令和３年度マーケティングを活用した事業計画策定支援事業「日本遺産認定ストーリー『霊気満山 高尾山～人々の祈りが紡ぐ桑都物語～』を活用した持続可能な高尾観光まちづくり事業計画策定事業」業務委託　事業実施報告書概要版

企画提案者：公益社団法人八王子観光コンベンション協会　自 治 体：八王子市　2022年8月
受託事業者：株式会社京王エージェンシー　対象地域：八王子市高尾山

現状・課題

持続可能な高尾観光まちづくり事業計画の策定にあたり、前提として示されている課題は以下の４点である。

❶ 季節等によって観光客数に偏りがあるため、年間を通じて平準化を図る必要がある。
❷ ニューノーマル時代の多様なニーズに対応するため、新たな旅行スタイルの提案・確立及び新たな観光市場の開拓が急務である。
❸ 観光経済圏拡大に向けて、高尾山訪問観光客を八王子市中心市街地に誘導する回遊施策が必要である。
❹ 日本遺産に認定された29の構成文化財への訪問促進のための観光ルート作りや周辺地域との連携が必要である。

実施内容

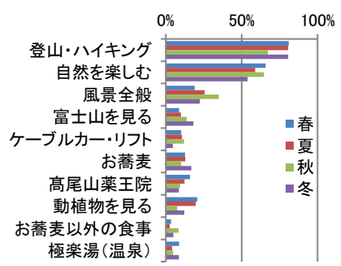
（１）マーケティング調査

上記課題の解決に向け、アドバイザーの助言を踏まえ、以下の調査を実施した。

調査の種類	実施時期	調査対象数
1）高尾エリア等八王子市における観光マーケット調査	2021/10/16～10/17	2,072 サンプル
2）高尾山来訪者に対する実態調査	【秋】2021/11/10.13.14【冬】2022/2/5.13.16 【春】2022/4/19.24.30【夏】2022/7/16.28.31	【秋】306 名【冬】304 名 【春】353 名【夏】309 名
3）外国人来訪者へのモニター調査	【秋】2021/11/14【冬】2022/2/19 【春】2022/5/17【夏】2022/7/1	【秋】中国２名【冬】欧州４名 【春】米国３名【夏】韓国３名
4）ユニバーサルモニター調査	【手動車椅子】2022/4/9【ベビーカー】2022/5/9 【電動車椅子】2022/7/27	各１組
5）健康登山に関するグループインタビュー調査	【秋】2021/12/5【冬】2022/2/5 【春】2022/4/30【夏】2022/7/31	【秋】20-30 代男女３名 【冬】20 代男性４名 【春】40-50 代女性３名 【夏】20 代女性３名
6）旅行サイトやSNS・口コミサイト等での高尾山の調査	【夏】2021/8/6～9/30【秋】2021/10/1～11/30 【冬】2021/12/1～2022/2/28【春】2022/3/1～6/30	各 10,000 件前後
7）旅行会社等ヒアリング調査	2021/12/8～2022/1/17	9 社
8）観光事業者や団体等視点による意識調査	2021/12/10～2022/3/16	105 団体
9）観光事業者や団体等のヒアリング調査	2022/5/31～6/29	10 団体
10）既存の文献等から有用となる二次データの収集	2021/9/1～10/31	－
11）高尾山来訪者分析：KDDI Location Analyzer	【夏】2021/8/6～9/30【秋】2021/10/1～11/30 【冬】2021/12/1～2022/2/28【春】2022/3/1～6/30	20歳以上のau利用者

（２）調査結果の分析

❶来訪者の行動特性分析



閑散期の夏・冬は近隣のレクリエーション客、繁忙期の春・秋は広域から観光客が訪れていることを把握。【調査２】

❷誘致対象別の課題抽出

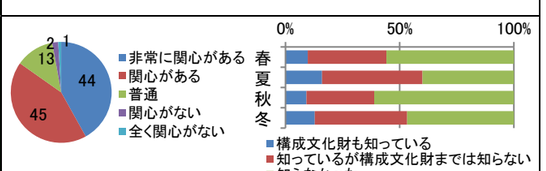
車椅子利用者のモニター調査により、ルート上のバリア、トイレ、展望園地、店舗の評価を現場で把握。【調査４】

❸市内立寄り状況

帰りの立寄り	春	夏	秋	冬
八王子駅周辺	4.5%	4.5%	5.2%	2.0%
市内観光施設	0.6%	0.6%	2.0%	0.3%
その他	0.6%	2.9%	12.4%	2.6%
立寄りなし	94.3%	92.0%	80.4%	95.1%

帰りの立寄りは秋が約２割、その他の季節が１割を切っており、周遊観光を同時に楽しむ来訪者は少ないことが明らかとなった。【調査２】

❹日本遺産の評価把握



市内事業者の関心度は高い。【調査８】

来訪者の日本遺産認知度は、市内事業者の期待に反して低い。【調査２】

事業成果

マーケティング調査の結果を踏まえ、本事業の成果を以下のとおり整理した。

成果❶	冬期の高尾山は来訪者が少なく消費単価も低いが、トレーニングの場として若年層が関心を持っていることが明らかになり、閑散期対策のターゲット層となり得ることを把握した。
成果❷	【外国人】はサイン類改善と現地ガイド情報見直し、【車椅子及びベビーカー】は段差解消と商店の通路幅等の環境整備、【健康登山】はコース情報の提供と地域らしい商品の販売を求めていることが明らかになった。
成果❸	四季別に詳細なマーケティング調査を実施した結果、高尾山観光の現状を示す多様な数値が明らかになった。事業計画の成果として、観光目的の割合、平均消費額、滞在満足度等の 12 項目の数値目標を設定した。
成果❹	観光ルートの作成に際し、市内事業者の日本遺産活用に対する期待は高いが、旅行事業者及び高尾山来訪者の認知度・魅力度は低く、現時点では日本遺産は旅行の目的にはなりづらいことが把握できた。

《**事業計画の策定**》「高尾観光まちづくり事業計画」として、以下の４つのステップと７つの事業方針を設定した。

将来像：霊気満山高尾山・世界に誇る自然文化観光交流エリア

目標達成のための STEP	事業実施方針・事業実施内容
1)利用の平準化	方針❶：来訪者数の平準化に向けた四季を通じての誘致促進 ◎ヘルスツーリズム情報提供/◎期間限定サービス企画・実施/◎動植物ガイド情報　等
①閑散期の魅力の掘り起こし	
②情報発信機能の強化	方針❷：来訪者を誘致するための情報発信機能の強化 ◎高尾山薬王院文化財情報提供/◎ライブカメラ設置/◎観光ＤＸ特集ページ開設　等
2)消費単価の向上	方針❸：来訪者の消費を促す地域性豊かな食と物産の提供 ◎既存商品磨きあげ/◎新商品開発支援/◎グルメ情報提供・イベント企画・実施　等
③食事の魅力向上	
④お土産の魅力向上	方針❹：自然資源及び文化資源を保全・活用する体験型コンテンツの造成 ◎自然体験コンテンツ造成/◎外国人向け歴史・文化体験ツアー実施　等
⑤体験の魅力向上	
3)誘客の多角化	方針❺：誰もが安心して快適に楽しめる観光交流基盤整備の推進 ◎登山道、サイン類等バリアフリー整備の働きかけ/◎バス乗降所整備の働きかけ　等
⑥受入環境整備の充実	方針❻：観光交流資源を磨きあげる景観整備の推進 ◎登山道及び展望園地の景観整備の働きかけ/町並み、沿道景観整備の働きかけ　等
⑦市内外との連携の強化	方針❼：市内観光の周遊を促す日本遺産の有効活用 ◎日本遺産周遊ツアーの造成/◎パンフレット作成・配布/◎イベント企画・実施
4)持続可能性の向上	事業推進方策（事業推進組織・事業の進行管理）
⑧効果測定と改善の継続	

今後の課題と展開

❶事業推進体制の強化

- 企画提案者を中心とする「持続可能な高尾観光まちづくり事業推進協議会」を開催し、高尾観光まちづくり事業計画の取組推進や観光動向データの確認、事業の進捗状況の確認、意見交換等を行う。
- 協議会構成団体が連携し、国や都の補助事業申請や地域住民との合意形成などを行うことにより、各事業の実現性を高める。

❷事業の進行管理

- 当計画の成果を検証するため、本事業で実施した来訪者調査を継続して行い、設定した数値の達成状況を把握する。その結果を事業推進協議会で共有し、必要に応じて事業内容の見直しを行う。