

1. 現状・課題

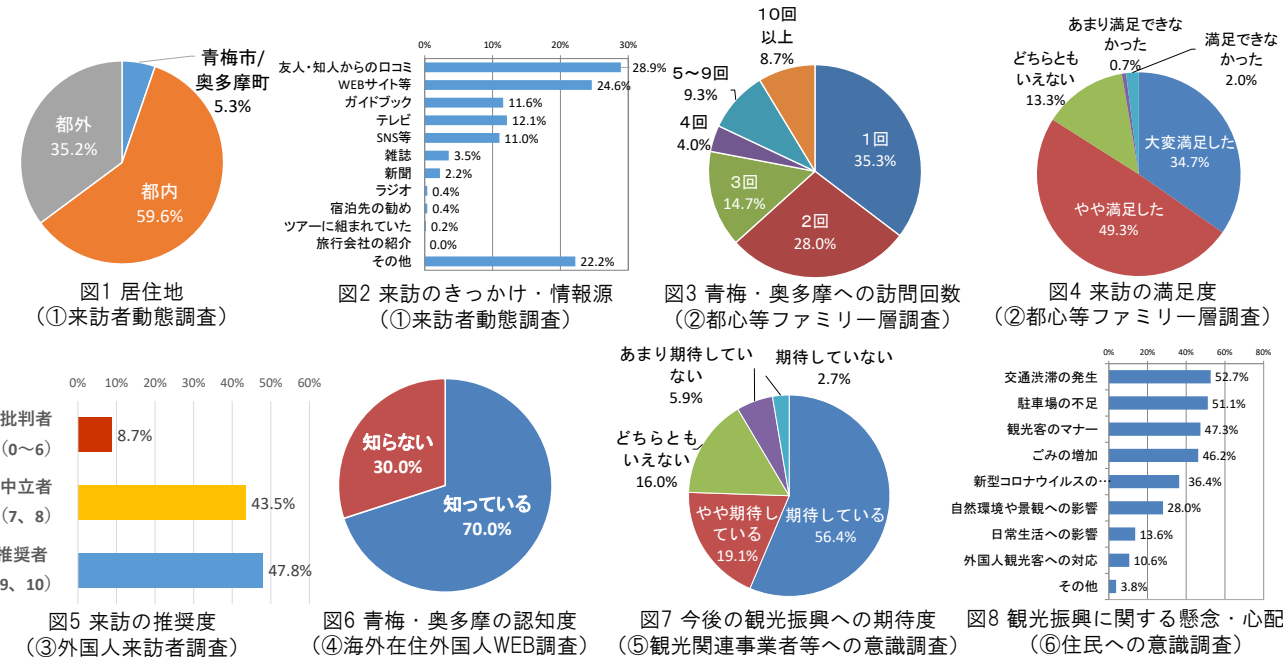
対象地域における既往の調査・検討成果から、現状の課題は以下の6点である。

1) 来訪者の属性、認知度に偏りがあり、 都心部で観光地として認知されていない	4) 外国人来訪が増えるも箇所が 限定的 で、 地域全体として取り込めていない
2) 自然を生かした観光地が多く、 天候や季節の影響を受けやすい	5) 奥多摩町と共有する資源が多く 、連携により競争力を高めることが有効
3) リピーターが少なく、周遊もみられず 、集客の効果が 限定的 である	6) マーケティングに基づく検討、モニタリングによる PDCAサイクルが未構築

2. 実施内容

調査の企画・実施と、結果の分析を行った上で、分析結果を基に、事業計画の策定を行った。なお、調査の企画・分析、事業計画の策定の各段階において、アドバイザーを活用し、助言を求めた。
※「事業計画の策定」については、「3. 事業の成果」に記載。

表1 実施概要	
調査名	概要(期間、形式、回収数)
①来訪者への観光動態調査	・令和2年11月21日(土)、22日(日) ・ヒアリング形式 ・557票
②都心等のファミリー層へのWEBアンケート調査	・令和2年11月19日(木)～11月24日(火) ・WEB形式 ・300サンプル
③御岳山における外国人来訪者アンケート調査	・令和2年11月20日(金)～12月18日(金) ・宿坊等に調査票を留置き ・47票
④海外在住外国人WEBアンケート調査	・令和2年11月26日(木)～12月3日(木) ・WEB調査 ・50サンプル
⑤観光関連事業者への意識調査	・令和2年11月30日(月)～12月18日(金) ・郵送、一部WEB回答 ・193票
⑥住民への意識調査	・令和2年11月30日(月)～12月18日(金) ・郵送、一部WEB回答 ・272票



＜分析結果のまとめ＞

- 来訪特性 (①来訪者動態調査、③外国人来訪者調査より)
- ・青梅・奥多摩には**少人数(4人以下)・家族単位**での来訪が多く、ほとんどが**日帰り**である。
 - ・外国人来訪者は日本、中でも**東京都・神奈川県在住がほとんどでアメリカ国籍が全体の2割**である。
- 青梅・奥多摩の観光に関するニーズ・観光課題 (②都心等ファミリー層調査より)
- ・ファミリー層では、観光資源の中で**自然やアクティビティ**に関する認知度が高い。
 - ・一方、**交通機関・移動手段**を観光の課題として認識しているファミリー層が多い。
- 地域の観光に対する意識 (⑤住民への意識調査、⑥事業者等への意識調査より)
- ・近年、**観光客が増えてきていると実感している**方が半数を占める。
 - ・今後の**観光振興に期待する方が多い**一方、**交通渋滞や観光客のマナーに不満を抱いている方も多い**。

3. 事業の成果

マーケティング調査の分析結果をもとに、コンセプト、重点ターゲットを設定し、基本方針と取組メニューを定めた事業計画を策定した。

《コンセプト》 豊かな自然へふらっとお出かけ、 家族で遊び、子供たちが育つまち		《計画期間》 令和3年度～令和5年度（3年間） 《重点ターゲット》 都心ファミリー層	
基本方針1：プロモーションの強化による 新規来訪者の獲得		基本方針2：消費拡大に向けたプログラム・ 商品開発と販売環境の充実	
1.1 SNSを活用した 認知度の向上	1.2 JR等の基幹交通と 連携したプロモーション	2.1 地域産品の掘り起こしと ブランディング	2.2 自然・環境をテーマにしたプログラム、 商品開発
1.3 二次交通の 情報発信の強化	1.4 動画を活用した体験、 来訪イメージの発信強化	2.3 駅等の来訪拠点での お土産販売環境の充実	2.4 飲食・休憩等の 立ち寄り施設立地の支援
基本方針3：在日外国人へのプロモーションと 受入環境整備		基本方針4：事業者連携や住民の巻き込み による受入体制づくり	
3.1 外国人向けメディア の活用による プロモーション	3.2 外国人向け高付加 価値プログラムの開発	4.1 事業者向けサロンの 開催	4.2 事業者向けインバウンド 対応セミナーの開催
3.3 外国人向け参拝や宿坊の解説書の整備		4.3 地域組織を活用した受入環境の強化	

4. 今後の課題、展開

今回の成果をふまえ、対象地域の観光に関する今後の課題と展開を検討した。

1. **アクションプログラムで定めた取組の推進**
- 次年度以降の実行に向け、**国や都などの補助・支援事業等の制度も活用**する。
 - クラウドファンディング等、多様な手法による財源の確保を検討し、取組を着実に推進する。
2. **取組により獲得した新規来訪者のリピーター化**
- 新規来訪者が現地で満足し、**リピーターとなるようなプログラムの拡充と受入環境の整備**を推進する。
 - 地域一体で来訪者を受入れる**ことで、“**選ばれる地域**”となる体制・機運づくりを推進する。
3. **継続的な成果モニタリングによるPDCA**
- ファミリー層の来訪状況や認知状況の変化など、**取組の効果を検証できる指標のモニタリング**を検討する。
 - 可能な範囲で**効果計測のための調査、取組の見直し**により**PDCAサイクルを回していく**ことを検討する。