新たな観光実態の把握の観点も整理した。

表 5-1 分析方法の観点

区分	分析方法の観点
(ア) 観光入込客数調査	<ul style="list-style-type: none"> ・継続調査の利点を活かし、平成30年度から令和2年度の入込客数の調査及び調査結果から得られた事業者から見た観光動態の観点を整理。 ・新型コロナウイルス感染症の影響やGoToキャンペーンの利点や課題などを踏まえて整理。 ・イベントは軒並み中止となったこと、宿泊施設も回答施設にばらつきが生じたことから、全体での評価にとどめる。
(イ) 観光地点パラメータ調査	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年度の調査では、GoToキャンペーン実施の10-12期のみ調査となった。 ・平成30年度は10-12期、1-3期、令和元年度はすべての四半期で調査を実施していることから、紅葉の時期の「10-12期」の調査結果を3カ年で比較し分析。 ・経年変化により、国内での大規模イベントや、新型コロナウイルス感染症の影響、GoToキャンペーンの影響による観光動態の違いを把握（主たる項目にて）
(ウ) 域内調達率調査	<ul style="list-style-type: none"> ・令和2年度では、対象範囲を秋川地区まで拡大して分析を実施している。 ・経済波及効果の推計では、平成30年度調査からの結果でまとめているが、令和2年の調査結果の範囲を分けて分析。
(エ) ヒアリング調査などの定性的意見	<ul style="list-style-type: none"> ・令和2年度は新型コロナウイルス感染症の影響により、定量的な調査結果の分析が困難。 ・観光入込客数調査、域内調達率調査などのアンケート結果から得られた概況や、域内調達率調査の補足ヒアリング調査から、概況等を整理。
(オ) 観光動態の変化	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルスの影響により、観光の動態は大きく変化をしている。それらの動態結果について、既往の調査結果のレビュー等を取りまとめて分析。

(2) 各調査結果のまとめ

ア 入込客数（主要観光施設、行催事・イベント、宿泊客数）

■現状（観光動態）

- ◆ 新型コロナウイルス感染症の影響により、入込客数は3月から減少傾向（P-22 参照）。4月・5月の緊急事態宣言下においては、すべての地点で令和元年度を下回っている。
- ◆ その中においては、日常利用が多数を占めるファーマーズセンター（秋川・五日市）の減少率は低い。観光地では、東京五日市カントリー倶楽部の減少率が低い。
- ◆ 一方、東京サマーランドは非常に高い減少率であり、あきる野市全体でもその影響により、大幅な減少となっている。
- ◆ GoTo キャンペーンが本格化した8月は、大半の施設で令和元年を上回る一方、東京サマーランド、秋川溪谷戸倉体験研修センター（戸倉しろやまテラス）などの屋内施設、宿泊施設では依然大きな減少となっている。また、檜原村の施設は、GoTo キャンペーンの東京都除外の影響により、都内での域内観光の割合が増加したことから、大幅な入

込増となっている。

- ◆ GoTo キャンペーン（東京都追加）の10月以降は、主に屋外施設において前年比を上回る入込である。特に10月は前年比を大幅に超える入込となっている。
- ◆ なお、秋川キララホールでは催し物のキャンセル等が相次いだこと、観光との結びつきが弱い施設であることから、3月以降は前年比約2割以下の入込となっている。
- ◆ 宿泊客数は、昨今のキャンプブームやGoTo キャンペーンの影響などもあり、8月及び11月にて、平成30年比100%を超えており、「バンガロー・キャンプ等」の大幅増に起因している。一方、新型コロナウイルス感染症による観光自粛に伴い、「バンガロー・キャンプ場」以外では平成30年比50%以下と半減している。

表 5-2 観光施設の入込客数の経年変化（令和2年度と過年度との比較）

地点名称	1月		2月		3月		4月		5月		6月	
	R2/R1	R2/H30	R2/R1	R2/H30	R2/R1	R2/H30	R2/R1	R2/H30	R2/R1	R2/H30	R2/R1	R2/H30
秋川ふれあいランド	-	-	-	-	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	34.4%	16.0%
リバーサイドパークの谷	-	-	0.0%	-	-	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
秋川橋河川公園バーベキューランド	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
秋川渓谷 瀬音の湯(日帰り温泉施設)	99.6%	103.8%	114.7%	109.5%	11.1%	12.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
秋川国際マス釣場	350.5%	493.0%	629.4%	644.6%	428.6%	472.3%	10.6%	9.6%	6.4%	7.4%	148.4%	136.5%
都立小峰公園	105.6%	140.6%	165.9%	197.7%	147.5%	148.4%	45.9%	67.3%	54.9%	63.5%	191.6%	206.4%
立川国際カントリー倶楽部	96.5%	129.8%	127.4%	148.4%	84.8%	89.8%	20.7%	20.3%	49.1%	49.7%	92.9%	95.4%
東京五日市カントリー倶楽部	84.5%	118.3%	114.4%	134.5%	81.0%	84.0%	52.2%	46.7%	64.7%	60.6%	89.4%	75.7%
東京サマーランド	85.4%	87.3%	144.9%	156.5%	30.3%	34.4%	9.8%	10.2%	17.9%	20.1%	22.7%	25.7%
秋川ファーマーズセンター	90.2%	81.6%	110.5%	101.9%	99.6%	94.8%	82.4%	75.4%	72.3%	69.0%	84.6%	81.2%
秋川キララホール	112.5%	72.1%	97.3%	99.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%	0.4%
五日市ファーマーズセンター	99.8%	92.9%	98.2%	97.9%	97.1%	90.1%	92.6%	85.6%	93.8%	92.9%	96.0%	96.0%
秋川渓谷戸倉体験研修センター	223.3%	239.8%	218.9%	195.4%	7.9%	10.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	62.7%	80.1%
あきる野ふるさと工房	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
檜原温泉センター数馬の湯	82.7%	86.6%	122.7%	122.7%	66.3%	80.6%	16.2%	14.6%	0.0%	0.0%	96.6%	102.0%
檜原都民の森	56.1%	76.2%	160.8%	186.0%	93.5%	107.4%	24.5%	21.0%	13.9%	13.7%	110.9%	101.4%
特産物直売所 やまぶき屋	-	-	-	-	75.4%	143.4%	24.8%	23.5%	23.9%	26.2%	124.5%	138.4%
神戸国際マス釣場	32.4%	-	123.3%	-	244.0%	-	17.4%	-	20.4%	-	156.0%	-
あきる野市	95.7%	96.8%	125.3%	127.4%	58.1%	61.0%	31.9%	32.5%	30.4%	32.5%	44.5%	46.2%
檜原村	62.4%	79.8%	152.3%	173.4%	91.2%	108.3%	23.4%	20.8%	12.8%	13.3%	110.4%	105.4%
合計	92.2%	95.3%	127.8%	131.3%	62.3%	66.4%	30.5%	30.4%	27.5%	29.2%	52.0%	53.4%

地点名称	7月		8月		9月		10月		11月		12月	
	R2/R1	R2/H30	R2/R1	R2/H30	R2/R1	R2/H30	R2/R1	R2/H30	R2/R1	R2/H30	R2/R1	R2/H30
秋川ふれあいランド	54.2%	25.4%	134.6%	69.6%	72.7%	47.4%	316.7%	-	-	188.5%	-	-
リバーサイドパークの谷	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	-	-
秋川橋河川公園バーベキューランド	29.6%	17.0%	115.4%	115.6%	49.4%	49.9%	193.9%	50.2%	-	95.2%	-	278.9%
秋川渓谷 瀬音の湯(日帰り温泉施設)	74.7%	71.4%	96.8%	101.6%	88.6%	93.4%	106.6%	86.6%	92.7%	89.3%	63.6%	66.8%
秋川国際マス釣場	60.2%	45.3%	85.5%	83.8%	52.9%	60.3%	265.3%	75.0%	182.3%	170.2%	102.6%	153.7%
都立小峰公園	140.7%	93.9%	247.7%	209.3%	101.2%	69.1%	145.3%	85.0%	121.4%	130.8%	116.8%	116.8%
立川国際カントリー倶楽部	94.3%	90.8%	110.6%	127.1%	89.8%	103.3%	103.0%	94.5%	109.1%	111.4%	103.5%	104.0%
東京五日市カントリー倶楽部	98.7%	90.7%	110.1%	126.3%	92.9%	91.7%	113.3%	92.0%	105.0%	92.3%	108.7%	95.3%
東京サマーランド	37.7%	21.8%	45.9%	49.3%	59.1%	72.5%	173.1%	99.9%	94.4%	90.7%	70.1%	86.4%
秋川ファーマーズセンター	93.8%	88.3%	100.3%	98.0%	90.9%	87.3%	104.1%	88.5%	91.4%	89.7%	88.6%	87.8%
秋川キララホール	8.9%	11.9%	9.6%	16.0%	14.7%	11.5%	11.5%	9.3%	20.4%	20.7%	8.6%	9.0%
五日市ファーマーズセンター	110.8%	99.3%	121.9%	110.6%	107.0%	95.7%	111.7%	92.0%	110.0%	104.9%	106.0%	95.5%
秋川渓谷戸倉体験研修センター	34.4%	51.2%	41.0%	63.8%	54.2%	69.1%	74.3%	79.0%	82.2%	154.0%	58.3%	155.8%
あきる野ふるさと工房	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
檜原温泉センター数馬の湯	116.9%	80.5%	137.0%	152.7%	45.6%	83.3%	164.3%	75.2%	97.7%	79.3%	112.7%	95.8%
檜原都民の森	106.2%	72.7%	163.0%	147.3%	96.5%	108.5%	192.0%	90.3%	142.0%	110.5%	114.6%	100.5%
特産物直売所 やまぶき屋	165.3%	150.2%	252.7%	230.2%	161.5%	146.6%	254.1%	153.4%	132.8%	130.6%	123.6%	122.5%
神戸国際マス釣場	99.4%	438.7%	221.3%	215.6%	133.1%	157.2%	330.6%	127.6%	245.3%	169.3%	210.4%	94.0%
あきる野市	61.5%	44.5%	63.3%	66.8%	68.9%	75.6%	122.6%	86.0%	95.0%	92.5%	79.0%	84.3%
檜原村	110.0%	78.9%	166.1%	154.6%	89.2%	108.2%	193.4%	91.2%	137.2%	108.2%	115.2%	100.2%
合計	66.3%	47.9%	71.0%	74.1%	71.2%	79.0%	131.4%	86.9%	102.0%	95.6%	82.4%	86.1%

※赤字：R2/H30の値、青枠：平成30年比50%以下、オレンジ枠：平成30年比100%以上

■課題（観光動態）

- ◆ 新型コロナウイルス感染症の影響により、平成30年比100%を下回っている。屋外の観光地が中心の檜原村では平成30年比を上回っているが、あきる野市では大型屋内施設の東京サマーランドや、温泉施設の秋川渓谷瀬音の湯における入込客数の減少により、下回っている。
- ◆ GoTo キャンペーン（東京都除外）の8月においては、多くの施設で平成30年比100%を上回ったことによる、駐車場不足や渋滞発生などのオーバーツーリズムも見受けられた。
- ◆ 集客のターゲットは日帰り観光客が大半であること、研修施設などにおける団体利用客の受入も多いことから、新型コロナウイルス感染症による団体利用客の減少、GoTo トラベルキャンペーンによる宿泊観光の喚起の影響は限定的であったことから、全体として平成30年比68.2%まで減少している。
- ◆ 新型コロナウイルス感染症を踏まえた新たな観光動態を踏まえた集客等が求められ、特に団体利用客の減少、家族旅行の増加なども踏まえた施策を検討する必要がある。

表 5-3 宿泊施設の入込客数の経年変化（令和2年度と過年度との比較）

R2		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
分類														
あきる野市	合計	892	952	3,082	211	210	1,262	3,755	12,308	4,281	2,135	3,131	667	32,886
	比率	2.7%	2.9%	9.4%	0.6%	0.6%	3.8%	11.4%	37.4%	13.0%	6.5%	9.5%	2.0%	100.0%
	A旅館・ホテル	223	288	211	100	54	133	289	844	587	276	356	228	3,589
	B民宿・コテージ	429	466	39	0	0	0	368	705	592	431	463	377	3,870
	C簡易宿所	187	93	17	0	9	15	423	1,688	447	356	294	32	3,561
	Dバンガロー・キャンプ等	53	105	2,815	111	147	1,114	2,675	9,071	2,655	1,072	2,018	30	21,866
檜原村	合計	250	361	505	74	205	769	2,209	6,759	3,038	2,048	1,743	459	18,420
	比率	1.4%	2.0%	2.7%	0.4%	1.1%	4.2%	12.0%	36.7%	16.5%	11.1%	9.5%	2.5%	100.0%
	A旅館・ホテル	199	265	231	0	101	197	284	592	555	287	369	181	3,261
	B民宿・コテージ	33	46	86	0	39	65	103	209	197	106	118	68	1,070
	C簡易宿所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
	Dバンガロー・キャンプ等	18	50	188	74	65	507	1,822	5,958	2,286	1,655	1,256	210	14,089
合計	合計	1,142	1,313	3,587	285	415	2,031	5,964	19,067	7,319	4,183	4,874	1,126	51,306
	比率	2.2%	2.6%	7.0%	0.6%	0.8%	4.0%	11.6%	37.2%	14.3%	8.2%	9.5%	2.2%	100.0%
	A旅館・ホテル	422	553	442	100	155	330	573	1,436	1,142	563	725	409	6,850
	B民宿・コテージ	462	512	125	0	39	65	471	914	789	537	581	445	4,940
	C簡易宿所	187	93	17	0	9	15	423	1,688	447	356	294	32	3,561
	Dバンガロー・キャンプ等	71	155	3,003	185	212	1,621	4,497	15,029	4,941	2,727	3,274	240	35,955
R2/H30	合計	71.8%	64.7%	94.9%	6.4%	5.3%	33.5%	55.1%	114.1%	79.4%	88.0%	105.9%	33.2%	68.2%
	A旅館・ホテル	61.8%	62.6%	45.4%	10.2%	13.9%	45.0%	22.8%	49.7%	85.6%	45.8%	63.7%	41.0%	44.3%
	B民宿・コテージ	82.5%	95.9%	17.0%	0.0%	4.8%	4.8%	41.7%	83.7%	80.1%	66.9%	61.8%	64.8%	47.2%
	C簡易宿所	75.7%	40.1%	3.3%	0.0%	1.0%	2.4%	15.3%	58.5%	35.2%	62.2%	55.3%	4.8%	30.5%
	Dバンガロー・キャンプ等	71.0%	40.7%	192.7%	8.9%	4.2%	48.2%	101.9%	152.5%	87.8%	127.0%	164.4%	22.9%	95.5%

※赤字：平成30年比100%以上、青字：平成30年比10%以下に減少

（2）アンケート調査結果から見た、観光客の視点からの現状と課題

調査結果（グラフ・表）を巻末資料に示す。調査結果については、後述する経済波及効果算出のための観光入込客、観光消費額推計への使用及び考察等に用いる。

また、新型コロナウイルス感染症による観光動態を把握するため、令和2年を含めた3カ年比較（平成30年、令和元年、令和2年）の調査結果を踏まえ、全体、四半期別、地点別等で整理した結果から、特徴的な結果を次項に示す。

表 5-4 調査結果の一覧(1)

設問	項目	3カ年比較（主に令和2年の傾向と他年との違い）	地点別（項目別）	今後の考え方（施策への展開） ※令和元年版からの修正。傾向の違いによる修正箇所
問1：居住地	居住地 （都道府県、4区分）	<ul style="list-style-type: none"> 「東京都」（73.5%）の割合が一番高く、次いで「神奈川県」（12.8%）と続く。首都圏（1都3県）で97.1%を占める。 「東京都その他」（63.8%）の割合が一番高く、次いで「都外」（26.5%）と続く。 3カ年比較では、「東京都」の割合が増加し、「神奈川県」、「千葉県」での割合が減少している。 	<ul style="list-style-type: none"> 地点別では、武蔵五日市駅で「東京都」（79.5%）の割合が高く、次いで檜原温泉センター数馬の湯（76.8%）、秋川渓谷瀬音の湯・檜原都民の森（75.0%）の割合が高い。一方、東京サマーランドでは、「東京都」（60.4%）と6割程度である。 地点別では、「武蔵五日市駅」（11.5%）の割合が高くなっているが、それ以外では「秋川渓谷」の割合は低い。また、「東京サマーランド」では、都外の割合が約4割程度である。 3カ年比較では全体的に東京都の割合が増加している。 	<ul style="list-style-type: none"> 首都圏の割合はほぼ同等であることから、主なターゲットは東京都をはじめとした首都圏とする。 メインターゲットを東京都の23区、サブターゲットとして、東京都のそれ以外、圏央道利用の埼玉県、神奈川県を想定する。 入込が少ない冬期では、西多摩地域の利用客数が多い。冬期観光の魅力を伝え、遠方からの利用者を増やすことが求められる。
問2：属性	性別 年代	<ul style="list-style-type: none"> 「男性」（63.5%）、「女性」（36.3%）と「男性」の割合が高くなっている。 3カ年比較では、「男性」の割合が増加している。 3カ年比較では、「20代」、「30代」の割合が増加しているのに対し、「60代」、「70代」の割合が減少傾向にある。 	<ul style="list-style-type: none"> 「東京サマーランド」や、「檜原温泉センター数馬の湯」の男性の割合が増加している。 秋川渓谷瀬音の湯の「20代」（36.7%）が4割弱と大幅に増加している。 	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルス感染症の影響により、全国的に若年層の旅行割合が増加傾向にある（高齢者が旅行を控えることに対する相対的な増加） 年齢による傾向の変化を把握していく必要がある。 観光地、時期により観光客の年齢層が様々である。地点及び年齢に応じた対応を図っていく必要がある。 （若年層：秋川橋河川公園バーベキューランドの団体旅行から、秋川渓谷瀬音の湯などの少人数での旅行 中年層（家族連）：秋川国際マス釣場、東京サマーランド 高齢層：檜原温泉センター数馬の湯 など
問3：旅程	日帰り・宿泊 宿泊数 宿泊施設	<ul style="list-style-type: none"> 「日帰り」（91.3%）と9割強が日帰り客である。 3カ年比較でも大きな差が無く、GoToキャンペーンによる宿泊客増加の傾向は見受けられない。 	<ul style="list-style-type: none"> 地点別でも大きな差はないものの、「武蔵五日市駅」、「秋川渓谷瀬音の湯」及び檜原村の「檜原温泉センター数馬の湯」では宿泊割合が10%を超えている。 	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊客を増やして、食事や買い物の機会を増やして消費額増加を図ることが求められる。 昨今のキャンプブームも踏まえた本地域での宿泊のあり方を考えていく必要がある。 ※古民家活用（シェアビレッジプロジェクトなど）
問4：旅行の主目的		<ul style="list-style-type: none"> 「観光」目的の割合が97.8%を占める。また、「ビジネス」目的や「帰省・知人訪問」目的での来訪は少ない。 3カ年比較では、「観光」の割合が増加し、新型コロナウイルス感染症の影響により、「帰省・知人訪問」の割合が減少している。 	<ul style="list-style-type: none"> 3カ年比較では、過去は武蔵五日市駅での「帰省・知人訪問」の割合は他の地点と比べて多かったものの、令和2年は「帰省・知人訪問」の回答はなく、新型コロナウイルス感染症の影響により、「帰省・知人訪問」の割合が減少している。 	<ul style="list-style-type: none"> 来訪者のほとんどが「観光」目的であり、この傾向は今後も変わらないと想定される。 ビジネス兼観光目的に対する施策は想定しない。 新型コロナウイルス感染症の影響により、一時的に帰省・知人訪問目的が減少傾向にある。
問5：期待している項目	期待する項目（すべて） 主目的	<ul style="list-style-type: none"> 「自然散策」（57.0%）が6割弱を占める。次いで、「温泉を楽しむ」（26.3%）、「登山・ハイキングを楽しむ」（18.3%）、「レジャーを楽しむ」（13.5%）と続く。一方、「グルメ巡りを楽しむ」（9.5%）、「買い物を楽しむ」（2.0%）など、食や買い物の割合は低くなっている。 3カ年比較では、「自然散策」の割合に変化はあるものの、突出して高くなっている。また、「バーベキューを楽しむ」、「釣りを楽しむ」、「保養・休息」など屋外体験の回答割合が高くなっている。 	<ul style="list-style-type: none"> 地点別では、檜原温泉センター数馬の湯の「温泉を楽しむ」（98.2%）、秋川国際マス釣場の「釣りを楽しむ」（97.8%）、東京サマーランドの「レジャー施設を楽しむ」（96.5%）が約10割近くを占めている。 	<ul style="list-style-type: none"> 季節に応じて体験できるメニューが異なる。ターゲットに応じたプログラムを展開するとともに、ガイドツアーなどを展開した消費額増加を図っていくことが考えられる。 ※古民家活用（シェアビレッジプロジェクトなど） 新型コロナウイルス感染症の影響により、「バーベキューを楽しむ」、「釣りを楽しむ」、「保養・休息」など屋外体験の回答割合が高くなっている。 季節に応じて体験できるメニューが異なる。ターゲットに応じたプログラムを展開するとともに、ガイドツアーなどを展開した消費額増加を図っていくことが考えられる。
	主目的	<ul style="list-style-type: none"> 「自然散策・紅葉・景観を楽しむ」（28.5%）が最も高く、次いで、「レジャー施設を楽しむ」（13.3%）、「登山・ハイキングを楽しむ」（11.5%）と続く。 	<ul style="list-style-type: none"> 東京サマーランドは「レジャー施設を楽しむ」（100.0%）、秋川国際マス釣場は「釣りを楽しむ」（71.7%）、檜原温泉センター数馬の湯は「温泉を楽しむ」（60.7%）の割合が高く、明確な目的をもって来訪されている。 	

表 5-4 調査結果の一覧(2)

設問	項目	回答内容	地点別（項目別）	今後の考え方（施策への展開）
問6：同行者	同行者数	<ul style="list-style-type: none"> 「2人」(39.3%)の割合が一番高く、次いで「4人」(18.5%)、「1人」(17.3%)と続く。1グループの平均人数は2.89人と約3人である。「11人～20人」の団体客は1.5%であり、「21人以上」は回答が無かった。 3ヵ年比較では、令和2年は新型コロナウイルス感染症の影響により、団体旅行の割合が大幅に減少しており「21人以上」の回答が無かった。それに伴い、「1人」の割合がやや増加している。 	<ul style="list-style-type: none"> 地点別では、武蔵五日市駅での「11人以上」は6.4%と、駅を利用した団体利用の割合は高い水準にある。 一方、檜原都民の森では、「1人」、「2人」の割合が高く、3ヵ年比較では、「1人」の割合が高まっている。 	<ul style="list-style-type: none"> 季節、地点に応じて利用者の属性が大きく異なっている。情報発信などはターゲットに応じた施策等が必要となる。 新型コロナウイルス感染症の影響により、団体客の減少は見られるものの、武蔵五日市駅など公共交通利用者では、「11人～20人」の団体客は1.5%程度存在し、すべて少人数単位での旅行に変化はしていない。
	同行者属性	<ul style="list-style-type: none"> 「家族」(53.0%)の割合が高く、次いで「1人」(26.3%)、「友人」(17.3%)と続く。 3ヵ年比較では、令和2年は新型コロナウイルス感染症の影響により、令和元年と比べては、「職場・学校の団体旅行」の割合が大幅に減少している。 	<ul style="list-style-type: none"> 地点別では、「家族」の割合が東京サマーランド(90.6%)と9割を超えている。 	
問7：リピーター率	訪問回数別の人数	<ul style="list-style-type: none"> 「4回目以上」(40.4%)が4割近くを占める一方、「初めて」(40.1%)も約4割を占める。リピーター率は59.9%となる。 3ヵ年比較では、リピーター率は令和元年で63.3%、平成30年で70.4%と初めての割合が高い。 	<ul style="list-style-type: none"> 秋川渓谷瀬音の湯の初めての来訪割合が69.9%と7割近い。 秋川渓谷瀬音の湯の3ヵ年比較では、リピーター率は令和元年で48.5%、平成30年で44.0%であり、初めての割合が大幅に増加している。 	<ul style="list-style-type: none"> GoToトラベルキャンペーン(東京都除外)の際に、都内(主に23区)からの来訪者が大幅に増加しており、改めて西多摩地区の観光地の魅力が伝わったことが、初めての利用客増加につながっている。 withコロナの観光動態を適切に把握した施策を考えていく必要がある。
問8：交通手段	交通機関	<ul style="list-style-type: none"> 「自家用車」(56.3%)が5割半ばである。東京都をはじめ、埼玉県・神奈川県から高速道路の利用が想定され、自家用車での来訪者が多い。 3ヵ年比較においては、交通手段は大きく変化していない。団体客の減少に伴い、「貸し切りバス・観光バス」の割合が減少している。 	<ul style="list-style-type: none"> 地点別で見ても、交通手段は大きく変化していない。新型コロナウイルス感染症の影響による、自家用車の増加、公共交通の減少は見受けられない。 	<ul style="list-style-type: none"> 地点により交通アクセスが変化する。特に二次交通(路線バス等)により制限される可能性があるため、それを踏まえた施策の検討が求められる。 新型コロナウイルス感染症の影響による、自家用車の増加、公共交通の減少は見受けられない。
問9：地点	訪問地点	<p>【過年度全体の結果】</p> <ul style="list-style-type: none"> アンケートの票数にも起因するが、「檜原都民の森」(23.5%)の立ち寄り割合が一番高く、次いで「秋川渓谷瀬音の湯」(22.4%)、「武蔵五日市駅」(17.0%)と続く。 	<p>【過年度全体の結果】</p> <ul style="list-style-type: none"> 「武蔵五日市駅」利用者の立ち寄り率は、「秋川渓谷瀬音の湯」、「檜原都民の森」の2ヵ所の立ち寄り率が10%を超える。 「秋川渓谷瀬音の湯⇄石舟橋」、「秋川国際マス釣場⇄秋川渓谷瀬音の湯」、「檜原都民の森⇄檜原温泉センター数馬の湯」、「払沢の滝⇄秋川渓谷瀬音の湯、【周遊】奥多摩湖方面」の組み合わせで10%を超えている。 	<p>【過年度全体の結果】</p> <ul style="list-style-type: none"> 立ち寄り地点の目的に応じた旅行が多いことから、複数地点の立ち寄りは少ない(モデルルートのつながりはない) 結びつきの強いルートを想定し、パッケージ等を踏まえた施策を検討する。
問10：消費額	項目別消費額	<p>【過年度全体の結果】</p> <ul style="list-style-type: none"> 全体の平均額は、2,714円(人)である。うち、飲食費が729円であり、全体の27.8%を占める。平均額の上位は、秋川国際マス釣場(釣り堀り・釣り船利用者が多い)、東京サマーランド(東京サマーランド入場料が高い)と続く。 また、払沢の滝は、約1,000円と全体の平均額の半分以下となっている。 	<p>【過年度全体の結果】</p> <ul style="list-style-type: none"> 日帰り観光客消費額のうち、地点別の上位は、東京サマーランド、秋川国際マス釣場、檜原温泉センター数馬の湯、秋川渓谷瀬音の湯、秋川橋河川公園バーベキューランドと続き、この5地点は平均が2,000円を超える。 宿泊観光客消費額のうち、地点別の上位は、秋川渓谷瀬音の湯、秋川国際マス釣場、武蔵五日市駅、檜原都民の森と続き、この4地点は平均が7,500円を超える。 	<p>【過年度全体の結果】</p> <ul style="list-style-type: none"> 他の調査と比べても食費、買物等の消費額は低いことから、これらの単価を高める施策や周遊観光を図りながら消費額を高めることを検討する。
問11：情報源	きっかけとなった情報	<ul style="list-style-type: none"> 「以前来訪した際の自身の経験」(50.0%)が一番高く、次いで「その他のWebサイト」(19.3%)、「家族や友人知人の話」(19.3%)、「地域や施設の公式Webサイト」(13.5%)と続く。 3ヵ年比較においては、「家族や友人知人の話」の割合が増加する一方、「地域や施設の公式Webサイト」の割合が減少している。 	<ul style="list-style-type: none"> 地点別では、秋川渓谷瀬音の湯や秋川国際マス釣場では、「家族や友人知人の話」が大幅に増加している。 	<ul style="list-style-type: none"> 情報取得は季節、地点ではなく、対象者が観光に求める属性、対象者の属性により変化することが考えられるため、その点を踏まえた施策を検討する必要がある。 近年、「口コミの情報」を頼りに来訪する方が多く増えていることも踏まえ、「家族や友人知人の話」の割合が増加しているものと考えられる。

表 5-4 調査結果の一覧(3)

設問	項目	回答内容	地点別（項目別）	今後の考え方（施策への展開）
問 12：満足度	全体	<ul style="list-style-type: none"> 利用者の総合満足度は、「満足」（48.6%）、「大変満足」（34.2%）の合算の割合が 82.8%と約 8 割である。一方、不満の回答は、「大変不満」（0.3%）のみであり 1% 以下である。 3 ヶ年比較において、利用者の総合満足度は、「大変満足」の割合が増加する一方、「どちらでもない」の割合が減少しており、満足度は総じて高くなっている。 	<ul style="list-style-type: none"> 項目別では、「大変満足」、「満足」の合算値では、景観・雰囲気（87.3%）で一番高く、次いで宿泊施設（84.6%）、現在の観光地（83.0%）となる。一方、やや不満以下では、地図・案内の分かりやすさ（6.0%）となる。 項目別の 3 ヶ年比較において、地図・案内の分かりやすさの不満度は高まっている傾向にある。 	<ul style="list-style-type: none"> 項目別の満足度を高めることで、各地点の総合満足度を高めていくことを検討する必要がある。 「観光地への交通、アクセスの利便性」、「食事」に関する満足度が低くなっている。詳細な分析を実施し、要因を把握して対策の施策を検討する必要がある。 公共交通手段の割合も減少しておらず、特に「地図・案内のわかりやすさ」を求める回答が多くなっている。
問 16 紹介意欲	紹介意欲	<ul style="list-style-type: none"> 「そう思う」が 44.2%と高く、「大変そう思う」と併せて約 8 割の回答者が紹介したいと思っている。 3 ヶ年比較においては、「大変そう思う」の割合が大幅に増加しており、新型コロナウイルス感染症が拡大している中で、「自然散策・紅葉・景色を楽しむ」などの目的割合が高く、新型コロナウイルス感染症においても安全性の高い観光地として評価されたことにより、紹介意欲が高まったものと考えられる。 	<ul style="list-style-type: none"> 地点別では、秋川橋河川公園バーベキューランド、秋川渓谷瀬音の湯、武蔵五日市駅で、「大変そう思う」が、「そう思う」を上回っている。3 ヶ年比較においても、上記 3 地点では増加傾向にあり、特に 20 代が増加した秋川渓谷瀬音の湯でその評価が高まっている傾向にある。 	<ul style="list-style-type: none"> K P I の指標値としてなりえる項目。本指標を高めるための要因等の把握を行い、それを高める施策の検討が必要 令和 2 年でその傾向が高まっている。新型コロナウイルス感染症が拡大している中で、「自然散策・紅葉・景色を楽しむ」などの目的割合が高く、安全性の高い観光地として評価されたことにより、紹介意欲が高まったものと考えられる。
問 17 再来訪意向	再来訪意向	<ul style="list-style-type: none"> 全体では、「大変そう思う」（42.3%）が 4 割強と高く、「そう思う」と併せて 8 割強の回答者が来訪を検討すると回答した。一方、「あまり思わない」、「思わない」、「全く思わない」の合算で 1%弱である。 3 ヶ年比較においては、「大変そう思う」の割合が大幅に増加しており、新型コロナウイルス感染症が拡大している中で、「自然散策・紅葉・景色を楽しむ」などの目的割合が高く、新型コロナウイルス感染症においても安全性の高い観光地として評価されたことにより、再来訪紹介意欲が高まったものと考えられる。 	<ul style="list-style-type: none"> 地点別では、秋川橋河川公園バーベキューランド、武蔵五日市駅、秋川渓谷瀬音の湯で、「大変そう思う」が、「そう思う」を上回っている。3 ヶ年比較においても、上記 3 地点では増加傾向にあり、特に秋川橋河川公園バーベキューランドでその評価が高まっている傾向にある。 	<ul style="list-style-type: none"> K P I の指標値としてなりえる項目。本指標を高めるための要因等の把握を行い、それを高める施策の検討が必要 令和 2 年でその傾向が高まっている。新型コロナウイルス感染症が拡大している中で、「自然散策・紅葉・景色を楽しむ」などの目的割合が高く、安全性の高い観光地として評価されたことにより、再来訪意向が高まったものと考えられる。

(3) 事業者から見た、秋川渓谷の観光動態及び域内調達率に対する現状と課題

■現状（観光動態）

- ◆ 回答者数は、過年度までの調査結果を合わせて、全体で 115 件となっている。秋川渓谷内の域内調達率は、原材料費で 46.1%、営業経費で 39.1%、人件費で 57.1%となっている。
- ◆ 分野別では、売上原価の域内調達率が高い業種は宿泊業（旅館・民宿等）の 65.4%である。一方、二次波及先の製造業（飲食料品製造業）は売上原価 16.6%、卸売業の間屋は 1.1%と、一次波及先の業種よりその割合は低い傾向にある。
- ◆ 地点別では、秋川渓谷内の域内調達率は、原材料費（売上原価）であきる野市（秋川地区）は 50%を超えているのに対し、檜原村では 37.6%と平均を下回っている。また、人件費では、あきる野市（五日市地区）、檜原村では 90%を超えているのに対し、あきる野市（秋川地区）は 31.6%と他の地区に比べて大幅に低くなっている。

■課題

- ◆ あきる野市（五日市地区）、檜原村の事業者を主に対象として、令和 2 年度調査では、対象の 305 件中 62 件から回答を得ている。過年度の回答と合わせて 115 件の回答で集計を行ったが、半数以下の回収率であることから、引き続き調査を実施し、回答精度を高めていく必要がある。
- ◆ 対象事業者を観光協会及び商工会等の登録事業者からリストアップを図っており、旅行・観光客への売り上げ比率を把握し、年間売上高に乗じて、旅行・観光客の年間売り上高に対しての分析を行っている。あきる野市（秋川地区）まで対象事業者を増やしたことから、それぞれの地域での域内調達率を高めるための役割を示していく必要がある。
- ◆ 域内調達が難しい理由として、隣接する市町村や都道府県（山梨県など）で調達する理由も上げられる。現在、本事業は 1 市 1 村を対象としているが、域内調達の状況を踏まえた適正な範囲を考えていく必要がある。

ア ヒアリング調査

(ア) 域内調達率の考え方、域内調達を高める主な課題

ヒアリング調査から得られた、域内調達率の考え方、域内調達を高める主な課題は以下の通りである。過年度の成果に対し、令和 2 年度で得られた成果を加えて取りまとめた。

また、令和 2 年度の分析では、あきる野市（秋川地区）、あきる野市（五日市地区）及び檜原村の 3 区分にエリアを分けて集計したことから、後述する「域内調達を高める主な課題」について、3 区分に分けて評価した。

No	項目	対象事業者、域内調達率の考え方	域内調達を高める主な課題	評価※
1	・施設にて地元の方を雇用、地元の食材を使う	■対象事業者：全般 ・地元の方を雇用することで、賃金や税収が地域に流れる。 ・地元の食材を使うことで、二次波及の小売や農家への波及が得られる。	<業者・調達量の不足> ・必要数量が調達できない ・特に冬場の仕入れが難しい ・野菜類以外の商品の数が少ない ・仕入れに該当する業者がいない（活魚、餌、漁具など） ・取扱商品の種類、量 ・原料は秋川渓谷内であり作られていない <仕入価格> ・価格が高い ・他の地域や都内大手、ネット購入などに多様化せざるを得ない <仕入先までの距離> ・日の出町の仕入れ先の方が近い	秋川地区 ◎
				五日市地区 ◎
				檜原村 ◎
2	・施設にて地域の特産品を販売する	■対象事業者：小売業（土産品、飲料食品）、直売場等 ・地元の特産品（野菜・お土産）を販売することで、生産者・卸売業者の収益が向上する。	・卸売業者がない ・必要な商品（小売の為の品物）が少ない	秋川地区 ◎
				五日市地区 ◎
				檜原村 ◎
3	・施設にて地元の木材を使う（資源）	■対象事業者：温浴施設等 ・地元の木材（間伐材利用・ペレット）を活用することで、エネルギー資源を代用でき、地域内の資源が潤う。	・薪、炭などの仕入れコストが高い。 ・ボイラーの火力の問題もあり、すべて代用するのは困難。 ※秋川渓谷瀬音の湯では、経費削減のため、木材から重油に変更している	秋川地区 ▲
				五日市地区 ○
				檜原村 ◎
4	・観光ツアーを構築し、地元ガイドが案内する	■対象事業者：その他サービス業など ・地元ガイドによる、地域内の案内コースを開設し、ガイド料金の取得に加え、飲食店・おやき等を食べさせるなど、事業者間の連携を図る。	・観光客と観光ボランティアをマッチングさせる取組が必要。 ・地域内で魅力あるツアーコースの構築（ストーリー付）が必要。	秋川地区 ▲
				五日市地区 ◎
				檜原村 ○

※評価：◎特に当てはまる、○やや当てはまる、▲あまり当てはまらない

No	項目	対象事業者、域内調達率の考え方	域内調達を高める主な課題	評価※
5	・地元の飲食店を紹介する	■対象事業者：宿泊事業者 ・宿泊者に対し、地域の飲食店等の情報を伝えること（ホテル内で提供しない）により、地域への消費を促す。	・地元食材を使った飲食店を利用することで、地域内への波及が進むが、特定の飲食店を紹介することが難しい。 ・ビジネスホテルであれば適応可能であるが、旅館・民宿などの食事つきプランの販売施設では対応が困難。	秋川地区 ◎
				五日市地区 ▲
				檜原村 ▲
6	・スペース等を貸出し、地域の飲食店を出店する	■対象事業者：観光施設・観光事業者等 ・観光施設にてイベント等を実施し、その出店を地域の飲食店等を出店させ、売り上げの向上を図る。	・地元の出店者に限った出店が難しい可能性がある（事業者が少ない）。 ・集客を図るスペースの確保が難しい。	秋川地区 ◎
				五日市地区 ○
				檜原村 ▲
7	・類似する観光地の情報を共有して発信する	■対象事業者：観光施設・観光事業者等 ・類似する観光施設（例：秋川渓谷沿いのバーベキュー場）において、利用客の域内での移動を進める。	・新型コロナウイルス感染症の影響により、3密回避が求められている。 ・繁忙期における秋川渓谷沿いのバーベキュー場のキャパシティを踏まえ、混雑が予想される場合に他の施設への誘客を進める。 ・自治体施設（指定管理）間であれば共有は可能であるが、民間事業者間では情報共有が難しい。	秋川地区 ◎
				五日市地区 ◎
				檜原村 ○
8	・流通先を主に地域内として、商品で誘客を図る	■対象事業者：小売業（製造）・卸売業 ・地元の清酒など製造量が限られている商品等に対し、卸先を自社及び域内の提携店舗等で流通させることで、商品購入者を地域に来訪させ、地域内での観光や消費に結びつける。	・原料を秋川渓谷内で入手することができないため、製造において域内調達率を高めることは困難。 ・そのため、商品の販売網を地域中心に考えることで域内調達率を高める。	秋川地区 ◎
				五日市地区 ◎
				檜原村 ○
9	・地域内の小売り、飲食施設に依頼し、地元の製品として販売・提供する	■対象事業者：小売業（製造）・卸売業 ・地元飲食店や小売業者に協力いただき、地域の商品としてブランド化を図り、販売することで地域の域内調達率を高めていく。	・原料を秋川渓谷内で入手することができないため、製造において域内調達率を高めることは困難。 ・特に宿泊施設の売り上げ原価に対する域内調達率が高いことから、地元食材としての活用を考えていく。	秋川地区 ◎
				五日市地区 ◎
				檜原村 ◎

※評価：◎特に当てはまる、○やや当てはまる、▲あまり当てはまらない

No	項目	対象事業者、域内調達率の考え方	域内調達を高める主な課題	評価※
10	・他の事業者と連携して加工品の開発・販売を図る	■対象事業者：小売業（製造）・卸売業 ・地元産の食肉や野菜等を観光客へ提供するため、他の事業所と連携して、加工品を製造し、その加工品を加工会社及び小売業（製造）で販売し、地域の食材を活用していく。 ・また加工品の認知度を高めることで、商品本体の認知度も向上する。	・精肉、野菜では、観光客の購入割合が低いことが想定される。 ・加工事業者が郊外の場合、その売り上げが域内から流出してしまう。	秋川地区 ○
				五日市地区 ○
				檜原村 ▲
11	・自社製品を販売する飲食店を展開する	■対象事業者：小売業（製造） ・自社の農作物の加工品を販売するため、その加工品を活用した商品を自社内で販売し、商品の魅力を知ってもらうとともに、地域内での観光や消費に結びつける。	・製造業とは異なり、飲食店は売り上げが上がらない可能性がある。	秋川地区 ○
				五日市地区 ○
				檜原村 ○
12	・地域の商品を使う意識を高める	■対象事業者：全体 ・ヒアリング結果から、本地域は横の結びつきも強く、地域を維持していく気持ちが強いことが想定される。 ・観光客向け、地元客向けのみならず、地域内での商品に対しては、仕入れ先・製造元を地元企業に転換していく。	・地元商品は価格が合わない可能性がある。 ・秋川溪谷の商品のブランド力が低く、展開が難しい可能性がある。 ・目的を持った組織化を図っていく必要がある。	秋川地区 ○
				五日市地区 ○
				檜原村 ○

※評価：◎特に当てはまる、○やや当てはまる、▲あまり当てはまらない

(4) 観光動態の変化

(ア) 来訪者及び受入先の観光に対する意識について（パラメータ調査、ヒアリング結果）

①来訪者の意識（パラメータ調査）※11月調査

- ◆ 避けたい観光地として、「屋内レジャー施設」(53.8%)の回答割合が高く、次いで「街並み観光地」(27.5%)、「温泉施設」(18.3%)と続き、人が密集しやすい空間での活動が多く上げられた。
- ◆ 行きたい観光地として、「登山・ハイキング」(39.3%)、「自然風景地・農山漁村」(38.0%)と4割弱であり、次いで「屋外レジャー施設」(28.3%)と避けたい観光地の反面、3密になりづらい空間での活動が多く上げられた。
- ◆ 「変化なし」は、避けたい観光地で27.0%、行きたい観光地で28.8%と約3割の回答者は特に気にしていないことがわかる。
- ◆ 来訪前行動として、「自然風景地・屋外なら安心」が36.8%と高く、GoToキャンペーンでの来訪は1.8%と非常に低い。また、来訪時行動として、3密を避けるため、屋外の観光地を選んだが35.0%と高く、自動車・レンタカー移動に切り替えるなど、交通手段を変化させた、公共交通機関の利用を避けるなどは約13%と低い結果となった。

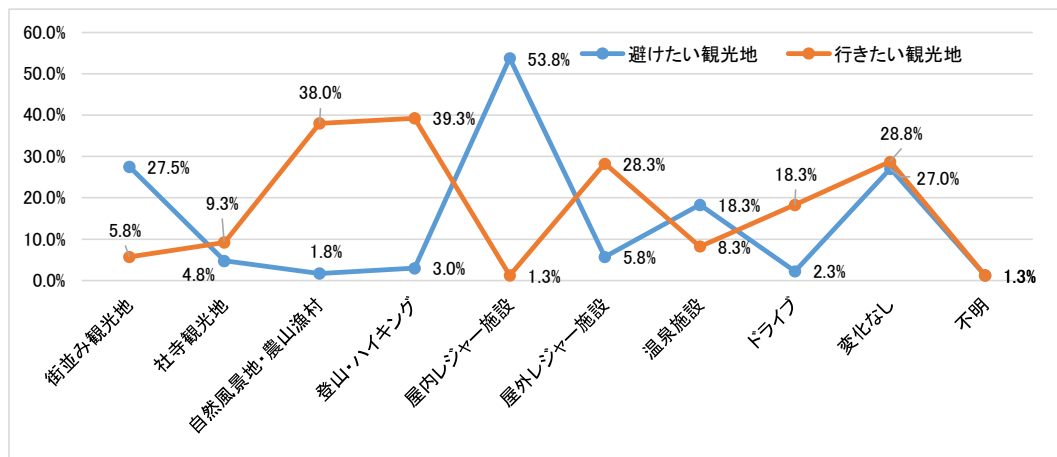


図5-2 新型コロナウイルス感染症流行時における観光の意識（避けたい観光地、行きたい観光地）

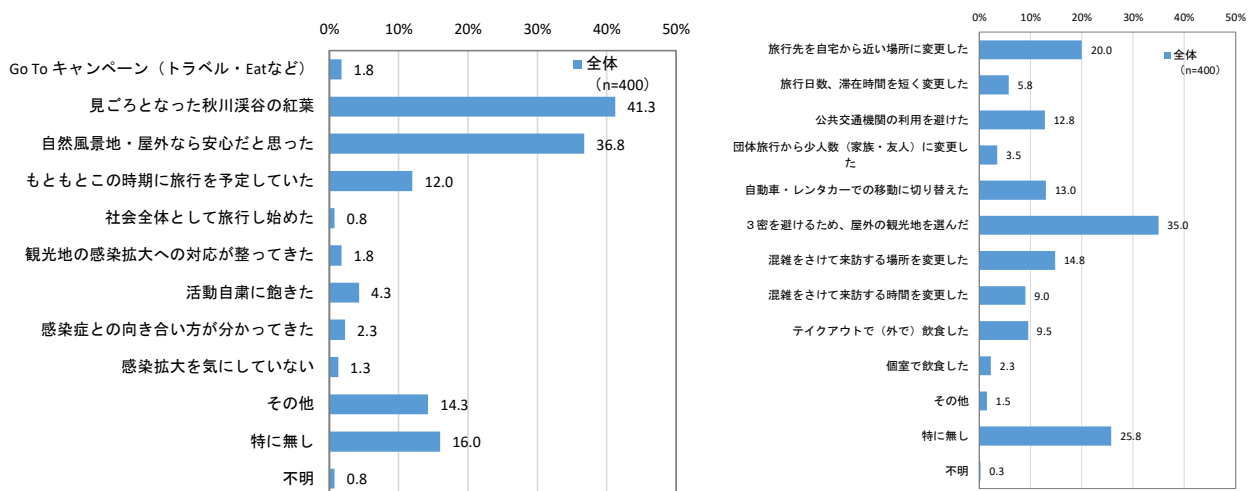


図5-3 新型コロナウイルス感染症流行時における秋川渓谷への来訪前・来訪後行動

②受入先の観光に対する意識について（ヒアリング調査、地区別）

域内調達率調査のヒアリング結果から、地区別の事業者から見た観光特性は以下の通りである。

【あきる野市（秋川地区）】

- ◆ 秋川地区は他の地区と違って主たる観光地が無い。秋川の地区名であるが、秋川渓谷をイメージできる箇所はない。お寺や河原などはある。河川沿いにバーベキュー場が整備されているが、五日市地区の方が認知度は高い。
- ◆ 売り出す観光資源が難しい。観光地として訪れるお客は少なく、檜原村・五日市地区、秋川渓谷の通り道（途中）の観光地である。
- ◆ 一方、都市としては他の地区と比べて大きいことから、観光地としての受け皿（宿泊場所、食事場所）として広げていくべきである。
- ◆ 他の地区とは、観光資源・ロケーションの差から、受け皿的な地域として感じている。
- ◆ 都内から電車で容易に来ることができることから、日帰りの地域であり、宿泊して観光する地域としての認識が無い。そのため、域内の他の観光地との結びつきが難しい。

【あきる野市（五日市地区）】

- ◆ 観光資源としては、キャンプ場、バーベキューや川遊びなど体験施設が多く、事業者によっては、体験施設の整備を行い、滞在型観光を図っている。
- ◆ 自然が特徴であり、秋川の河川敷など水を利用した観光が良い。
- ◆ 登山、サイクリングでの来訪者が多く、駐車場利用は多いが、食事・土産等の購入が少ない。
- ◆ 明確な観光地が無く、立ち寄り観光、ふらっと来るお客が多い。来訪される観光客の目的としては、「温泉」、「紅葉（自然）」があげられる。
- ◆ 昔の来訪客は、自然が多い地域であったことから、自然観察、釣りの利用客が多い。五日市の街並みもあるが、武蔵五日市駅からバスを利用して檜原村（檜原都民の森など）に向かう観光客が多く、街並み散策ができていない。
- ◆ 五日市の街並みが武蔵五日市駅から近い場所にあり散策しやすい。主な観光資源としては、バーベキュー、秋川橋河川公園バーベキューランドなどであり、目的としては釣り・ハイキング・バーベキュー・自転車利用などがあるが、観光地としては弱い印象である。

【檜原村】

- ◆ キャンプブームもあり、キャンプ目的での来訪者、ソロキャンプの利用者も多い。
- ◆ ハイキングコース等が整備されており、古民家活用もされている。
- ◆ 夏の季節となると、サイクリング、バイク、ツーリング目的での来訪者が多い。周遊道路を抜けて奥多摩に行く方も多い。
- ◆ 自転車利用が多い。大きな駐車場を整備して、レンタサイクルで檜原村のアップダウンのある道を利用するのも面白い。
- ◆ 自然資源が多い（檜原都民の森、神戸岩、払沢の滝、ハイキング利用など）。自然を見て、温泉に入るコースが多い。その際は、檜原温泉センター数馬の湯よりは秋川渓谷瀬音の湯が選ばれることが多い。
- ◆ 「檜原村」の地名の認知度が高いため、秋川地区全体を盛り上げるためには、檜原村の名称を使った方が良い。

(イ) 全国的な観光動態の変化

新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大により、全国の国内外旅行消費は何れも大きく落ち込んでいる。ここでは、公的機関等が新型コロナウイルス感染症による観光動態の変化について取りまとめていることから、観光動態の変化についてレビューする。

①新型コロナウイルス感染症の影響による国内旅行消費の変化 ～旅行形態にみられる変化～（令和3年1月15日：内閣府）

◆ 感染症の影響により国内旅行消費における旅行者の旅行形態には変化がみられ、これらの変化をまとめると、旅行の「少人数化」、「短期化」、「近距離化」といったキーワードが浮かび上がり、人々が感染予防を図りながら旅行という余暇を求めている様子が伺える。

- (1) 同行者数：家族・親族や友人といった比較的大人数の旅行が急減した一方で、令和2年はひとりやパートナーとの旅行といった少人数の旅行の割合が増加。
- (2) 宿泊有無：感染が拡大した3月以降は宿泊旅行も日帰り旅行もともに急減したが、特に宿泊旅行の減少が大きく4～6月は日帰り旅行の比率が相対的に増加。
- (3) 宿泊数：令和2年は例年に比べて1泊の割合が増加し、旅行が短期化
- (4) 目的地：例年は同一都道府県内への旅行比率が約20%の水準であるのに対し、令和2年は感染が拡大した3月頃から同比率が35%程度まで急上昇し、その後、緊急事態宣言の解除やGoToキャンペーン事業の開始もありやや低下したものの、依然として約30%程度の高い水準で推移し、遠方の旅行を控える傾向。
- (5) 交通手段：例年は鉄道・航空の利用が多いのに対し、自動車の利用割合が増加する傾向。旅行者が密を回避できる自動車を利用した近距離の旅行を選好。

②新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向（その4：令和2年7月30日、その7：令和2年9月15日：公益財団法人日本交通公社）

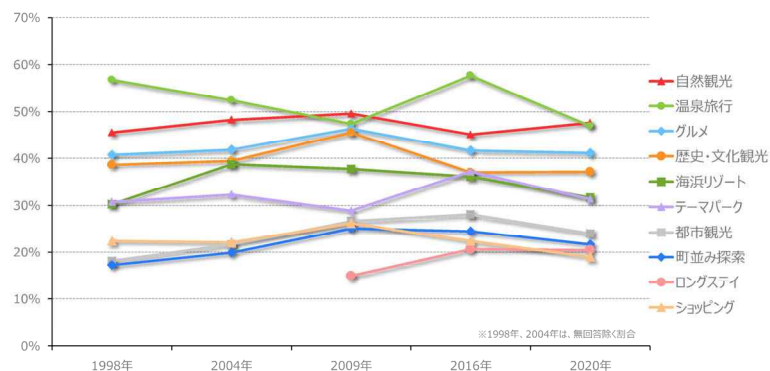
- 中長期的なトレンドをみても上位の項目に大きな変動はなく、特に「自然観光」「温泉旅行」は感染症流行の影響を受けず人気の高い旅行タイプとなっている。
- 感染症流行により野外の活動が注目されているが、「自然観光」はこの20年間、常に人気の旅行タイプである。

4. 今後行ってみたい旅行タイプ | 中長期的なトレンド

行ってみたい旅行タイプ 「自然観光」「温泉旅行」が人気

- ・ 中長期的なトレンドをみても上位の項目に大きな変動はなく、特に「自然観光」「温泉旅行」は感染症流行の影響を受けず人気の高い旅行タイプとなっています。
- ・ 感染症流行により野外の活動が注目されていますが、「自然観光」はこの20年間、常に人気の旅行タイプでした。

Q. 今後1～2年の間にあなたが行ってみたいと思うのは、どのようなタイプの旅行ですか。（上位10位）【複数回答】



- コロナ禍での国内旅行実施にあたり「活動内容や訪問先」を変更した旅行を対象に、とりやめた活動内容を尋ねたところ、「まち並み散策・まち歩き」や「温泉」といった人が密集しやすい空間での活動が多く上げられた。

1. 実施した旅行へのコロナ禍の影響 (2) 変更した旅行内容 | とりやめた活動内容

まち歩きや温泉など密集しやすい空間での活動のとりやめが多い

- ・ コロナ禍での国内旅行実施にあたり「活動内容や訪問先」を変更した旅行を対象に、とりやめた活動内容を尋ねたところ、「まち並み散策・まち歩き」や「温泉」といった人が密集しやすい空間での活動が多く挙げられました。

新型コロナの影響でとりやめた活動内容 (国内旅行) 【コロナ禍で「活動内容や訪問先」を変更した旅行のみ/複数回答】

1月 (N=24)			2月 (N=39)			3月 (N=53)		
1位	まち並み散策・まち歩き	45.8%	1位	都市観光・都会見物	35.9%	1位	温泉	
2位	温泉	33.3%	2位	歴史・文化的な名所の訪問	33.3%	2位	歴史・文化的な名所の訪問	17.0%
3位	ショッピング・買い物		3位	まち並み散策・まち歩き	30.8%	3位	テーマパーク・レジャーランド	
4月 (N=54)			5月 (N=28)			6月 (N=69)		
1位	温泉	35.2%	1位	テーマパーク・レジャーランド	28.6%	1位	まち並み散策・まち歩き	24.6%
2位	まち並み散策・まち歩き	29.6%	2位	まち並み散策・まち歩き		2位	都市観光・都会見物	23.2%
3位	ショッピング・買い物	24.1%	3位	温泉	25.0%	3位	歴史・文化的な名所の訪問	18.8%
				ショッピング・買い物				



※あらかじめ設定した33件の選択肢から複数回答
Copyright © 2020 JTB All Rights reserved. <6>

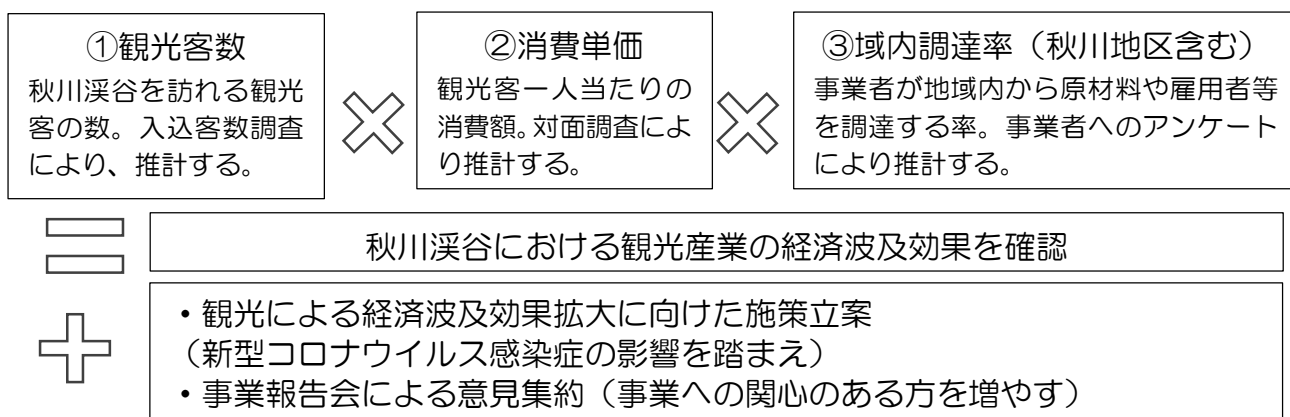
3 施策検討の考え方

(1) 効果拡大に向けた分析（要因分析）

ア 経済波及効果向上に向けた仮説立案

経済波及効果を高める方法として模式図の通り下記の3点が上げられる。

- (ア) 観光客数を増加させる：(適切な情報発信、ターゲットの明確化、新型コロナウイルス感染症を踏まえた観光動態の整理など)
- (イ) 消費単価を上げる：(周遊観光に向けての支援、滞在時間の増加、飲食費の増加、買物費（お土産代等）の増加など)
- (ウ) 域内調達率の増加（売上原価に対する域内仕入れ率の向上、地元雇用の推進、域内調達率調査結果を踏まえた適正な範囲設定など）



秋川渓谷における観光産業の経済規模や観光消費がもたらす地域経済への波及効果を「見える化」することで、経済団体や地域住民との連携促進及びデータに基づく効果的・効率的な観光施策の実施につながると考えられる。課題に対応した施策は以下の通りである。

項目	対応の考え方	施策（案）
①観光客数の増加及び維持確保	<ul style="list-style-type: none"> ・誘客ターゲットの明確化 ・新型コロナウイルス感染症による新たな観光の考え方 	<ul style="list-style-type: none"> ・観光動態の把握に伴う誘客ターゲットの明確化 ・団体客・教育宿泊旅行減少に伴う新たな観光支援の展開 ・屋外での体験活動プランの推奨 ・レンタサイクルの利用促進
②消費単価の増加	<ul style="list-style-type: none"> ・土産代の単価向上（買い物する場の機会）、商品の確保 ・ふらっと来訪された方への支援 ・観光地間の連携 	<ul style="list-style-type: none"> ・卸・小売業者と連携した商品の共有化 ・商品販売の場の確保（市場の創設） ・来訪目的を踏まえた周遊観光地の推奨 ・類似施設間の情報の共有化（利用客の分散化）
③域内調達率の向上	<ul style="list-style-type: none"> ・適切な域内調達の範囲の検討 ・地区別の課題に対する施策の展開 	<ul style="list-style-type: none"> ・範囲の拡大（日の出町） ・各エリア別の特徴を踏まえた施策の展開
④新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえた観光立案	<ul style="list-style-type: none"> ・「少人数化」、「短期化」、「近距離化」を踏まえた秋川渓谷のモデルツアー 	<ul style="list-style-type: none"> ・マイクロツーリズムの拡充 ※従来の東京都対象としたツーリズムから、新しい様式の可能性
	<ul style="list-style-type: none"> ・3密を避ける新たな観光振興の検討 	<ul style="list-style-type: none"> ・新たな観光振興（テイクアウト、体験活動） ・宿泊施設の日帰りプランの提供（再掲）
⑤共通	<ul style="list-style-type: none"> ・受入環境の整備 	<ul style="list-style-type: none"> ・観光地での安全対策～キャッシュレス対応～
	<ul style="list-style-type: none"> ・自走式の実施体制の構築 	<ul style="list-style-type: none"> ・組織形成（連携組織のフレームづくり）

(2) 施策立案の項目及びその考え方

過年度報告書では、1年間を通じた調査結果を踏まえ、施策立案の項目及びその考え方がまとめられている。施策に関しては、後述するKPIを踏まえながら検討するとともに、これらの調査結果から、令和2年度の新型コロナウイルス感染症を踏まえた新たな観光動態との比較を図りながら施策を検討することが望ましい。

大分類	中分類	施策の項目	調査結果の例及び施策イメージ
観光客数の向上	適切な情報発信	・秋川渓谷の認知度の向上	・秋川渓谷の認知度が低く、秋川渓谷はどこか？という問い合わせが多い。また、檜原村の方が認知度は高いことから、秋川渓谷のブランド力が低い。
		・対象者の目的に応じた情報発信（HP、口コミサイト等）	・来訪ターゲットは関東圏、特に東京都以外では、圏央道沿いの埼玉県・千葉県に来訪が多い。 ・また観光地により若年層～高齢層まで幅広く楽しめることから、対象者に応じた情報発信の施策について検討する。
		・周遊観光を目的とした案内板の整備	・秋川渓谷の改善点で、「案内板が少ない（地図・案内がわかりづらい）」が上げられている。 ・満足度の設問では、地図案内のわかりやすさで不満の意見が多いことから、秋川渓谷に相応しい「統一的な大きさ、背景色、文字色等」を図るとともに、周遊を目的とした案内板やアプリなどの整備を検討する。
	立ち寄り地点の拡大	・交通アクセスを踏まえたモデルコースの提案	・観光資源間の交通アクセスはバスを使えば周遊できるものの、バスの本数が少なく、時間の調整が難しく、観光地間の結びつきは低い。 ・バスの乗り継ぎ時刻を含めたモデルコースを立案し、それらの情報を武蔵五日市駅や各観光資源のオフィシャルHPにて広く情報を発信する。
		・特定のエリアを限定としたガイド付きモデルコースの提案	・来訪目的の多くは、自然散策や登山、ハイキングを楽しむことが上位に上げられている。これらの利用者は消費額が少ないことから、ガイド付きモデルコースの提案し、消費額を高めるプランを提供する。
		・レンタサイクルの利用促進	・アンケート結果から、8%弱の方がサイクリングを楽しむことで来訪されている。一方、利用した交通手段は、レンタサイクルの利用はわずかである。 ・昨今、レンタサイクルを活用した観光推進が展開されていること、檜原村のレンタサイクルの活用などを踏まえた展開を図る。
消費単価の向上	食事・お土産の開発	・地域独自の食事メニューの開発、展開	・観光客における食事の消費額が平均で700円程度と低い傾向にある。また、改善点において、「食事」の割合が数%存在している。消費額を高めるためには、地域の食事メニューの開発が求められる。
		・地域独自のお土産の開発・販売の促進	・買物（お土産を含む）の利用率は、全体で25.9%であり、お土産自体の購入率はより低いことが考えられる。 ・特に、自転車の利用者の金額が低いことから、利用率が低い原因として、魅力あるお土産品の提供、販売箇所の提供（観光利用の終着点）が求められる。
	購入機会の拡大	・バーベキュー、キャンプ場等での地元食材の購入を促す	・バーベキュー、キャンプ目的で、「食事を食べた」は26.9%、「商品を買った」は13.2%と、地元で食材の調達が可能な体験にもかかわらず、その購入比率が低い結果であった。 ・観光施設と小売店が協力し、学生割引（20代利用の割合が突出）など、パッケージ化を図ることで、観光施設と小売業への消費額の向上が見込めることが考えられる。

大分類	中分類	施策の項目	調査結果の例及び施策イメージ
消費単価の向上	購入店舗の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街リノベーション支援事業を活用した魅力ある店舗の整備 	<ul style="list-style-type: none"> ・アンケートの結果から飲食、お土産などの消費額が少なく、武蔵五日市駅前から、五日市商店街（五日市商和会）の利用が少ないことが想定される。 ・空き店舗問題や核となる店舗の不在等により集客力が低下している商店街に対し、外部の専門家を派遣することにより、まちづくり的な視点をもって商店街自らが活性化する取組を支援することを目的とする「商店街リノベーション支援事業」に選定されていることを踏まえ、アンケート調査結果を踏まえた施策を展開する。
リピーターの確保	リピーターの確保	<ul style="list-style-type: none"> ・リピーター確保に向けた体験プログラムの提供・情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> ・季節によりリピーターの割合は7割程度であるが、その回数（4回目以上）は冬期の割合が高くなる。 ・はじめて来訪された方に対し、次回以降リポートしていただくための施策を展開し、リピーターの確保を図る。
域内調達率の向上	地元食材の活用	<ul style="list-style-type: none"> ・地元の食材の活用 	<ul style="list-style-type: none"> ・過年度の域内調達率調査結果から、事業者が域内での調達割合について把握ができていない。その結果から、地元の食材等を供給するための課題が上げられている。 ・令和2年度域内調達率調査の実施に際して、これらの課題等の内容を追加ヒアリングにて把握し、地域内での循環システムを高めるための対応を検討していく。
	循環システムの見直し	<ul style="list-style-type: none"> ・野菜等の集荷及び出荷の構造改革 	<ul style="list-style-type: none"> ・地域内での調達率を高めるためには、既存の出荷及び集荷の構造を改革し、供給量と需要量との調整を図るとともに、「農産物等庭先集荷サービス」等を展開しながら、飲食サービスにおいて、原材料の域内調達を高めていくことが考えられる。
		<ul style="list-style-type: none"> ・域内調達率の考え方の可視化 	<ul style="list-style-type: none"> ・域内調達率を高めることは、地域の物、人、サービスを地域内で販売（展開）していくことで、外部から来た観光客の消費額が域内に残ることが上げられる。 ・様々な観点にて域内調達率を高めることが、地域にお金が残る活性化が図られていくことを、様々な事業者が認識を持ち、サービスを展開していくことが求められる。
受入基盤の整備	観光地の改善	<ul style="list-style-type: none"> ・トイレ・駐車場の整備 	<ul style="list-style-type: none"> ・アンケートの改善すべき点として、「トイレ」の割合が5%と高くなっている。また、駐車場が混む、狭いなどの意見が上げられていることから、観光地の改善として、トイレの清掃は週2回～3回程度行うなど、受入れ環境整備を図っていく。

ア 観光客数の増加及び維持確保

対応の考え方：誘客ターゲットの明確化

新型コロナウイルス感染症による新たな観光の考え方

施策提案

(ア) 観光動態の把握に伴う誘客ターゲットの明確化

- ・新型コロナウイルス感染症の影響により、全国的な国内旅行消費における旅行者の旅行形態には変化がみられ、これらの変化をまとめると、旅行の「少人数化」、「短期化」、「近距離化」といったキーワードが浮かび上がっている。
- ・本地域では、過年度の調査結果から、主な来訪ターゲットは関東圏、特に東京都以外では、圏央道沿いの埼玉県・千葉県の来訪が多く、観光地により若年層～高齢層まで幅広く訪れていた。
- ・新型コロナウイルス感染症の影響により、避けたい観光地（変更した旅行内容）として、あきる野市（秋川地区）では、「屋内レジャー施設」、「街並み観光地」、「温泉施設」、全国でも「密集しやすい空間での活動」が上げられている。また、年齢は、秋川溪谷瀬音の湯の温泉施設で若い人の割合が増えるなど、新型コロナウイルス感染症に対する意識等により観光動態も変化していることが考えられる。
- ・一方、行きたい観光地として、「登山・ハイキング」、「自然風景地・農山漁村」、「屋外レジャー施設」など3密になりづらい空間での活動が多く上げられ、本地域の主な観光目的であるバーベキュー、ハイキング、登山などとマッチする。
- ・これらの全国及び本地域の観光動態を適切に把握するとともに、強みである屋外観光地における誘客ターゲットの明確化、それに伴う情報発信を適切に行っていく。また、弱みである「屋内レジャー施設」、「街並み観光地」、「温泉施設」では徹底した安全対策、3密を避けるための入場規制を図るとともに、屋内施設でもテラス席によるイートインコーナーの増加による安全対策を図りながら誘客を支援していく。

(イ) 団体客・教育宿泊旅行減少に伴う新たな観光支援の展開

- ・本地域は、家族や友人連れ、個人旅行に加えて、学生の団体旅行（バーベキュー、体験宿泊施設）も主なターゲットであった。
- ・新型コロナウイルス感染症の影響により、全国的にも団体旅行は大幅に減少し、少人数化、短期化が推奨されていることから、宿泊施設に対して、新たな観光支援策を展開していく必要がある。
- ・都心から近く、自然環境も良い点から、旅館組合に対してのワーケーションの問い合わせ等も多い。誘客を図るため、従来の宿泊予約者（個人・団体）をターゲットとした日帰りプランの体験を提案し、収益確保を図っていく。
- ・秋川溪谷戸倉体験研修センター（戸倉しろやまテラス）では、幼稚園や保育園等のお泊り保育のキャンセルの依頼に対し、日帰りプログラムを提案し、代替プランが活用された実績も有している。既存の施設の目的とターゲットを踏まえた提案を展開していく。



(ウ) 屋外での体験活動プランの推奨

- ・本地域は自然景観に恵まれており、様々なアウトドア体験等の実施が可能である。ガイド付ツアーの拠点として、武蔵五日市駅前には「東京裏山ベース」、檜原村中心街には、「檜原村エコツアーインフォメーションセンター」が整備されている。
- ・新型コロナウイルス感染症の影響により、行きたい観光地として、「登山・ハイキング」、「自然風景地・農山漁村」が4割近い回答が得られている。「農山漁村」のニーズは高いものの、これらの地域で体験活動の推進に向けて、ニーズの高まっているエコツーリズムを展開していく。
- ・すでに、檜原村では「東京ひのはらんど」を展開している。これらの取組を秋川渓谷で発展させて、観光客の利用者を増やし地域での飲食を図ることで、地域内にガイド料金が落ちるとともに、地域の飲食店やお土産の売上が増加し、地域内での循環が図れることが想定される。
- ・ただし、新型コロナウイルス感染症により、ガイド付きプランは軒並み中止された経緯もあることから、安全対策を強化しながらの商品開発・PRを図る必要がある。



(エ) レンタサイクルの利用促進

- ・アンケート結果から、8%弱の方がサイクリングを楽しむことで来訪されている。一方、利用した交通手段は、レンタサイクルの利用の回答がほとんど無く、新型コロナウイルス感染症の感染拡大後の調査でも得られていない（利用者は自転車を持ちこみ）。
- ・また、新型コロナウイルス感染症の影響により、交通手段は全国的に自家用車の利用割合が増加しているが、本地域でのアンケート調査結果では、自家用車の増加、鉄道利用の減少は見受けられない。
- ・一方、秋川渓谷内の公共交通への不満が高く、その理由として、バスの本数等が少なく観光地間のアクセスが難しいことが上げられる。
- ・レンタサイクルの利用意欲が高まっていることも踏まえ、令和2年2月から、近畿日本ツーリスト首都圏とナビタイムジャパンが、ドコモ・バイクシェアの協力の下、西多摩地域でシェアサイクルの実証実験「東京渓谷サイクリング」を実施している（※緊急事態宣言を踏まえ営業は1月31日に終了）。
- ・実証実験の結果から、自転車のGPSデータ等を活用し、利用時間や経路などを検証することとなっている。本調査結果の共有を図り、レンタサイクルを活用したモデルコースの検討を行い、二次交通としてのレンタサイクルの活用を図っていく。また、本調査結果を踏まえ、ドコモ・バイクシェアへのレンタサイクル誘致についても検討を図っていく。
- ・加えて、事業化されている檜原村のレンタサイクルとの連携も踏まえて検討していく。

<東京渓谷サイクリングとは>

- ・秋川渓谷流域と御岳渓谷流域は秩父多摩甲斐国立公園の入り口に位置する自然豊かなエリア。
- ・「東京渓谷サイクリング」とは、観光客誘致のために東京都・(公財)東京観光財団が取り組む電動アシスト自転車のシェアサイクル事業の名称です。



イ 消費単価の増加

対応の考え方：土産代の単価向上（買い物する場の機会）、商品の確保
ふらっと来訪した方に対するの支援
観光地間の連携

施策提案

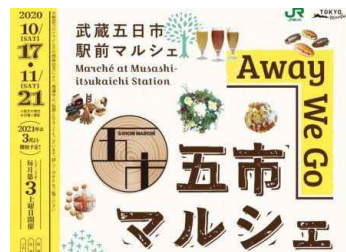
(ア) 卸・小売業者と連携した商品の共有化

- ・過年度調査結果から、買物の利用率は全体で 25.9%であり、消費金額が低い原因と位置付けられている。また、檜原村、五日市地区は主要な観光地として来訪されているのに対し、秋川地区は他の地区と違って主たる観光地が無く、秋川渓谷の途中の観光地の認識が高く、観光地としての受け皿として広げていくべきとされている。
- ・そのため、秋川地区の有名な商品等を、観光客が多く訪れる五日市地区、檜原村でタイアップして販売し、商品の共有化を図りながら消費単価の増額を図っていく。
- ・秋川駅前の「(有) ア・ラ・モード」では、五日市地区の松村精肉店から仕入れる秋川牛を使ったカレーパンを販売し、人気商品として取り扱われている。松村精肉店から肉を配送いただく際に、カレーパンを販売し、松村精肉店の店舗で代理販売を行っており、五日市地区の観光客の方にも食されている。
- ・秋川地区での観光における消費額の向上を図るため、上記のような五日市地区、檜原村の卸・小売業者との連携した商品の共有化を図り、消費額を高めていく。



(イ) 商品販売の場の確保（市場の創設）

- ・過年度の調査結果から、買物（お土産を含む）の利用率は、全体で 25.9%であり、お土産自体の購入率はより低いことが考えられる。特に、自転車の利用者の金額が低いことから、販売箇所の提供（観光利用の終着点）が求められていた。
- ・令和2年10月から、毎月第3土曜日（12月～2月は除く）において、「五市マルシェ（主催：五市マルシェ実行委員会、後援：あきる野市）」が開催されており、非常に多くの方に利用されており大盛況である。
- ・開催場所が武蔵五日市駅前であることから、過年度の調査結果から見える課題であった、自転車の利用客（電車利用）の方も多く利用することが可能である。
- ・あきる野市も後援として参画していることから、五市マルシェ開催においての出店数の拡大を支援するとともに、来訪者の属性や利用状況を把握するためのアンケート調査を実施し、消費単価向上につなげていく。



(ウ) 来訪目的を踏まえた周遊観光地の推奨

- ・3カ年にわたるパラメータ調査結果において、目的地化された中で観光はかなり把握されている。
- ・本地域では、都心近郊から目的を持たずにふらっと来る人や立ち寄りを楽しむ人たちが多

く存在する。令和2年度の調査結果では、約9割の来訪者は来訪前に目的や立ち寄り地を決めており、地点別でも、「東京サマーランド」、「秋川国際マス釣場」などの体験型施設の利用は、ほぼ100%事前に決められて訪れている。

- 一方、「武蔵五日市駅（観光案内所）」、「秋川渓谷瀬音の湯」、「檜原都民の森」に訪れた方の15%程度は立ち寄り地を決めず、目的を持たずに訪れている（もしくは不明）。本3箇所は、武蔵五日市線の起点、あきる野市、檜原村の観光の中心点であることから、観光案内所を含めた本3箇所での情報発信機能をさらに強化し、周遊観光の促進を図る。

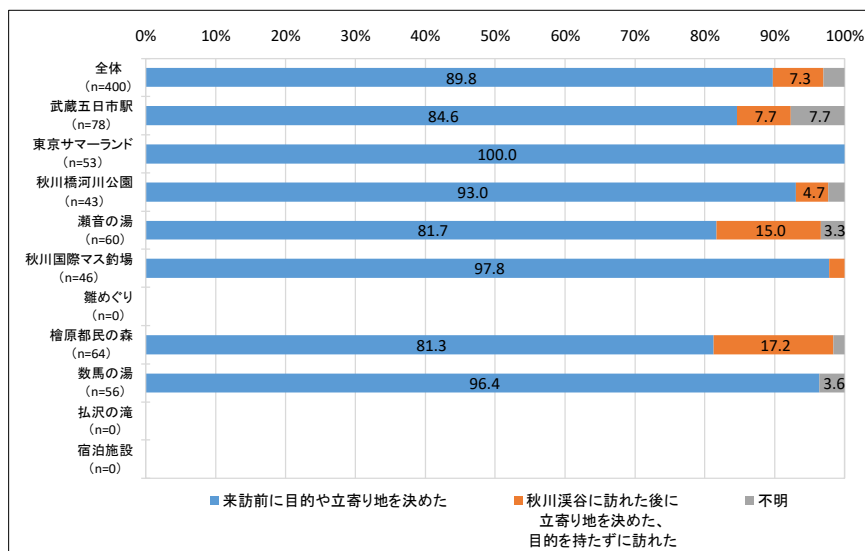


図5-4 来訪する際の観光目的や立ち寄り地を決めたか否か

(エ) 類似施設間の情報の共有化（利用客の分散化）

- GoTo トラベルキャンペーンの東京都除外期間（8月中）に、東京都心から多摩地域に多くの観光客が来訪し、令和元年、平成30年を大幅に上回る入込客数であった（P-81 参照）。
- そのため、駐車場不足や渋滞発生などのオーバーツーリズムも見受けられるとともに、施設のキャパシティを超えてしまい、利用客を断ることも散見された。
- 本地域の観光の特徴として、目的（自然観察、バーベキュー、キャンプ）は明確に持ちながらも対象施設を決めずに訪れる方も多いため、目的別の類似施設において、利用や予約状況の共有化を図り、域内での利用客の分散化を図っていく。
- 一例として、バーベキュー利用者が、あきる野市観光協会が管理運営をしている秋川橋河川公園バーベキューランドへ来訪した際、すでに満員で利用を断った際に、秋川ふれあいランド（あきる野市観光協会管理運営施設）を紹介し、利用客の分散化を図っている。
- 各施設間、もしくはあきる野市観光協会などの中間窓口を介しながら情報の集約化を図り、域内での観光地の利用客の分散化を図り、3密を避けた安全な観光地づくりを目指していく。



図5-5 秋川橋河川公園バーベキューランド（五日市地区）、秋川ふれあいランド（秋川地区）

ウ 域内調達率（秋川地区含む）の向上

対応の考え方：適切な域内調達の範囲の検討

地区別の課題に対する施策の展開施策提案

施策提案

(ア) 適切な域内調達の範囲の検討

- ・本事業では観光消費額や域内調達率を高めて、地域に還元する部分を高めるための施策の検討が求められる。
- ・これまで、観光客に対するパラメータ調査、観光事業者に対する域内調達率調査を実施してきた。パラメータ調査においては、周遊の立ち寄り観光地の調査において、特に五日市地区での調査（武蔵五日市駅、秋川渓谷瀨音の湯）で、日の出町の「つつる温泉」や「日の出山」が立ち寄り地の上位に上げられている。
- ・また、域内調達率調査においても調達先として隣接する「日の出町」の回答も多く上げられている。
- ・令和2年度の域内調達率調査では、あきる野市の秋川地区まで対象を広げて調査を行った。今後は、隣接する「日の出町」を加え、適正な範囲（秋川流域）での調査を進めていく。



図 5-6 事業対象範囲（案）※日の出町を追加

(イ) 各エリア別の特徴を踏まえた施策の展開

- ・令和2年度の域内調達率調査では、あきる野市の秋川地区まで対象を広げて調査を行い、域内調達率他の分析結果において、あきる野市（秋川地区、五日市地区）、檜原村の3エリアでの分析を行った
- ・上述の通り、それぞれの3エリアにおいては、域内調達率（売上原価・営業経費・人件費）の比率も異なること、観光・旅行者が売りに占める比率も異なることから、上述でまとめた、域内調達率を高めるための取り組む施策についても異なることが考えられる。
- ・そのため、今後、域内調達率を高める施策の検討に際しては、これらの候補施策の中からそれぞれの自治体の行政計画の施策等も考慮した行動計画を策定する必要がある。

エ 新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえた観光立案

対応の考え方：「少人数化」、「短期化」、「近距離化」を踏まえた秋川渓谷のモデルツアー
3密を避ける新たな観光振興の検討

施策提案

(ア) マイクロツーリズムの拡充

※従来の東京都対象としたツーリズムから、新しい様式の可能性

- ・新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、自宅から1時間～2時間圏内の地元または近隣への宿泊観光や日帰り観光を指す、「マイクロツーリズム」が提唱されている。マイクロツーリズム商圏内の人口規模が小さい地域もあるが、リピート利用の潜在性は高く市場規模が小さいとは限らず、繰り返し利用してもらう仕組みを持つことで持続可能で安定したマーケットになるとされている。
- ・令和元年度の調査結果を踏まえると、本地域の誘客範囲は、主に東京都（23区）と近隣の埼玉県、神奈川県、1都2県であることから、すでにマイクロツーリズムの範囲が形成されており、主に日帰り観光が形成されていた。
- ・その中においても、GoToキャンペーン（東京都除外）の8月においては多くの施設で平成30年比100%を上回り、特に東京都（23区）の来訪者に対して、地域の魅力が再認識された。
- ・これらの来訪者に対してのリピーターの確保や、新規誘客を目的としたプロモーションを図るために、首都圏の有識者がメインターゲットの家族・若者からの意見集約を図りながら、マイクロツーリズムの拡充を図っていく。

(イ) 新たな観光振興（テイクアウト、イートイン）の展開

- ・新型コロナウイルス感染症の感染防止対策の取組として、飲食店ではテイクアウトの拡大や、イートインコーナーの充実を図っている。
- ・本地域においても、様々な店舗にてテイクアウトのサービスを展開している。地域の代表的な飲食店である黒茶屋グループでは、黒茶屋、燈々庵、井中居の料理人が腕を振るって作ったテイクアウト商品の販売を、令和3年1月7日からリニューアルして開始している。
- ・また、上述したカレーパンを提供している、「(有)ア・ラ・モード」では、店の前の歩道部分にテラス席を設けるなどの検討も行われている。
- ・これらのテイクアウトサービスやイートインコーナーなどの取組を観光案内としての情報発信、また、モデルコースの昼食に位置付けるなど観光消費額の向上を図っていく。



(ウ) 団体客・教育宿泊旅行減少に伴う新たな観光支援の展開(P-97 参照)

オ 共通

対応の考え方：受入環境の整備

自走式の実施体制の構築

施策提案

(ア) 受入環境の整備

- ・パラメータ調査の経年比較においても、「地図・案内のわかりやすさ」の不満度が高まっている。武蔵五日市駅前に観光案内所が整備されており、周辺の観光地に対する案内は整備されている。一方、武蔵五日市駅前から、五日市商店街（五日市商和会）への回遊を目的とした観光案内板の整備など、街歩きなどを踏まえた観光案内板の整備が求められる。
- ・また、新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、料金支払いに際し現金の受領によるリスク管理が高まっている。東京都では、「商店街キャッシュレス導入モデル事業補助金」を展開しており（令和2年度の募集期間は5月～7月末まで）、補助対象経費は、導入前の準備にかかる経費、キャッシュレス機器の購入にかかる経費、サポート費用、周知・PR費用である。このような補助金等を活用しながら、キャッシュレス化の受入環境整備を推進し、観光客の利便性を高める取組を展開していく。

(イ) 組織形成（連携組織のフレームづくり）

- ・これらの施策に対しては、本事業の連絡会を構成している、あきる野市、檜原村、あきる野商工会、一般社団法人あきる野市観光協会、一般社団法人檜原村観光協会及び秋川溪谷旅館組合をバックアップの団体とし、民間事業者等の連携した協議会等を立ち上げ、本調査結果を踏まえた、観光振興を実施する組織形成（連携組織のフレームづくり）を図っていく必要がある。
- ・組織形成に際しては、上述の五市マルシェの実施団体のような実行委員会形式や、対象者を拡大した秋川溪谷観光経済統計調査の事業報告会（民間事業者を含む）を実施し、DMO形成に向けた新たな組織を形成につなげていく。また、各種計画に対しての事業者向け行動計画を立案する。

第6章 KPIの設定

第6章 KPI値の見直し

令和元年に年間を通した調査結果を踏まえ、推奨KPIとその設定の狙いを整理している。

その後、新型コロナウイルス感染症の影響による観光入込客数の減少や観光動態も大きく変化している。本章では、令和元年に設定した推奨KPIの基準値の見直しを行った。

(1) KPI設定の意義及び算出方法案（令和元年度報告書抜粋）

- ・「日本版DMO」形成・確立に係る手引きを踏まえた意義及び算出方法案は以下の通りである。すべての指標で位置付けるのは難しいことから、想定される施策を踏まえた設定が好ましい。算出結果を次項に示す。

表 6-1 推奨KPI一覧とその設定の狙い(1)

指標	意義	算出方法
①観光入込客数（延べ人数）	<ul style="list-style-type: none"> ・観光地の経年的な入込客数の推移を把握でき、観光地の基礎データとしての整理が可能。 ・今後人口が減少するにつれて、経年的に増加させていくことは難しく、主たる目標値としての設定は難しい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・必須調査にて各地点からの聞き取り調査
②延べ宿泊者数	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の宿泊地点の宿泊客数。今後、宿泊観光客の人数を増加させる施策について把握する指標。 ・①と同様の方法で把握することが可能であるが、すべての回答が得られておらず実数の把握が難しい。 ・算出（推計）方法を定義することで、経年での把握は可能。 	<ul style="list-style-type: none"> ・調査の方法として、①観光庁集計の宿泊旅行統計調査、②独自のアンケート調査（現在の必須調査）の方法が想定される
③旅行消費額	<ul style="list-style-type: none"> ・今後は観光客の入込の増加が難しいことから、消費額単価を上げ、観光消費額の見える化を図るための指標。 ・来訪者の滞在時間増加、食事・買い物等の機会を増やすことで増加が見込め、経済面の視点からの効果の把握が可能。 	<ul style="list-style-type: none"> ・①・②の入込客数×アンケートのパラメータを組み合わせて算出
④来訪者満足度	<ul style="list-style-type: none"> ・秋川渓谷全体、観光地、及び項目の満足度を把握することで、来訪者の満足度の推移、課題となる点の把握が可能。 ・来訪者の属性を分けてクロス集計等を実施することで課題等の把握も可能。 	<ul style="list-style-type: none"> ・パラメータ調査：問12の回答内容にて算出
⑤リピーター率	<ul style="list-style-type: none"> ・満足度を高めることで、よりリピーターの方が増えることを把握する指標。 ・リピーター率が高まる指標は反面、新規の来訪者が少なくなることも意味する。 ・観光地点により傾向が異なる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・パラメータ調査：問7の回答内容にて算出
⑥再来訪意欲	<ul style="list-style-type: none"> ・満足度を高めることで、より再来訪意欲が増えることを把握する指標。 ・再来訪は居住地によりその意欲は変化することが想定されるため、対象のマーケットを想定して把握することが好ましい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・パラメータ調査：問15の回答内容にて算出
⑦域内調達率	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者が地域内から原材料や雇用者等を調達する率。事業者へのアンケートにより推計する。域内調達率が高まることで、消費額に対する波及効果が算出される。 ・回答される事業者によって、域内調達率の数値も変化することから、達成率よりも把握事業者割合の方が好ましい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・域内調達率調査にて算出
⑧経済波及効果	<ul style="list-style-type: none"> ・観光消費額が様々な経済に対する波及効果を算出。経済波及効果に加え、付加価値効果、雇用効果などを把握でき、観光経済のとりまとめの結果を把握可能。 	<ul style="list-style-type: none"> ・乗数理論を用いて、①・②・⑦の調査結果及びパラメータ調査結果にて把握

表 6-2 推奨KPI一覧とその設定の狙い(2)

指標	令和元年	令和2年	見直しの考え方
①観光入込客数(延べ人数)	観光施設 あきる野市：1,860,085人回 檜原村：245,245人回 秋川渓谷計：2,105,330人回 行祭事・イベント 秋川渓谷計：228,089人回	観光施設 あきる野市：1,252,333人回 檜原村：243,200人回 秋川渓谷計：1,495,533人回 行祭事・イベント 秋川渓谷計：2,400人回	<ul style="list-style-type: none"> 令和2年は緊急事態宣言発令時の入込客数のため、令和3年は発令時の期間は一定の割合で増加。 3密を避けるための入場制限等も踏まえると目標値は令和元年より下げることが望ましい。 行催事・イベントも実施された場合でも令和元年よりも下げることが望ましい。
②延べ宿泊者数	あきる野市：58,746人泊 檜原村：26,398人泊 秋川渓谷計：85,144人泊	あきる野市：32,886人泊 檜原村：18,420人泊 秋川渓谷計：51,306人泊	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルス感染症の影響による減少、GoToキャンペーンの増加が含まれている。令和3年の宿泊者数を踏まえた目標値の設定が望ましい。
③旅行消費額	秋川渓谷計：5,615,135千円 (1-3期：664,524千円 4-6期：1,535,762千円 7-9期：2,732,615千円 10-12期：682,234千円)	秋川渓谷計：3,303,073千円 (1-3期：357,735千円 4-6期：503,000千円 7-9期：1,885,542千円 10-12期：556,796千円)	<ul style="list-style-type: none"> 旅行消費額のパラメータが4-6期、7-9期は令和元年のものとなっている。 観光動態も変化していることから、令和3年に再度調査して、適正な観光消費額にて再検討する。
④来訪者満足度	秋川渓谷の総合満足度 <ul style="list-style-type: none"> 大変満足：27.3 満足：57.4 やや満足：10.4 『大変満足+満足』：84.7 『やや満足以上』：95.1 	秋川渓谷の総合満足度 <ul style="list-style-type: none"> 大変満足：27.3 満足：57.4 やや満足：10.4 『大変満足+満足』：84.7 『やや満足以上』：95.1 	<ul style="list-style-type: none"> 令和2年の値はパラメータ値不足のため、令和元年と同様である。 新型コロナウイルス感染症の影響後の調査は令和2年の10-12期調査のみであるが、過年度と比べて満足度は増加している。 そのため、目標としては、令和元年よりも満足度を高めることを目指す。
⑤リピーター率	2回目以上のリピーター率 71.4% <ul style="list-style-type: none"> 1-3期：79.6% 4-6期：70.3% 7-9期：74.7% 10-12期：69.3% 	2回目以上のリピーター率 71.4% <ul style="list-style-type: none"> 1-3期：79.6% 4-6期：70.3% 7-9期：74.7% 10-12期：69.3% 	<ul style="list-style-type: none"> 令和2年の値はパラメータ値不足のため、令和元年と同様である。 屋外の観光地が多く、新型コロナウイルス感染症の安全性が高いことをPRし、リピーター率を高めていく。
⑥再来訪意欲	秋川渓谷の再来訪意欲 <ul style="list-style-type: none"> 大変そう思う：40.1 満足：41.5 やや満足：11.3 『大変満足+満足』：81.6 『やや満足以上』：92.9 	秋川渓谷の再来訪意欲 <ul style="list-style-type: none"> 大変そう思う：40.1 満足：41.5 やや満足：11.3 『大変満足+満足』：81.6 『やや満足以上』：92.9 	<ul style="list-style-type: none"> 令和2年の値はパラメータ値不足のため、令和元年と同様である。 新型コロナウイルス感染症の影響後の調査は令和2年の10-12期調査のみであるが、過年度と比べて再来訪意欲は増加している。 そのため、目標としては、令和元年よりも再来訪意欲を高めることを目指す。
⑦域内調達率	<ul style="list-style-type: none"> ■全産業 ・売上原価：25% ・営業経費：40% ・人件費：88% ■各産業(売上原価のみ) ・宿泊サービス：78% ・飲食サービス：39% ・小売り：58% 	<ul style="list-style-type: none"> ■全産業 ・売上原価：46% ・営業経費：39% ・人件費：57% ■各産業(売上原価のみ) ・宿泊サービス：65% ・飲食サービス：38% ・小売り：56% 	<ul style="list-style-type: none"> 事業者アンケートの回答(累積)により算出しており、あきる野市(秋川地区)を追加で調査するなど、令和元年と令和2年の算出範囲が異なる。 令和3年は日の出町を加える予定であることから、改めて計算が必要となる。
⑧経済波及効果	<ul style="list-style-type: none"> ■経済波及効果：87.4億円 ■付加価値効果：28.8億円 ■雇用効果：443人 	<ul style="list-style-type: none"> ■経済波及効果：47.4億円 ■付加価値効果：15.8億円 ■雇用効果：150人 	<ul style="list-style-type: none"> 経済波及効果は、上記の①・②・③及び⑦を踏まえて算出することとなる。 施策別のKPIではなく、全体の目標数値としてとらえることが好ましい。

第7章 事業全体に係る調査方法、 分析方法、改善案の提案等を含む 計画策定

第7章 事業全体に係る調査方法、分析方法、改善案の提案等を含む計画策定

令和2年度の成果を踏まえ、事業全体に係る調査方法、分析方法、改善方法について提案する。

1 観光地点等入込客数調査

<得られた成果>

- 令和2年の調査結果では、新型コロナウイルス感染症の影響やGoToキャンペーンの効果などについて、入込客数の観点で整理することができた。
- 観光地点調査では、主要な観光地点等を抽出し、全地点から回答を得ることができ、秋川渓谷における観光客の延べ人数を図るための基礎資料として取りまとめられた。また、令和元年の各月のデータを把握することができ、月別の観光客数の推移や、平成30年(暦年)、令和元年との比較についても把握することができた。
- 行・祭事・イベント調査も、全地点から回答を得ることができたが、軒並み事業が中止となったことから、統計的な比較が可能な入込客数まで得られることができなかった。
- 宿泊地点調査では、対象地点38カ所に対し、23カ所と半数以上の回答を得ることができた。新型コロナウイルス感染症の影響やGoToキャンペーンの効果などを把握することができた。令和元年度の回答を合わせて、推計値の精度が高まったと考えられる。
- 調査票を工夫し、新型コロナウイルス感染症の影響やGoToキャンペーンの効果などについて把握することができた。

<事業全体に係る調査方法、分析方法、改善方法>

- 対象地点については、東京都観光客数等実態調査で上げられた地点を対象とした(観光地点・行・祭事・イベント等)。主要な地点を網羅して実施したが、今後、秋川渓谷の観光動態を把握するに当たり、適宜見直しを図っていくことも考えられる。
- また、秋川渓谷の主目的である、ハイキング利用者数については、檜原都民の森、都立小峰公園などといった東京都の施設では把握できているものの、自然散策・滝めぐりなどについては入込の把握が困難である。
- 5年に1度実施される、「西多摩地域観光入込客数調査」では、払沢の滝を対象地点として加えて観光客の入込客数を推計している。令和2年度は、アンケート回答が得られた地点の入込客数を対象に推計したが、今後は、アンケート回答にて立寄り地点が得られた地点(払沢の滝、神戸岩)などについて、「西多摩地域観光入込客数調査」で実施されている推計方法、もしくはアンケート結果での立寄り率を踏まえた推計などを実施することも考えられる。
- 新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、観光施設と宿泊施設ともに影響が大きかったことから、令和2年度調査では電話等での催促は見送った。今後は、分析精度を高めるための調査事前依頼や民間事業者を対象とした調査結果の報告を行い、事業への理解度を高めていく必要がある。
- 調査時期について、令和2年度は半期に1度(7月・1月)の実施を行うことで、半期ごとの推計が可能となった。また、調査に協力いただく施設とのアポイントも定期的にとることが可能となった。

<令和3年度調査の実施内容>

- 令和2年度と同様の方法で入込客数を把握する。実施時期は、令和2年度と同様に半期に1度(7月・1月)とし、実施方法は郵送、メール及びFAXとし、100%の回収を見込む。

- 対象地点は令和2年度と同様とすることを基本とするが、令和2年度の調査結果等を踏まえて、実施前に見直しを図る。事務局の推計値で対応する箇所についても協議する。
- 第5章の調査結果に基づく分析及び提案（改善点等）の通り、調査対象に日の出町を追加する。入込を集計する観光地点を整理するとともに、パラメータ調査を実施する観光地点2箇所を選定して取りまとめる。

2 観光消費額等の調査（観光地点パラメータ調査）

<得られた成果>

- 新型コロナウイルス感染症の影響により、10-12期の1期調査のみにとどまった。
- 10-12期調査では獲得票数は400票獲得でき、一般的に「許容誤差」5%、「信頼度」95%での統計上の信頼度は得られている。
- 調査期間は、新型コロナウイルス感染症の影響、GoToキャンペーン期間中であったため、新型コロナウイルス感染症の影響による観光意識の変化や観光動態を把握する設問を設け、全国的な分析結果との比較を行うことができた。
- 10-12期調査は、平成30年、令和元年、令和2年の3ヵ年の調査を実施できており、比較分析を行うことでその傾向を把握することができた。

<事業全体に係る調査方法、分析方法、改善方法>

- 令和2年度は1期の調査のみで留まった。令和2年暦年の観光動態では1-3期、10-12期の分析結果となった。
- 調査地点については、主要な調査地点を固定するとともに、季節に応じた地点の追加、見直し等を図ることで、四半期の実態に沿った調査・立案が可能となる。令和3年度は日の出町の2ヵ所を追加する予定である。

<令和3年度調査の実施内容>

- 令和2年度と同様の方法・調査票にて、観光客の動態を把握する。実施時期は、新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえて設定する。四半期として、春期を5月、夏期を7月に実施し、秋期・冬期は令和2年度と同時期に実施する。令和3年度は、夏期調査がオリンピック開催期間となることから、調査時期の調整が必要となる。
- 令和2年度に引き続き、新型コロナウイルス感染症の影響による観光意識の変化や観光動態を把握する設問を設け、withコロナの観光動態を把握していく。

3 域内調達率の調査（経済波及効果の算出及び分析）

<得られた成果>

- 対象の事業者団体について、商工会等のリスト、また、あきる野市の秋川地区の事業者を追加し、アンケートを送付した。対象事業者に対するヒアリング調査（12ヵ所）を実施し、令和元年度・平成30年度の調査と併せて115施設の回答を得ることができ、各事業者に対する事業所の経費、域内調達率等を把握することができた。
- 補足のヒアリング調査を実施したことで、アンケート内容だけでは把握しきれない部分（事業所の活動経緯、業界と地域の関係性、より細かな調達先など）について調査することができた。特に、令和2年度調査では、あきる野市（秋川地区）の動態を把握することができた。
- また、緊急事態宣言の影響や新型コロナウイルス感染症の影響、GoToキャンペーンの影響などによる売上額の推移やその理由について把握することができた。

<事業全体に係る調査方法、分析方法、改善方法>

- 連絡会で協議し、調査範囲を秋川地区まで広げて、観光の波及範囲（売上に対する観光客の割合）を把握することで、どの地域において観光客の波及範囲が得られているかを把握することができる。
- アンケート調査結果及び域内調達率調査の結果から、隣接する自治体からの調達割合が高く、特に日の出町の回答が多く得られたことから、日の出町を調査範囲に追加することを検討する。
- 過年度に回答した事業者を除いて調査を実施したが、アンケートの回収率は、合算で4割弱の結果となった。令和3年度は日の出町を追加して分析することから、事業者に対して本事業内容について理解を再度得ていく必要がある。
- アンケート後のヒアリングでは、主要な観光事業者に対してアンケート内容だけでは把握するのが難しい観光動態や調達部分の動向や、新型コロナウイルス感染症の影響などによる社会情勢による観光動態の変化について把握することができた。

<令和3年度調査の実施内容>

- 令和2年度と同様の方法・調査票にて、各事業者に対する事業所の経費、域内調達率等を把握する。調査票は同様のものとするが、事業者にとって分かりやすい記入方法、成果がどのように活用されるかのイメージが分かる資料を取りまとめる。
- 令和2年度は、無記名回答が多かったことを踏まえ、次回は記名を求める調査方法での実施を検討する。
- 令和3年度は、日の出町を加えた1市1町1村での調査を行うとともに、その区分をあきる野市は秋川地区、五日市地区と分け、4区分での特性を整理する。

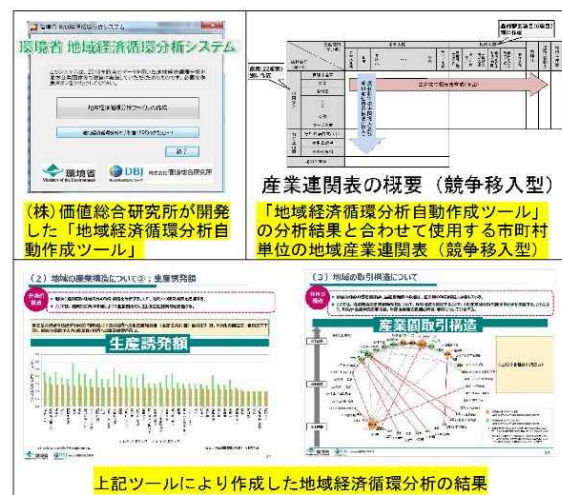
4 調査結果に基づく分析及び提案（改善点等）及びKPIの設定

<得られた成果>

- 3つの調査結果を踏まえ、秋川渓谷の観光客数・消費額単価・消費額を推計することができた。
- 公益財団法人日本交通公社が提供している「観光経済波及効果簡易推計システム」を用いて、乗数理論を踏まえた経済波及効果を算出し、観光消費による経済波及効果を示す指標（波及効果額、域内総生産（GRP）に占める割合等）を推計することができた。また、域内調達率を向上させた2ケースにおいて、経済波及効果の変化についても取りまとめた。
- アンケート調査のクロス集計（令和2年）、3ヵ年比較（10-12期）、ヒアリング結果での内容を踏まえ、観光による経済波及効果拡大に向けた分析を実施し、域内調達率を高めるための提案を行うことができた。
- 調査結果を踏まえ、過年度設定した8つのKPIの数値を、新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえて更新することができた。

<事業全体に係る調査方法、分析方法、改善方法>

- 上述の域内調達率の調査結果を踏まえた分析であることから、回答のない事業区分に対して、経費構造が不明なため、一部二次波及が無い（結果が得られていない）箇所が見受けられる。適正な推計を図るためには、事業区分において主要な事業者を選定して、追加のアンケート調査、ヒアリング調査が求められる。
- 本事業に対し、「産業連関表を用いない乗数理論」での算出方法に加え、「地域経済循環分析データ」の活用を提案した。後者の手法は、市町村毎の「産業連関表」と「地域経済計算」を中心とした複合的な分析により、「生産」、「分配」及び「支出」の三面から地域内の資金の流れを俯瞰的に把握するとともに、産業の実態、地域外との関係性（移輸入・移輸出）等を可視化する分析手法である。RESASの「地域経済循環マップ」にも活用されている。
- また、各地域の産業連関表及び地域経済計算について、地方公共団体等を対象にデータの提供が可能との事であるが、事業連絡会で導入について検討した結果、見送ることとした。令和3年度事業において、乗数理論での計算のみならず、これらのツールを活用し、地域外との関係性（移輸入・移輸出）等を可視化することも検討する。



<令和3年度調査の実施内容>

- 令和2年度の調査結果を踏まえ、令和3年度の経済波及効果の算出方法について検討する。また、不足している産業区分のデータの収集を目的としたヒアリング調査を実施する。
- 令和2年度の提案内容を踏まえ、域内調達率を高めるための施策について検討する。

第8章 事業連絡会の実施

第8章 事業連絡会の実施

1 事業連絡会の概要

秋川溪谷観光経済統計調査事業連絡会（あきる野市、檜原村、あきる野商工会、一般社団法人あきる野市観光協会、一般社団法人檜原村観光協会及び秋川溪谷旅館組合）を開催し、調査報告を行うとともに、構成団体の意見・提案等について取りまとめた。

年度ごとに2回以上開催し、運営支援として、①メンバーへの開催案内の連絡、②会議準備、③会議の司会・進行、④会議資料の印刷・準備、⑤資料説明、⑥会議録の取りまとめを行った。

事業連絡会の構成員、規約及び開催概要を以下に示す。

秋川溪谷観光経済統計調査事業連絡会 委員名簿

令和3年3月現在

職名	氏名	所属・役職等	備考
委員	山口 純	あきる野商工会 事務局長	
委員	田中 明宏	(一社) あきる野市観光協会 事務局長	
委員	清水 主税	(一社) 檜原村観光協会 事務局長	
委員	内山 正美	秋川溪谷旅館組合 組合長	
委員	山崎 裕一	檜原村産業環境課 観光商工係長	
委員	有馬 哲司	あきる野市環境経済部 商工観光担当部長	
委員	宮野 亨	あきる野市環境経済部 観光まちづくり推進課長	
事務局員	成瀬 研治	中央開発株式会社 防災・地域計画部 担当課長	
事務局員	守田 海里	中央開発株式会社 防災・地域計画部 主任	
事務局員	藤原 雅也	中央開発株式会社 東京支社 営業部 主任	
事務局員	渡辺 譲二	あきる野市環境経済部観光まちづくり推進課 観光まちづくり推進係長	
事務局員	宮川 哲哉	あきる野市環境経済部観光まちづくり推進課 観光まちづくり推進係	

秋川溪谷観光経済統計調査事業連絡会規約

(名称)

第1条 この連絡会は、秋川溪谷観光経済統計調査事業連絡会（以下「連絡会」）という。

(目的)

第2条 秋川溪谷（あきる野市・檜原村）における観光産業の経済規模や観光消費がもたらす地域への経済波及効果を「見える化」することにより、経済団体や地域住民との連携促進、データに基づく効果的・効率的な観光施策の提案及び観光産業を地域における自立した産業として発展させることで、地域経済の活性化を図ることを目的とする。

(所掌事項)

第3条 連絡会は、前条の目的を達成するため、次の業務を行う。

- (1) 秋川溪谷観光経済統計調査事業の内容について
- (2) 調査結果に基づく分析及び提案に対する検討について
- (3) 前2号に掲げるもののほか、連絡会の目的を達成するために必要なことについて

(構成機関及び代表機関)

第4条 連絡会は、あきる野市、檜原村、あきる野商工会、(一社)あきる野市観光協会、(一社)檜原村観光協会、秋川溪谷旅館組合（以下「構成機関」という。）により構成し、代表機関はあきる野市とする。

(組織)

第5条 連絡会は、構成機関の構成員をもって委員とし、組織する。

(事務局)

第6条 連絡会の庶務はあきる野市、会計は檜原村において処理する。

(その他)

第7条 この規約に定めるもののほか、連絡会の運営に関して必要な事項は連絡会に諮り定める。

附則

- 1 この規約は、平成30年8月6日から施行する。

2 事業連絡会の実施内容

<目的>

秋川渓谷（あきる野市・檜原村）における観光産業の経済規模や観光消費がもたらす地域への経済波及効果を「見える化」することにより、経済団体や地域住民との連携促進、データに基づく効果的・効率的な観光施策の提案及び観光産業を地域における自立した産業として発展させることで、地域経済の活性化を図ることを目的とする。

令和2年度第1回 秋川渓谷観光経済統計調査事業連絡会	
日時	令和2年11月6日（金） 9:30～
場所	あきる野市役所五日市出張所 1階西側会議室
次第	(1) 令和2年度事業の進め方について (2) 学識経験者からの助言事項について (3) 意見交換) コロナ禍における目指すべき観光振興について (4) その他
令和2年度第2回 秋川渓谷観光経済統計調査事業連絡会	
※新型コロナウイルス感染症の感染拡大を防ぐため、連絡会は中止とし、構成員には意見照会書の返答により意見を集約した。	
・ 報告書の送付	令和3年3月22日（月）から26日（金）までに事務局が伺った
・ 送付物	報告書（案）、概要書（案）、意見照会書など
・ 意見集約期間	令和3年3月31日（水）まで

図8-1 秋川渓谷観光経済統計調査事業連絡会 開催スケジュール



図8-2 秋川渓谷観光経済統計調査事業連絡会 開催風景

巻末資料

アンケート調査票 原本

～秋川渓谷観光客数等実態調査（施設利用者数等）調査票～

裏面の「ご記入にあたってのお願い」をご確認の上、ご回答ください。

調査主体:秋川渓谷観光経済統計調査連絡会事務局
 調査実施機関:中央開発株式会社(担当:成瀬、守田)
 TEL:048-259-6313 FAX:048-259-6315
 E-mail:naruse@ckcnet.co.jp

Q1. 入込客数(施設利用者数)をお伺いします。月別にご記入下さい。推計値、概数でも結構ですので、お答え下さい。(単位:人)

2020年 上半期	1月	2月	3月	4月	5月	6月	上半期 計
入込客総数							
うち 外国人客数							
2020年 下半期	7月	8月	9月	10月	11月	12月	下半期 計
入込客総数	※1月に調査票をお送りいたします。						
うち 外国人客数							

Q2. 入込客についてお聞きします。

1	Q1. の入込客数は実数値ですか、それとも推計値(概数)ですか。 いずれかに○を付けて下さい。	①実数値	②推計値(概数)
	推計値(概数)とお答えの方に確認します。 具体的な推計方法について教えてください。 (例:入湯税からの推計、交通機関利用者からの推計 など) また、その入込客数の把握期間はどのようになっていますか。 いずれかに○を付けて下さい。	①全期間	②代表期間
2	月1回以上の頻度で訪問する人数の割合はどの位ですか。 いずれかに○を付けて下さい。	①50%未満	②50%以上
		③その他	③不明

Q3. 新型コロナウイルス感染症の影響から施設利用の傾向や特記事項がありましたらご記入願います(※外国人の観光客の減少、日本人の観光客の変動など)。

Q4. 2020年(上半期)における施設利用における上記以外の傾向や特記事項がありましたらご記入願います。

Q5. 貴施設についてお伺いします。

(施設名)	(ご担当部署)	(ご担当者)
(TEL)	(FAX)	(E-mail)

ご協力ありがとうございました。同封の返信用封筒、もしくはFAX、E-mailでご返信下さい

～秋川溪谷観光客数等実態調査（施設利用者数等）調査票～

裏面の「ご記入にあたってのお願い」をご確認の上、ご回答ください。

調査主体:秋川溪谷観光経済統計調査連絡会事務局
 調査実施機関:中央開発株式会社(担当:成瀬、守田)
 TEL:048-259-6313 FAX:048-259-6315
 E-mail:naruse@ckcnet.co.jp

Q1. 入込客数(施設利用者数)をお伺いします。月別にご記入下さい。推計値、概数でも結構ですので、お答え下さい。(単位:人)

2020年 上半期	1月	2月	3月	4月	5月	6月	上半期 計
入込客総数	ご回答ありがとうございました。						
うち 外国人客数							
2020年 下半期	7月	8月	9月	10月	11月	12月	下半期 計
入込客総数							
うち 外国人客数							

Q2. 入込客についてお聞きします。

1	Q1. の入込客数は実数値ですか、それとも推計値(概数)ですか。 いずれかに○を付けて下さい。	①実数値	②推計値(概数)
	推計値(概数)とお答えの方に確認します。 具体的な推計方法について教えてください。 (例:入湯税からの推計、交通機関利用者からの推計 など) また、その入込客数の把握期間はどのようになっていますか。 いずれかに○を付けて下さい。	①全期間	②代表期間
2	月1回以上の頻度で訪問する人数の割合はどの位ですか。 いずれかに○を付けて下さい。	①50%未満	②50%以上
		③その他	③不明

Q3. 新型コロナウイルス感染症の影響から施設利用の傾向や特記事項がありましたらご記入願います(※外国人の観光客の減少、日本人の観光客の変動など)。

Q4. GoToトラベル・イートキャンペーン中における施設利用の傾向や特記事項がありましたらご記入願います。

Q5. 貴施設に関してお伺いします。

(施設名)	(ご担当部署)	(ご担当者)
(TEL)	(FAX)	(E-mail)

ご協力ありがとうございました。同封の返信用封筒、もしくはFAX、E-mailでご返信下さい

～秋川溪谷観光客数等実態調査（行・祭事、イベントの入込客数）調査票～

裏面の「ご記入にあたってのお願い」をご確認の上、ご回答ください。

調査主体:秋川溪谷観光経済統計調査連絡会事務局
 調査実施機関:中央開発株式会社(担当:成瀬、守田)
 TEL:048-259-6313 FAX:048-259-6315
 E-mail:naruse@ckcnet.co.jp

Q1. 下記の行・祭事、イベントの入込客数、実施時期をご記入下さい。また、ご回答頂いた入込客数は実数値、推計値(概数)のどちらですか。あてはまる方に○を付けて下さい。(単位:人)

行・祭事、イベント名	入込客総数(人)	うち、外国人客数(人)	実施時期	入込客数について
				①実数値 ②推計値
				①実数値 ②推計値
				①実数値 ②推計値

Q1-2. 上記以外で実施した行・祭事、イベントがありましたら、名称、入込客数、実施時期をご記入下さい。また、ご回答頂いた入込客数は実数値、推計値(概数)のどちらですか。あてはまる方に○を付けて下さい。(単位:人)

行・祭事、イベント名	入込客総数(人)	うち、外国人客数(人)	実施時期	入込客数について
				①実数値 ②推計値
				①実数値 ②推計値

Q2. 入込客についてお聞きします。

Q1. の入込客数に推計値(概数)が含まれる方に確認します。

1	推計方法について教えてください。(例:入湯税からの推計、交通機関利用者からの推計 など)	
---	--	--

以下、すべての方にお聞きします。

2	利用者のおおよその観光客の割合はどれくらいですか。いずれかに○を付けて下さい。	①10% ②20% ③30% ④40% ⑤50% ⑥60% ⑦70% ⑧80% ⑨90% ⑩100% ⑪0% ⑫不明
3	入込客数の把握方法について、いずれかに○を付けて下さい。	①主催者発表 ②その他()

Q3. 2020年における行・祭事、イベントの入込における傾向や特記事項がありましたらご記入願います。

Q4. 貴施設に関してお伺いします。

(主催者名)	(ご担当部署)	(ご担当者)
(TEL)	(FAX)	(E-mail)
(休業日)	(入場料)	(整理番号)

ご協力ありがとうございました。同封の返信用封筒、もしくはFAX、E-mailでご返信下さい

～秋川渓谷観光客数等実態調査(宿泊施設の利用状況)調査票～

問1 貴宿泊施設の基本情報について(複数の施設を有している場合は調査票をコピーして回答ください)

①宿泊施設名	②所在市町村		④TEL			
	③ご担当者様氏名		⑤FAX			
⑥宿泊施設のタイプ	1. 旅館	2. 民宿	3. キャンプ場	4. ビジネスホテル	5. 簡易宿所	6. 会社・団体の宿泊所
	7. その他()					
⑦客室数及び収容人数 (2020年7月1日現在)	客室数	収容人数	⑧従業員数 (2020年7月1日現在)		最も当てはまると考えられる番号1つに○を付けてください。	
			名		貴宿泊施設で勤務している全ての人員(臨時雇用者、他からの派遣、出向を含む)を記入し	

問2 2020年上半期における貴宿泊施設の利用状況について

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
⑨延べ宿泊者数	人・泊	人・泊	人・泊	人・泊	人・泊	人・泊	人・泊	人・泊	人・泊	人・泊	人・泊	人・泊
⑩実宿泊者数	人	人	人	人	人	人	人	人	人	人	人	人
	室	室	室	室	室	室	室	室	室	室	室	室
⑪利用客室数 (または客室稼働率)	または	または	または	または	または	または	または	または	または	または	または	または
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%

※1月に調査票をお送りいたします。

⑨延べ宿泊者数…各日の全宿泊者数を月間で足し合わせた数を記入してください。子供や乳幼児も1人としてカウントしてください。
 ⑩実宿泊者数…宿泊手続きをした人数を月間で足し合わせた数を記入してください。子供や乳幼児も1人としてカウントしてください。
 ⑪利用客室数(または客室稼働率)…各日の宿泊で利用した客室数を月間で足し合わせた延べの客室数を記入してください。宿泊をしない利用は含みません。なお、利用客室数の記入が難しい場合は、

⑫2020年上半期における貴宿泊施設の利用状況における傾向や特記事項がありましたらご記入願います。

ご協力ありがとうございました。同封の返信用封筒、もしくはFAX、E-mailでご返信下さい

～秋川渓谷観光客数等実態調査(宿泊施設の利用状況)調査票～

問1 貴宿泊施設の基本情報について(複数の施設を有している場合は調査票をコピーして回答ください)

①宿泊施設名	②所在市町村	④TEL
⑥宿泊施設のタイプ	③ご担当者様氏名	⑤FAX

1. 旅館	2. 民宿	3. キャンプ場	4. ビジネスホテル	5. 簡易宿所	6. 会社・団体の宿泊所
7. その他()					
⑦客室数及び収容人数 (2020年7月1日現在)	客室数	室	収容人数	名	⑧従業者数 (2020年7月1日現在)

最も当てはまると考えられる番号1つに○を付けてください。

貴宿泊施設で勤務している全ての人(臨時雇
用者、他からの派遣、
出向を含む)を記入し
名

問2 2020年下半期における貴宿泊施設の利用状況について

	2020年											
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
⑨延べ宿泊者数	ご回答ありがとうございました。											
⑩実宿泊者数												
⑪利用客室数 (または客室稼働率)												
	人・泊	人・泊	人・泊	人・泊	人・泊	人・泊	人・泊	人・泊	人・泊	人・泊	人・泊	人・泊
	人	人	人	人	人	人	人	人	人	人	人	人
	室	室	室	室	室	室	室	室	室	室	室	室
	または %	または %	または %	または %	または %	または %	または %	または %	または %	または %	または %	または %

⑨延べ宿泊者数・・・各日の全宿泊者数を月間で足し合わせた数を記入してください。子供や乳幼児も1人としてカウントしてください。
 ⑩実宿泊者数・・・宿泊手続きをした人数を月間で足し合わせた数を記入してください。子供や乳幼児も1人としてカウントしてください。
 ⑪利用客室数(または客室稼働率)・・・各日の宿泊で利用した客室数を月間で足し合わせた延べの客室数を記入してください。宿泊しない利用は含みません。なお、利用客室数の記入が難しい場合は、

⑫2020年下半期における貴宿泊施設の利用状況における傾向や特記事項がありましたらご記入願います。

◆◆秋川渓谷（あきる野市・檜原村） 観光動向調査票◆◆

問1. あなたのお住まいはどこですか。都道府県名・市町村名、海外であれば国名をご記入ください。

(都道府県名： _____)	海外の場合 (国名： _____)
↳ (市区町村名： _____)	

問2. あなたの性別、年齢を選んでください。※それぞれ○は1つだけ

性別： 1. 男性	年齢： 1. 10代以下	2. 20代	3. 30代	4. 40代
2. 女性	5. 50代	6. 60代	7. 70代	8. 80代以上

問3. 今回の旅行は日帰りですか、宿泊ですか。※○は1つだけ

宿泊の方は泊数を記入の上、宿泊施設を選んでください。※○はいくつでも

1. 日帰り	2. 宿泊	→ そのうち	泊	秋川渓谷	泊
↳ 宿泊数 _____ 泊		→			

※秋川渓谷の宿泊施設名

<秋川渓谷の宿泊施設> ※○はいくつでも				
1. 実家や知人・親戚宅	2. 旅館	3. ホテル	4. ペンション・民宿	
5. 保養所・研修所	6. キャンプ場	7. (キャンプ場以外の) 車中泊・交通機関内での宿泊		
8. 別荘・リゾートマンション	9. 会員制の宿泊施設	10. その他 (具体的に _____)		

問4. 今回の旅行の主要な目的を選んでください。※○は1つだけ

1. 観光	2. ビジネス	3. 帰省・知人訪問	4. その他 (具体的に _____)
-------	---------	------------	----------------------

問4-1. 「1. 観光」を回答された方にお聞きします。今回の旅行において、秋川渓谷内での観光目的や立寄り地を決めて観光に来られたかを選んでください。※○は1つだけ

1. 来訪前に目的や立寄り地を決めた	2. 秋川渓谷に訪れた後に立寄り地を決めた、目的を持たずに訪れた
--------------------	----------------------------------

問5. 今回の秋川渓谷の旅行で、期待している (いた) 内容を選んでください。※○はいくつでも
また、1番期待している (いた) 内容の番号をご記入ください。

<table style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">1. 自然散策・紅葉・景観を楽しむ</td> <td style="width: 50%;">2. 保養・休息 (森林セラピーロード等)</td> </tr> <tr> <td>3. 登山・ハイキングを楽しむ</td> <td>4. バーベキュー・キャンプを楽しむ</td> </tr> <tr> <td>5. 川遊びを楽しむ (河川公園等)</td> <td>6. 釣りを楽しむ (秋川国際マス釣り場等)</td> </tr> <tr> <td>7. レジャー施設を楽しむ (東京サマーランド等)</td> <td>8. ドライブ・ツーリングを楽しむ</td> </tr> <tr> <td>9. サイクリングを楽しむ</td> <td>10. 温泉を楽しむ (瀬音の湯・数馬の湯)</td> </tr> <tr> <td>11. グルメ巡りを楽しむ</td> <td>12. 歴史巡りを楽しむ</td> </tr> <tr> <td>13. 滝巡りを楽しむ (払沢の滝等)</td> <td>14. 民宿・旅館への宿泊</td> </tr> <tr> <td>15. 買い物を楽しむ (ファーマーズマーケット等)</td> <td>16. 体験プログラム・イベント等へ参加する</td> </tr> <tr> <td>17. その他 (_____)</td> <td></td> </tr> </table>	1. 自然散策・紅葉・景観を楽しむ	2. 保養・休息 (森林セラピーロード等)	3. 登山・ハイキングを楽しむ	4. バーベキュー・キャンプを楽しむ	5. 川遊びを楽しむ (河川公園等)	6. 釣りを楽しむ (秋川国際マス釣り場等)	7. レジャー施設を楽しむ (東京サマーランド等)	8. ドライブ・ツーリングを楽しむ	9. サイクリングを楽しむ	10. 温泉を楽しむ (瀬音の湯・数馬の湯)	11. グルメ巡りを楽しむ	12. 歴史巡りを楽しむ	13. 滝巡りを楽しむ (払沢の滝等)	14. 民宿・旅館への宿泊	15. 買い物を楽しむ (ファーマーズマーケット等)	16. 体験プログラム・イベント等へ参加する	17. その他 (_____)		<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">1番期待</div>
1. 自然散策・紅葉・景観を楽しむ	2. 保養・休息 (森林セラピーロード等)																		
3. 登山・ハイキングを楽しむ	4. バーベキュー・キャンプを楽しむ																		
5. 川遊びを楽しむ (河川公園等)	6. 釣りを楽しむ (秋川国際マス釣り場等)																		
7. レジャー施設を楽しむ (東京サマーランド等)	8. ドライブ・ツーリングを楽しむ																		
9. サイクリングを楽しむ	10. 温泉を楽しむ (瀬音の湯・数馬の湯)																		
11. グルメ巡りを楽しむ	12. 歴史巡りを楽しむ																		
13. 滝巡りを楽しむ (払沢の滝等)	14. 民宿・旅館への宿泊																		
15. 買い物を楽しむ (ファーマーズマーケット等)	16. 体験プログラム・イベント等へ参加する																		
17. その他 (_____)																			

問6. あなたも含めて、「何人での」「どなたと一緒に」旅行ですか。※子供や乳幼児も含む ○は1つだけ

<div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 30px; display: inline-block;"></div> 人	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">2人以上の場合 は必ず選択</div> →	<table style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 33%;">1. 家族</td> <td style="width: 33%;">2. 友人</td> <td style="width: 33%;">3. 職場・学校等の団体旅行</td> </tr> <tr> <td colspan="3">4. その他 (具体的に _____)</td> </tr> </table>	1. 家族	2. 友人	3. 職場・学校等の団体旅行	4. その他 (具体的に _____)		
1. 家族	2. 友人	3. 職場・学校等の団体旅行						
4. その他 (具体的に _____)								

問7. 同行者全員の秋川渓谷への訪問は何回目ですか。※問7回答の合計は【問6】の人数と一致

1回目 (_____) 人	2回目 (_____) 人	3回目 (_____) 人	4回目以上 (_____) 人
わからない・知らない (_____) 人			

問8. 秋川渓谷への交通手段、秋川渓谷内の移動に用いた交通機関を選んでください。※○はいくつでも

1. 鉄道 (JR在来線)	2. 貸切バス・観光バス	3. 路線バス	4. 自家用車
5. タクシー・ハイヤー	6. バイク	7. 自転車 (所有)	8. レンタサイクル
9. 徒歩・ランニング 10. その他 (_____)			

問9. 今回の秋川渓谷への旅行でどこを観光しましたか。これからの予定も含め、観光地の番号を訪問した（訪問する）順番にご記入ください。また、滞在時間をご記入ください。

ここに来る前にいた場所（秋川渓谷内） 秋川渓谷内 到着地点 (駅、バス停等)	観光地 番号	観光地 番号	観光地 番号	観光地 番号	調査地点	これから行く予定の場所（秋川渓谷内） 観光地 番号	観光地 番号	観光地 番号	観光地 番号	秋川渓谷内 到着地点 (駅、バス停等)																																														
<秋川渓谷内その他・周辺観光地*> ※自由記入					<秋川渓谷内その他・周辺観光地*> ※自由記入																																																			
<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 5%;">番号</th> <th style="width: 95%;">エリア（あきる野市）</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1</td><td>秋川橋河川公園 BBQ ランド</td></tr> <tr><td>2</td><td>広徳寺</td></tr> <tr><td>3</td><td>都立小峰公園</td></tr> <tr><td>4</td><td>石舟橋</td></tr> <tr><td>5</td><td>秋川渓谷瀬音の湯</td></tr> <tr><td>6</td><td>東京サマーランド</td></tr> <tr><td>7</td><td>秋川国際マス釣場</td></tr> <tr><td>8</td><td>五日市ファーマーズセンター</td></tr> <tr><td>9</td><td>秋川ファーマーズセンター</td></tr> <tr><td>10</td><td>秋川渓谷戸倉体験研修センター（戸倉しろやまテラス）</td></tr> <tr><td>11</td><td>五市マルシェ／武蔵五日市駅周辺</td></tr> </tbody> </table>					番号	エリア（あきる野市）	1	秋川橋河川公園 BBQ ランド	2	広徳寺	3	都立小峰公園	4	石舟橋	5	秋川渓谷瀬音の湯	6	東京サマーランド	7	秋川国際マス釣場	8	五日市ファーマーズセンター	9	秋川ファーマーズセンター	10	秋川渓谷戸倉体験研修センター（戸倉しろやまテラス）	11	五市マルシェ／武蔵五日市駅周辺	<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 5%;">番号</th> <th style="width: 95%;">エリア（檜原村）</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>12</td><td>払沢の滝</td></tr> <tr><td>13</td><td>都民の森</td></tr> <tr><td>14</td><td>教育の森</td></tr> <tr><td>15</td><td>神戸岩</td></tr> <tr><td>16</td><td>笹尾根（ハイキングコース）</td></tr> <tr><td>17</td><td>浅間尾根（ハイキングコース）</td></tr> <tr><td>18</td><td>国指定重要文化財・小林家住宅</td></tr> <tr><td>19</td><td>檜原温泉センター・数馬の湯</td></tr> <tr><td>20</td><td>特産物直売所 やまぶき屋</td></tr> <tr><td>21</td><td>神戸国際マス釣場</td></tr> </tbody> </table>						番号	エリア（檜原村）	12	払沢の滝	13	都民の森	14	教育の森	15	神戸岩	16	笹尾根（ハイキングコース）	17	浅間尾根（ハイキングコース）	18	国指定重要文化財・小林家住宅	19	檜原温泉センター・数馬の湯	20	特産物直売所 やまぶき屋	21	神戸国際マス釣場
番号	エリア（あきる野市）																																																							
1	秋川橋河川公園 BBQ ランド																																																							
2	広徳寺																																																							
3	都立小峰公園																																																							
4	石舟橋																																																							
5	秋川渓谷瀬音の湯																																																							
6	東京サマーランド																																																							
7	秋川国際マス釣場																																																							
8	五日市ファーマーズセンター																																																							
9	秋川ファーマーズセンター																																																							
10	秋川渓谷戸倉体験研修センター（戸倉しろやまテラス）																																																							
11	五市マルシェ／武蔵五日市駅周辺																																																							
番号	エリア（檜原村）																																																							
12	払沢の滝																																																							
13	都民の森																																																							
14	教育の森																																																							
15	神戸岩																																																							
16	笹尾根（ハイキングコース）																																																							
17	浅間尾根（ハイキングコース）																																																							
18	国指定重要文化財・小林家住宅																																																							
19	檜原温泉センター・数馬の湯																																																							
20	特産物直売所 やまぶき屋																																																							
21	神戸国際マス釣場																																																							
*周辺観光地：日の出山・つるつる温泉（日の出町）、御岳山（青梅市）、高尾山（八王子市）等																																																								

【滞在時間】

秋川渓谷 到着時刻

秋川渓谷 出発時刻

◆秋川渓谷外にお住まいの方 月 日 時 分頃 ~ 月 日 時 分頃

問10. 秋川渓谷内で使用した費用（これから使う予定も含め）をご記入ください。（一人当たりもしくはグループ合計）

分類	費用の内容	使用費用	単位	分類	費用の内容	使用費用	単位
交通費	鉄道料金	約	円 □1人 □合計	買物費 (買物の項目と内訳)		約	円 □1人 □合計
	バス料金	約	円 □1人 □合計			約	円 □1人 □合計
	ガソリン料金	約	円 □1人 □合計			約	円 □1人 □合計
	駐車場料金	約	円 □1人 □合計			約	円 □1人 □合計
	レンタカー料金	約	円 □1人 □合計			約	円 □1人 □合計
	レンタサイクル料金	約	円 □1人 □合計			約	円 □1人 □合計
	タクシー料金	約	円 □1人 □合計			約	円 □1人 □合計
宿泊費	宿泊費	約	円 □1人 □合計	体験施設	釣り掘り・釣り船等	約	円 □1人 □合計
飲食費 (食事の項目と内訳)		約	円 □1人 □合計		バーベキュー	約	円 □1人 □合計
		約	円 □1人 □合計		東京サマーランド	約	円 □1人 □合計
		約	円 □1人 □合計	温浴施設（瀬音の湯・数馬の湯）	約	円 □1人 □合計	
		約	円 □1人 □合計	その他（ ）	約	円 □1人 □合計	
		約	円 □1人 □合計	その他(項目記入)	約	円 □1人 □合計	
		約	円 □1人 □合計	パック	□←秋川渓谷分のみ □←以外も含む	約	円 □1人 □合計

裏面に続きます⇒

問 11. 今回の旅行で、秋川渓谷に来訪するきっかけとなった情報源*を選んでください。※○はいくつでも

1. 以前来訪した際の自身の経験	2. ガイドブック・冊子
3. 家族や友人知人の話	4. 地域や施設の公式 Web サイト
5. その他の Web サイト	6. 自治体・観光協会パンフレット
7. 自分の意思外（団体・ビジネス・帰省など）	8. テレビ・ラジオ番組などの情報
9. 新聞記事	10. 鉄道会社のポスター・チラシ等
11. SNS の投稿を見て（Twitter・Facebook など）	12. 観光案内所・アンテナショップ
13. きっかけとなった情報はない	14. その他

*書誌名等、具体の名称を記入

問 12. 現在の観光地周辺、秋川渓谷への旅行の満足度を選んでください。※○は各項目につき1つだけ

(○は各々1つずつ)	大変満足	満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満	大変不満	不明・対象外
① 現在の観光地	1	2	3	4	5	6	7	0
② 観光地への交通アクセスの利便性	1	2	3	4	5	6	7	0
③ 地図・案内の分かりやすさ	1	2	3	4	5	6	7	0
④ 食事	1	2	3	4	5	6	7	0
⑤ 土産品	1	2	3	4	5	6	7	0
⑥ 景観・雰囲気	1	2	3	4	5	6	7	0
⑦ 地元住民のおもてなし	1	2	3	4	5	6	7	0
⑧ 宿泊施設（秋川渓谷宿泊者のみ回答）	1	2	3	4	5	6	7	0
⑨ 秋川渓谷滞在の総合満足度*	1	2	3	4	5	6	7	

問 13. 新型コロナウイルス感染症が流行している中、あなたの観光への意識を選んでください。※○はいくつでも

分類	街並み観光地	社寺観光地	自然風景地・農山漁村	登山・ハイキング	屋内レジャー施設※	屋外レジャー施設※	温泉施設	ドライブ	変化なし
① 感染拡大後「避けたい」観光地及び体験	1	2	3	4	5	6	7	8	0
② 感染拡大後「行きたい」観光地及び体験	1	2	3	4	5	6	7	8	0

※屋内レジャー：室内プールなど 屋外レジャー：バーベキュー、釣り、キャンプ場、海水浴・スキーなど

問 14. 新型コロナウイルス感染症が流行している中、秋川渓谷に来訪前・来訪時の行動を選んでください。※○はいくつでも

1. 旅行先を自宅から近い場所に変更した	2. 旅行日数、滞在時間を短く変更した
3. 公共交通機関の利用を避けた	4. 団体旅行から少人数（家族・友人）に変更した
5. 自動車・レンタカーでの移動に切り替えた	6. 3密を避けるため、屋外の観光地を選んだ
7. 混雑をさけて来訪する場所を変更した	8. 混雑をさけて来訪する時間を変更した
9. テイクアウトで（外で）飲食した	10. 個室で飲食した
11. その他	12. 特に無し

()

問 15. 新型コロナウイルス感染症が流行している中、秋川渓谷への旅行を後押ししたものをを選んでください。※○はいくつでも

1. Go To キャンペーン（トラベル・Eat など）	2. 見ごろとなった秋川渓谷の紅葉
3. 自然風景地・屋外なら安心だと思った	4. もともこの時期に旅行を予定していた
5. 社会全体として旅行し始めた	6. 観光地の感染拡大への対応が整ってきた
7. 活動自粛に飽きた	8. 感染症との向き合い方が分かってきた
9. 感染拡大を気にしていない	10. その他
11. 特に無し	()

問 16. 親しい友人に、秋川溪谷を紹介したいですか。※○は1つだけ

大変そう思う	そう思う	ややそう思う	どちらでもない	あまり思わない	思わない	全く思わない
1	2	3	4	5	6	7

問 17. 1年以内に、秋川溪谷への来訪を検討しますか。※○は1つだけ

大変そう思う	そう思う	ややそう思う	どちらでもない	あまり思わない	思わない	全く思わない
1	2	3	4	5	6	7

☆☆ 調査内容は以上です。ご協力、ありがとうございました。☆☆

※調査票コード

都道府県	調査地点ID	調査年月日	調査時刻	ID
			:	

秋川渓谷観光による経済波及効果に関するアンケート調査 調査票

※各問に特段の指定がなければ、2019年10月1日現在（新型コロナウイルス感染症の影響前）の状況をお答え下さい。また、貴事業所（店舗）単独での状況をお答え下さい。

問 O1 貴事業所（店舗）の概要についてお教え下さい。（○は1つだけ）

① 本店・支店の別	01. 本店・本社・単独の事業所	02. 支店・支社
② 本店所在地	秋川市（ 01. 秋川地区 02. 五日市地区）	03. 檜原村
③ 従業員数（パート・アルバイト含む）	（ ）人 ※2019年最大 （※うち あきる野市・檜原村内在住者（ ）人	

問 O2 貴事業所（店舗）の主な業種をお教え下さい。（○は1つだけ）

01. 農業	02. 漁業	03. 建設業	04. 飲食料品製造業
05. 工芸品製造業	06. その他製造業	07. 情報通信業	08. バス・タクシー等
09. 鉄道業	10. その他運輸業	11. 卸売業	12. 土産品小売業
13. 飲食料品小売業	14. ガソリンスタンド	15. その他小売業	16. 駐車場業
17. 飲食店業	18. 酒場・バー等	19. 宿泊業（旅館・民宿等）	20. 博物館・資料館・植物園等
21. 観光・レクリエーション施設（観光体験・遊漁含む）	22. レンタカー業	23. 旅行業	
24. その他サービス業	25. その他の業種（		）

問 O3 直近の決算における貴事業所（店舗）単独での年間売上高のおおよその総額をお教え下さい。

	千億	百億	十億	億	千万	百万	十万	万	千	
貴事業所（店舗）単独での年間売上高										千円／年
（支店・本社などがある場合） 支店・本社などとの合計の売上										千円／年

問 O4 貴事業所の売上全体のうち、旅行・観光客※へのおおよその直接の売上比率をお教え下さい。

約（ ）%

※非日常利用（月1回以上の頻度で訪問する人数の割合）を目安にご回答ください

問 O5 年間売上高の中で、貴事業所（店舗）単独での各経費のおおよその割合（%）をご記入下さい。

科目	売上高に対する比率	備考
①原材料費 （売上原価）	%	製造や料理などの原材料費や販売用商品の仕入れなどの費用を指します。農林漁業の場合は肥料・種苗・薬剤・餌代、製造業の場合は加工外注費も含めてご記入下さい。また、運輸・交通業の場合には燃料費も含めてご記入下さい。
②営業経費	%	旅費や通信費、水道光熱費、広告宣伝費、消耗品費、修繕費など、製品やサービスを提供するに当たって必要となる費用を指します。農林漁業の場合は、農機具・漁船・漁具費・油費も含めてご記入下さい。
③人件費	%	貴事業所で働かれている従業員の人件費（パートなどを含む）を指します。役員給与や賞与なども含めてご記入下さい。直接労務費や福利厚生費なども含めてご記入下さい。個人事業主・家族経営の方は、本人や家族の人件費は0とし、所得は全て営業利益に含めて下さい。
④その他経費	%	減価償却費や固定資産税などの租税公課、支払利息などが該当します。
⑤営業利益	%	売上高から上記の原材料費、営業経費、人件費、その他経費を除いた額をご記入下さい。
合計	100%= 売上高	

問 O6（観光関連業種の「宿泊サービス」「飲食サービス」「小売」に該当する場合のみご記入下さい）

問 O5「①原材料費（売上原価）」の内訳について、おおよその割合（%）をご記入下さい。

科目	内訳比率	備考
a. 農林漁業者から直接仕入れ	%	農家（契約を含む）、林業、漁船などが該当します。
b. 製造業者から直接仕入れ	%	工場、工房などが該当します。
c. 小売・卸売業から仕入れ	%	八百屋、スーパー、問屋などが該当します。
d. その他（上記以外）から仕入れ	%	自社生産や特殊な調達などが該当します。
合計	100%	⇒裏面に続きます

問07 各経費（原材料費、営業経費、人件費）について、貴事業所（店舗）単独での支払先（秋川溪谷内（あきる野市、檜原村）、都内、都外）のおおよその割合（%）をご記入ください。

科目	各種経費などの支払先（購入先）の比率			
	A. 秋川溪谷内（あきる野市、檜原村）	B. 東京都内（Aを除く東京都）	C. 東京都外	合計（A+B+C）
①原材料費（売上原価）	%	%	%	100%
②営業経費	%	%	%	100%
③人件費	%	%	%	100%

問08 秋川溪谷内で仕入れる機会が増えることで、地域内で循環するお金が増え、地域経済の活性化につながりますが、原材料や商品を秋川溪谷内から仕入れることが難しい原因をお教え下さい。

—以下の問09、問10は新型コロナウイルス感染症の影響（2020年度）についてお聞きします—

問09 新型コロナウイルス感染症の影響による施設利用の傾向についてお教えください。

対象期間	おおよその前年比率（売上額or入込客）	当該期間の主な施設利用客の傾向（例：団体客の減少、個人客の増加、緊急事態宣言解除後の利用客増加、店舗屋外の利用増など） ※減少状況のみならず、回復傾向・新たな傾向についてもご記入ください。今後の地域活性化策への反映を検討いたします。
①緊急事態宣言中（4月7日～5月24日）	%	
②緊急事態解除後（5月25日～7月21日）	%	
③GoToトラベルキャンペーン中（東京都除外）（7月22日～9月末）	%	
④GoToトラベルキャンペーン中（東京都対象）（10月1日～現在）	%	
⑤全般的な傾向		

問10 新型コロナウイルス感染症を踏まえた（アフターコロナ、with コロナ）、新たな観光振興に対する意見・提案・要望についてお教えください。

<例：屋外での観光プログラムの構築、屋外観光施設へのデリバリー対応、安全対策のPR など>

※ご記入内容の問い合わせをする場合がありますので、差支えなければ連絡先をお知らせください

事業者名称		ふりがな	
部署名		お名前	
TEL		FAX	E-mail

ご協力ありがとうございました

巻末資料
アンケート集計結果

パラメータ調査結果（年間）

今回取りまとめた観光地点パラメータ調査の概要は以下のとおりである。

[調査実施時期] 令和2年11月、令和3年1月

[調査地点] 秋川溪谷（あきる野市・檜原村）の観光地点9ヵ所及び宿泊施設で実施

[調査内容] 観光の目的、訪問（予定）観光地点、交通手段、滞在日数、旅行予算、満足度など観光に係る項目

[調査票回収件数] 895票

以降の分析は、単純集計（調査票回収件数すべて）及びクロス集計（調査地点の9ヵ所及び宿泊施設）にて実施した。

また、報告書の記載内容に関しては、下記の通りとりまとめた。

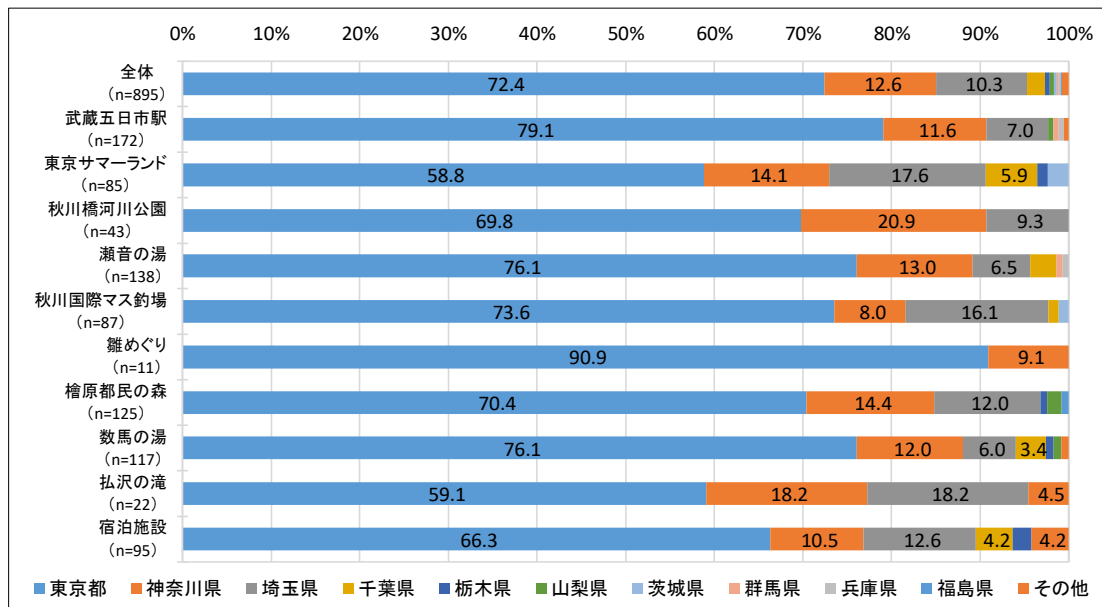
- ・ N (Number of cases の略) は、比率算出の基数であり、100%が何人の回答に相当するかを示したものである。
- ・ 回答者が2つ以上の回答をすることができる質問（複数回答）では、回答件数の合計は回答者数（100%）を超えることがある。
- ・ 回答はすべて百分比（%）で表し、小数点第2位を四捨五入している。そのために百分比の合計が100.0にならない場合がある。
- ・ 回答表の上段は回答者数（件数）、下段は割合（%）を示したものである。

以下の内容については、設問ごとに、単純集計（調査票回収件数すべて）及びクロス集計（秋川溪谷）内の観光地点9ヵ所で実施）についての特徴的な傾向を取りまとめる。

問1. あなたのお住まいはどこですか。都道府県名・市町村名、海外であれば国名をご記入下さい。

【居住地】

- ・「東京都」(72.4%)の割合が一番高く、次いで「神奈川県」(12.6%)と続く。首都圏(1都3県)で97.3%を占める。
- ・地点別では、雑めぐりで「東京都」(90.9%)の割合が高く、次いで武蔵五日市駅で「東京都」(79.1%)の割合が高い。一方、東京サマーランド及び払沢の滝では、「東京都」(58.8%、59.1%)の割合は6割を下回っている。



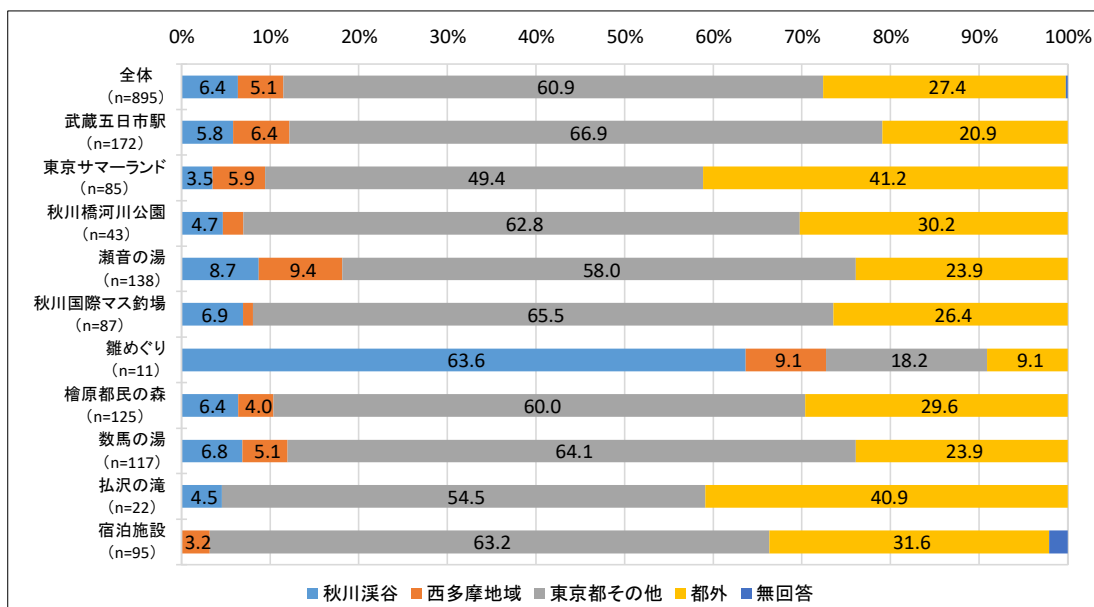
図・表 巻-1(1) 回答者の居住地

	合計	東京都	神奈川県	埼玉県	千葉県	栃木県	山梨県	茨城県	群馬県	兵庫県	福島県	その他
全体	895	648	113	92	18	5	4	3	2	2	1	7
	100.0	72.4	12.6	10.3	2.0	0.6	0.4	0.3	0.2	0.2	0.1	0.8
武蔵五日市駅	172	136	20	12	0	0	1	0	1	1	0	1
	100.0	79.1	11.6	7.0	0.0	0.0	0.6	0.0	0.6	0.6	0.0	0.6
東京サマーランド	85	50	12	15	5	1	0	2	0	0	0	0
	100.0	58.8	14.1	17.6	5.9	1.2	0.0	2.4	0.0	0.0	0.0	0.0
秋川橋河川公園	43	30	9	4	0	0	0	0	0	0	0	0
	100.0	69.8	20.9	9.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
瀬音の湯	138	105	18	9	4	0	0	0	1	1	0	0
	100.0	76.1	13.0	6.5	2.9	0.0	0.0	0.0	0.7	0.7	0.0	0.0
秋川国際マス釣場	87	64	7	14	1	0	0	1	0	0	0	0
	100.0	73.6	8.0	16.1	1.1	0.0	0.0	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0
雑めぐり	11	10	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	100.0	90.9	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
檜原都民の森	125	88	18	15	0	1	2	0	0	0	1	0
	100.0	70.4	14.4	12.0	0.0	0.8	1.6	0.0	0.0	0.0	0.8	0.0
数馬の湯	117	89	14	7	4	1	1	0	0	0	0	1
	100.0	76.1	12.0	6.0	3.4	0.9	0.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.9
払沢の滝	22	13	4	4	0	0	0	0	0	0	0	1
	100.0	59.1	18.2	18.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.5
宿泊施設	95	63	10	12	4	2	0	0	0	0	0	4
	100.0	66.3	10.5	12.6	4.2	2.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.2

(上段:実数、下段:%)

【居住地】

- ・「東京都その他」（60.9%）の割合が一番高く、次いで「都外」（27.4%）と続く。
- ・地点別では、雛めぐりでは「秋川渓谷」（63.6%）の割合が高くなっているが、それ以外では「秋川渓谷」の割合は低い。また、秋川渓谷瀬音の湯では、秋川渓谷を加えた西多摩地域の割合が約2割程度である。



図・表 巻-2(1) 回答者の居住地

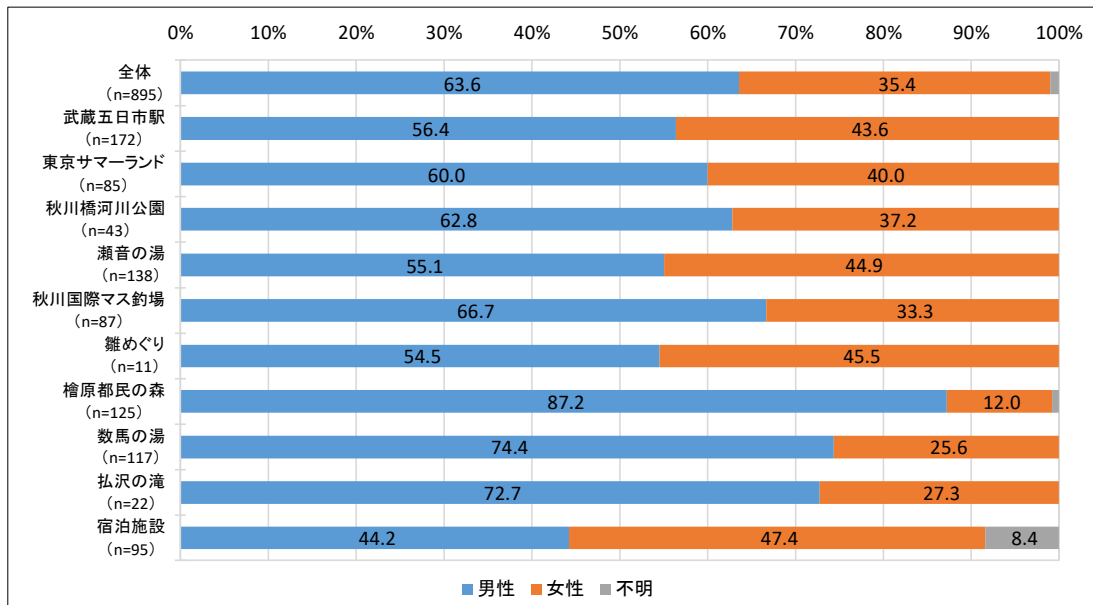
	合計	秋川渓谷	西多摩地域	東京都その他	都外	無回答
全体	895	57	46	545	245	2
	100.0	6.4	5.1	60.9	27.4	0.2
武蔵五日市駅	172	10	11	115	36	0
	100.0	5.8	6.4	66.9	20.9	0.0
東京サマーランド	85	3	5	42	35	0
	100.0	3.5	5.9	49.4	41.2	0.0
秋川橋河川公園	43	2	1	27	13	0
	100.0	4.7	2.3	62.8	30.2	0.0
瀬音の湯	138	12	13	80	33	0
	100.0	8.7	9.4	58.0	23.9	0.0
秋川国際マス釣場	87	6	1	57	23	0
	100.0	6.9	1.1	65.5	26.4	0.0
雛めぐり	11	7	1	2	1	0
	100.0	63.6	9.1	18.2	9.1	0.0
檜原都民の森	125	8	5	75	37	0
	100.0	6.4	4.0	60.0	29.6	0.0
数馬の湯	117	8	6	75	28	0
	100.0	6.8	5.1	64.1	23.9	0.0
払沢の滝	22	1	0	12	9	0
	100.0	4.5	0.0	54.5	40.9	0.0
宿泊施設	95	0	3	60	30	2
	100.0	0.0	3.2	63.2	31.6	2.1

(上段:実数、下段:%)

問2. あなたの性別、年齢を選んで下さい。※それぞれ○は1つだけ

- ・「男性」(63.6%)、「女性」(35.4%)と「男性」の割合が高くなっている。

【性別】



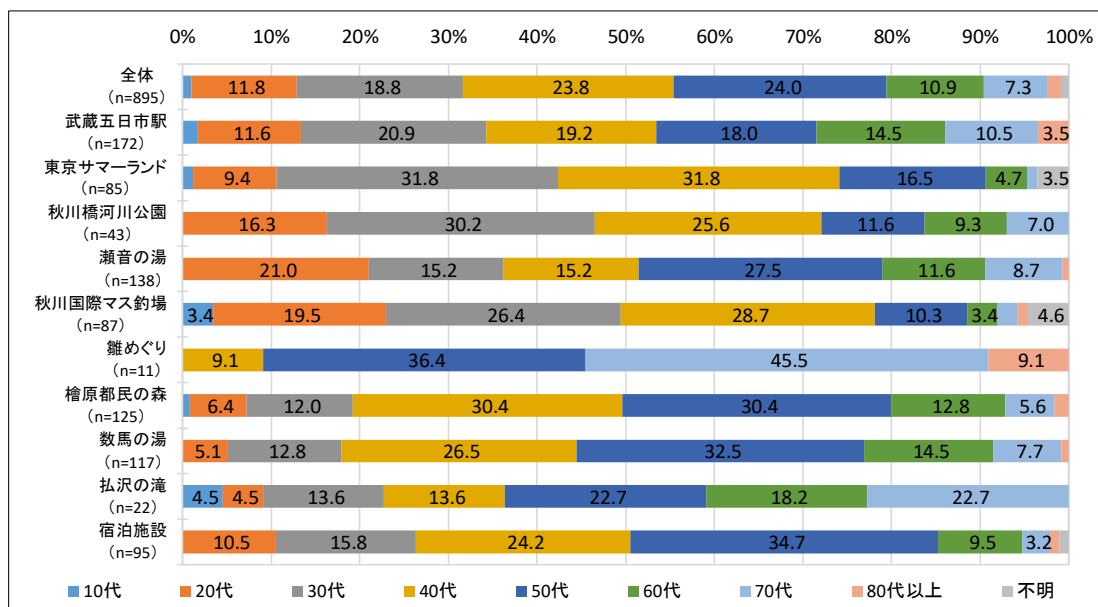
図・表 巻-3(1) 来訪者の性別

		男性	女性	不明
全体	895	569	317	9
	100.0	63.6	35.4	1.0
武蔵五日市駅	172	97	75	0
	100.0	56.4	43.6	0.0
東京サマーランド	85	51	34	0
	100.0	60.0	40.0	0.0
秋川橋河川公園	43	27	16	0
	100.0	62.8	37.2	0.0
瀬音の湯	138	76	62	0
	100.0	55.1	44.9	0.0
秋川国際マス釣場	87	58	29	0
	100.0	66.7	33.3	0.0
雑めぐり	11	6	5	0
	100.0	54.5	45.5	0.0
檜原都民の森	125	109	15	1
	100.0	87.2	12.0	0.8
数馬の湯	117	87	30	0
	100.0	74.4	25.6	0.0
払沢の滝	22	16	6	0
	100.0	72.7	27.3	0.0
宿泊施設	95	42	45	8
	100.0	44.2	47.4	8.4

(上段:実数、下段:%)

【年代】

- ・「50代」(24.0%)が高く、次いで「40代」(23.8%)、「30代」(18.8%)、「20代」(11.8%)と続く。
- ・地点別では、雛めぐりは「70代」(45.5%)が4割台半ばであり、宿泊施設は「50代」(34.7%)、檜原温泉センター数馬の湯は「50代」(32.5%)の割合が高い。



図・表 巻-4(1) 来訪者の年代構成

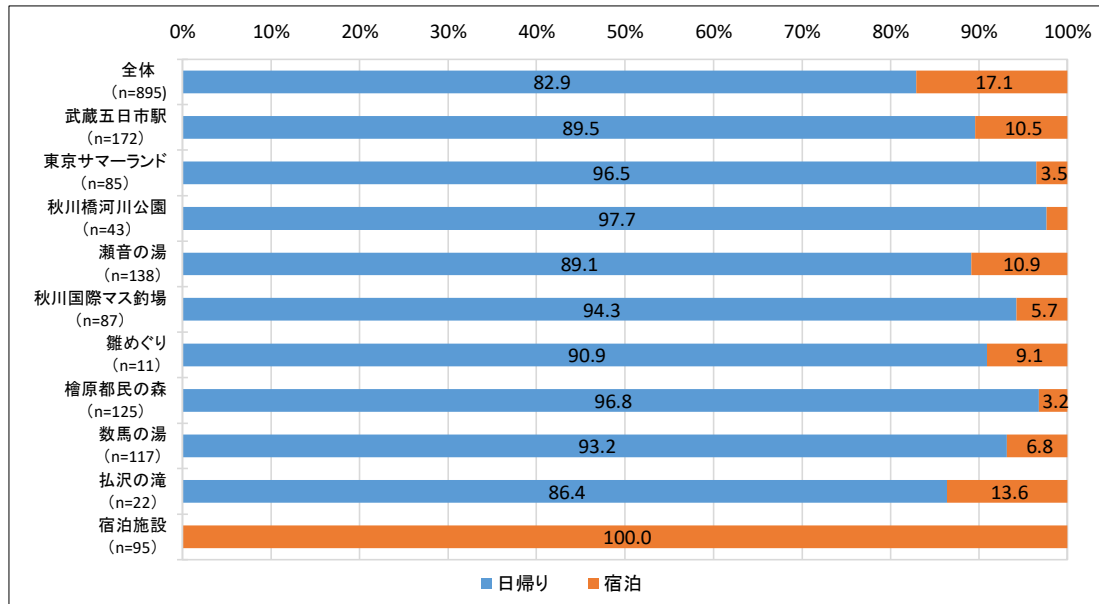
	合計	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	不明
全体	895	9	106	168	213	215	98	65	13	8
	100.0	1.0	11.8	18.8	23.8	24.0	10.9	7.3	1.5	0.9
武蔵五日市駅	172	3	20	36	33	31	25	18	6	0
	100.0	1.7	11.6	20.9	19.2	18.0	14.5	10.5	3.5	0.0
東京サマーランド	85	1	8	27	27	14	4	1	0	3
	100.0	1.2	9.4	31.8	31.8	16.5	4.7	1.2	0.0	3.5
秋川橋河川公園	43	0	7	13	11	5	4	3	0	0
	100.0	0.0	16.3	30.2	25.6	11.6	9.3	7.0	0.0	0.0
瀬音の湯	138	0	29	21	21	38	16	12	1	0
	100.0	0.0	21.0	15.2	15.2	27.5	11.6	8.7	0.7	0.0
秋川国際マス釣場	87	3	17	23	25	9	3	2	1	4
	100.0	3.4	19.5	26.4	28.7	10.3	3.4	2.3	1.1	4.6
雛めぐり	11	0	0	0	1	4	0	5	1	0
	100.0	0.0	0.0	0.0	9.1	36.4	0.0	45.5	9.1	0.0
檜原都民の森	125	1	8	15	38	38	16	7	2	0
	100.0	0.8	6.4	12.0	30.4	30.4	12.8	5.6	1.6	0.0
数馬の湯	117	0	6	15	31	38	17	9	1	0
	100.0	0.0	5.1	12.8	26.5	32.5	14.5	7.7	0.9	0.0
払沢の滝	22	1	1	3	3	5	4	5	0	0
	100.0	4.5	4.5	13.6	13.6	22.7	18.2	22.7	0.0	0.0
宿泊施設	95	0	10	15	23	33	9	3	1	1
	100.0	0.0	10.5	15.8	24.2	34.7	9.5	3.2	1.1	1.1

(上段:実数、下段:%)

問3. 今回の旅行は日帰りですか、宿泊ですか。※○は1つだけ

【日帰り・宿泊】

- ・同日で帰宅する行程を「日帰り」、日付を跨ぐものを「宿泊」と定義して分類した。
- ・「日帰り」(82.9%)と8割強が日帰り客であり、宿泊施設を除くすべての地点で8割以上は日帰り観光客と、地点による差は少ない。



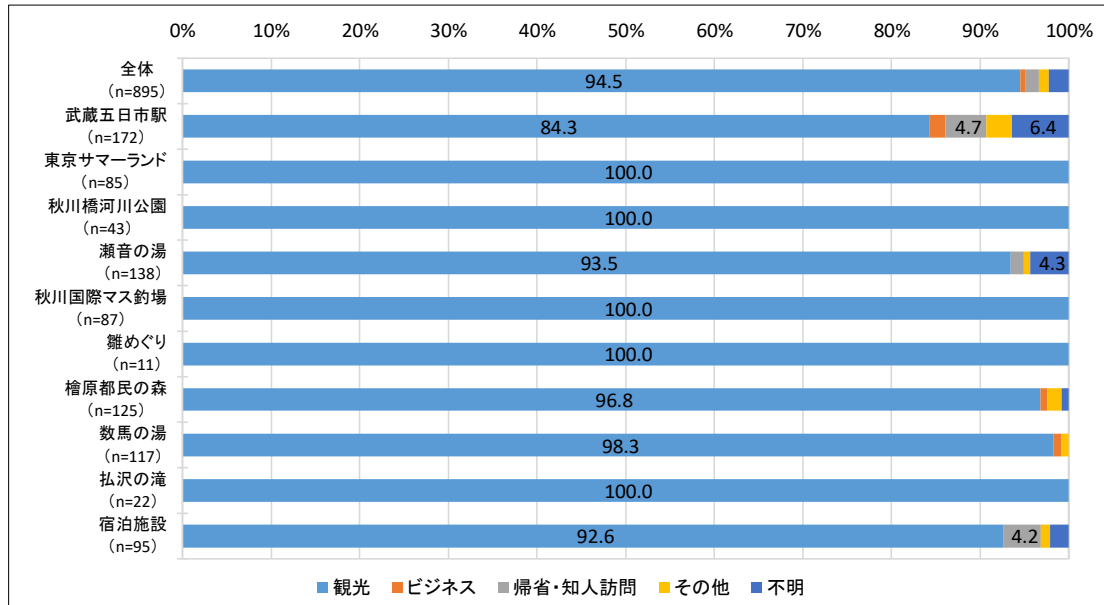
図・表 巻-5(1) 日帰り・宿泊

	合計	観光	ビジネス	帰省・知人訪問	その他	不明
全体	895	846	5	14	10	20
	100.0	94.5	0.6	1.6	1.1	2.2
武蔵五日市駅	172	145	3	8	5	11
	100.0	84.3	1.7	4.7	2.9	6.4
東京サマーランド	85	85	0	0	0	0
	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
秋川橋河川公園	43	43	0	0	0	0
	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
瀬音の湯	138	129	0	2	1	6
	100.0	93.5	0.0	1.4	0.7	4.3
秋川国際マス釣場	87	87	0	0	0	0
	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
雛めぐり	11	11	0	0	0	0
	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
檜原都民の森	125	121	1	0	2	1
	100.0	96.8	0.8	0.0	1.6	0.8
数馬の湯	117	115	1	0	1	0
	100.0	98.3	0.9	0.0	0.9	0.0
払沢の滝	22	22	0	0	0	0
	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
宿泊施設	95	88	0	4	1	2
	100.0	92.6	0.0	4.2	1.1	2.1

(上段:実数、下段:%)

問4. 今回の旅行の主要な目的は何ですか。※○は1つだけ

- ・「観光」目的の割合が 94.5%を占める。また、「ビジネス」目的や「帰省・知人訪問」目的での来訪は少ない。



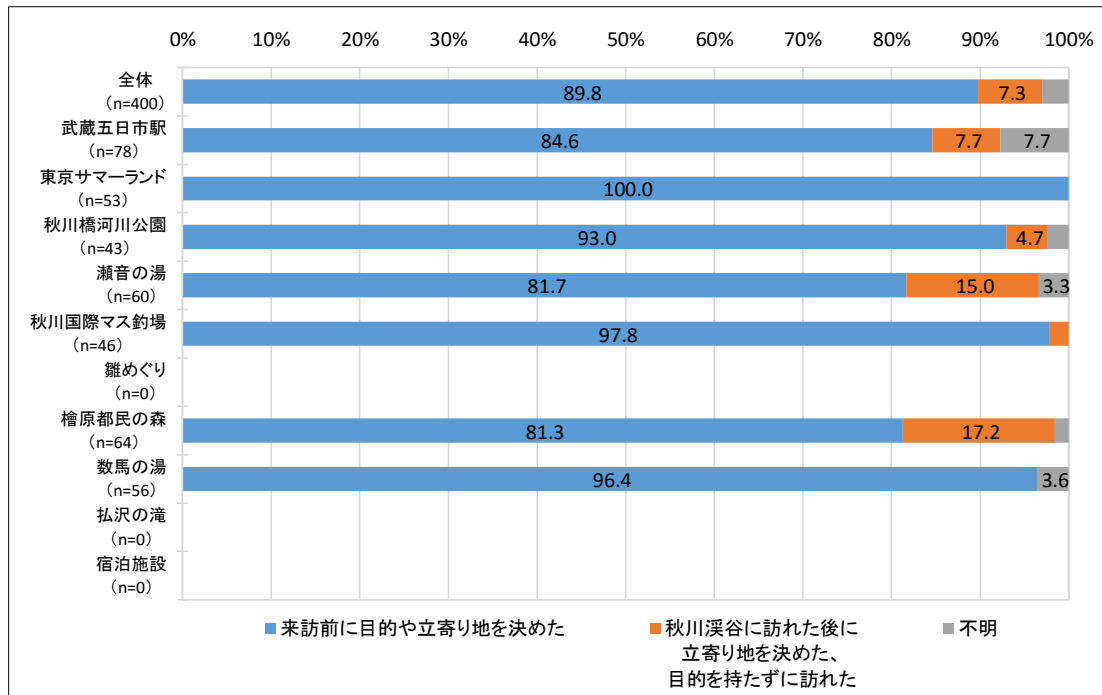
図・表 巻-6(1) 訪問の目的

	合計	観光	ビジネス	帰省・知人訪問	その他	不明
全体	895	846	5	14	10	20
	100.0	94.5	0.6	1.6	1.1	2.2
武蔵五日市駅	172	145	3	8	5	11
	100.0	84.3	1.7	4.7	2.9	6.4
東京サマーランド	85	85	0	0	0	0
	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
秋川橋河川公園	43	43	0	0	0	0
	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
瀬音の湯	138	129	0	2	1	6
	100.0	93.5	0.0	1.4	0.7	4.3
秋川国際マス釣場	87	87	0	0	0	0
	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
雛めぐり	11	11	0	0	0	0
	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
檜原都民の森	125	121	1	0	2	1
	100.0	96.8	0.8	0.0	1.6	0.8
数馬の湯	117	115	1	0	1	0
	100.0	98.3	0.9	0.0	0.9	0.0
払沢の滝	22	22	0	0	0	0
	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
宿泊施設	95	88	0	4	1	2
	100.0	92.6	0.0	4.2	1.1	2.1

(上段:実数、下段:%)

問 4-1. 「1. 観光」を回答された方にお聞きします。今回の旅行において、秋川渓谷内での観光目的や立寄り地を決めて観光に来られたかを選んでください。
※○は1つだけ

- ・「訪問前に目的や立寄り地を決めた」(89.8%)の割合が9割弱を占める。



図・表2-3-6(1) 訪問の目的

表2-3-6(2) 訪問の目的 (調査期別合計)

	を来訪前に目的や立寄り地	目立的寄り地を決定した	秋川を訪問した	不明
全体	400	359	29	12
	100.0	89.8	7.3	3.0
武蔵五日市駅	78	66	6	6
	100.0	84.6	7.7	7.7
東京サマーランド	53	53	0	0
	100.0	100.0	0.0	0.0
秋川橋河川公園	43	40	2	1
	100.0	93.0	4.7	2.3
瀬音の湯	60	49	9	2
	100.0	81.7	15.0	3.3
秋川国際マス釣場	46	45	1	0
	100.0	97.8	2.2	0.0
雛めぐり	0	0	0	0
	0.0	0.0	0.0	0.0
檜原都民の森	64	52	11	1
	100.0	81.3	17.2	1.6
数馬の湯	56	54	0	2
	100.0	96.4	0.0	3.6
払沢の滝	0	0	0	0
	0.0	0.0	0.0	0.0
宿泊施設	0	0	0	0
	0.0	0.0	0.0	0.0

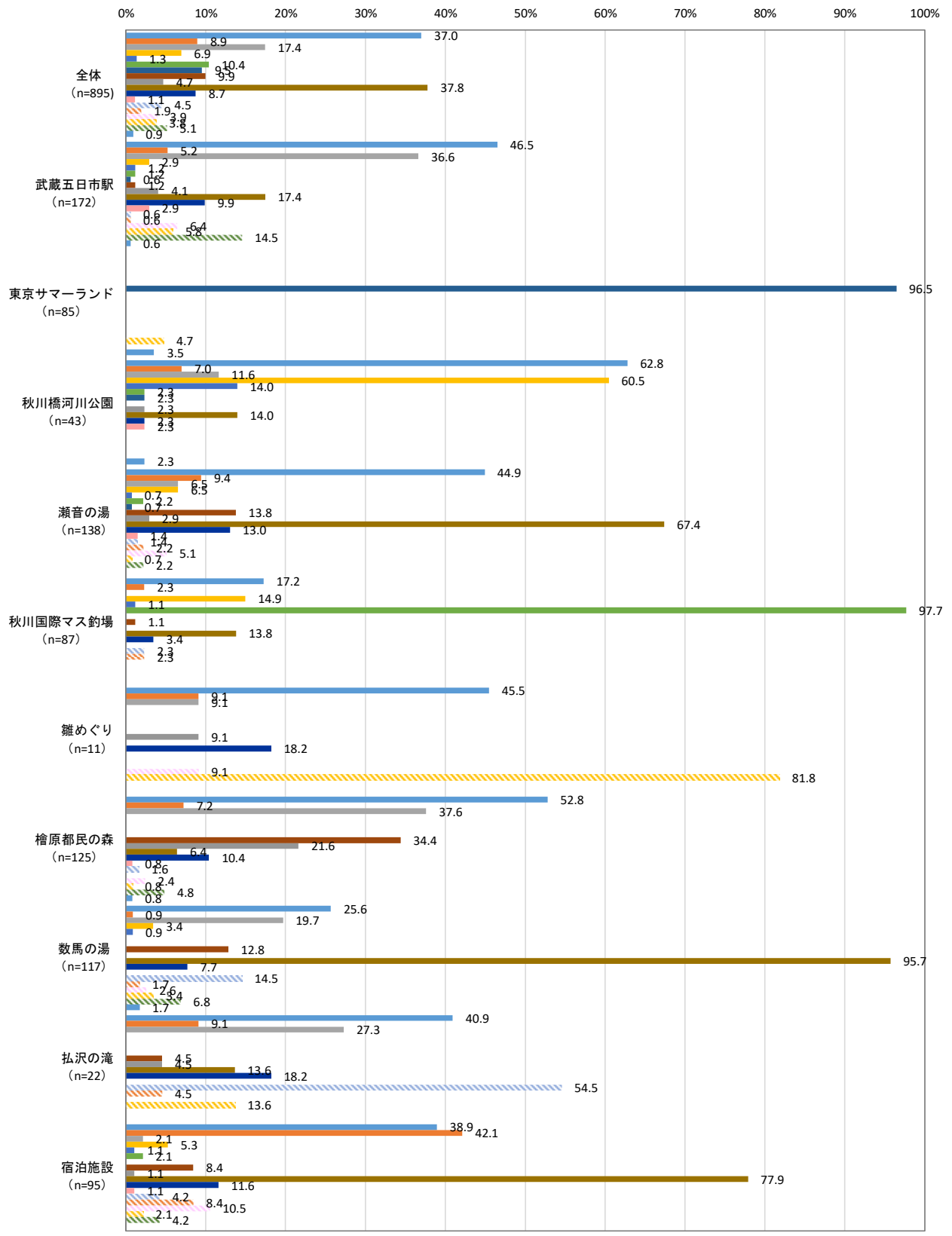
(上段:実数、下段:%)

問5. 今回の秋川渓谷の旅行で、期待している（いた）内容を選んでください。

※〇はいくつでも

【期待している内容】

- ・「温泉を楽しむ」（37.8%）が4割近くを占める。次いで、「自然散策」（37.0%）、「登山・ハイキングを楽しむ」（17.4%）、「釣りを楽しむ」（10.4%）と続く。一方、「グルメ巡りを楽しむ」（8.7%）、「買い物を楽しむ」（3.9%）など、食や買い物の割合は低くなっている。
- ・地点別では、秋川国際マス釣場の「釣りを楽しむ」（97.7%）が10割近くを占め、次いで東京サマーランドの「レジャー施設を楽しむ」（96.5%）、檜原温泉センター数馬の湯の「温泉を楽しむ」（95.7%）では9割を超えている。



- 自然散策・紅葉・景観を楽しむ
- 保養・休息（森林セラピーロード等）
- 登山・ハイキングを楽しむ
- バーベキュー・キャンプを楽しむ
- 川遊びを楽しむ（河川公園等）
- 釣りを楽しむ（秋川国際マス釣り場等）
- レジャー施設を楽しむ（東京サマーランド等）
- ドライブ・ツーリングを楽しむ
- サイクリングを楽しむ
- 温泉を楽しむ（瀨音の湯・数馬の湯）
- グルメ巡りを楽しむ
- 滝巡りを楽しむ（払沢の滝等）
- 民宿・旅館への宿泊
- 歴史巡りを楽しむ
- 買い物を楽しむ（ファーマーズマーケット等）
- 体験プログラム・イベント等へ参加する
- その他
- 不明

図 巻-7(1) 期待している内容

表 卷-7(1) 期待している内容

	合計	自然散策・紅葉・景観を楽しむ	保養・休息（森林セラピーロード等）	登山・ハイキングを楽しむ	バーベキュー・キャンプを楽しむ	川遊びを楽しむ（河川公園等）	釣りを楽しむ（秋川国際マス釣り場等）	レジャー施設を楽しむ（東京サマーランド等）	ドライブ・ツーリングを楽しむ	サイクリングを楽しむ	温泉を楽しむ（瀬音の湯・数馬の湯）	グルメ巡りを楽しむ	歴史巡りを楽しむ	滝巡りを楽しむ（弘沢の滝等）	民宿・旅館への宿泊	買い物を楽しむ（ファーマーズマーケット等）	体験プログラム・イベント等へ参加する	その他	不明
全体	895 100.0	331 37.0	80 8.9	156 17.4	62 6.9	12 1.3	93 10.4	85 9.5	89 9.9	42 4.7	338 37.8	78 8.7	10 1.1	40 4.5	17 1.9	35 3.9	34 3.8	46 5.1	8 0.9
武蔵五日市駅	172 100.0	80 46.5	9 5.2	63 36.6	5 2.9	2 1.2	2 1.2	1 0.6	2 1.2	7 4.1	30 17.4	17 9.9	5 2.9	1 0.6	1 0.6	11 6.4	10 5.8	25 14.5	1 0.6
東京 サマーランド	85 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	82 96.5	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	4 4.7	0 0.0	3 3.5
秋川橋 河川公園	43 100.0	27 62.8	3 7.0	5 11.6	26 60.5	6 14.0	1 2.3	1 2.3	0 0.0	1 2.3	6 14.0	1 2.3	1 2.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 2.3
瀬音の湯	138 100.0	62 44.9	13 9.4	9 6.5	9 6.5	1 0.7	3 2.2	1 0.7	19 13.8	4 2.9	93 67.4	18 13.0	2 1.4	2 1.4	3 2.2	7 5.1	1 0.7	3 2.2	0 0.0
秋川国際 マス釣り場	87 100.0	15 17.2	2 2.3	0 0.0	13 14.9	1 1.1	85 97.7	0 0.0	1 1.1	0 0.0	12 13.8	3 3.4	0 0.0	2 2.3	2 2.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
雛めぐり	11 100.0	5 45.5	1 9.1	1 9.1	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 9.1	0 0.0	2 18.2	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 9.1	9 81.8	0 0.0	0 0.0
檜原都民の森	125 100.0	66 52.8	9 7.2	47 37.6	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	43 34.4	27 21.6	8 6.4	13 10.4	1 0.8	2 1.6	0 0.0	3 2.4	1 0.8	6 4.8	1 0.8
数馬の湯	117 100.0	30 25.6	1 0.9	23 19.7	4 3.4	1 0.9	0 0.0	0 0.0	15 12.8	0 0.0	112 95.7	9 7.7	0 0.0	17 14.5	2 1.7	3 2.6	4 3.4	8 6.8	2 1.7
弘沢の滝	22 100.0	9 40.9	2 9.1	6 27.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 4.5	1 4.5	3 13.6	4 18.2	0 0.0	12 54.5	1 4.5	0 0.0	3 13.6	0 0.0	0 0.0
宿泊施設	95 100.0	37 38.9	40 42.1	2 2.1	5 5.3	1 1.1	2 2.1	0 0.0	8 8.4	1 1.1	74 77.9	11 11.6	1 1.1	4 4.2	8 8.4	10 10.5	2 2.1	4 4.2	0 0.0

(上段:実数、下段:%)

【一番期待している内容】

- ・「温泉を楽しむ」(22.8%)が最も高く、次いで、「自然散策・紅葉・景観を楽しむ」(16.0%)、「登山・ハイキングを楽しむ」(12.3%)と続く。
- ・地点別では、東京サマーランドは「レジャー施設を楽しむ」(98.8%)、秋川国際マス釣場は「釣りを楽しむ」(78.2%)、檜原温泉センター数馬の湯は「温泉を楽しむ」(59.8%)の割合が高く、明確な目的をもって来訪されている。

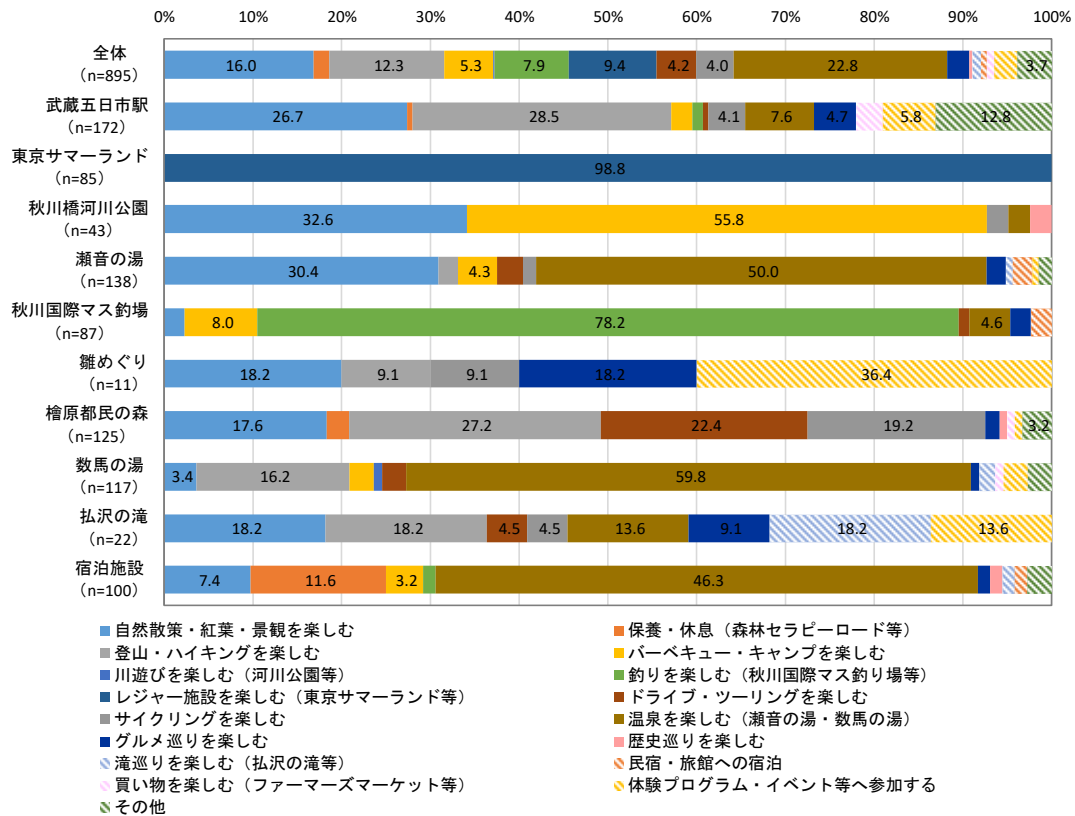


図 巻-8(1) 一番期待している内容

表 卷-8(1) 一番期待している内容

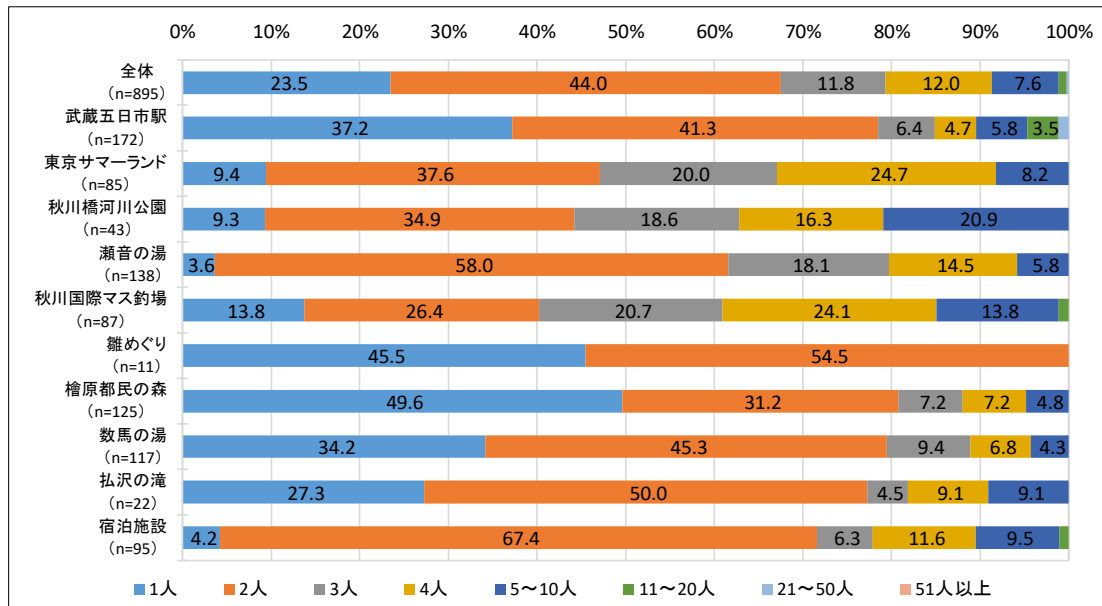
	合計	楽しむ 自然散策・紅葉・景観を楽 しむ	保養・休息 (ロード等)	登山・ハイキングを楽しむ	バーベキュー・キャンプを 楽しむ	川遊びを楽しむ(河川公園 等)	釣りを楽しむ(秋川国際マ ス釣り場等)	京サマーランド等	レジャー施設を楽しむ(東 京サマーランド等)	ドライブ・ツーリングを楽 しむ	サイクリングを楽しむ	温泉を楽しむ(瀬音の湯・ 数馬の湯)	グルメ巡りを楽しむ	歴史巡りを楽しむ	滝巡りを楽しむ(弘沢の滝 等)	民宿・旅館への宿泊	買い物を楽しむ(フアー マーズマーケット等)	体験プログラム・イベン ト等へ参加する	その他	不明
全体	895 100.0	143 16.0	15 1.7	110 12.3	47 5.3	1 0.1	71 7.9	84 9.4	38 4.2	36 4.0	204 22.8	21 2.3	3 0.3	8 0.9	6 0.7	7 0.8	25 2.8	33 3.7	46 5.1	
武蔵五日市駅	172 100.0	46 26.7	1 0.6	49 28.5	4 2.3	0 0.0	2 1.2	0 0.0	1 0.6	7 4.1	13 7.6	8 4.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	5 2.9	10 5.8	22 12.8	4 2.3	
東京 サマーランド	85 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	84 98.8	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 0.0	0 0.0	1 1.2	
秋川橋 河川公園	43 100.0	14 32.6	0 0.0	0 0.0	24 55.8	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 2.3	1 2.3	0 0.0	1 2.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 4.7	
瀬音の湯	138 100.0	42 30.4	0 0.0	3 2.2	6 4.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	4 2.9	2 1.4	69 50.0	3 2.2	0 0.0	1 0.7	3 2.2	0 0.0	0 0.0	1 0.7	2 1.4	
秋川国際 マス釣り場	87 100.0	2 2.3	0 0.0	0 0.0	7 8.0	0 0.0	68 78.2	0 0.0	1 1.1	0 0.0	4 4.6	2 2.3	0 0.0	0 0.0	2 2.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 1.1	
糺めぐり	11 100.0	2 18.2	0 0.0	1 9.1	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 9.1	0 0.0	2 18.2	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	4 36.4	1 9.1	
檜原都民の森	125 100.0	22 17.6	3 2.4	34 27.2	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	28 22.4	24 19.2	0 0.0	2 1.6	1 0.8	0 0.0	0 0.0	1 0.8	1 0.8	1 0.8	4 3.2	
数馬の湯	117 100.0	4 3.4	0 0.0	19 16.2	3 2.6	1 0.9	0 0.0	0 0.0	3 2.6	0 0.0	70 59.8	1 0.9	0 0.0	2 1.7	0 0.0	1 0.9	3 2.6	3 2.6	7 6.0	
弘沢の滝	22 100.0	4 18.2	0 0.0	4 18.2	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 4.5	1 4.5	3 13.6	2 9.1	0 0.0	4 18.2	0 0.0	0 0.0	3 13.6	0 0.0	0 0.0	
宿泊施設	95 100.0	7 7.4	11 11.6	0 0.0	3 3.2	0 0.0	1 1.1	0 0.0	0 0.0	0 0.0	44 46.3	1 1.1	1 1.1	1 1.1	1 1.1	0 0.0	0 0.0	2 2.1	23 24.2	

(上段:実数、下段:%)

問6. あなたも含めて、「何人での」「どなたと一緒に」旅行ですか。※子供や乳幼児も含む ○は1つだけ

【旅行人数】

- ・「2人」(44.0%)の割合が一番高く、次いで「1人」(23.5%)、「4人」(12.0%)と続く。1グループの平均人数は3人である。「11人以上」の団体客は1.1%である。
- ・地点別では、武蔵五日市駅での「11人以上」は4.7%と団体利用の割合が他の地点と比べて非常に高い。一方、雛めぐり、檜原都民の森では、「1人」、「2人」の割合が高く、「2人以下」が8割を超える。



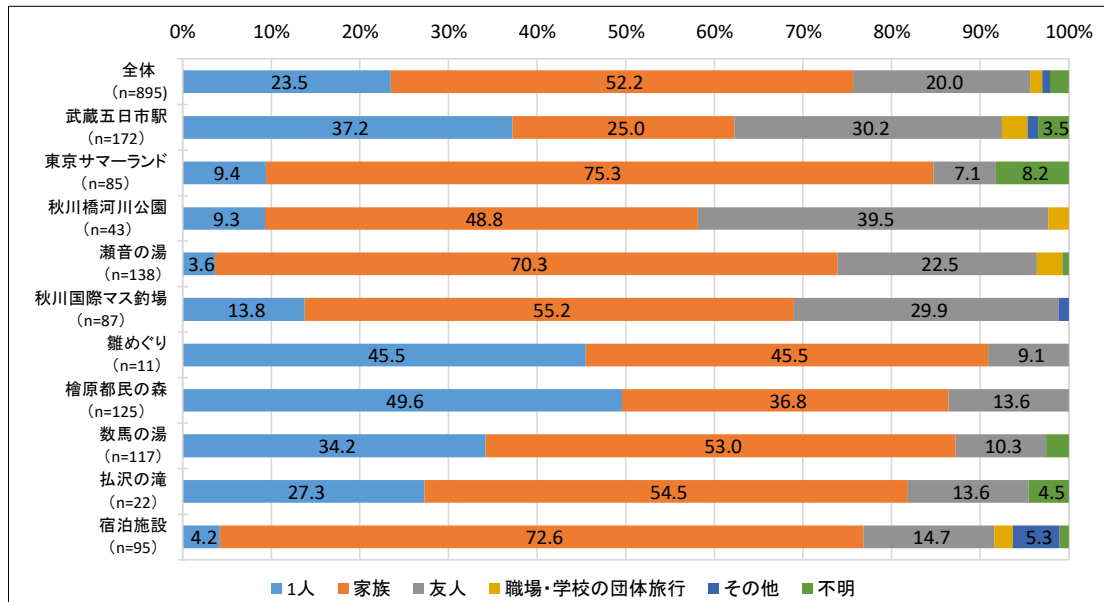
図・表 巻-9(1) 旅行人数

	合計	1人	2人	3人	4人	5人	5人以上	11人以上	21人以上	51人以上	平均
全体	895	210	394	106	107	68	8	2	0	3	3
	100.0	23.5	44.0	11.8	12.0	7.6	0.9	0.2	0.0	0.0	3.0
武蔵五日市駅	172	64	71	11	8	10	6	2	0	3	3
	100.0	37.2	41.3	6.4	4.7	5.8	3.5	1.2	0.0	0.0	3.0
東京サマーランド	85	8	32	17	21	7	0	0	0	3	3
	100.0	9.4	37.6	20.0	24.7	8.2	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0
秋川橋河川公園	43	4	15	8	7	9	0	0	0	3	3
	100.0	9.3	34.9	18.6	16.3	20.9	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0
瀬音の湯	138	5	80	25	20	8	0	0	0	3	3
	100.0	3.6	58.0	18.1	14.5	5.8	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0
秋川国際マス釣場	87	12	23	18	21	12	1	0	0	3	3
	100.0	13.8	26.4	20.7	24.1	13.8	1.1	0.0	0.0	0.0	3.0
雛めぐり	11	5	6	0	0	0	0	0	0	2	2
	100.0	45.5	54.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.0
檜原都民の森	125	62	39	9	9	6	0	0	0	2	2
	100.0	49.6	31.2	7.2	7.2	4.8	0.0	0.0	0.0	0.0	2.0
数馬の湯	117	40	53	11	8	5	0	0	0	2	2
	100.0	34.2	45.3	9.4	6.8	4.3	0.0	0.0	0.0	0.0	2.0
払沢の滝	22	6	11	1	2	2	0	0	0	2	2
	100.0	27.3	50.0	4.5	9.1	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	2.0
宿泊施設	95	4	64	6	11	9	1	0	0	3	3
	100.0	4.2	67.4	6.3	11.6	9.5	1.1	0.0	0.0	0.0	3.0

(上段:実数、下段:%)

【同行者のタイプ】（単数回答）

- ・「家族」（52.2%）の割合が高く、次いで「1人」（23.5%）、「友人」（20.0%）と続く。
- ・地点別では、「家族」の割合が東京サマーランド（75.3%）、宿泊施設（72.6%）、秋川渓谷瀬音の湯（70.3%）で7割を超えており、秋川国際マス釣場（55.2%）、払沢の滝（54.5%）、檜原温泉センター数馬の湯（53.0%）で5割台をとっている。また、秋川橋河川公園バーベキューランド（39.5%）では友人の割合が他の地点と比べて高い。



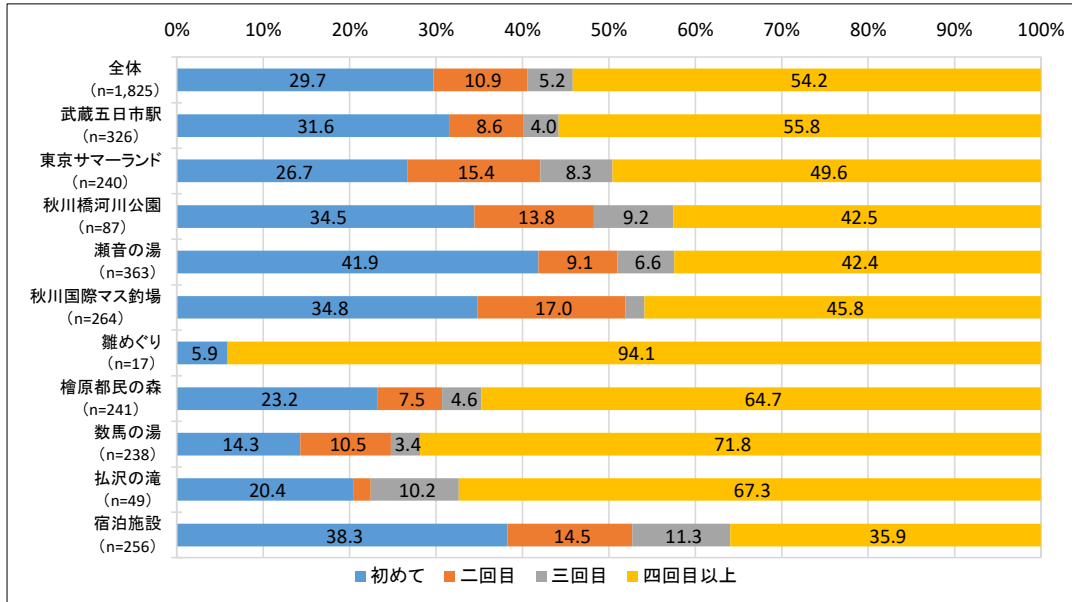
図・表 巻-10(1) 同行者の属性

	合計	1人	家族	友人	行 職 場 ・ 学 校 の 団 体 旅	そ の 他	不 明
全体	895 100.0	210 23.5	467 52.2	179 20.0	12 1.3	8 0.9	19 2.1
武蔵五日市駅	172 100.0	64 37.2	43 25.0	52 30.2	5 2.9	2 1.2	6 3.5
東京サマーランド	85 100.0	8 9.4	64 75.3	6 7.1	0 0.0	0 0.0	7 8.2
秋川橋河川公園	43 100.0	4 9.3	21 48.8	17 39.5	1 2.3	0 0.0	0 0.0
瀬音の湯	138 100.0	5 3.6	97 70.3	31 22.5	4 2.9	0 0.0	1 0.7
秋川国際マス釣場	87 100.0	12 13.8	48 55.2	26 29.9	0 0.0	1 1.1	0 0.0
雑めぐり	11 100.0	5 45.5	5 45.5	1 9.1	0 0.0	0 0.0	0 0.0
檜原都民の森	125 100.0	62 49.6	46 36.8	17 13.6	0 0.0	0 0.0	0 0.0
数馬の湯	117 100.0	40 34.2	62 53.0	12 10.3	0 0.0	0 0.0	3 2.6
払沢の滝	22 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
宿泊施設	95 100.0	4 4.2	69 72.6	14 14.7	0 0.0	0 0.0	1 1.1

(上段:実数、下段:%)

問7. 同行者全員の秋川渓谷への訪問は何回目ですか。

- ・「四回目以上」(54.2%)が5割台半ばを占める。また、「初めて」は29.7%である。リピーター率は70.3%となる。
- ・地点別では、東京サマーランド、秋川橋河川公園、秋川渓谷瀬音の湯、秋川国際マス釣場、宿泊施設を除き、「四回目以上」が5割を占める。



図・表 巻-11(1) 同行者の属性

	合計	初め	二回目	三回目	四回目以上	リピーター率
全体	1,825	542	199	95	989	70.3
武蔵五日市駅	326	103	28	13	182	68.4
東京サマーランド	240	64	37	20	119	73.3
秋川橋河川公園	87	30	12	8	37	65.5
瀬音の湯	363	152	33	24	154	58.1
秋川国際マス釣場	264	92	45	6	121	65.2
雛めぐり	17	1	0	0	16	94.1
檜原都民の森	241	56	18	11	156	76.8
数馬の湯	238	34	25	8	171	85.7
払沢の滝	49	10	1	5	33	79.6
宿泊施設	256	98	37	29	92	61.7

(上段:実数、下段:%)

問 8. 秋川渓谷への交通手段、秋川渓谷内の移動に用いた交通機関はどれですか。

※〇はいくつでも

- ・「自家用車」(61.9%)が6割を超えている。東京都をはじめ、埼玉県・神奈川県から高速道路の利用が想定され、自家用車での来訪者が多い。
- ・地点別では「鉄道(JR在来線)」は、武蔵五日市駅、秋川橋河川公園バーベキューランドで一番高く、その他では、「自家用車」の割合が高いことから大きく2分化しており、立寄り地点の来訪へ影響しているものと考えられる。

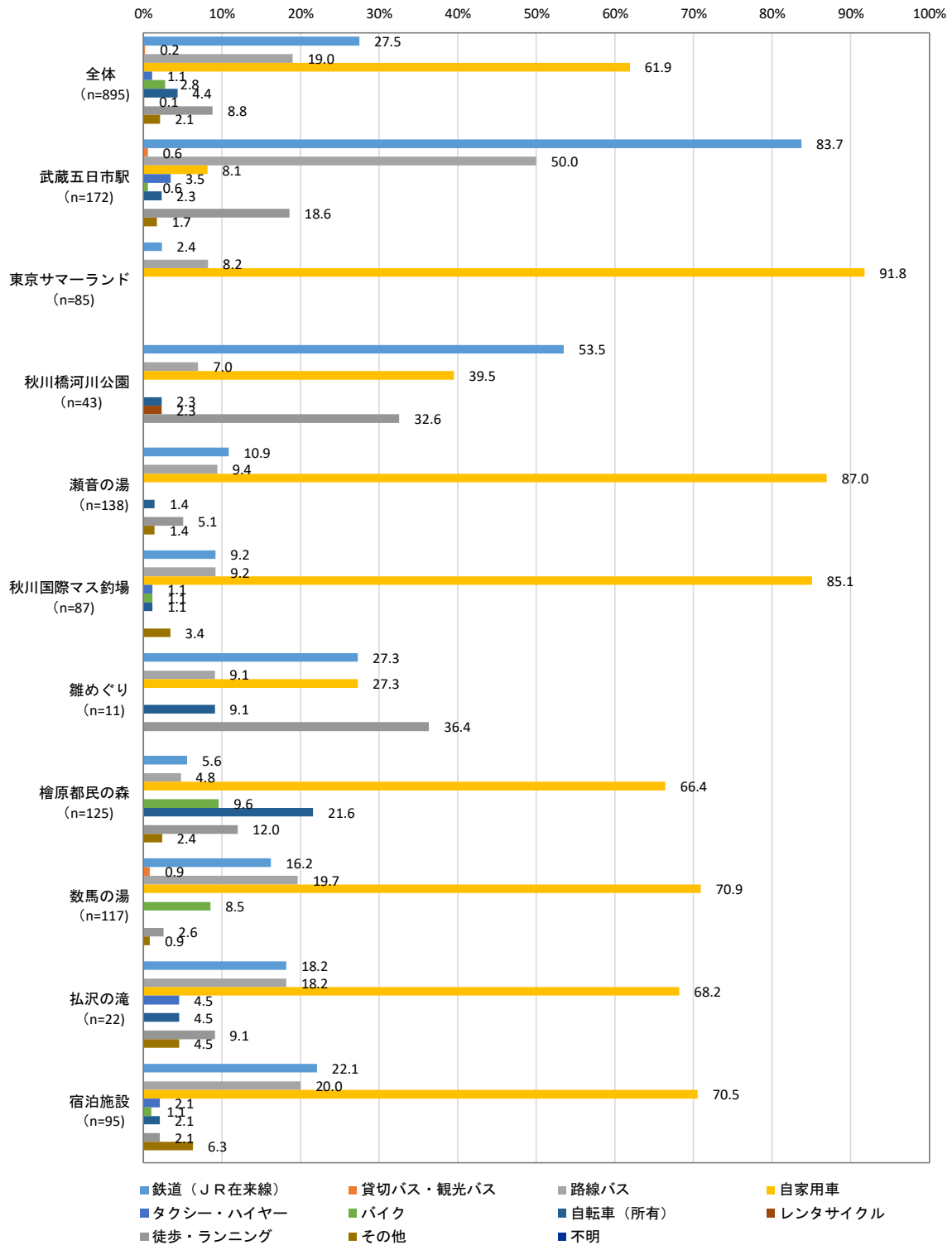


図 巻-12(1) 秋川渓谷来訪手段

表 巻-12(1) 秋川渓谷来訪手段

	合計	鉄道 (JR在来線)	貸切バス・観光バス	路線バス	自家用車	タクシー・ハイヤー	バイク	自転車 (所有)	レンタサイクル	徒歩・ランニング	その他
全体	895 100.0	246 27.5	2 0.2	170 19.0	554 61.9	10 1.1	25 2.8	39 4.4	1 0.1	79 8.8	19 2.1
武蔵五日市駅	172 100.0	144 83.7	1 0.6	86 50.0	14 8.1	6 3.5	1 0.6	4 2.3	0 0.0	32 18.6	3 1.7
東京 サマーランド	85 100.0	2 2.4	0 0.0	7 8.2	78 91.8	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
秋川橋 河川公園	43 100.0	23 53.5	0 0.0	3 7.0	17 39.5	0 0.0	0 0.0	1 2.3	1 2.3	14 32.6	0 0.0
瀬音の湯	138 100.0	15 10.9	0 0.0	13 9.4	120 87.0	0 0.0	0 0.0	2 1.4	0 0.0	7 5.1	2 1.4
秋川国際 マス釣場	87 100.0	8 9.2	0 0.0	8 9.2	74 85.1	1 1.1	1 1.1	1 1.1	0 0.0	0 0.0	3 3.4
雛めぐり	11 100.0	3 27.3	0 0.0	1 9.1	3 27.3	0 0.0	0 0.0	1 9.1	0 0.0	4 36.4	0 0.0
檜原都民の森	125 100.0	7 5.6	0 0.0	6 4.8	83 66.4	0 0.0	12 9.6	27 21.6	0 0.0	15 12.0	3 2.4
数馬の湯	117 100.0	19 16.2	1 0.9	23 19.7	83 70.9	0 0.0	10 8.5	0 0.0	0 0.0	3 2.6	1 0.9
払沢の滝	22 100.0	4 18.2	0 0.0	4 18.2	15 68.2	1 4.5	0 0.0	1 4.5	0 0.0	2 9.1	1 4.5
宿泊施設	95 100.0	21 22.1	0 0.0	19 20.0	67 70.5	2 2.1	1 1.1	2 2.1	0 0.0	2 2.1	6 6.3

(上段:実数、下段:%)

問9. 今回の秋川渓谷への旅行でどこを観光しましたか。これからの予定も含め、観光地の番号を訪問した（訪問する）順番にご記入下さい。また、滞在時間をご記入ください。

- ・アンケートの票数にも起因するが、「秋川渓谷瀬音の湯」（%）の立ち寄り割合が一番高く、次いで「秋川渓谷瀬音の湯」（22.4%）、「武蔵五日市駅」（17.0%）と続く。
- ・「武蔵五日市駅」利用者の立ち寄り率は、「秋川渓谷瀬音の湯」、「檜原都民の森」の2カ所の立ち寄り率が10%を超える。
- ・「秋川渓谷瀬音の湯－石舟橋」、「秋川国際マス釣場－秋川渓谷瀬音の湯」、「檜原都民の森⇔檜原温泉センター数馬の湯」、「払沢の滝－秋川渓谷瀬音の湯、【周遊】奥多摩湖方面」の組み合わせで10%を超えている。

【立寄り地点数（N=895）】

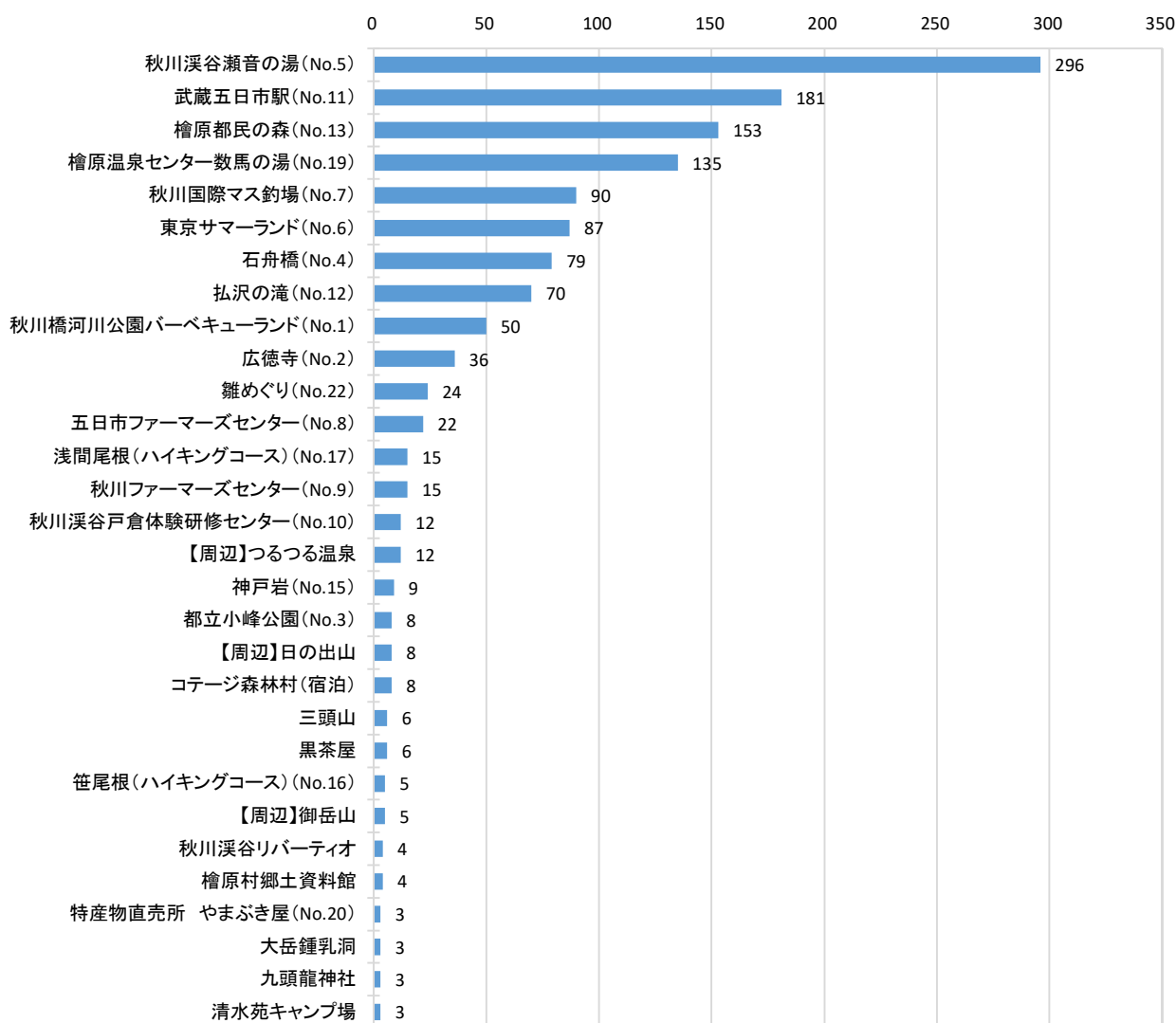


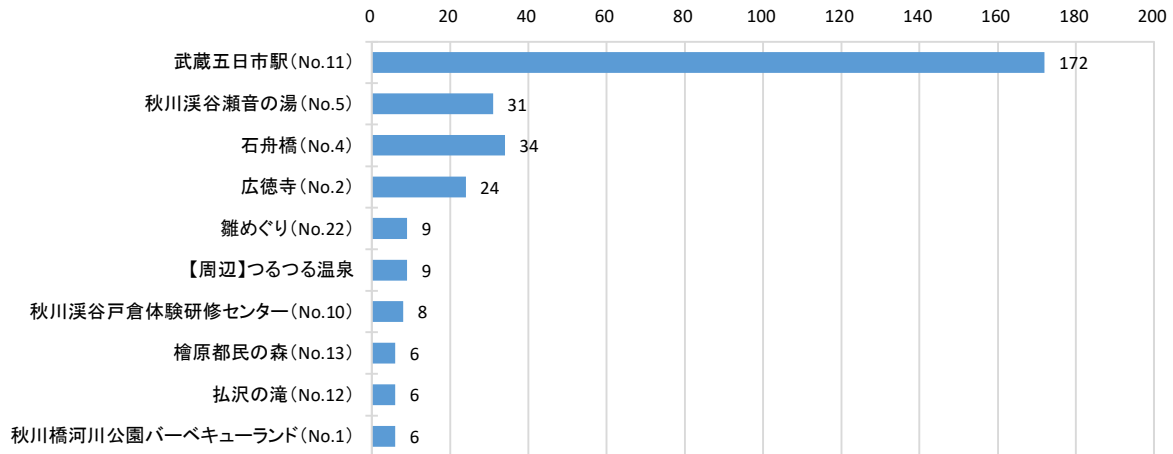
図 巻-13(1) 主な立寄り地（立寄り地の選択率0.3%（3票以上）の地点

表 巻-13(1) 主な立寄り地（立寄り地の選択率0.3%（3票以上）の地点

地点名	立寄り 件数	選択率 (全回答)
秋川溪谷瀬音の湯 (No. 5)	296	33.1%
武蔵五日市駅 (No. 11)	181	20.2%
檜原都民の森 (No. 13)	153	17.1%
檜原温泉センター数馬の湯 (No. 19)	135	15.1%
秋川国際マス釣場 (No. 7)	90	10.1%
東京サマーランド (No. 6)	87	9.7%
石舟橋 (No. 4)	79	8.8%
払沢の滝 (No. 12)	70	7.8%
秋川橋河川公園バーベキューランド (No. 1)	50	5.6%
広徳寺 (No. 2)	36	4.0%
雛めぐり (No. 22)	24	2.7%
五日市ファーマーズセンター (No. 8)	22	2.5%
浅間尾根 (ハイキングコース) (No. 17)	15	1.7%
秋川ファーマーズセンター (No. 9)	15	1.7%
秋川溪谷戸倉体験研修センター (No. 10)	12	1.3%
【周辺】つるつる温泉	12	1.3%
神戸岩 (No. 15)	9	1.0%
都立小峰公園 (No. 3)	8	0.9%
【周辺】日の出山	8	0.9%
コテージ森林村 (宿泊)	8	0.9%
三頭山	6	0.7%
黒茶屋	6	0.7%
笹尾根 (ハイキングコース) (No. 16)	5	0.6%
【周辺】御岳山	5	0.6%
秋川溪谷リバーティオ	4	0.4%
檜原村郷土資料館	4	0.4%
特産物直売所 やまぶき屋 (No. 20)	3	0.3%
大岳鍾乳洞	3	0.3%
九頭龍神社	3	0.3%
清水苑キャンプ場	3	0.3%

【地点別立寄り地点数】

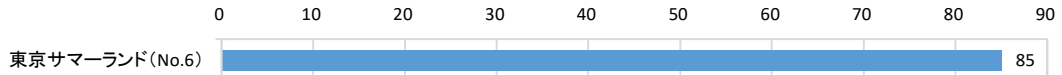
<武蔵五日市駅>



図・表 巻-13(2) 主な立寄り地の地点 (武蔵五日市駅)

地点名	立寄り件数	選択率 (全回答)
武蔵五日市駅 (No. 11)	172	100.0%
秋川溪谷瀬音の湯 (No. 5)	31	18.0%
石舟橋 (No. 4)	34	19.8%
広徳寺 (No. 2)	24	14.0%
雛めぐり (No. 22)	9	5.2%
【周辺】つるつる温泉	9	5.2%
秋川溪谷戸倉体験研修センター (No. 10)	8	4.7%
檜原都民の森 (No. 13)	6	3.5%
払沢の滝 (No. 12)	6	3.5%
秋川橋河川公園バーベキューランド (No. 1)	6	3.5%

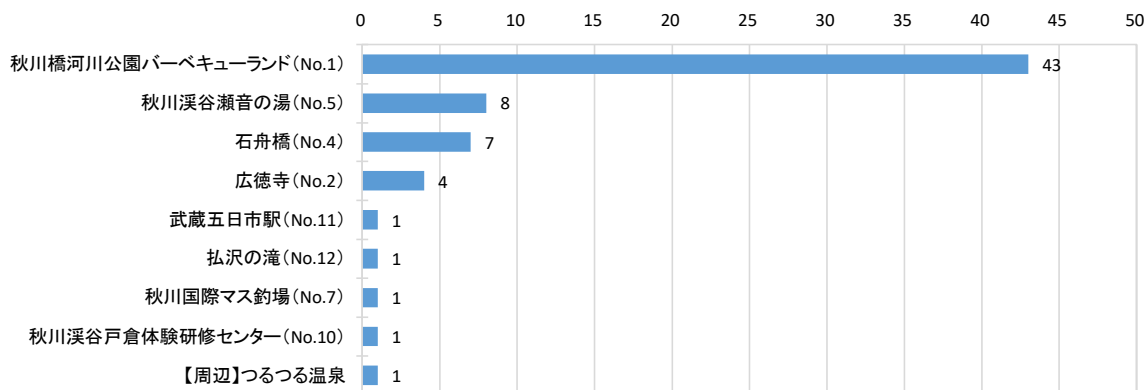
<東京サマーランド>



図・表 巻-13(3) 主な立寄り地の地点 (東京サマーランド)

地点名	立寄り件数	選択率 (全回答)
東京サマーランド (No. 6)	85	100.0%

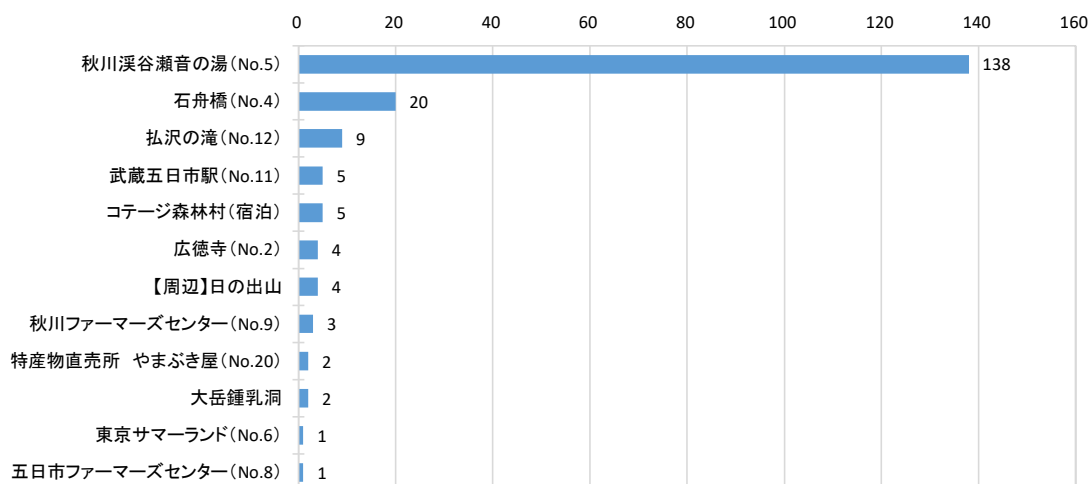
<秋川橋河川公園バーベキューランド>



図・表 巻-13(4) 主な立寄り地の地点（秋川橋河川公園バーベキューランド）

地点名	立寄り件数	選択率(全回答)
秋川橋河川公園バーベキューランド(No.1)	43	100.0%
秋川渓谷瀬音の湯(No.5)	8	18.6%
石舟橋(No.4)	7	16.3%
広徳寺(No.2)	4	9.3%
武蔵五日市駅(No.11)	1	2.3%
払沢の滝(No.12)	1	2.3%
秋川国際マス釣場(No.7)	1	2.3%
秋川渓谷戸倉体験研修センター(No.10)	1	2.3%
【周辺】つつる温泉	1	2.3%

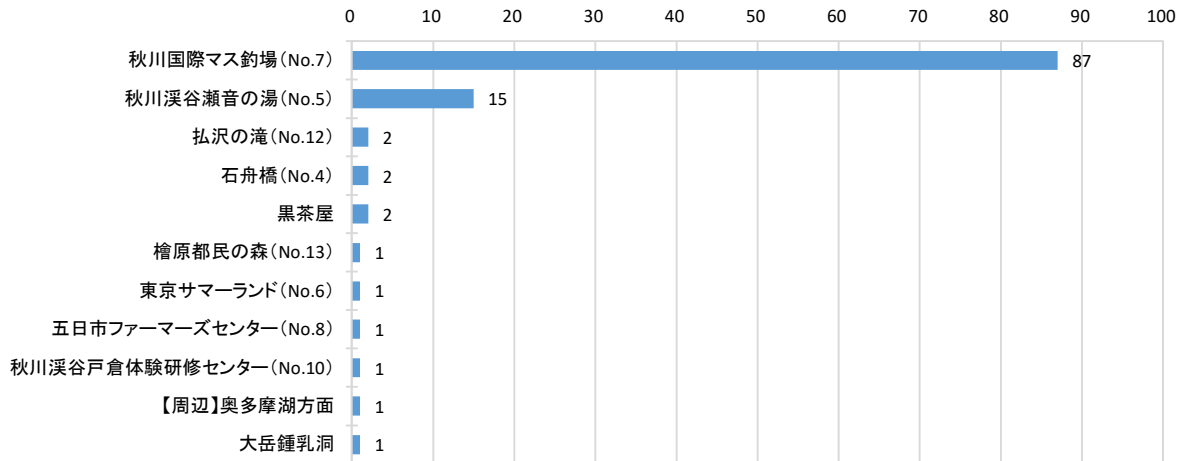
<秋川渓谷瀬音の湯>



図・表 巻-13(5) 主な立寄り地の地点（秋川渓谷瀬音の湯）

地点名	立寄り件数	選択率(全回答)
秋川渓谷瀬音の湯(No.5)	138	100.0%
石舟橋(No.4)	20	14.5%
払沢の滝(No.12)	9	6.5%
武蔵五日市駅(No.11)	5	3.6%
コテージ森林村(宿泊)	5	3.6%
広徳寺(No.2)	4	2.9%
【周辺】日の出山	4	2.9%
秋川ファーマーズセンター(No.9)	3	2.2%
特産物直売所 やまぶき屋(No.20)	2	1.4%
大岳鍾乳洞	2	1.4%
東京サマーランド(No.6)	1	0.7%
五日市ファーマーズセンター(No.8)	1	0.7%

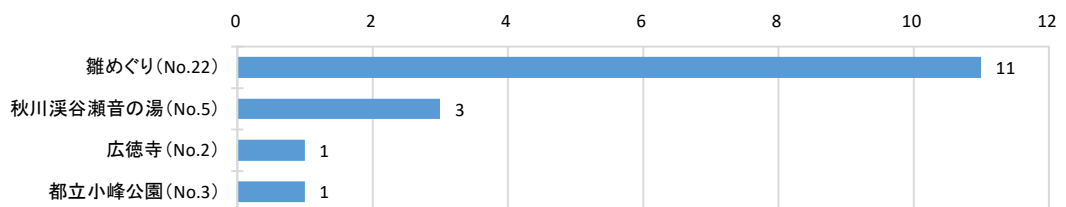
<秋川国際マス釣場>



図・表 巻-13(6) 主な立寄り地の地点 (秋川国際マス釣場)

地点名	立寄り 件数	選択率 (全回答)
秋川国際マス釣場 (No. 7)	87	100.0%
秋川渓谷瀬音の湯 (No. 5)	15	17.2%
弘沢の滝 (No. 12)	2	2.3%
石舟橋 (No. 4)	2	2.3%
黒茶屋	2	2.3%
檜原都民の森 (No. 13)	1	1.1%
東京サマーランド (No. 6)	1	1.1%
五日市ファーマーズセンター (No. 8)	1	1.1%
秋川渓谷戸倉体験研修センター (No. 10)	1	1.1%
【周辺】奥多摩湖方面	1	1.1%
大岳鍾乳洞	1	1.1%

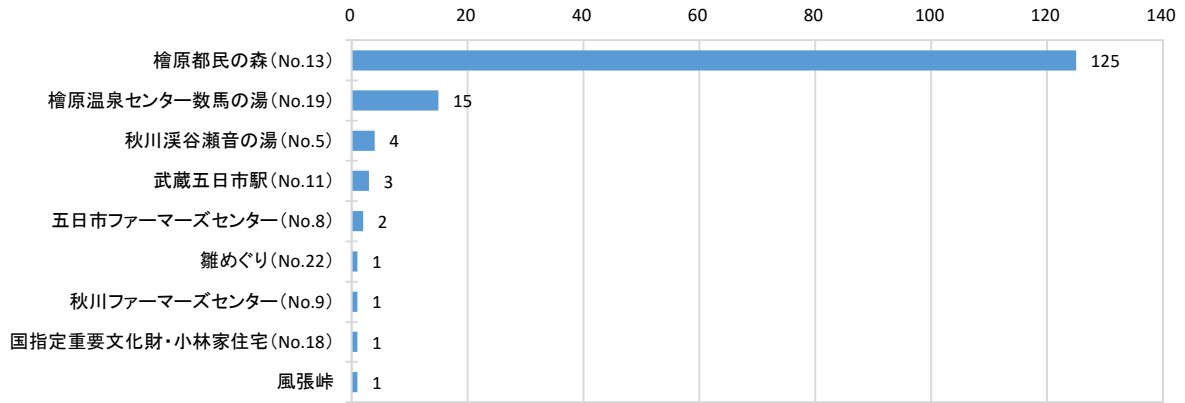
<雑めぐり>



図・表 巻-13(7) 主な立寄り地の地点 (雑めぐり)

地点名	立寄り 件数	選択率 (全回答)
雑めぐり (No. 22)	11	100.0%
秋川渓谷瀬音の湯 (No. 5)	3	27.3%
広徳寺 (No. 2)	1	9.1%
都立小峰公園 (No. 3)	1	9.1%

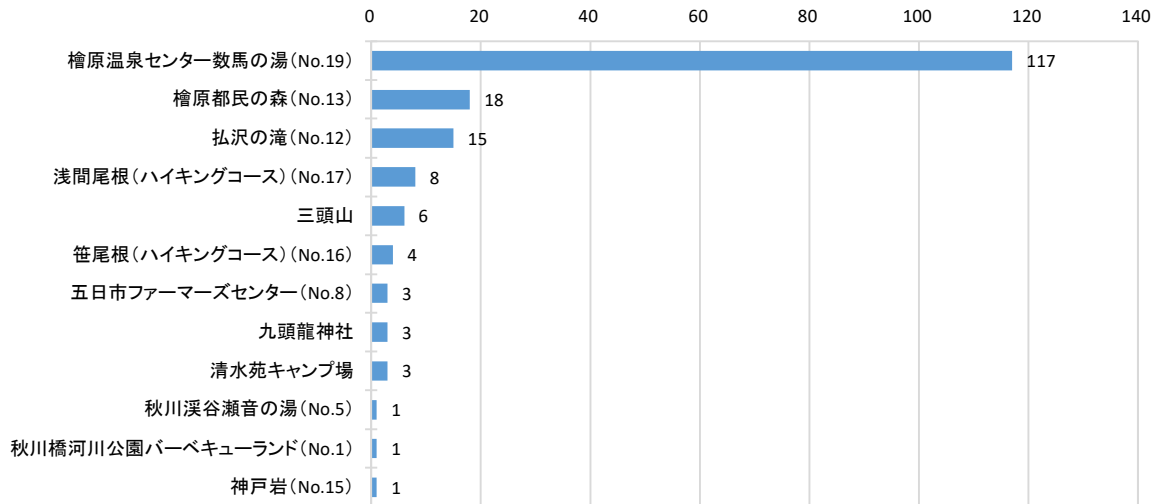
<檜原都民の森>



図・表 巻-13(8) 主な立寄り地の地点 (檜原都民の森)

地点名	立寄り件数	選択率 (全回答)
檜原都民の森 (No. 13)	125	100.0%
檜原温泉センター数馬の湯 (No. 19)	15	12.0%
秋川溪谷瀬音の湯 (No. 5)	4	3.2%
武蔵五日市駅 (No. 11)	3	2.4%
五日市ファーマーズセンター (No. 8)	2	1.6%
雛めぐり (No. 22)	1	0.8%
秋川ファーマーズセンター (No. 9)	1	0.8%
国指定重要文化財・小林家住宅 (No. 18)	1	0.8%
風張峠	1	0.8%

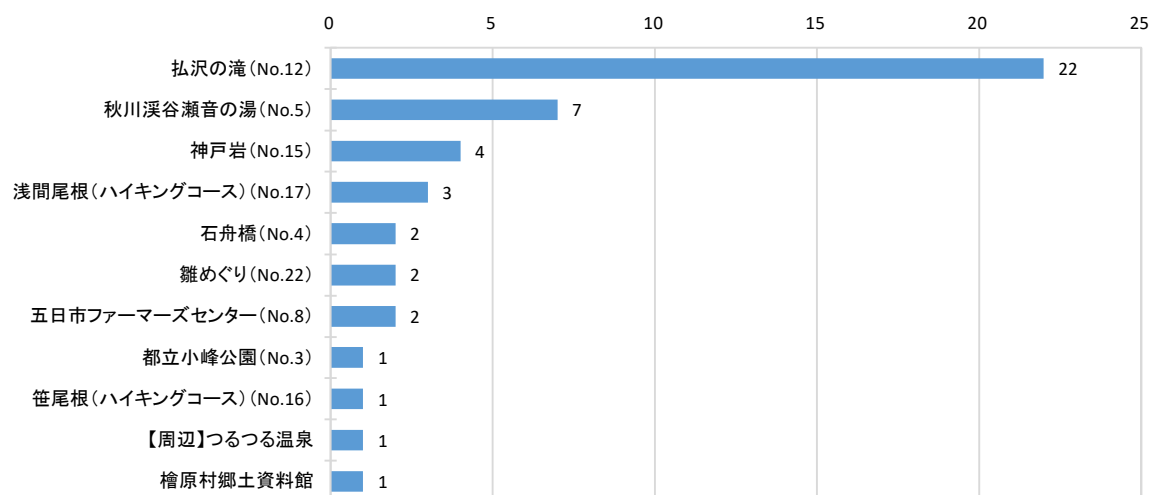
<檜原温泉センター数馬の湯>



図・表 巻-13(9) 主な立寄り地の地点 (檜原温泉センター数馬の湯)

地点名	立寄り件数	選択率 (全回答)
檜原温泉センター数馬の湯 (No. 19)	117	100.0%
檜原都民の森 (No. 13)	18	15.4%
払沢の滝 (No. 12)	15	12.8%
浅間尾根 (ハイキングコース) (No. 17)	8	6.8%
三頭山	6	5.1%
笹尾根 (ハイキングコース) (No. 16)	4	3.4%
五日市ファーマーズセンター (No. 8)	3	2.6%
九頭龍神社	3	2.6%
清水苑キャンプ場	3	2.6%
秋川溪谷瀬音の湯 (No. 5)	1	0.9%
秋川橋河川公園バーベキューランド (No. 1)	1	0.9%
神戸岩 (No. 15)	1	0.9%

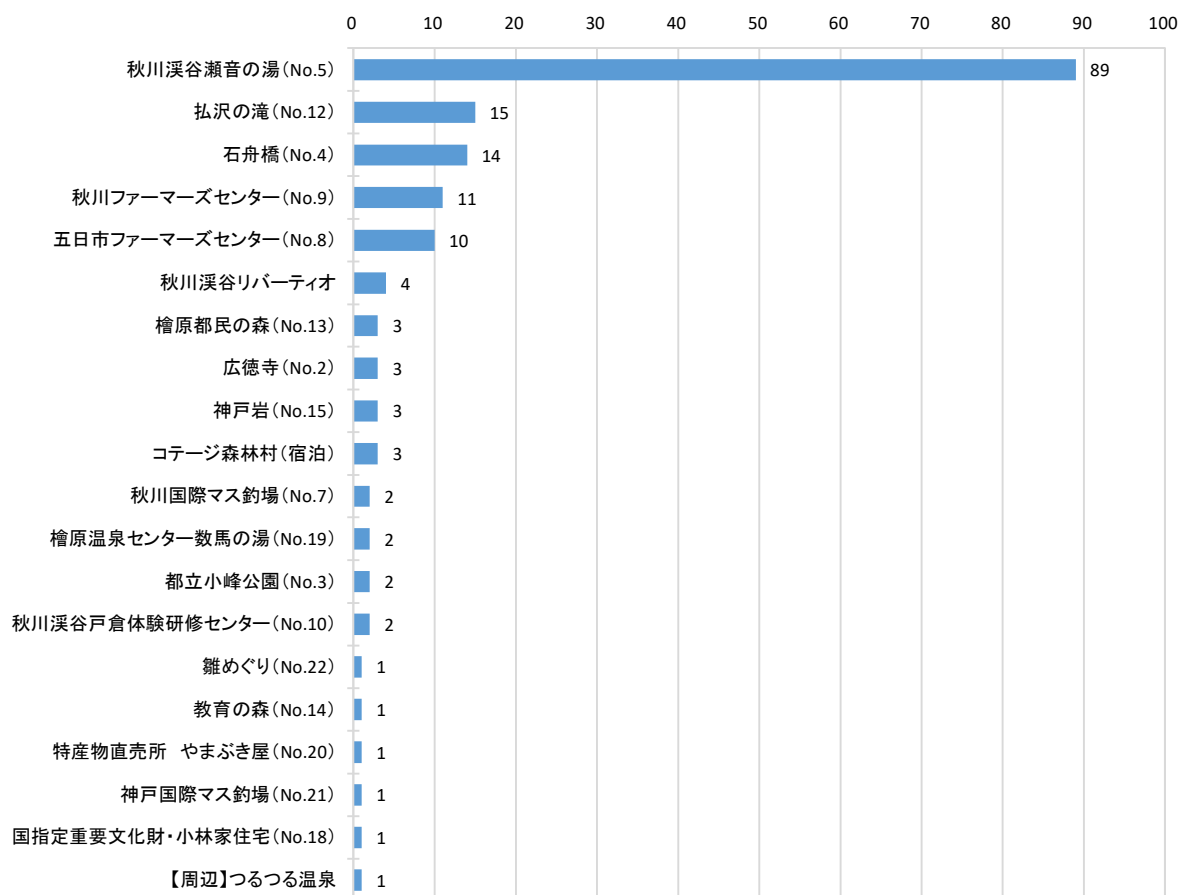
< 払沢の滝 >



図・表 巻-13(10) 主な立寄り地の地点 (払沢の滝)

地点名	立寄り 件数	選択率 (全回答)
払沢の滝 (No. 12)	22	100.0%
秋川渓谷瀬音の湯 (No. 5)	7	31.8%
神戸岩 (No. 15)	4	18.2%
浅間尾根 (ハイキングコース) (No. 17)	3	13.6%
石舟橋 (No. 4)	2	9.1%
雛めぐり (No. 22)	2	9.1%
五日市ファーマーズセンター (No. 8)	2	9.1%
都立小峰公園 (No. 3)	1	4.5%
笹尾根 (ハイキングコース) (No. 16)	1	4.5%
【周辺】つつる温泉	1	4.5%
檜原村郷土資料館	1	4.5%

<宿泊施設>



図・表 巻-13(10) 主な立寄り地の地点 (弘沢の滝)

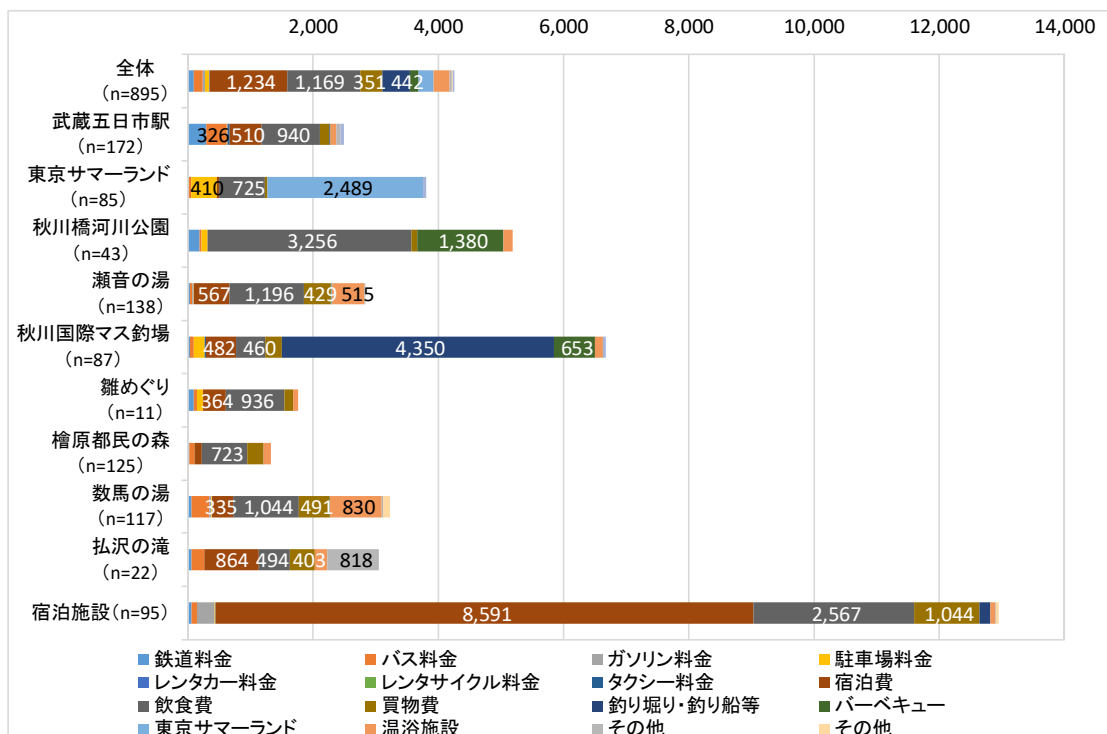
地点名	立寄り 件数	選択率 (全回答)
秋川渓谷瀬音の湯 (No. 5)	89	93.7%
弘沢の滝 (No. 12)	15	15.8%
石舟橋 (No. 4)	14	14.7%
秋川ファーマーズセンター (No. 9)	11	11.6%
五日市ファーマーズセンター (No. 8)	10	10.5%
秋川渓谷リバーテオ	4	4.2%
檜原都民の森 (No. 13)	3	3.2%
広徳寺 (No. 2)	3	3.2%
神戸岩 (No. 15)	3	3.2%
コテージ森林村 (宿泊)	3	3.2%
秋川国際マス釣場 (No. 7)	2	2.1%
檜原温泉センター数馬の湯 (No. 19)	2	2.1%
都立小峰公園 (No. 3)	2	2.1%
秋川渓谷戸倉体験研修センター (No. 10)	2	2.1%
雛めぐり (No. 22)	1	1.1%
教育の森 (No. 14)	1	1.1%
特産物直売所 やまぶき屋 (No. 20)	1	1.1%
神戸国際マス釣場 (No. 21)	1	1.1%
国指定重要文化財・小林家住宅 (No. 18)	1	1.1%
【周辺】つるつる温泉	1	1.1%

問 10. 秋川渓谷内で使用した費用（これから使う予定も含め）をご記入下さい（一人当たりもしくはグループ合計）

- ・旅行費用の平均金額は下記の通りである。
- ・全体の平均額は、4,252円(人)である。うち、飲食費が1,169円であり、全体の27.5%を占める。平均額の上位は、宿泊施設（宿泊費が高い）、秋川国際マス釣場（釣り堀り・釣り船利用者が多い）、秋川橋河川公園バーベキューランド（バーベキュー利用者が多い）と続く。
- ・また、雛めぐり及び檜原都民の森は、1,000円台と全体の平均額の半分以上となっている。

分類	全体	武蔵五日市駅	東京サマーランド	秋川橋河川公園	瀬音の湯	秋川国際マス釣場	雛めぐり	檜原都民の森	数馬の湯	弘沢の滝	宿泊施設		
交通費	鉄道料金	95	296	8	187	36	34	91	20	59	59	61	
	バス料金	141	326	45	33	30	57	58	76	284	206	86	
	ガソリン料金	37	0	0	0	22	0	0	0	0	30	0	279
	駐車場料金	68	8	410	96	4	177	91	10	16	0	9	
	レンタカー料金	2	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	レンタサイクル料金	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	タクシー料金	7	23	0	0	0	19	0	0	0	0	7	
宿泊費	1,234	510	39	0	567	482	364	120	335	864	8,591		
飲食費	1,169	940	725	3,256	1,196	460	936	723	1,044	494	2,567		
買物費	351	147	41	91	429	268	136	258	491	403	1,044		
入場料・体験費	釣り堀り・釣り船等	442	8	0	0	0	4,350	0	0	0	0	168	
	バーベキュー	135	12	0	1,380	14	653	0	0	9	0	0	
	東京サマーランド	237	0	2,489	0	7	0	0	0	0	0	0	
	温浴施設 (瀬音の湯・数馬の湯)	256	93	0	147	515	127	82	115	830	205	86	
	その他	37	64	0	0	12	0	0	0	18	818	8	
その他	20	0	0	0	4	3	0	0	111	0	39		
バック	20	58	45	0	0	43	0	0	0	0	0		
合計	4,252	2,494	3,802	5,189	2,836	6,672	1,758	1,321	3,226	3,049	12,946		
合計(バック除く)	4,233	2,436	3,757	5,189	2,836	6,629	1,758	1,321	3,226	3,049	12,946		

図・表 巻-14(1) 平均金額（未利用者を含んだ平均値）



- ・上記の金額を「日帰り」、「宿泊」に分けて算出した。「日帰り観光客」の平均額は2,800円、「宿泊観光客」の平均額は11,294円である。
- ・地点別の日帰り観光客消費額のうち、地点別の上位は、秋川国際マス釣場、秋川橋河川公園バーベキューランド、東京サマーランド、檜原温泉センター数馬の湯、秋川渓谷瀬音の湯と続き、この5地点は平均が2,000円を超える。
- ・地点別の宿泊観光客消費額のうち、地点別の上位は、秋川国際マス釣場、弘沢の滝、雛めぐりと続き、この3地点は平均が9,000円を超える。

表 巻-15(1) 日帰り・宿泊観光客の平均消費額単価（地点別）

分類	全体	武蔵五日市駅	東京サマーランド	秋川橋河川公園	瀬音の湯	秋川国際マス釣場	雛めぐり	檜原都民の森	数馬の湯	弘沢の滝	宿泊施設
日帰り	2,800	1,823	3,763	5,221	2,094	6,246	984	1,187	2,822	1,994	-
宿泊	11,294	8,235	4,869	3,850	8,919	13,659	9,500	5,368	8,649	9,733	12,946

表 巻-15(2) 日帰り観光客の平均消費額単価（地点別・項目別）

分類	全体	武蔵五日市駅	東京サマーランド	秋川橋河川公園	瀬音の湯	秋川国際マス釣場	雛めぐり	檜原都民の森	数馬の湯	弘沢の滝	宿泊施設	
交通費	鉄道料金	96	292	8	183	40	27	100	20	57	68	-
	バス料金	136	289	42	34	34	47	64	78	267	239	-
	ガソリン料金	9	0	0	0	24	0	0	0	32	0	-
	駐車場料金	78	9	417	98	4	182	50	10	8	0	-
	レンタカー料金	2	10	0	0	0	0	0	0	0	0	-
	レンタサイクル料金	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-
	タクシー料金	5	26	0	0	0	0	0	0	0	0	-
宿泊費	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	
飲食費	945	855	735	3,292	993	428	530	717	1,034	488	-	
(飲食費が占める割合)	33.8%	46.9%	19.5%	63.1%	47.5%	6.9%	53.9%	60.4%	36.6%	24.5%	-	
買物費	263	164	43	93	401	257	150	250	484	377	-	
入場料・体験費	釣り堀り・釣り船等	493	8	0	0	0	4,444	0	0	0	0	-
	バーベキュー	154	0	0	1,371	0	678	0	0	10	0	-
	東京サマーランド	274	0	2,471	0	7	0	0	0	0	0	-
	温浴施設 (瀬音の湯・数馬の湯)	283	98	0	150	571	134	90	112	819	189	-
	その他	36	71	0	0	14	0	0	0	19	632	-
その他	14	0	0	0	4	3	0	0	92	0	-	
バック	10	0	47	0	0	45	0	0	0	0	-	
合計	2,800	1,823	3,763	5,221	2,094	6,246	984	1,187	2,822	1,994	-	
合計(バック除く)	2,789	1,823	3,716	5,221	2,094	6,201	984	1,187	2,822	1,994	-	

表 卷-15(3) 宿泊観光客の平均消費額単価（地点別・項目別）

分類	全体	武蔵五日市駅	東京サマーランド	秋川橋河川公園	瀬音の湯	秋川国際マス釣場	雛めぐり	檜原都民の森	数馬の湯	弘沢の滝	宿泊施設	
交通費	鉄道料金	88	327	0	350	0	140	0	86	0	61	
	バス料金	165	650	111	0	0	214	0	503	0	86	
	ガソリン料金	173	0	0	0	0	0	0	0	0	279	
	駐車場料金	23	0	225	0	0	95	500	0	125	0	9
	レンタカー料金	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	レンタサイクル料金	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	タクシー料金	15	0	0	0	0	333	0	0	0	0	7
宿泊費	7,215	4,875	1,111	0	5,216	8,380	4,000	3,750	4,813	6,333	8,591	
飲食費	2,251	1,667	444	1,750	2,856	983	5,000	913	1,181	533	2,567	
（飲食費が占める割合）	19.9%	20.2%	9.1%	45.5%	32.0%	7.2%	52.6%	17.0%	13.7%	5.5%	19.8%	
買物費	782	0	0	0	655	450	0	500	588	567	1,044	
入場料・体験費	釣り堀り・釣り船等	197	0	0	0	2,813	0	0	0	0	168	
	バーベキュー	46	111	0	1,750	133	250	0	0	0	0	
	東京サマーランド	58	0	2,978	0	0	0	0	0	0	0	
	温浴施設 （瀬音の湯・数馬の湯）	128	50	0	0	60	0	205	979	300	86	
	その他	44	0	0	0	0	0	0	0	2,000	8	
その他	44	0	0	0	0	0	0	0	375	0	39	
バック	65	556	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
合計	11,294	8,235	4,869	3,850	8,919	13,659	9,500	5,368	8,649	9,733	12,946	
合計（バック除く）	11,229	7,679	4,869	3,850	8,919	13,659	9,500	5,368	8,649	9,733	12,946	

- ・各分類の未利用者（食事をしていないなど）を除いた、一人当たりの平均消費額は以下の通りである（各グループの一人当たりの平均単価）。飲食費は、実際に秋川渓谷内で消費した方の金額のみの算出となることから、一人当たりの平均単価は1,155円から1,813円に増加している。
- ・単価の高い項目（バックを除く）は、「宿泊費」、「釣り堀り・釣り船等」、「バーベキュー」、「東京サマーランド」と続く。単価を高めるためには、「宿泊者」を増やすなど、通過型から滞在型への観光を促すことが必要であり、滞在時間を高めさせ、体験料の増加、飲食費の増加を図っていくことが求められる。

表 巻-15(4) 平均金額（未利用者を除いた、消費した一人当たりの平均値）

分類	全体	武蔵五日市駅	東京サマーランド	秋川橋河川公園	瀬音の湯	秋川国際マス釣場	雑めぐり	檜原都民の森	数馬の湯	弘沢の滝	宿泊施設	
交通費	鉄道料金	348	349	330	350	350	369	333	349	343	325	340
	バス料金	838	739	763	716	300	620	640	1,890	1,659	1,135	509
	ガソリン料金	2,200	0	0	0	3,000	0	0	0	1,750	0	2,208
	駐車場料金	332	232	447	257	250	214	500	600	458	0	450
	レンタカー料金	1,500	1,500	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	レンタサイクル料金	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	タクシー料金	900	802	0	0	0	1,667	0	0	0	0	625
宿泊費	8,368	10,969	3,333	0	6,519	8,380	4,000	15,000	5,595	9,500	8,591	
飲食費	1,813	1,666	1,311	4,243	1,634	1,819	1,471	895	1,343	1,088	3,587	
買物費	1,268	1,009	1,167	975	1,138	1,167	750	1,404	1,085	682	1,871	
入場料・体験費	釣り堀り・釣り船等	4,768	1,300	0	0	0	4,672	0	0	0	0	16,000
	バーベキュー	3,369	2,000	0	2,373	1,000	8,119	0	0	1,100	0	0
	東京サマーランド	3,114	0	3,145	0	900	0	0	0	0	0	0
	温浴施設 (瀬音の湯・数馬の湯)	937	892	0	900	912	1,101	900	956	916	900	1,640
	その他	3,050	3,667	0	0	567	0	0	0	2,050	6,000	800
その他	2,500	0	0	0	500	250	0	0	4,333	0	1,875	
バック	2,507	10,000	770	0	0	3,700	0	0	0	0	0	
合計	37,812	35,124	11,266	9,814	17,071	32,077	8,595	21,094	20,632	19,630	38,496	
合計(バック除く)	35,304	25,124	10,496	9,814	17,071	28,377	8,595	21,094	20,632	19,630	38,496	

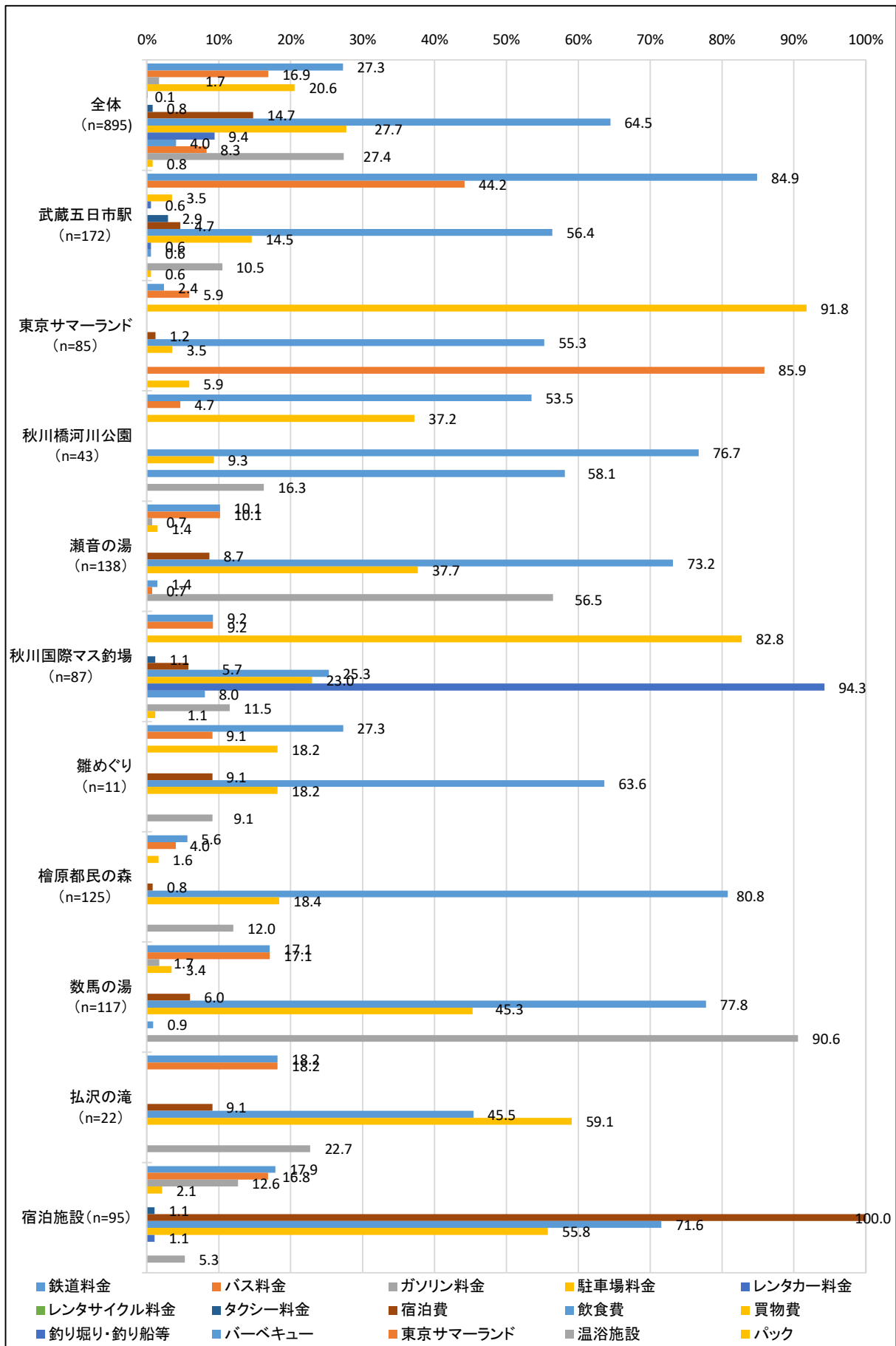


図 巻-15(5) 項目別の利用率 (0円回答も含む)

【合計費用】

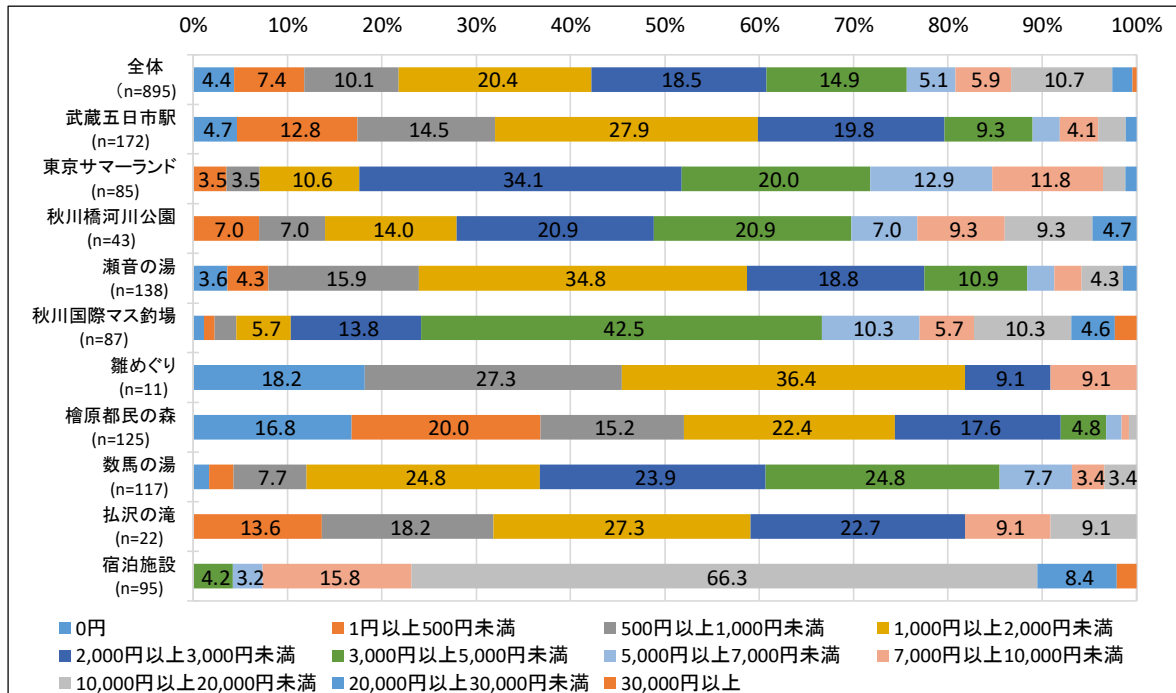


図 巻-16 合計費用の分布

【交通費：鉄道料金】

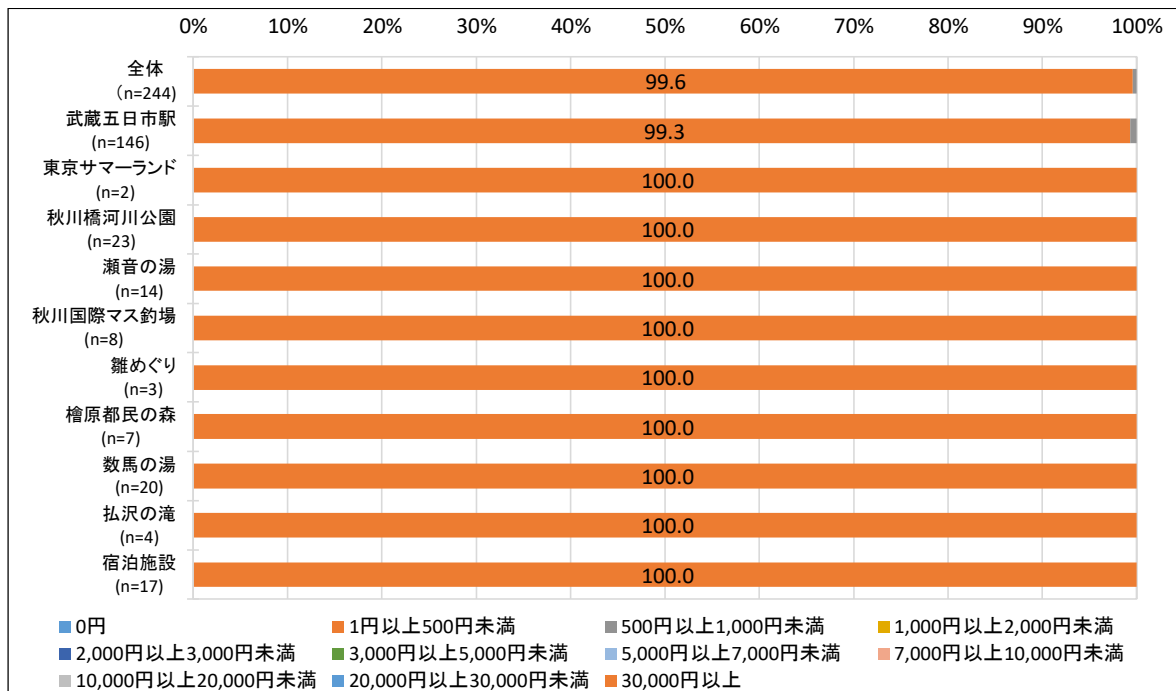


図 巻-17 鉄道料金の分布

【交通費：バス料金】

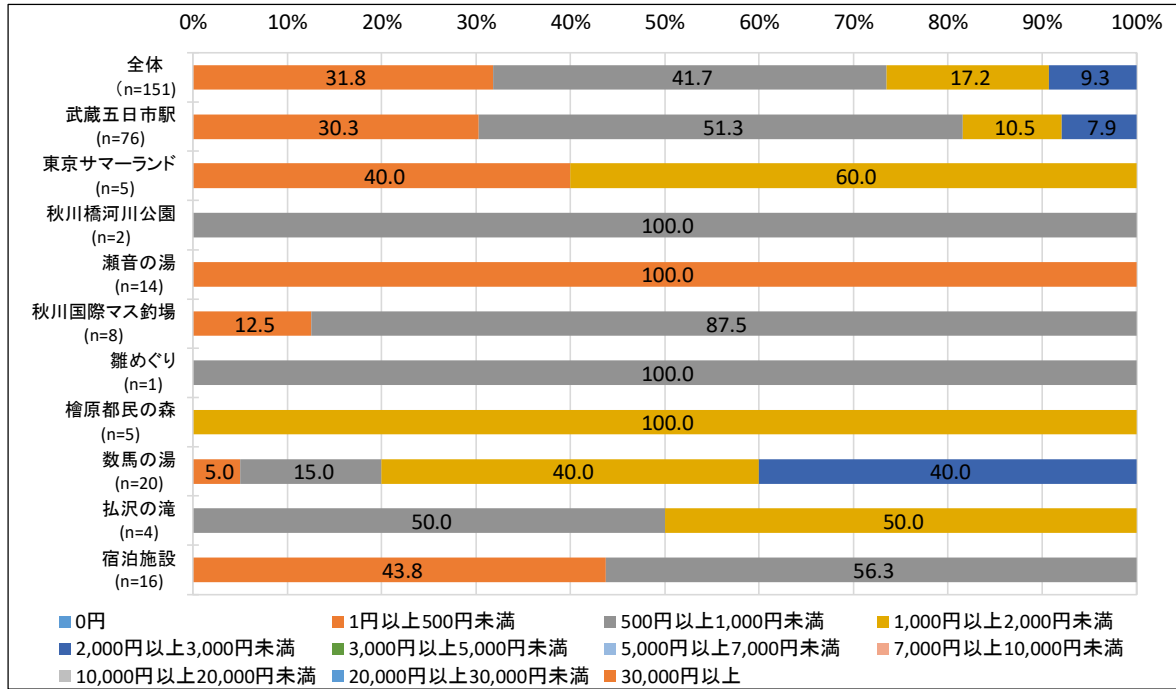


図 巻-18 バス料金の分布

【交通費：ガソリン料金】

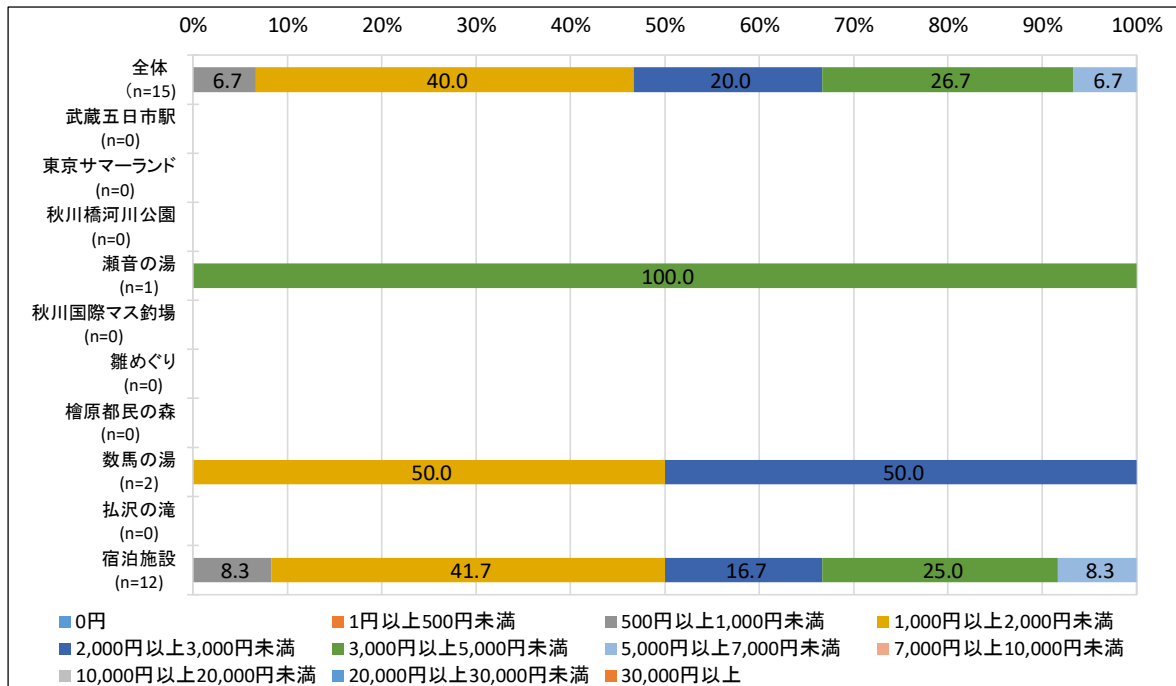


図 巻-19 ガソリン料金の分布

【交通費：駐車場料金】

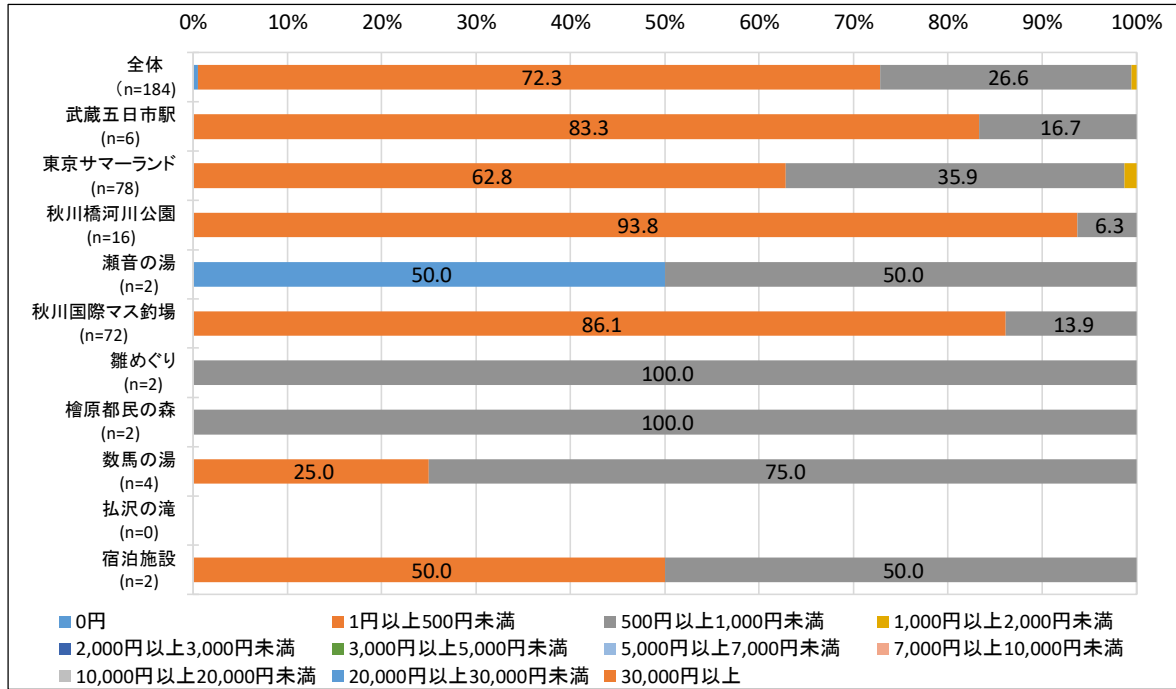


図 巻-20 駐車場料金の分布

【交通費：レンタカー料金】

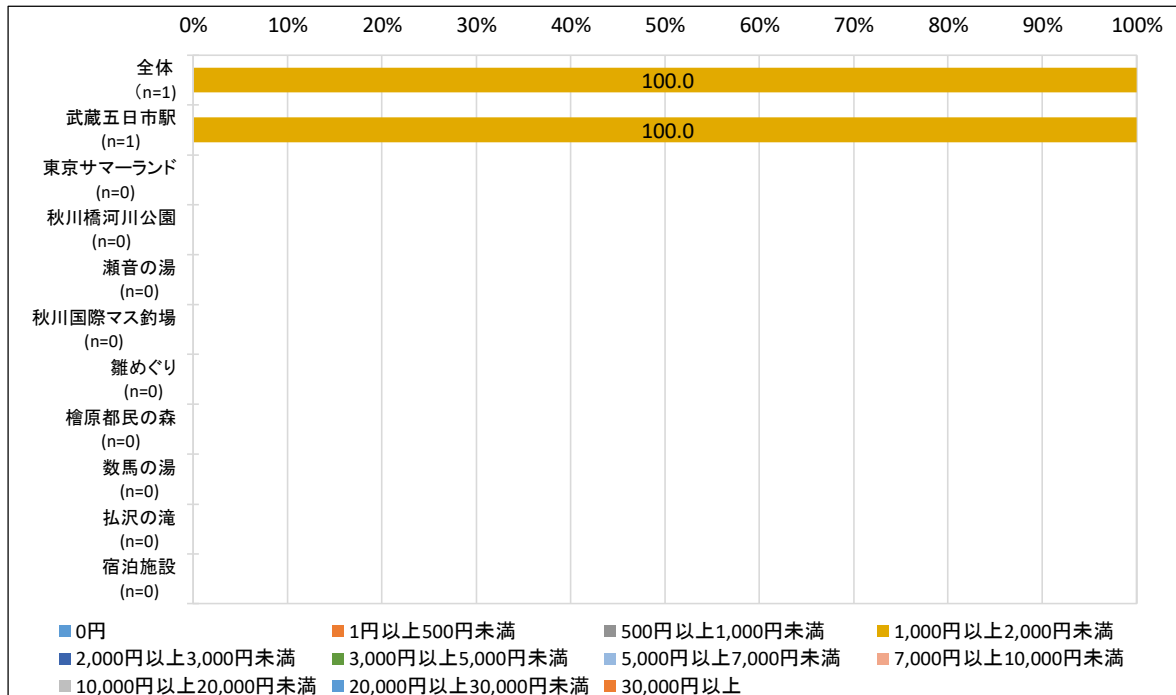


図 巻-21 レンタカー料金の分布

【交通費：レンタサイクル料金】

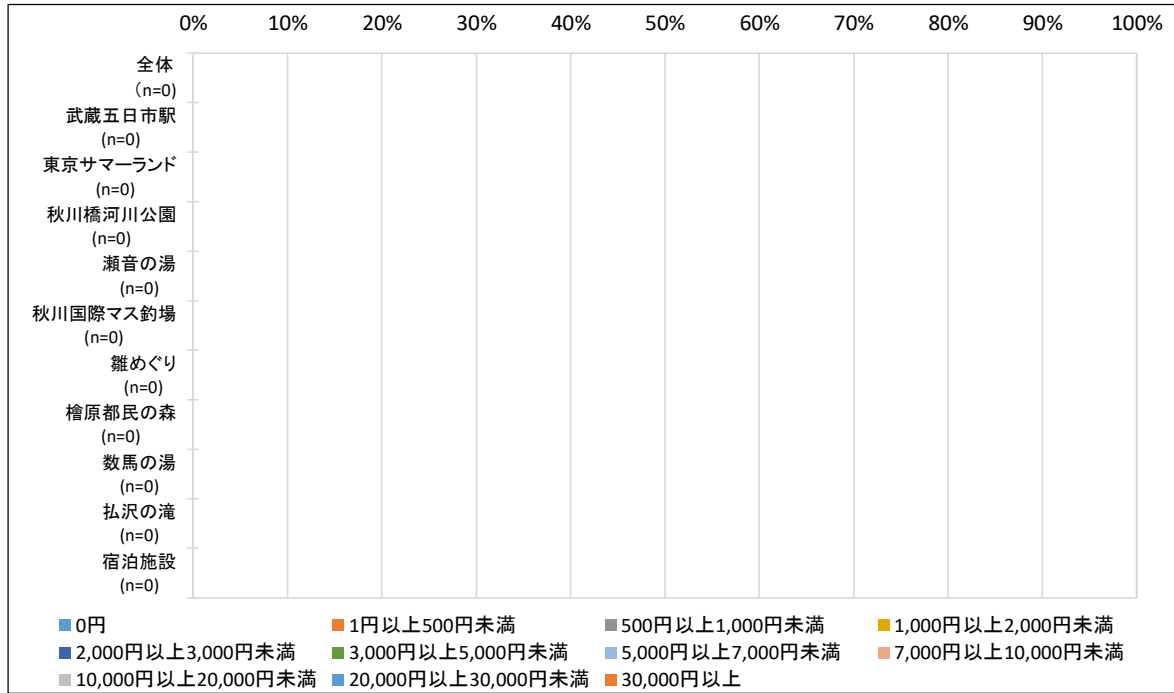


図 巻-22 レンタサイクル料金の分布

【交通費：タクシー料金】

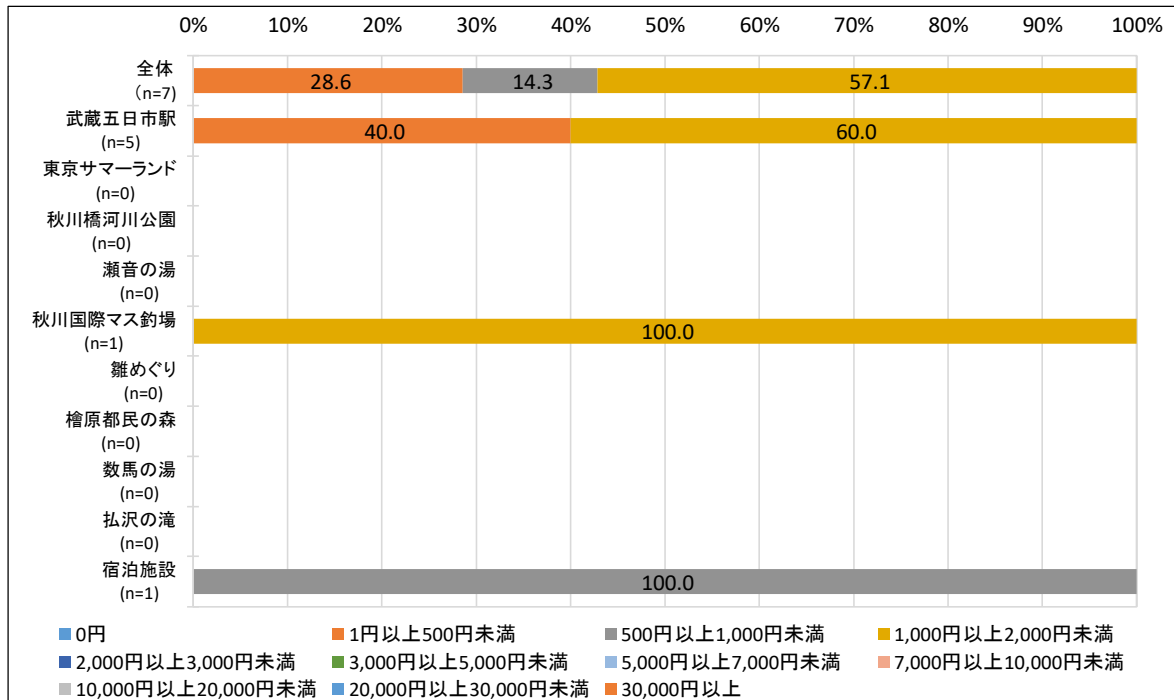


図 巻-23 タクシー料金の分布

【宿泊費】

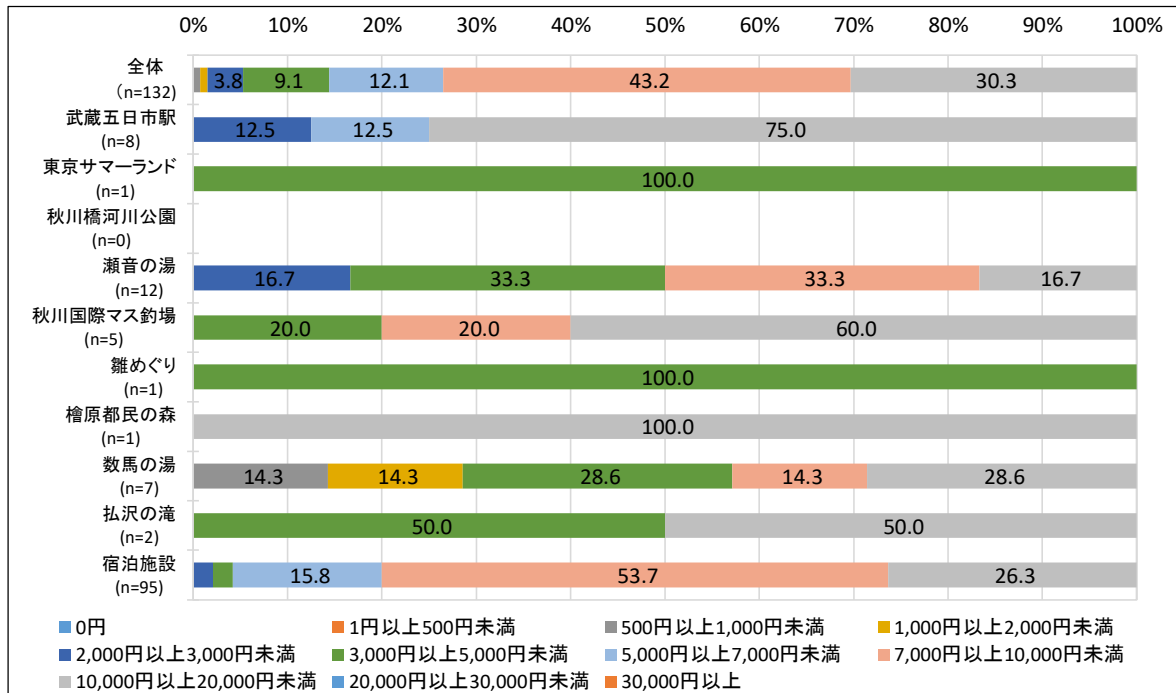


図 巻-24 宿泊費の分布

【飲食費】

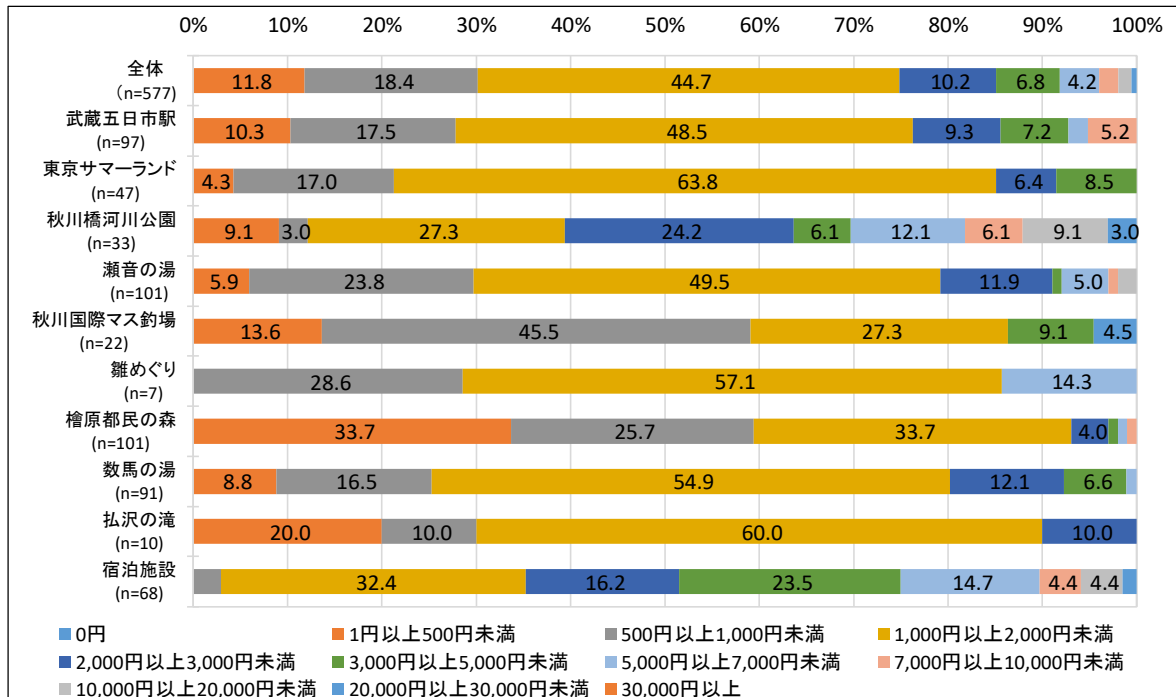


図 巻-25 飲食費の分布

【買物費】

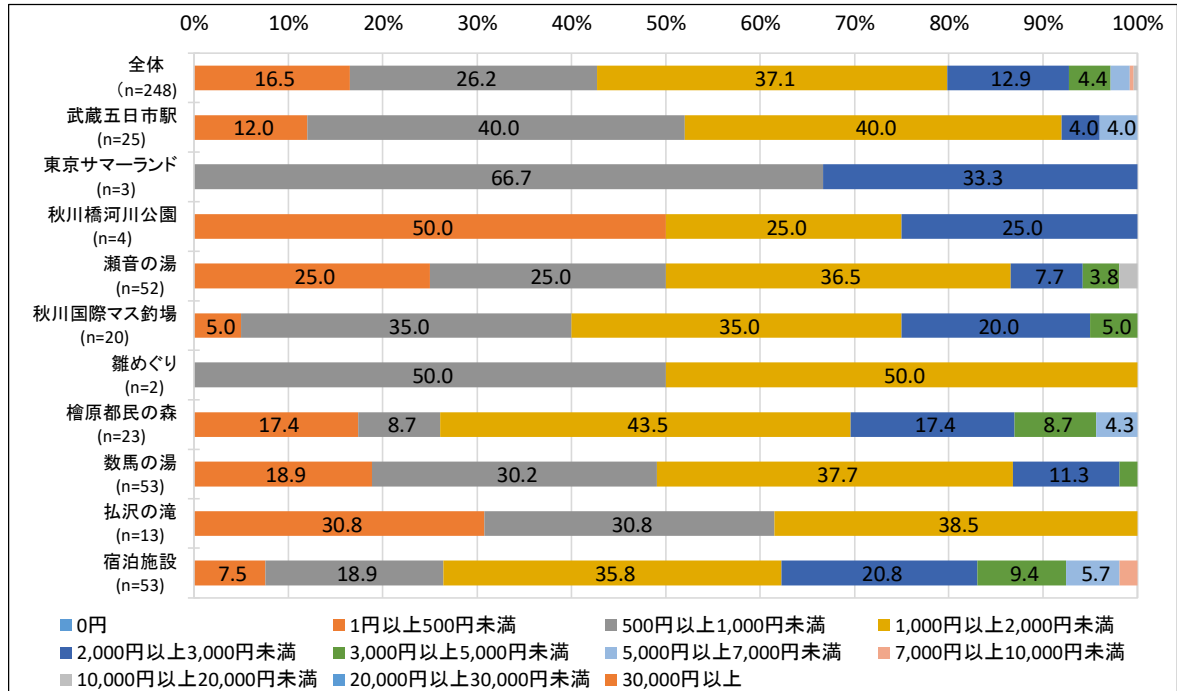


図 巻-26 買物費の分布

【体験施設：釣り堀り・釣り船等】

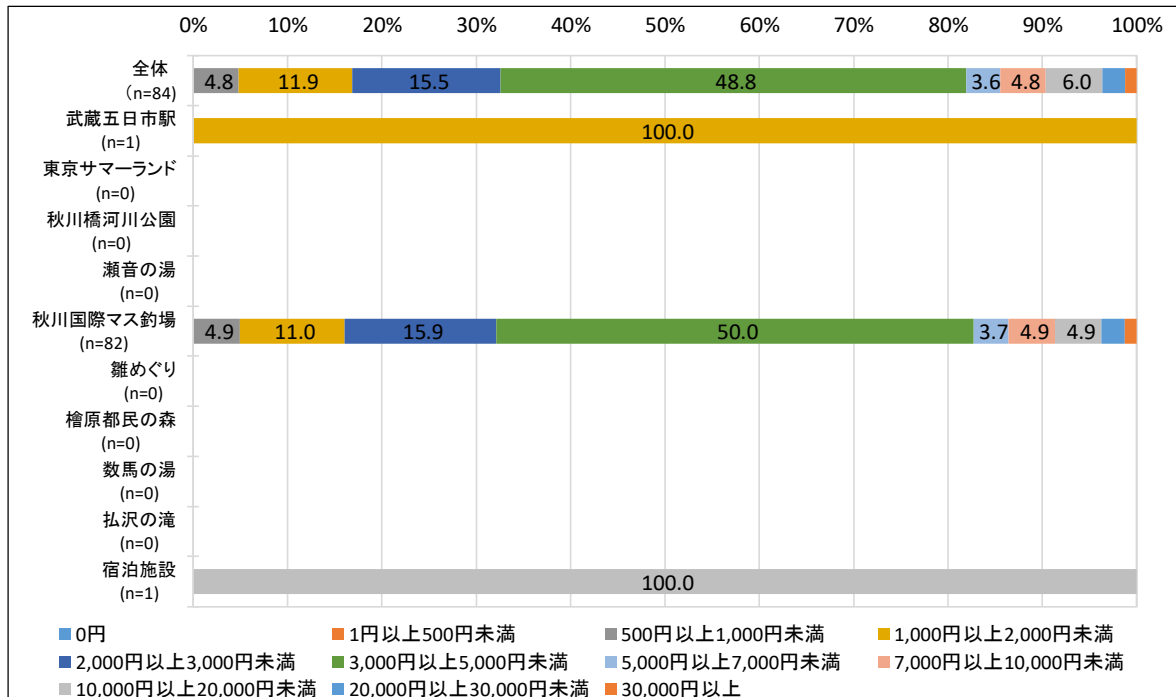


図 巻-27 釣り堀り・釣り船等の分布

【体験施設：バーベキュー】

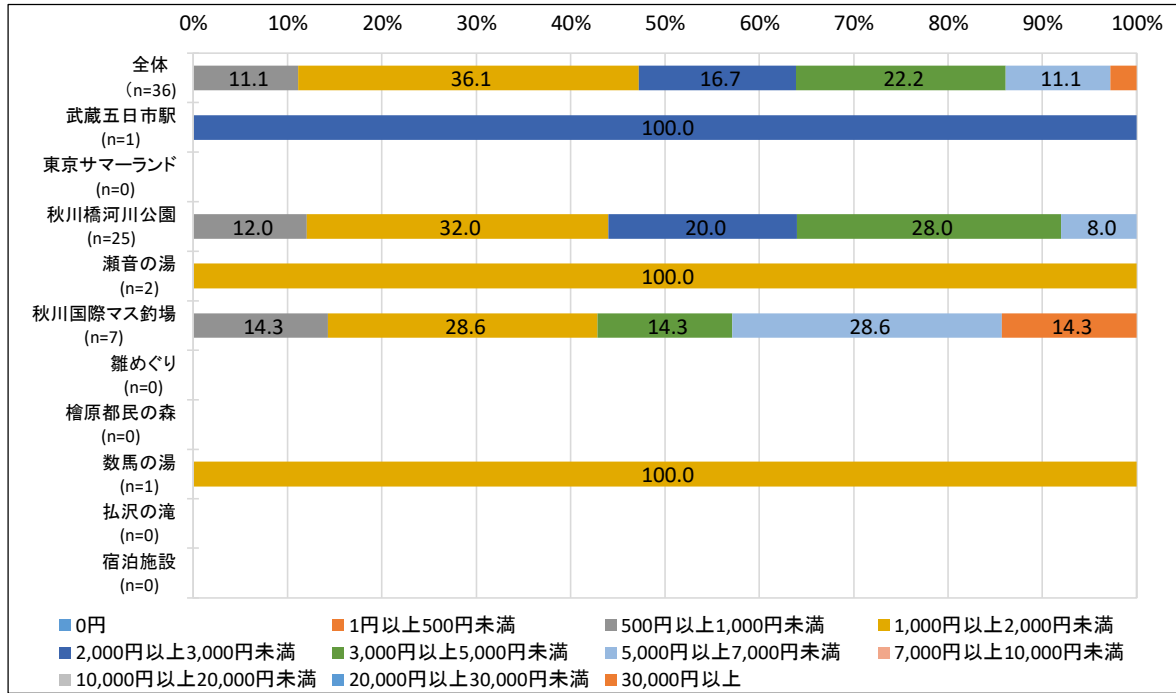


図 巻-28 バーベキューの分布

【体験施設：東京サマーランド】

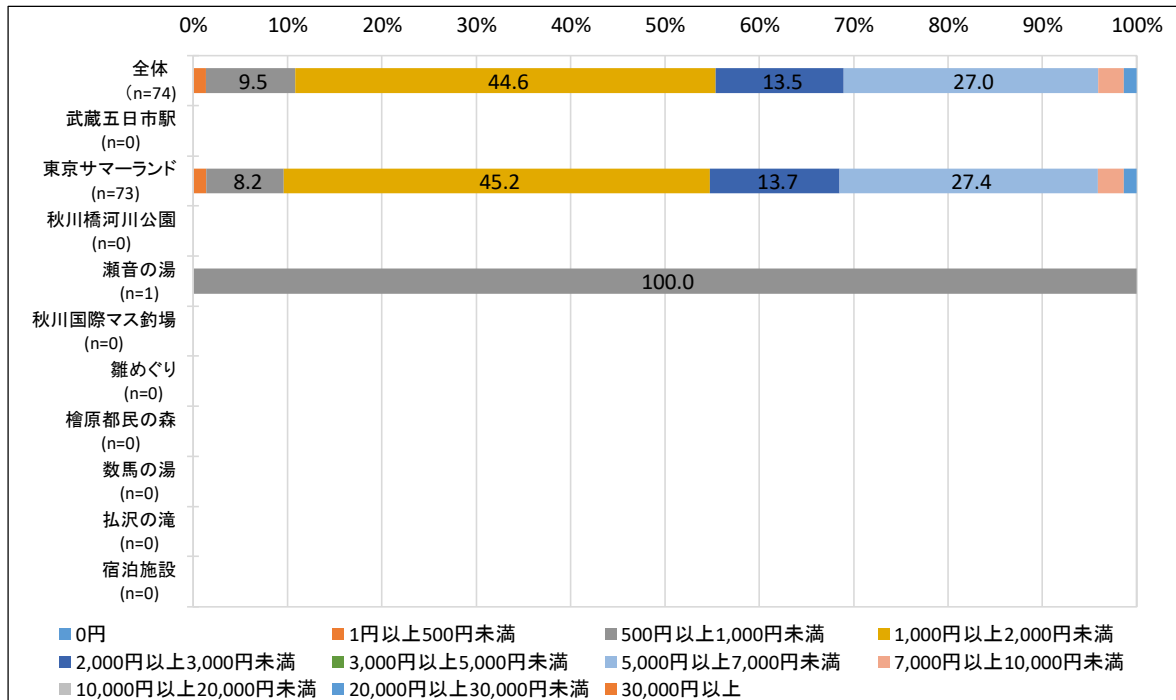


図 巻-29 東京サマーランドの分布

【体験施設：温浴施設（秋川渓谷瀬音の湯、檜原温泉センター数馬の湯）】

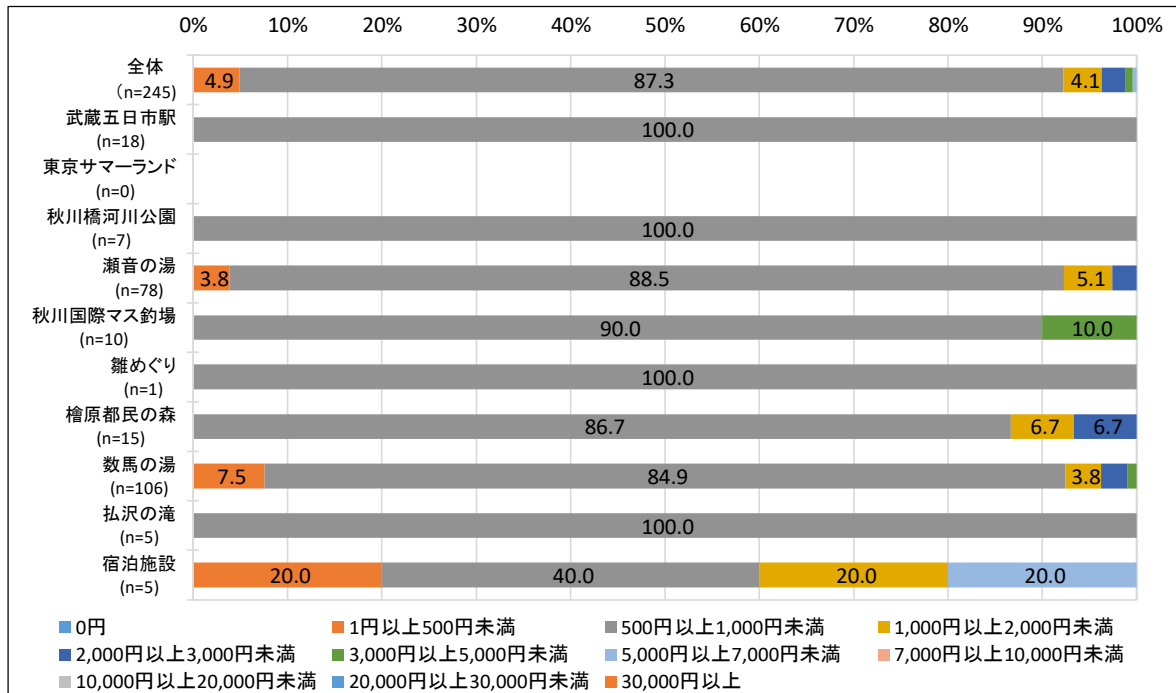


図 巻-30 温浴施設の分布

【体験施設：その他】

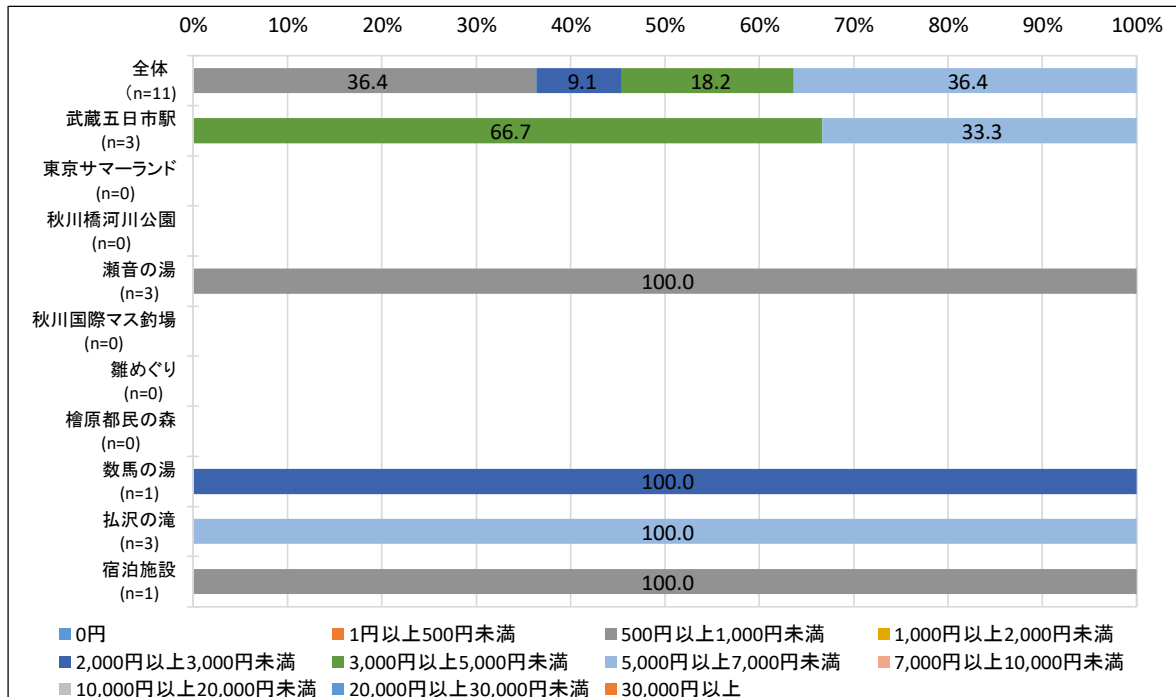


図 巻-31 その他の分布

【その他】

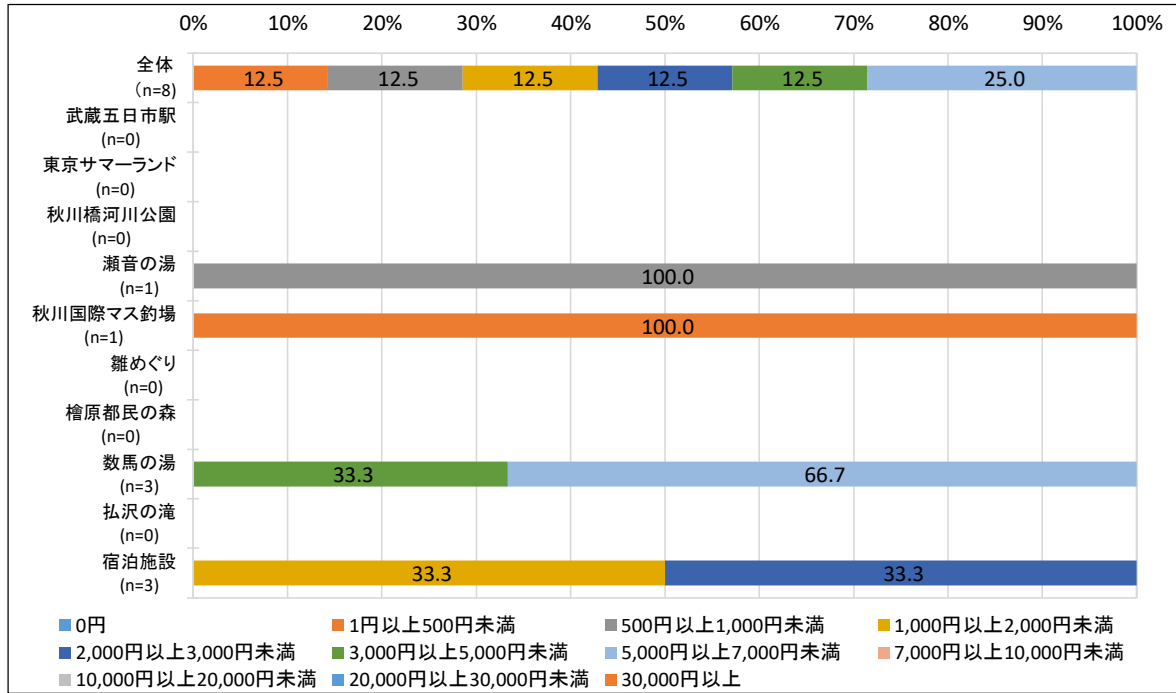


図 巻-32 その他の分布

【パック】

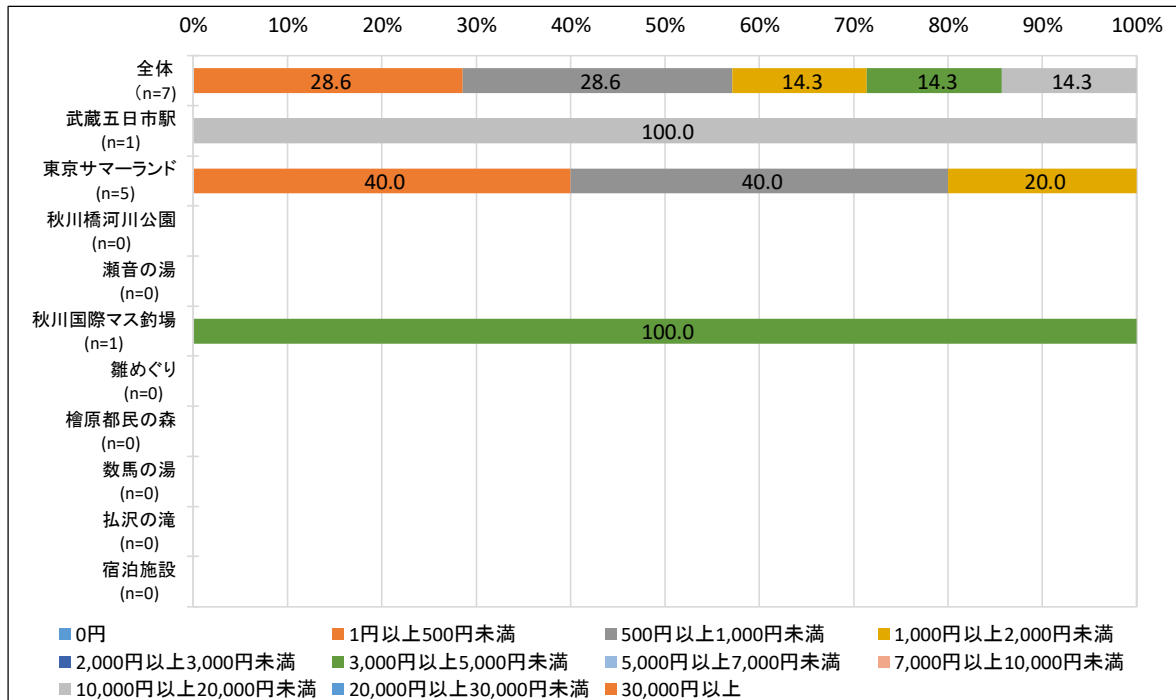


図 巻-33 パックの分布

問 11. 今回の旅行で、秋川渓谷に来訪するきっかけとなった情報源は何ですか。

※〇はいくつでも

- ・「以前来訪した際の自身の経験」(55.1%)が一番高く、次いで「その他のWebサイト」(16.1%)、「家族や友人知人の話」(15.2%)、「地域や施設の公式Webサイト」(13.1%)と続く。
- ・宿泊施設、秋川渓谷瀬音の湯、秋川国際マス釣場以外では、「以前来訪した際の自身の経験」の割合が半数以上と高く、リピーターの利用率が高いことが考えられる。一方、秋川国際マス釣場では「地域や施設の公式Webサイト」(33.3%)が3割を超えており、「以前来訪した際の自身の経験」は他の地点と比べても低い結果となっている。

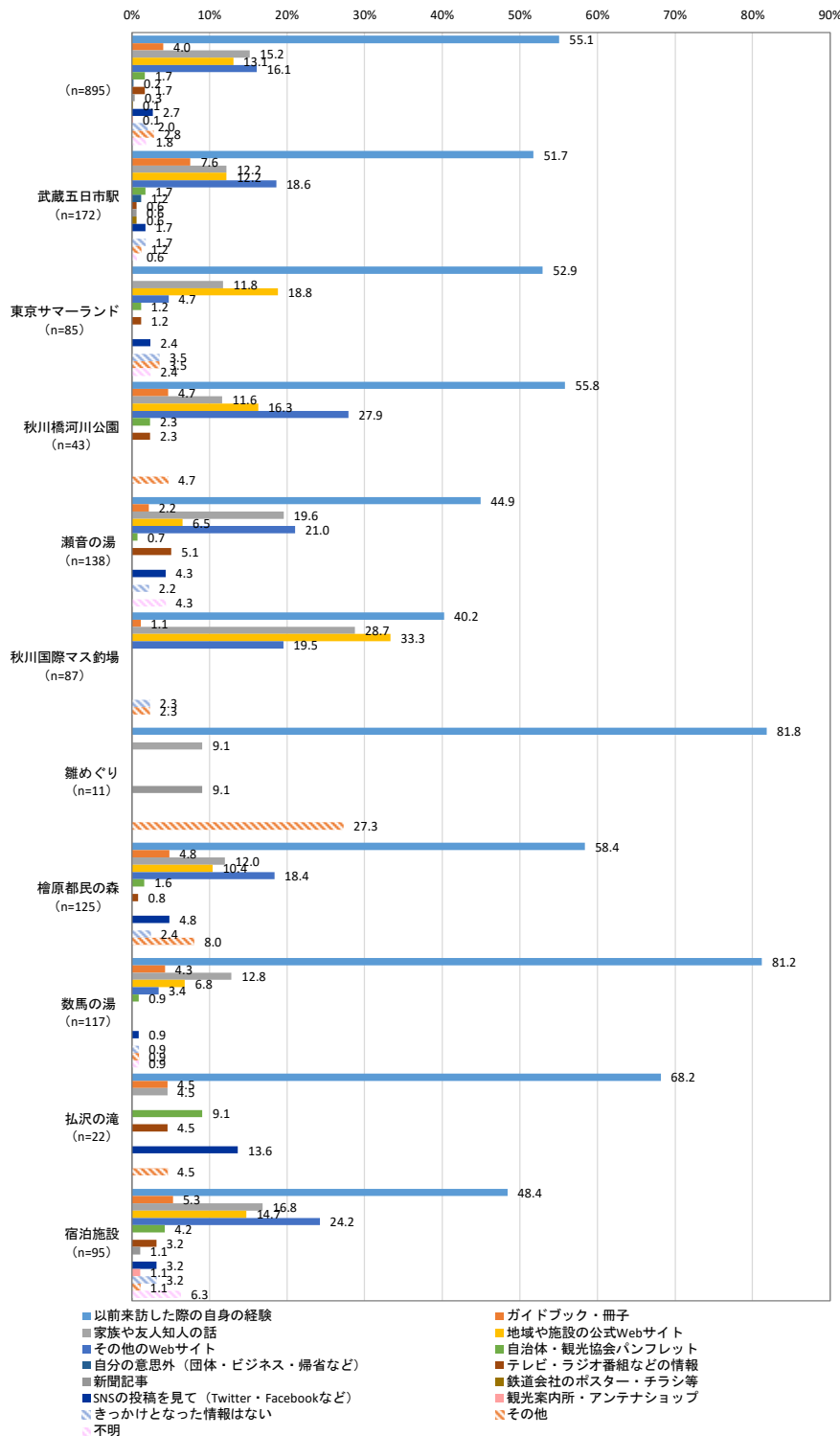


図 巻-34(1) 情報源

表 巻-34(1) 情報源

	合計	以前 来訪 した 際の 自身 の経 験	ガイ ドブ ック ・冊 子	家 族 や 友 人 知 人 の 話	地 域 や 施 設 の 公 式 W e b サ イ ト	そ の 他 の W e b サ イ ト	自 治 体 ・ 観 光 協 会 パ ン フ レ ッ ト	自 分 の 意 思 外 (団 体 ・ ビ ジ ネ ス ・ 帰 省 な ど)	情 報 テ レ ビ ・ ラ ジ オ 番 組 な ど の	新 聞 記 事	シ ン 等 鉄 道 会 社 の ポ ス タ ー ・ チ ラ	S N S の 投 稿 を 見 て (T w i t t e r ・ F a c e b o o k な ど)	観 光 案 内 所 ・ ア ン テ ナ シ ョ ッ プ	い き つ か け と な っ た 情 報 は な い	そ の 他	不 明
全体	895 100.0	493 55.1	36 4.0	136 15.2	117 13.1	144 16.1	15 1.7	2 0.2	15 1.7	3 0.3	1 0.1	24 2.7	1 0.1	18 2.0	25 2.8	16 1.8
武蔵五日市駅	172 100.0	89 51.7	13 7.6	21 12.2	21 12.2	32 18.6	3 1.7	2 1.2	1 0.6	1 0.6	1 0.6	3 1.7	0 0.0	3 1.7	2 1.2	1 0.6
東京 サマーランド	85 100.0	45 52.9	0 0.0	10 11.8	16 18.8	4 4.7	1 1.2	0 0.0	1 1.2	0 0.0	0 0.0	2 2.4	0 0.0	3 3.5	3 3.5	2 2.4
秋川橋 河川公園	43 100.0	24 55.8	2 4.7	5 11.6	7 16.3	12 27.9	1 2.3	0 0.0	1 2.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 4.7	0 0.0
瀬音の湯	138 100.0	62 44.9	3 2.2	27 19.6	6.5 21.0	9 21.0	1 0.7	0 0.0	7 5.1	0 0.0	0 0.0	6 4.3	0 0.0	3 2.2	0 0.0	6 4.3
秋川国際 マス釣場	87 100.0	35 40.2	1 1.1	25 28.7	29 33.3	17 19.5	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 2.3	2 2.3	0 0.0
雛めぐり	11 100.0	9 81.8	0 0.0	1 9.1	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 9.1	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	3 27.3	0 0.0
檜原都民の森	125 100.0	73 58.4	6 4.8	15 12.0	13 10.4	23 18.4	2 1.6	0 0.0	1 0.8	0 0.0	0 0.0	6 4.8	0 0.0	3 2.4	10 8.0	0 0.0
数馬の湯	117 100.0	95 81.2	5 4.3	15 12.8	8 6.8	4 3.4	1 0.9	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 0.9	0 0.0	1 0.9	1 0.9	1 0.9
弘沢の滝	22 100.0	15 68.2	1 4.5	1 4.5	0 0.0	0 0.0	2 9.1	0 0.0	1 4.5	0 0.0	0 0.0	3 13.6	0 0.0	0 0.0	1 4.5	0 0.0
宿泊施設	95 100.0	46 48.4	5 5.3	16 16.8	14 14.7	23 24.2	4 4.2	0 0.0	3 3.2	1 1.1	0 0.0	3 3.2	1 1.1	3 3.2	1 1.1	6 6.3

(上段:実数、下段:%)

問 12. 現在の観光地周辺、秋川渓谷への旅行の満足度についてお聞かせ下さい。

※〇は各項目につき1つだけ（無回答、対象外を除いて集計）

- ・利用者の総合満足度は、「満足」（51.3%）、「大変満足」（29.6%）の合算の割合が80.9%と約8割である。地点別では、秋川橋河川公園バーベキューランド(92.8%)、払沢の滝(90.9%)、宿泊施設(90.0%)で、合算の割合が9割を超える。
- ・一方、不満の回答は、「やや不満」（0.3%）、「不満」（0.1%）、「大変不満」（0.3%）の合算の割合が1割近くある。地点別では、雛めぐり(9.1%)、払沢の滝(4.5%)、東京サマーランド(1.2%)で合算の割合が高い。
- ・項目別では、「大変満足」、「満足」の合算値では、宿泊施設(89.7%)が一番高く、次いで景観・雰囲気(85.2%)、現在の観光地(82.8%)となる。一方、やや不満以下では、地図・案内の分かりやすさ(5.6%)となる。

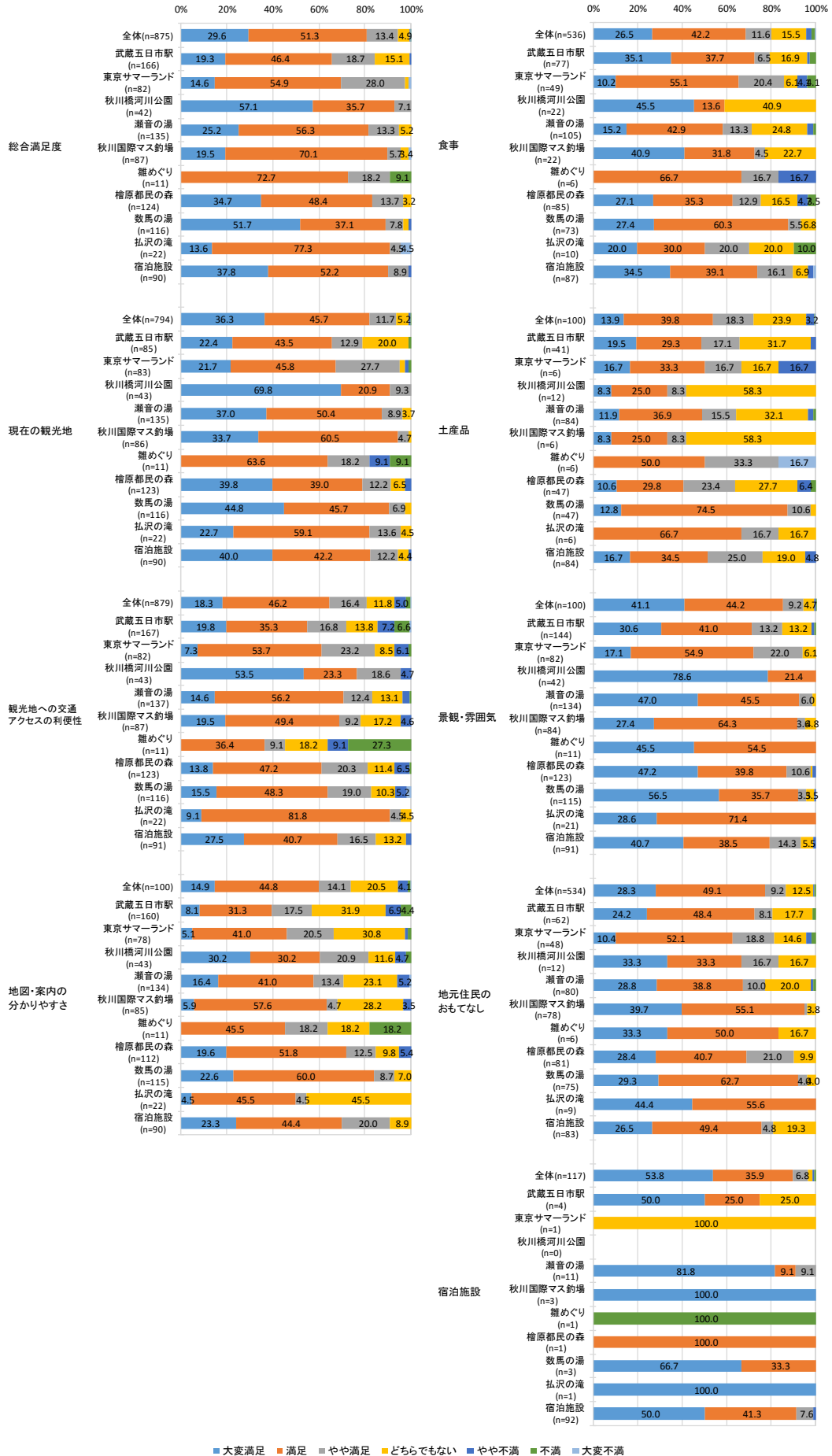


図 巻-35 旅行満足度

表 巻-35 旅行満足度(1)

		合計	大変満足	満足	やや満足	どちらでも もない	やや不満	不満	大変不満
総合満足度	全体	875	259	449	117	43	3	1	3
		100.0	29.6	51.3	13.4	4.9	0.3	0.1	0.3
	武蔵五日市駅	166	32	77	31	25	1	0	0
		100.0	19.3	46.4	18.7	15.1	0.6	0.0	0.0
	東京サマーランド	82	12	45	23	1	0	0	1
		100.0	14.6	54.9	28.0	1.2	0.0	0.0	1.2
	秋川橋河川公園	42	24	15	3	0	0	0	0
		100.0	57.1	35.7	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	瀬音の湯	135	34	76	18	7	0	0	0
		100.0	25.2	56.3	13.3	5.2	0.0	0.0	0.0
	秋川国際マス釣場	87	17	61	5	3	0	0	1
		100.0	19.5	70.1	5.7	3.4	0.0	0.0	1.1
	薮めぐり	11	0	8	2	0	0	1	0
		100.0	0.0	72.7	18.2	0.0	0.0	9.1	0.0
	檜原都民の森	124	43	60	17	4	0	0	0
		100.0	34.7	48.4	13.7	3.2	0.0	0.0	0.0
	数馬の湯	116	60	43	9	3	1	0	0
		100.0	51.7	37.1	7.8	2.6	0.9	0.0	0.0
	弘沢の滝	22	3	17	1	0	0	0	1
		100.0	13.6	77.3	4.5	0.0	0.0	0.0	4.5
宿泊施設	90	34	47	8	0	1	0	0	
	100.0	37.8	52.2	8.9	0.0	1.1	0.0	0.0	
観光地への交通 アクセスの利便性	全体	794	288	363	93	41	6	3	0
		100.0	36.3	45.7	11.7	5.2	0.8	0.4	0.0
	武蔵五日市駅	85	19	37	11	17	0	1	0
		100.0	22.4	43.5	12.9	20.0	0.0	1.2	0.0
	東京サマーランド	83	18	38	23	2	1	1	0
		100.0	21.7	45.8	27.7	2.4	1.2	1.2	0.0
	秋川橋河川公園	43	30	9	4	0	0	0	0
		100.0	69.8	20.9	9.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	瀬音の湯	135	50	68	12	5	0	0	0
		100.0	37.0	50.4	8.9	3.7	0.0	0.0	0.0
	秋川国際マス釣場	86	29	52	4	1	0	0	0
		100.0	33.7	60.5	4.7	1.2	0.0	0.0	0.0
	薮めぐり	11	0	7	2	0	1	1	0
		100.0	0.0	63.6	18.2	0.0	9.1	9.1	0.0
	檜原都民の森	123	49	48	15	8	3	0	0
		100.0	39.8	39.0	12.2	6.5	2.4	0.0	0.0
	数馬の湯	116	52	53	8	3	0	0	0
		100.0	44.8	45.7	6.9	2.6	0.0	0.0	0.0
	弘沢の滝	22	5	13	3	1	0	0	0
		100.0	22.7	59.1	13.6	4.5	0.0	0.0	0.0
宿泊施設	90	36	38	11	4	1	0	0	
	100.0	40.0	42.2	12.2	4.4	1.1	0.0	0.0	
現在の観光地	全体	879	161	406	144	104	44	17	3
		100.0	18.3	46.2	16.4	11.8	5.0	1.9	0.3
	武蔵五日市駅	167	33	59	28	23	12	11	1
		100.0	19.8	35.3	16.8	13.8	7.2	6.6	0.6
	東京サマーランド	82	6	44	19	7	5	1	0
		100.0	7.3	53.7	23.2	8.5	6.1	1.2	0.0
	秋川橋河川公園	43	23	10	8	0	2	0	0
		100.0	53.5	23.3	18.6	0.0	4.7	0.0	0.0
	瀬音の湯	137	20	77	17	18	4	1	0
		100.0	14.6	56.2	12.4	13.1	2.9	0.7	0.0
	秋川国際マス釣場	87	17	43	8	15	4	0	0
		100.0	19.5	49.4	9.2	17.2	4.6	0.0	0.0
	薮めぐり	11	0	4	1	2	1	3	0
		100.0	0.0	36.4	9.1	18.2	9.1	27.3	0.0
	檜原都民の森	123	17	58	25	14	8	1	0
		100.0	13.8	47.2	20.3	11.4	6.5	0.8	0.0
	数馬の湯	116	18	56	22	12	6	0	2
		100.0	15.5	48.3	19.0	10.3	5.2	0.0	1.7
	弘沢の滝	22	2	18	1	1	0	0	0
		100.0	9.1	81.8	4.5	4.5	0.0	0.0	0.0
宿泊施設	91	25	37	15	12	2	0	0	
	100.0	27.5	40.7	16.5	13.2	2.2	0.0	0.0	
地図・案内の 分かりやすさ	全体	850	127	381	120	174	35	12	1
		100.0	14.9	44.8	14.1	20.5	4.1	1.4	0.1
	武蔵五日市駅	160	13	50	28	51	11	7	0
		100.0	8.1	31.3	17.5	31.9	6.9	4.4	0.0
	東京サマーランド	78	4	32	16	24	1	1	0
		100.0	5.1	41.0	20.5	30.8	1.3	1.3	0.0
	秋川橋河川公園	43	13	13	9	5	2	1	0
		100.0	30.2	30.2	20.9	11.6	4.7	2.3	0.0
	瀬音の湯	134	22	55	18	31	7	0	1
		100.0	16.4	41.0	13.4	23.1	5.2	0.0	0.7
	秋川国際マス釣場	85	5	49	4	24	3	0	0
		100.0	5.9	57.6	4.7	28.2	3.5	0.0	0.0
	薮めぐり	11	0	5	2	2	0	2	0
		100.0	0.0	45.5	18.2	18.2	0.0	18.2	0.0
	檜原都民の森	112	22	58	14	11	6	1	0
		100.0	19.6	51.8	12.5	9.8	5.4	0.9	0.0
	数馬の湯	115	26	69	10	8	2	0	0
		100.0	22.6	60.0	8.7	7.0	1.7	0.0	0.0
	弘沢の滝	22	1	10	1	10	0	0	0
		100.0	4.5	45.5	4.5	45.5	0.0	0.0	0.0
宿泊施設	90	21	40	18	8	3	0	0	
	100.0	23.3	44.4	20.0	8.9	3.3	0.0	0.0	

(上段:実数、下段:%)

表 巻-35 旅行満足度(1)

		合計	大変満足	満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満	大変不満
食事	全体	536	142	226	62	83	13	9	1
		100.0	26.5	42.2	11.6	15.5	2.4	1.7	0.2
	武蔵五日市駅	77	27	29	5	13	1	2	0
		100.0	35.1	37.7	6.5	16.9	1.3	2.6	0.0
	東京サマーランド	49	5	27	10	3	2	2	0
		100.0	10.2	55.1	20.4	6.1	4.1	4.1	0.0
	秋川橋河川公園	22	10	3	0	9	0	0	0
		100.0	45.5	13.6	0.0	40.9	0.0	0.0	0.0
	瀬音の湯	105	16	45	14	26	3	1	0
		100.0	15.2	42.9	13.3	24.8	2.9	1.0	0.0
	秋川国際マス釣場	22	9	7	1	5	0	0	0
		100.0	40.9	31.8	4.5	22.7	0.0	0.0	0.0
	雑めぐり	6	0	4	1	0	1	0	0
		100.0	0.0	66.7	16.7	0.0	16.7	0.0	0.0
	檜原都民の森	85	23	30	11	14	4	3	0
		100.0	27.1	35.3	12.9	16.5	4.7	3.5	0.0
	数馬の湯	73	20	44	4	5	0	0	0
		100.0	27.4	60.3	5.5	6.8	0.0	0.0	0.0
	弘沢の滝	10	2	3	2	2	0	1	0
		100.0	20.0	30.0	20.0	20.0	0.0	10.0	0.0
宿泊施設	87	30	34	14	6	2	0	1	
	100.0	34.5	39.1	16.1	6.9	2.3	0.0	1.1	
土産品	全体	339	47	135	62	81	11	2	1
		100.0	13.9	39.8	18.3	23.9	3.2	0.6	0.3
	武蔵五日市駅	41	8	12	7	13	1	0	0
		100.0	19.5	29.3	17.1	31.7	2.4	0.0	0.0
	東京サマーランド	6	1	2	1	1	1	0	0
		100.0	16.7	33.3	16.7	16.7	16.7	0.0	0.0
	秋川橋河川公園	12	1	3	1	7	0	0	0
		100.0	8.3	25.0	8.3	58.3	0.0	0.0	0.0
	瀬音の湯	84	10	31	13	27	2	1	0
		100.0	11.9	36.9	15.5	32.1	2.4	1.2	0.0
	秋川国際マス釣場	6	2	2	0	2	0	0	0
		100.0	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0
	雑めぐり	6	0	3	2	0	0	0	1
		100.0	0.0	50.0	33.3	0.0	0.0	0.0	16.7
	檜原都民の森	47	5	14	11	13	3	1	0
		100.0	10.6	29.8	23.4	27.7	6.4	2.1	0.0
	数馬の湯	47	6	35	5	1	0	0	0
		100.0	12.8	74.5	10.6	2.1	0.0	0.0	0.0
	弘沢の滝	6	0	4	1	1	0	0	0
		100.0	0.0	66.7	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0
宿泊施設	84	14	29	21	16	4	0	0	
	100.0	16.7	34.5	25.0	19.0	4.8	0.0	0.0	
景観・雰囲気	全体	847	348	374	78	40	6	1	0
		100.0	41.1	44.2	9.2	4.7	0.7	0.1	0.0
	武蔵五日市駅	144	44	59	19	19	2	1	0
		100.0	30.6	41.0	13.2	13.2	1.4	0.7	0.0
	東京サマーランド	82	14	45	18	5	0	0	0
		100.0	17.1	54.9	22.0	6.1	0.0	0.0	0.0
	秋川橋河川公園	42	33	9	0	0	0	0	0
		100.0	78.6	21.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	瀬音の湯	134	63	61	8	2	0	0	0
		100.0	47.0	45.5	6.0	1.5	0.0	0.0	0.0
	秋川国際マス釣場	84	23	54	3	4	0	0	0
		100.0	27.4	64.3	3.6	4.8	0.0	0.0	0.0
	雑めぐり	11	5	6	0	0	0	0	0
		100.0	45.5	54.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	檜原都民の森	123	58	49	13	1	2	0	0
		100.0	47.2	39.8	10.6	0.8	1.6	0.0	0.0
	数馬の湯	115	65	41	4	4	1	0	0
		100.0	56.5	35.7	3.5	3.5	0.9	0.0	0.0
	弘沢の滝	21	6	15	0	0	0	0	0
		100.0	28.6	71.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
宿泊施設	91	37	35	13	5	1	0	0	
	100.0	40.7	38.5	14.3	5.5	1.1	0.0	0.0	
地元住民のおもてなし	全体	534	151	262	49	67	2	3	0
		100.0	28.3	49.1	9.2	12.5	0.4	0.6	0.0
	武蔵五日市駅	62	15	30	5	11	0	1	0
		100.0	24.2	48.4	8.1	17.7	0.0	1.6	0.0
	東京サマーランド	48	5	25	9	7	1	1	0
		100.0	10.4	52.1	18.8	14.6	2.1	2.1	0.0
	秋川橋河川公園	12	4	4	2	2	0	0	0
		100.0	33.3	33.3	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0
	瀬音の湯	80	23	31	8	16	1	1	0
		100.0	28.8	38.8	10.0	20.0	1.3	1.3	0.0
	秋川国際マス釣場	78	31	43	1	3	0	0	0
		100.0	39.7	55.1	1.3	3.8	0.0	0.0	0.0
	雑めぐり	6	2	3	0	1	0	0	0
		100.0	33.3	50.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0
	檜原都民の森	81	23	33	17	8	0	0	0
		100.0	28.4	40.7	21.0	9.9	0.0	0.0	0.0
	数馬の湯	75	22	47	3	3	0	0	0
		100.0	29.3	62.7	4.0	4.0	0.0	0.0	0.0
	弘沢の滝	9	4	5	0	0	0	0	0
		100.0	44.4	55.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
宿泊施設	83	22	41	4	16	0	0	0	
	100.0	26.5	49.4	4.8	19.3	0.0	0.0	0.0	
宿泊施設	全体	117	63	42	8	2	1	1	0
		100.0	53.8	35.9	6.8	1.7	0.9	0.9	0.0
	武蔵五日市駅	4	2	1	0	1	0	0	0
		100.0	50.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0
	東京サマーランド	1	0	0	0	1	0	0	0
		100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	秋川橋河川公園	0	0	0	0	0	0	0	0
		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	瀬音の湯	11	9	1	1	0	0	0	0
		100.0	81.8	9.1	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	秋川国際マス釣場	3	3	0	0	0	0	0	0
		100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	雑めぐり	1	0	0	0	0	0	1	0
		100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	檜原都民の森	1	0	1	0	0	0	0	0
		100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	数馬の湯	3	2	1	0	0	0	0	0
		100.0	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	弘沢の滝	1	1	0	0	0	0	0	0
		100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
宿泊施設	92	46	38	7	0	1	0	0	
	100.0	50.0	41.3	7.6	0.0	1.1	0.0	0.0	

(上段:実数、下段:%)

問 13-1. 新型コロナウイルス感染症が流行している中、あなたの観光への意識を選んでください。※〇はいくつでも

①感染拡大後「避けたい」観光地及び体験

- ・「屋内レジャー施設」(53.8%)の割合が高く、次いで「街並み観光地」(27.5%)、「変化なし」(27.0%)と続く。
- ・地点別では、「屋内レジャー施設」の割合が秋川橋河川公園バーベキューランド(65.1%)、武蔵五日市駅(62.8%)で6割を超えており、秋川国際マス釣場(58.7%)、檜原都民の森(57.8%)、で5割台をとっている。

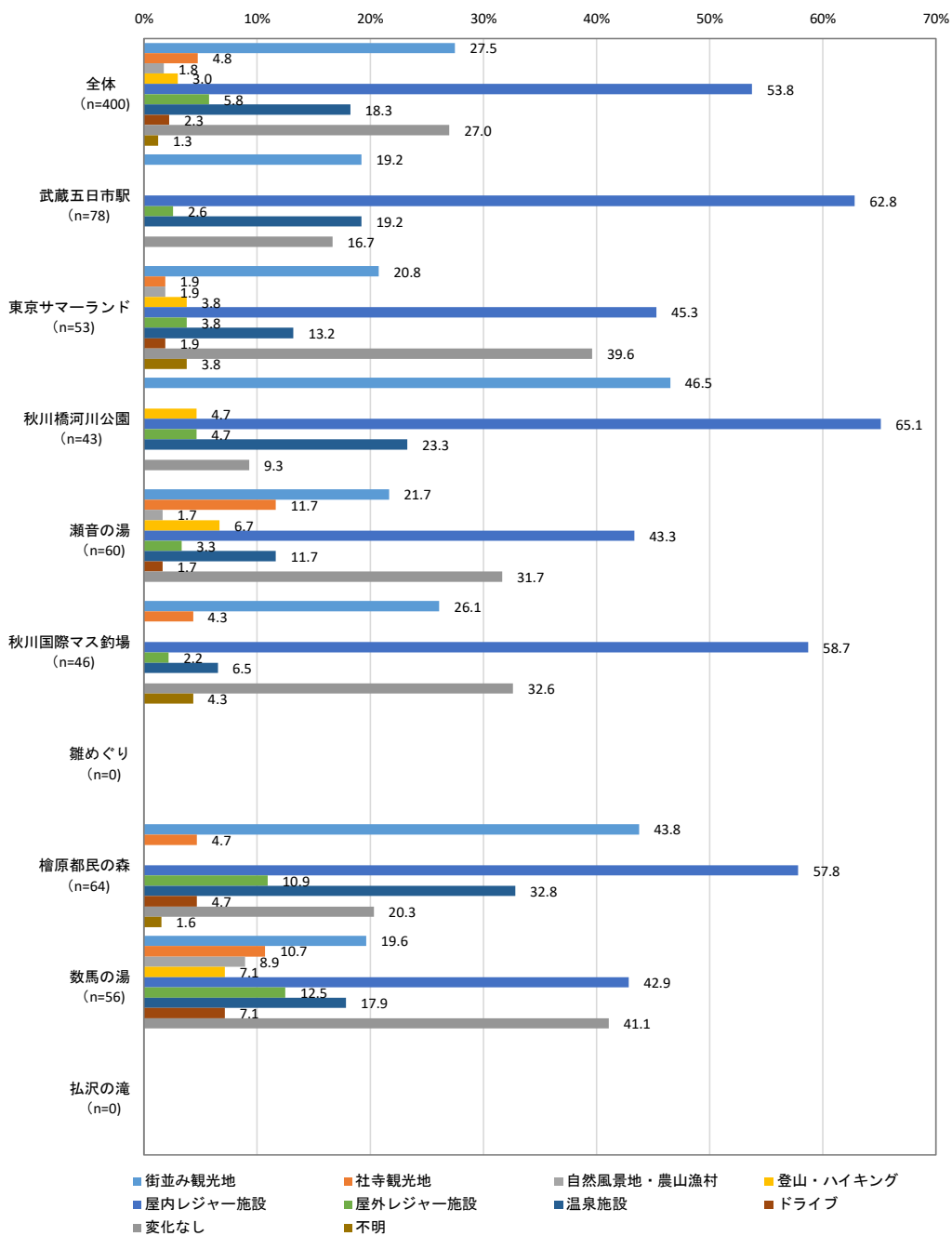


図 2-3-38 感染拡大後避けたい観光地

表 2-3-38 感染拡大後避けたい観光地

	合計	街並み観光地	社寺観光地	自然風景地・農山漁村	登山・ハイキング	屋内レジャー施設	屋外レジャー施設	温泉施設	ドライブ	変化なし	不明
全体	400 100.0	23 5.8	37 9.3	152 38.0	157 39.3	5 1.3	113 28.3	33 8.3	73 18.3	115 28.8	5 1.3
武蔵五日市駅	78 100.0	8 10.3	14 17.9	46 59.0	47 60.3	0 0.0	20 25.6	8 10.3	4 5.1	11 14.1	0 0.0
東京 サマーランド	53 100.0	2 3.8	2 3.8	8 15.1	10 18.9	1 1.9	19 35.8	3 5.7	9 17.0	20 37.7	2 3.8
秋川橋 河川公園	43 100.0	1 2.3	5 11.6	24 55.8	21 48.8	0 0.0	21 48.8	4 9.3	8 18.6	4 9.3	0 0.0
瀬音の湯	60 100.0	8 13.3	7 11.7	20 33.3	30 50.0	2 3.3	15 25.0	6 10.0	11 18.3	16 26.7	0 0.0
秋川国際 マス釣場	46 100.0	1 2.2	2 4.3	21 45.7	15 32.6	1 2.2	27 58.7	6 13.0	13 28.3	10 21.7	1 2.2
雛めぐり	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
檜原都民の森	64 100.0	2 3.1	5 7.8	30 46.9	29 45.3	0 0.0	7 10.9	3 4.7	19 29.7	14 21.9	2 3.1
数馬の湯	56 100.0	1 1.8	2 3.6	3 5.4	5 8.9	1 1.8	4 7.1	3 5.4	9 16.1	40 71.4	0 0.0
弘沢の滝	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

(上段:実数、下段:%)

問 13-2. 新型コロナウイルス感染症が流行している中、あなたの観光への意識を選んでください。※〇はいくつでも

②感染拡大後「行きたい」観光地及び体験

- ・「登山・ハイキング」(39.3%)の割合が高く、次いで「自然風景地・農山漁村」(38.0%)、「変化なし」(28.8%)と続く。
- ・地点別では、檜原温泉センター数馬の湯の「変化なし」(71.4%)が7割強を占め、次いで武蔵五日市駅の「登山・ハイキング」(60.3%)および「自然風景地・農山漁村」(59.0%)、秋川国際マス釣場の「屋外レジャー施設」(58.7%)と続く。

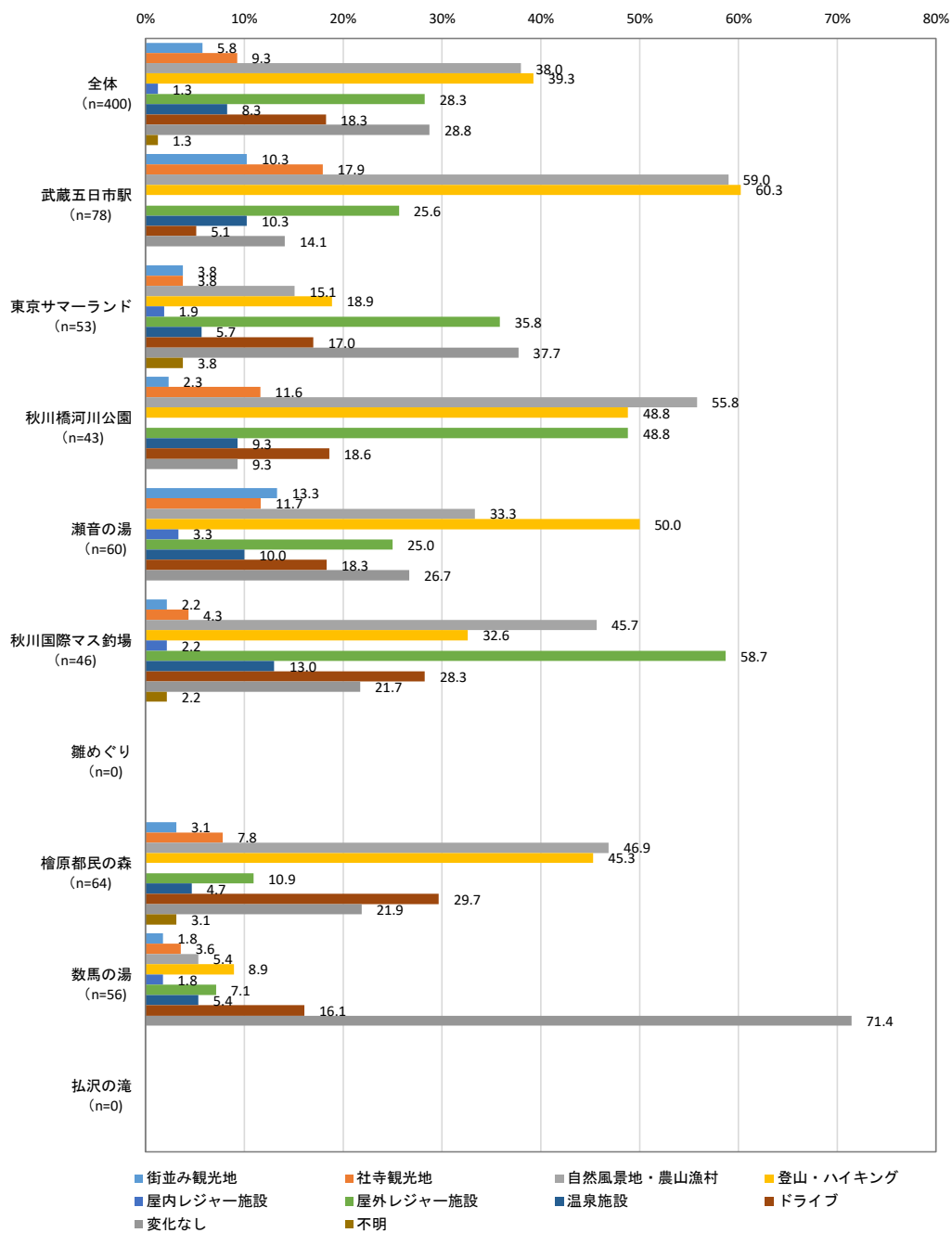


図 2-3-39 感染拡大後行きたい観光地

表 2-3-39(1) 感染拡大後行きたい観光地

	合計	街並み観光地	社寺観光地	自然風景地・農山漁村	登山・ハイキング	屋内レジャー施設	屋外レジャー施設	温泉施設	ドライブ	変化なし	不明
全体	400 100.0	23 5.8	37 9.3	152 38.0	157 39.3	5 1.3	113 28.3	33 8.3	73 18.3	115 28.8	5 1.3
武蔵五日市駅	78 100.0	8 10.3	14 17.9	46 59.0	47 60.3	0 0.0	20 25.6	8 10.3	4 5.1	11 14.1	0 0.0
東京 サマーランド	53 100.0	2 3.8	2 3.8	8 15.1	10 18.9	1 1.9	19 35.8	3 5.7	9 17.0	20 37.7	2 3.8
秋川橋 河川公園	43 100.0	1 2.3	5 11.6	24 55.8	21 48.8	0 0.0	21 48.8	4 9.3	8 18.6	4 9.3	0 0.0
瀬音の湯	60 100.0	8 13.3	7 11.7	20 33.3	30 50.0	2 3.3	15 25.0	6 10.0	11 18.3	16 26.7	0 0.0
秋川国際 マス釣場	46 100.0	1 2.2	2 4.3	21 45.7	15 32.6	1 2.2	27 58.7	6 13.0	13 28.3	10 21.7	1 2.2
雛めぐり	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
檜原都民の森	64 100.0	2 3.1	5 7.8	30 46.9	29 45.3	0 0.0	7 10.9	3 4.7	19 29.7	14 21.9	2 3.1
数馬の湯	56 100.0	1 1.8	2 3.6	3 5.4	5 8.9	1 1.8	4 7.1	3 5.4	9 16.1	40 71.4	0 0.0
弘沢の滝	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

(上段:実数、下段:%)

問 14. 新型コロナウイルス感染症が流行している中、秋川渓谷に来訪前・来訪時の行動を選んでください。※〇はいくつでも

- ・「3密を避けるため、屋外の観光地を選んだ」(35.0%)が3割台半ばを占める。次いで、「特に無し」(25.8%)、「旅行先を自宅から近い場所に変更した」(20.0%)、「混雑をさけて来訪する場所を変更した」(14.8%)と続く。
- ・地点別では、秋川橋河川公園バーベキューランドの「3密を避けるため、屋外の観光地を選んだ」(74.4%)が7割台半ばを占め、次いで武蔵五日市駅の「3密を避けるため、屋外の観光地を選んだ」(60.3%)、檜原都民の森の「特に無し」(43.8%)と続く。

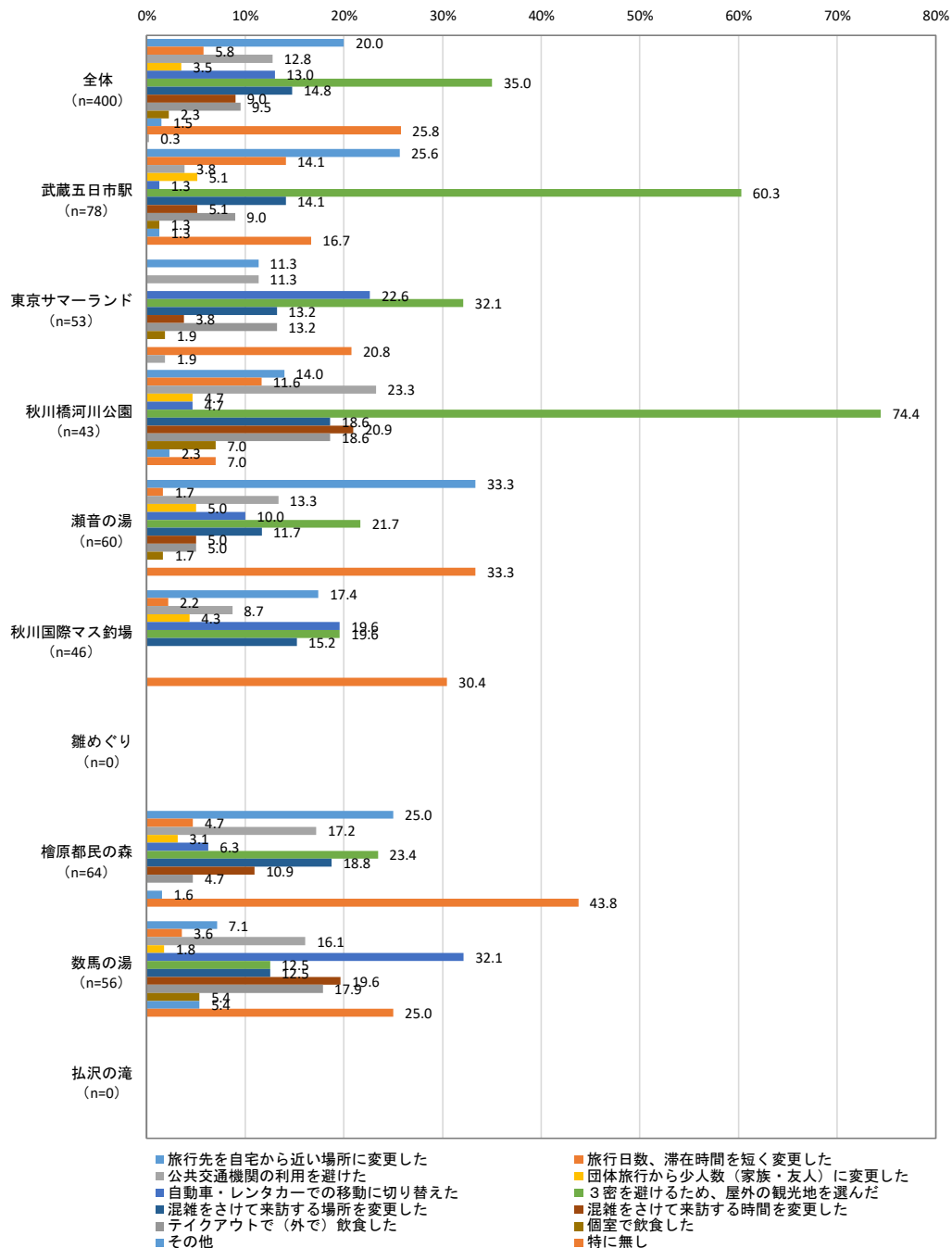


図 2-3-40 来訪前行動

表 2-3-40(1) 来訪前行動

	合計	旅行先を自宅から近い場 所に変更した	旅行日数、滞在時間を短 く変更した	公共交通機関の利用を避 けた	団体旅行から少人数(家 族・友人)に変更した	自動車・レンタカーでの 移動に切り替えた	3密を避けるため、屋外 の観光地を選んだ	混雑を避けて来訪する場 所を変更した	混雑を避けて来訪する時 間を変更した	飲食した	個室で飲食した	その他	特に無し	不明
全体	400 100.0	80 20.0	23 5.8	51 12.8	14 3.5	52 13.0	140 35.0	59 14.8	36 9.0	38 9.5	9 2.3	6 1.5	103 25.8	1 0.3
武蔵五日市駅	78 100.0	20 25.6	11 14.1	3 3.8	4 5.1	1 1.3	47 60.3	11 14.1	4 5.1	7 9.0	1 1.3	1 1.3	13 16.7	0 0.0
東京 サマーランド	53 100.0	6 11.3	0 0.0	6 11.3	0 0.0	12 22.6	17 32.1	7 13.2	2 3.8	7 13.2	1 1.9	0 0.0	11 20.8	1 1.9
秋川橋 河川公園	43 100.0	6 14.0	5 11.6	10 23.3	2 4.7	2 4.7	32 74.4	8 18.6	9 20.9	8 18.6	3 7.0	1 2.3	3 7.0	0 0.0
瀬音の湯	60 100.0	20 33.3	1 1.7	8 13.3	3 5.0	6 10.0	13 21.7	7 11.7	3 5.0	3 5.0	1 1.7	0 0.0	20 33.3	0 0.0
秋川国際 マス釣場	46 100.0	8 17.4	1 2.2	4 8.7	2 4.3	9 19.6	9 19.6	7 15.2	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	14 30.4	0 0.0
雛めぐり	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
檜原都民の森	64 100.0	16 25.0	3 4.7	11 17.2	2 3.1	4 6.3	15 23.4	12 18.8	7 10.9	3 4.7	0 0.0	1 1.6	28 43.8	0 0.0
数馬の湯	56 100.0	4 7.1	2 3.6	9 16.1	1 1.8	18 32.1	7 12.5	7 12.5	11 19.6	10 17.9	3 5.4	3 5.4	14 25.0	0 0.0
弘沢の滝	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

(上段:実数、下段:%)

問 15. 新型コロナウイルス感染症が流行している中、秋川渓谷への旅行を後押ししたものを選んでください。※〇はいくつでも

- ・「見ごろとなった秋川渓谷の紅葉」(41.3%)が4割強を占める。次いで、「自然風景地・屋外なら安心だと思った」(36.8%)、「特に無し」(16.0%)、「もともとこの時期に旅行を予定していた」(12.0%)と続く。
- ・地点別では、「自然風景地・屋外なら安心だと思った」の割合が秋川国際マス釣場(65.2%)、檜原都民の森(57.8%)、秋川橋河川公園バーベキューランド(53.5%)で5割を超えており、「自然風景地・屋外なら安心だと思った」の割合も秋川渓谷瀬音の湯(58.3%)、武蔵五日市駅(57.7%)で5割台となっている。

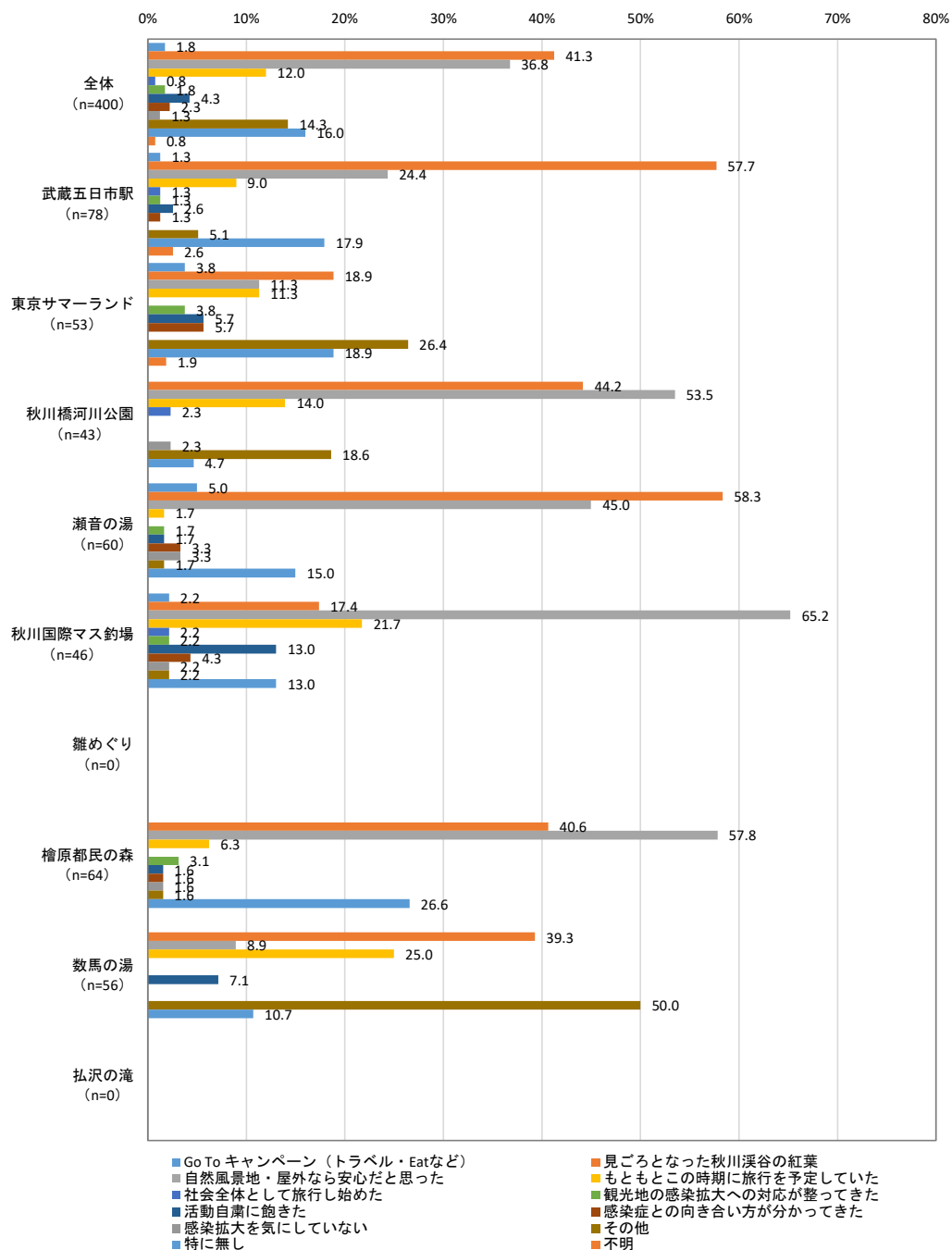


図 2-3-41 来訪後行動

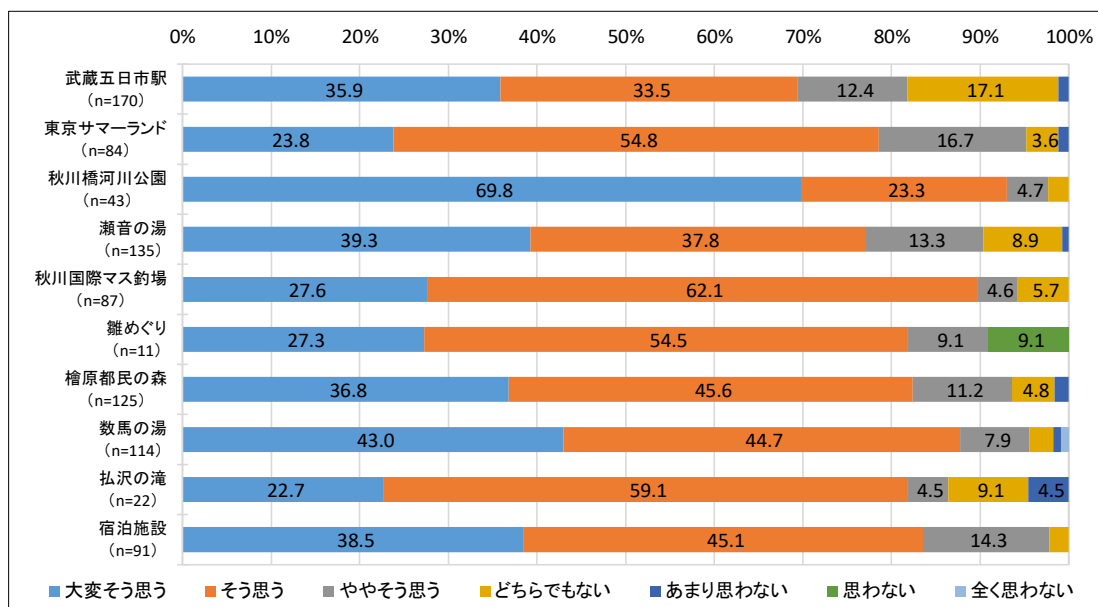
表 2-3-41(1) 来訪後行動

	合計	G o T o (ト ラ ベ ル ・ E a t など)	葉見 ごろと なった 秋川 溪谷の 紅葉	自然 風景地 ・ 屋外 なら 安心だ と思っ た	もとも とこの 時期に 旅行を 予定し ていた	社会全 体とし て旅行 し始め た	観光地 の感染 拡大へ の対応 が整っ てきた	活動自 粛に飽 きた	感染症 との向 き合い 方が分 かって きた	感染拡 大を気 にしてい ない	その他	特に無 し	不明
全体	400 100.0	7 1.8	165 41.3	147 36.8	48 12.0	3 0.8	7 1.8	17 4.3	9 2.3	5 1.3	57 14.3	64 16.0	3 0.8
武蔵五日市駅	78 100.0	1 1.3	45 57.7	19 24.4	7 9.0	1 1.3	1 1.3	2 2.6	1 1.3	0 0.0	4 5.1	14 17.9	2 2.6
東京 サマーランド	53 100.0	2 3.8	10 18.9	6 11.3	6 11.3	0 0.0	2 3.8	3 5.7	3 5.7	0 0.0	14 26.4	10 18.9	1 1.9
秋川橋 河川公園	43 100.0	0 0.0	19 44.2	23 53.5	6 14.0	1 2.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	8 18.6	2 4.7	0 0.0
瀬音の湯	60 100.0	3 5.0	35 58.3	27 45.0	1 1.7	0 0.0	1 1.7	1 1.7	2 3.3	2 3.3	1 1.7	9 15.0	0 0.0
秋川国際 マス釣場	46 100.0	1 2.2	8 17.4	30 65.2	10 21.7	1 2.2	1 2.2	6 13.0	2 4.3	1 2.2	1 2.2	6 13.0	0 0.0
雑めぐり	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
檜原都民の森	64 100.0	0 0.0	26 40.6	37 57.8	4 6.3	0 0.0	2 3.1	1 1.6	1 1.6	1 1.6	1 1.6	17 26.6	0 0.0
数馬の湯	56 100.0	0 0.0	22 39.3	5 8.9	14 25.0	0 0.0	0 0.0	4 7.1	0 0.0	0 0.0	28 50.0	6 10.7	0 0.0
払沢の滝	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

(上段:実数、下段:%)

問 16. 親しい友人に、秋川渓谷を紹介したいですか。 ※〇は1つだけ

- ・全体では、「そう思う」が 43.8%と高く、「大変そう思う」と併せて約8割の回答者が紹介したいと思っている。特に、秋川橋河川公園バーベキューランドでその傾向が高い。
- ・地点別では、秋川橋河川公園バーベキューランドと秋川国際マス釣場の不満のないものの、難めぐり、払沢の滝の不満の割合が高い。
- ・これらの不満については、項目別にその傾向を把握していく必要がある。



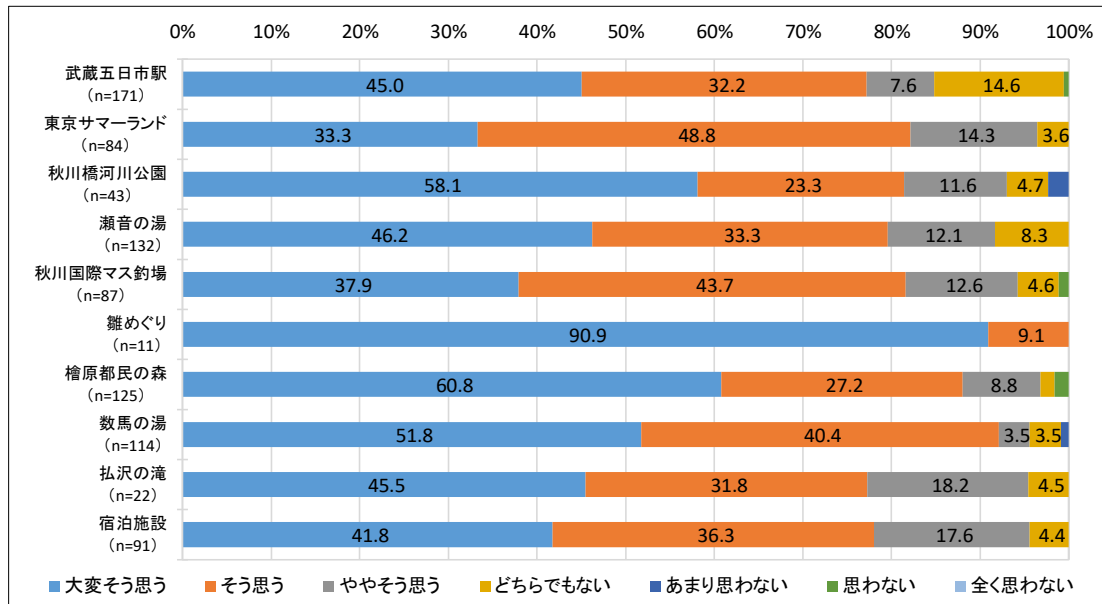
図・表 2-3-42(1) 観光解説板の満足度

	合計	大変そう思う	そう思う	ややそう思う	どちらでもない	あまり思わない	思わない	全く思わない
全体	882	326	386	97	63	8	1	1
	100.0	37.0	43.8	11.0	7.1	0.9	0.1	0.1
武蔵五日市駅	170	61	57	21	29	2	0	0
	100.0	35.9	33.5	12.4	17.1	1.2	0.0	0.0
東京サマーランド	84	20	46	14	3	1	0	0
	100.0	23.8	54.8	16.7	3.6	1.2	0.0	0.0
秋川橋河川公園	43	30	10	2	1	0	0	0
	100.0	69.8	23.3	4.7	2.3	0.0	0.0	0.0
瀬音の湯	135	53	51	18	12	1	0	0
	100.0	39.3	37.8	13.3	8.9	0.7	0.0	0.0
秋川国際マス釣場	87	24	54	4	5	0	0	0
	100.0	27.6	62.1	4.6	5.7	0.0	0.0	0.0
難めぐり	11	3	6	1	0	0	1	0
	100.0	27.3	54.5	9.1	0.0	0.0	9.1	0.0
檜原都民の森	125	46	57	14	6	2	0	0
	100.0	36.8	45.6	11.2	4.8	1.6	0.0	0.0
数馬の湯	114	49	51	9	3	1	0	1
	100.0	43.0	44.7	7.9	2.6	0.9	0.0	0.9
払沢の滝	22	5	13	1	2	1	0	0
	100.0	22.7	59.1	4.5	9.1	4.5	0.0	0.0
宿泊施設	91	35	41	13	2	0	0	0
	100.0	38.5	45.1	14.3	2.2	0.0	0.0	0.0

(上段:実数、下段:%)

問 17. 1年以内に、秋川渓谷への来訪を検討しますか ※〇は1つだけ

- ・全体では、「大変そう思う」（47.4%）が5割近くと高く、「そう思う」と併せて8割強の回答者が来訪を検討すると回答した。一方、「あまり思わない」、「思わない」、「全く思わない」の合算で1割近くの回答者が検討しないと回答した。
- ・地点別では、雛めぐりでは全員が検討すると回答した。一方、秋川橋河川公園バーベキューランド、檜原都民の森では、検討しないとの回答の割合が高かった。



図・表 2-3-43(1) 観光解説板の満足度

	合計	大変そう思う	そう思う	ややそう思う	どちらでもない	あまり思わない	思わない	全く思わない
全体	880	417	309	92	56	2	4	0
	100.0	47.4	35.1	10.5	6.4	0.2	0.5	0.0
武蔵五日市駅	171	77	55	13	25	0	1	0
	100.0	45.0	32.2	7.6	14.6	0.0	0.6	0.0
東京サマーランド	84	28	41	12	3	0	0	0
	100.0	33.3	48.8	14.3	3.6	0.0	0.0	0.0
秋川橋河川公園	43	25	10	5	2	1	0	0
	100.0	58.1	23.3	11.6	4.7	2.3	0.0	0.0
瀬音の湯	132	61	44	16	11	0	0	0
	100.0	46.2	33.3	12.1	8.3	0.0	0.0	0.0
秋川国際マス釣場	87	33	38	11	4	0	1	0
	100.0	37.9	43.7	12.6	4.6	0.0	1.1	0.0
雛めぐり	11	10	1	0	0	0	0	0
	100.0	90.9	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
檜原都民の森	125	76	34	11	2	0	2	0
	100.0	60.8	27.2	8.8	1.6	0.0	1.6	0.0
数馬の湯	114	59	46	4	4	1	0	0
	100.0	51.8	40.4	3.5	3.5	0.9	0.0	0.0
払沢の滝	22	10	7	4	1	0	0	0
	100.0	45.5	31.8	18.2	4.5	0.0	0.0	0.0
宿泊施設	91	38	33	16	4	0	0	0
	100.0	41.8	36.3	17.6	4.4	0.0	0.0	0.0

(上段:実数、下段:%)

秋川溪谷観光経済統計調査・分析等業務委託報告書

令和3年3月

秋川溪谷観光経済統計調査連絡会

(構成員：あきる野市、檜原村、あきる野商工会、
あきる野市観光協会、檜原村観光協会、秋川溪谷旅館組合)

(事務局：あきる野市役所環境経済部観光まちづくり推進課
観光まちづくり推進係)

〒190-0164 東京都あきる野市五日市 411 番地

TEL：042-595-1135 FAX：042-595-1141