
秋川溪谷観光経済統計調査・分析等業務委託 報告書

令和4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	4
4 実施方針	5
5 業務内容	6
第2章 事業計画及び事業内容の設計	9
1 事業概要	11
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	12
第3章 必須調査の実施	17
1 観光地点等入込客数調査の実施	19
2 観光地点パラメータ調査の実施	37
3 首都圏在住者へのWEBアンケート調査の実施	42
4 域内調達率調査（経済波及効果の算出及び分析）	44
第4章 経済波及効果の算出	53
1 秋川渓谷の産業構造の整理	55
2 入込客数・観光消費額の推計	60
3 観光産業における経済波及効果の推計	68
第5章 調査結果に基づく分析及び提案（改善点等）	83
1 調査結果から見る施策の考え方	85
2 調査結果の取りまとめ	86
3 施策検討の考え方	100
第6章 KPIの設定	110
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	116
1 観光地点等入込客数調査	118
2 観光消費額等の調査（観光地点パラメータ調査）	119
3 域内調達率の調査（経済波及効果の算出及び分析）	120
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	121
第8章 事業連絡会の実施	122
1 事業連絡会の概要	124
2 事業連絡会の実施内容	126

【巻末資料】

- ・アンケート調査票
- ・観光地点パラメータ調査結果
- ・首都圏在住者へのWEBアンケート調査結果

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・日の出町）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の「見える化」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	単位	数量
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	式	1
2. 事業計画及び事業内容の設計	・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	式	1
3. 必須調査	・観光地点等入込客数調査	式	1
	・観光消費額等の調査（観光地点パラメータ調査）	回	2
	・WEB アンケート調査 ※新型コロナウイルス感染症の影響により中止となった観光地点パラメータ調査（5 月、1 月）の代替調査として実施	回	1
	・域内調達率の調査	式	1
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）の算出 ・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 の選定、基準年からの推移の取りまとめ	式	1
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	回	2
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 月末提出	式	1
7. 事業報告会の実施	※新型コロナウイルス感染症の感染状況を鑑み、書面による回覧とした	式	1
打合せ	必要に応じて回数を増加	回	必要数

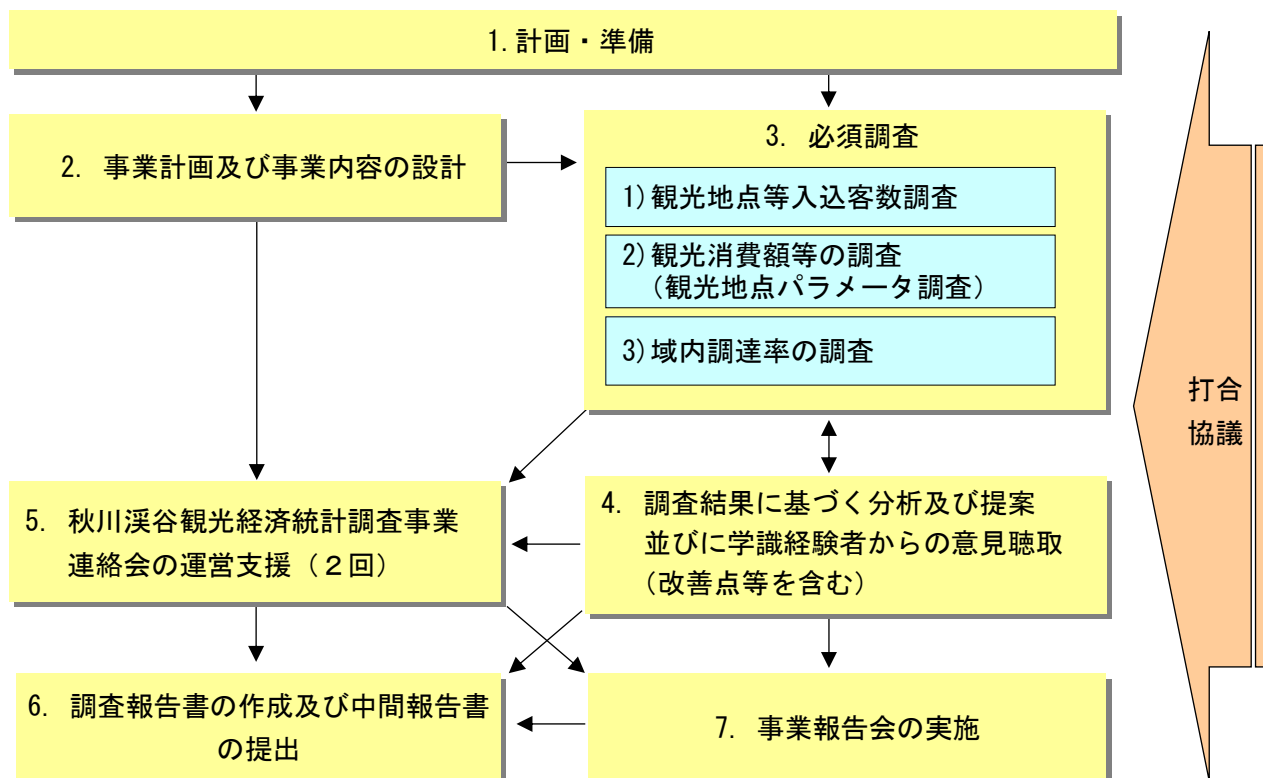
3 用語の定義

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

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。本報告書では、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	・対象地域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地域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。
訪問地点数	・観光入込客 1 人の 1 回の旅行において、当該地域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地域内での観光消費額
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、1 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いため、経済効果推計を行うに当たっては、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 1 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	・地域を訪れた観光客が地域内で観光消費を行い、その消費額のうち、どの程度が地域経済に影響を及ぼしたのかを意味する。

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（経済）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」の調査を基本とした。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や東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会などの大きな国際スポーツイベントの開催前後における社会情勢の変化を踏まえ、域内の観光産業による地域（経済）への影響を測るため、継続的な調査実施が必要なことから、事業計画期間を 5 ヶ年とした。

令和 3 年度については、東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会の開催、新型コロナウイルス感染症の影響などを考慮し、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、アフターコロナに向けた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・イベントなどにおける観光入込客数を調査した。

(イ) 調査地点

過年度調査対象とした地点を基本に、日の出町の主要観光施設、宿泊施設及び行祭事・イベントなどを追加した。

(ウ) 調査方法

各調査地点の管理者（観光施設、宿泊施設、行祭事・イベントの管理者）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た。令和 3 年度は、四半期（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集計し、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による影響についても把握した。

イ 観光消費額等の調査（観光地点パラメータ調査の実施）

(ア) 調査概要

観光地点への来訪者の属性、1 人当たりの消費額、訪問地点数、満足度等について、四半期ごとに調査を実施した。令和 3 年度は、新型コロナウイルス感染症の感染状況を鑑み、7 月と 11 月の 2 期分実施した。

※中止となった 5 月と 1 月の代替調査として、首都圏在住者への WEB アンケート調査を実施し、来訪経験の有無や観光資源の認知度・魅力度、ニーズ等を把握。

(イ) 調査地点

あきる野市、檜原村及び日の出町の観光地点とした。

(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。なお、調査を実施する際には、徹底した感染症等の感染防止対策を講じた。

(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影響等を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。なお、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、檜原村及び日の出町の観光協会・商工会等の登録事業所を選定する。対象は、観光地、飲食店、土産店、宿泊施設等とし、過年度調査対象とした地点を基本とした。

令和3年度は、対象範囲に日の出町を加えて調査した。

(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、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。

さらに、調査結果や聴取した意見などを踏まえ、目標値（KPI）の選定及び基準年からの推移を取りまとめた。

(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（構成団体：あきる野市、檜原村、日の出町、あきる野商工会、日の出町商工会、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、一般社団法人日の出町観光協会、秋川渓谷旅館組合）を開催し、調査報告を行うとともに、構成団体の意見を取りまとめた。

年度内に2回開催し、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。

(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3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の実施時には、これらの事業概要を基に、対象事業者に趣旨を説明した。

【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・日の出町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。

また当事業は、あきる野市・檜原村・日の出町の観光関連団体等によって組織した「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、日の出町、あきる野商工会、日の出町商工会、あきる野市観光協会、檜原村観光協会、日の出町観光協会、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・日の出町の経済規模

□域内人口：100,609人（2.39%）

□面積：206km²（17.76%）

□総生産額：3,638億円（2.12%）

□事業所数：3,326事業所（2.55%）

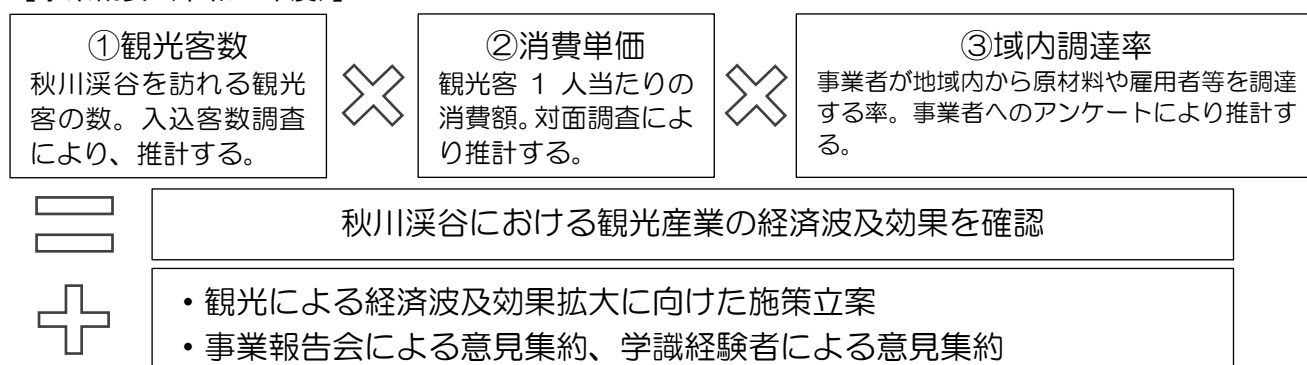
□従業員数：32,148人（2.20%）

※カッコ内は、多摩地域全体におけるあきる野市・檜原村・日の出町の割合

出典：「多摩けいざい」平成29年10月号

あきる野市・檜原村・日の出町は、観光資源の結びつきが強く、3市町村を横断的に周遊する観光客は非常に多い。あきる野商工会及び秋川渓谷旅館組合は、あきる野市と檜原村にまたがった組織体である。また、過去の観光地点パラメータ調査や域内調達率調査結果においては、あきる野市・檜原村・日の出町の関連性の高さが示されていることから、3市町村を対象とすることで、より効果的かつ当地域の観光の実情に沿った調査を行うことができると想定した。

【事業概要（令和3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、秋川流域（あきる野市・檜原村・日の出町）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及びデータに基づく効果的・効率的な観光施策の実施を促進し、地域における観光産業の自立した発展と地域経済の活性化を目的とするものである。

また、ラグビーワールドカップや東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会の開催など、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並びに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・立案したものであることから、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。
- ・秋川流域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）からの課題を捉えることができ、どの部門がどのような施策を展開すればよいかが明らかになる。
- ・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。

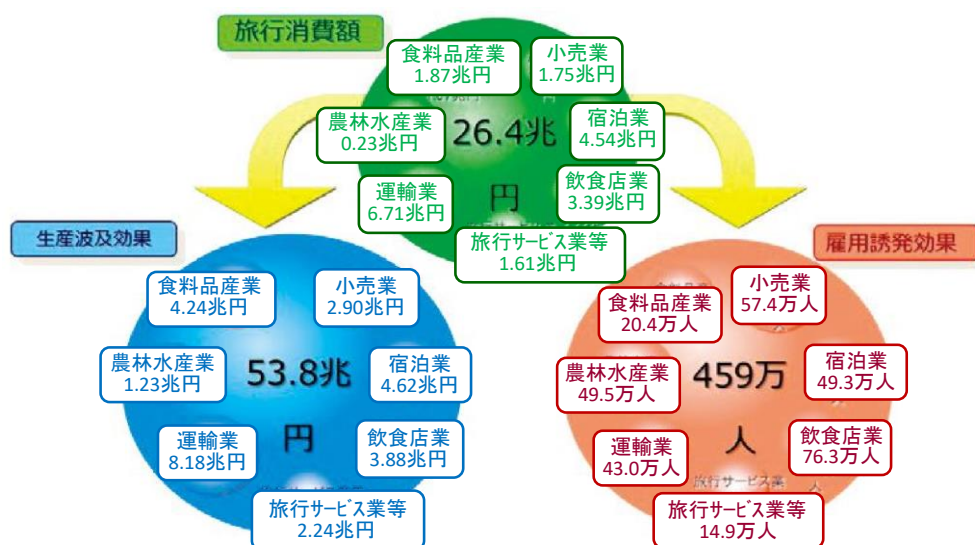


図 2-1：旅行消費が日本国内にもたらす産業別経済効果（2016 年）

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）

※事業計画は5 ヶ年とする



◆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 月、1-3 月）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 ヶ年目）※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：平成 30 年度に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：・継続調査により、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 ヶ年目）※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・東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会の効果の有無等）
・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、東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会延期
・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（あきる野市（秋川地区）まで広げた対応）

- ・ 8 四半期（本年 7-9 月調査まで）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

◆令和 3 年度（4 ヶ年目）※継続調査、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）、3 ヶ年の事業報告会、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・東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会の時期における観光動態の変化を把握 ※無観客開催）、調査スキームの構築
- ・ 観光パラメータ調査（継続調査・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・冬季調査を中止（代替として WEB アンケート調査を実施）
 - ・ 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（日の出町まで広げた対応）
 - ・ 12 四半期（本年 7-9 月調査まで）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
 - ・ 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、東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会や新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえた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施策の立案を検討

◆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、関係事業者への説明会開催、組織体制の形成

- 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、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
- ・ 観光パラメータ調査（継続調査・新型コロナウイルス感染症を踏まえた調査）
 - ・ 5 ヶ年事業の総括、学識経験者からの意見聴取、説明会の開催（成果報告、今後の秋川渓谷の観光振興に向けた取組の共有）
- 事業成果：・ 事業終了後も本調査内容が進むよう、新たな組織体制を検討
- ・ 事業者及び地域住民への意識付けを図るために説明会を実施

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

観光が地域経済に与える効果を計量的に把握するため、秋川渓谷を訪問した国内外の旅行者にアンケート調査を実施し、入込客数等を推計する。

(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25ヵ所選定した。令和3年度から日の出町の7地点を追加した。

表 3-1 主要観光施設調査 対象地点一覧

市町村	観光施設
あきる野市（14）	・ 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）	・ 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
日の出町（7）	・ つるつる温泉 ・ 自然休養村さかな園 ・ ひので肝要の里 ・ 日の出山荘 ・ ふれあい農産物直売所 ・ 鹿野大佛 ・ 日の出太陽の家/武家屋敷

※網掛けは、令和3年度から追加

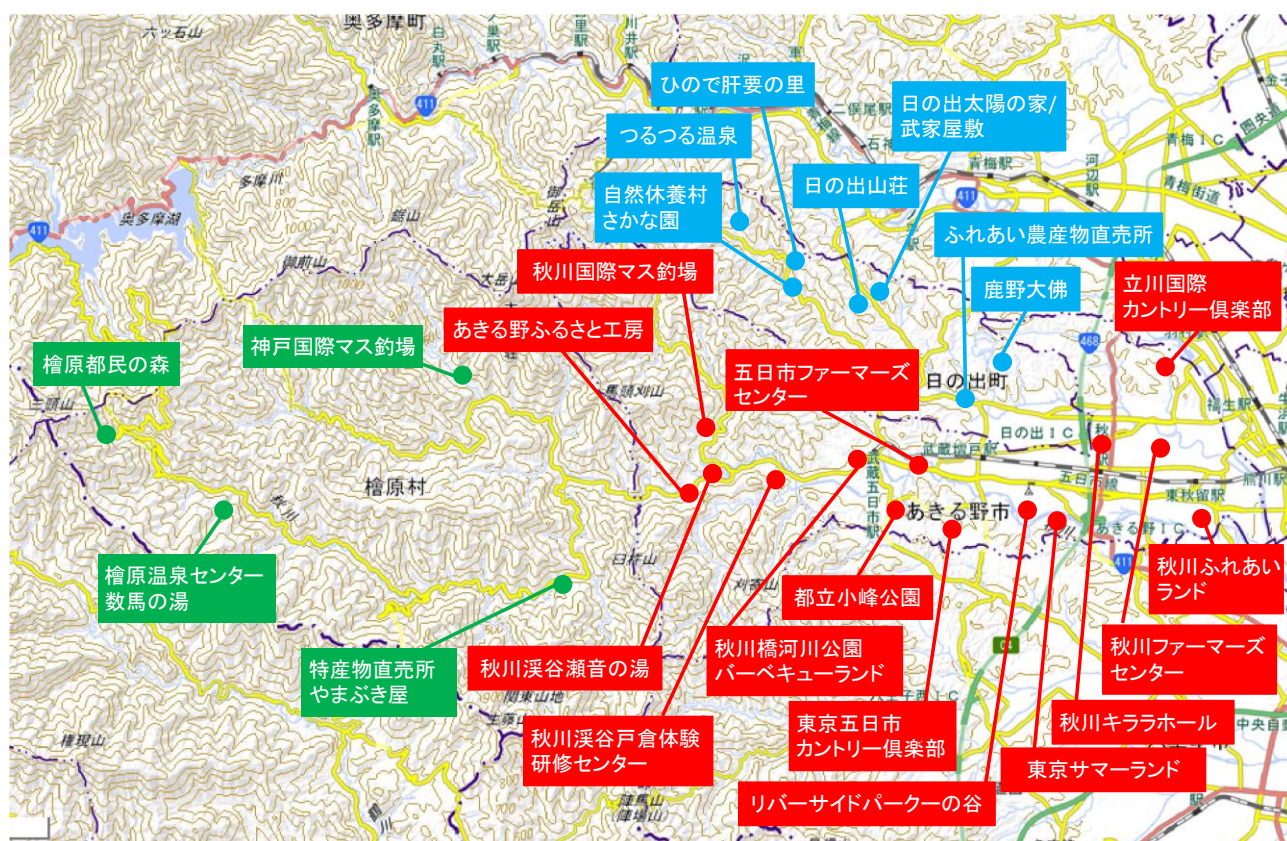


図 3-1 主要観光施設調査 対象地点マップ

(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、観光施設事業者へ郵送した。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。

調査票は、新型コロナウイルス感染症の影響による傾向の変化について設問を追加した。

調査票の内容を以下に示し、原本は巻末資料に示す。

(FAX:03-6311-8032) 秋川溪谷観光経済統計調査連絡会事務局 行

～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: ㈱オリエンタルコンサルタンツ(担当: 吉田・三石)
 TEL : 03-6311-7867 FAX : 03-6311-8032
 E-mail : r3akikawa_toukei@oriconsul.com

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)

2021 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							
2021 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. 2021 年(上半期)において、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(※緊急事態宣言等の発出に伴う休館や時短営業、入込客増減の傾向など)。

Q3. 2021 年(上半期)において、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。

Q4. 入込客についてお聞きします。

	①実数値	②推計値(概数)
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下さい。 (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 ③その他
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 ③不明	②50%以上

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***

図 3-2 主要観光施設調査 調査票（上半期）

(ウ) 調査結果

25 カ所全ての対象施設から回答が得られた。以下に結果を示す。あきる野市、檜原村、日の出町の合計で、1,856,122 人（前年比、360,589 人（24.1%）増）であった。

令和 3 年と令和 2 年の入込客数を比較すると、令和 3 年は、緊急事態宣言の発令期間期間にあたる 2 月、8～10 月の月別合計は減少しているものの、他の月では増加している。

新型コロナウイルス感染症拡大前の平成 30 年と比較すると、コロナ以前の入込客数まで回復している傾向が見られるが、初夏から夏場は減少幅がまだ大きい。

あきる野市、檜原村の入込客数を令和 2 年の調査結果と比較すると、年間の入込客数合計は、あきる野市で 93,257 人、檜原村で 11,211 人増加している。

【月別の傾向（あきる野市、檜原村及び日の出町の時期別の入込把握）】

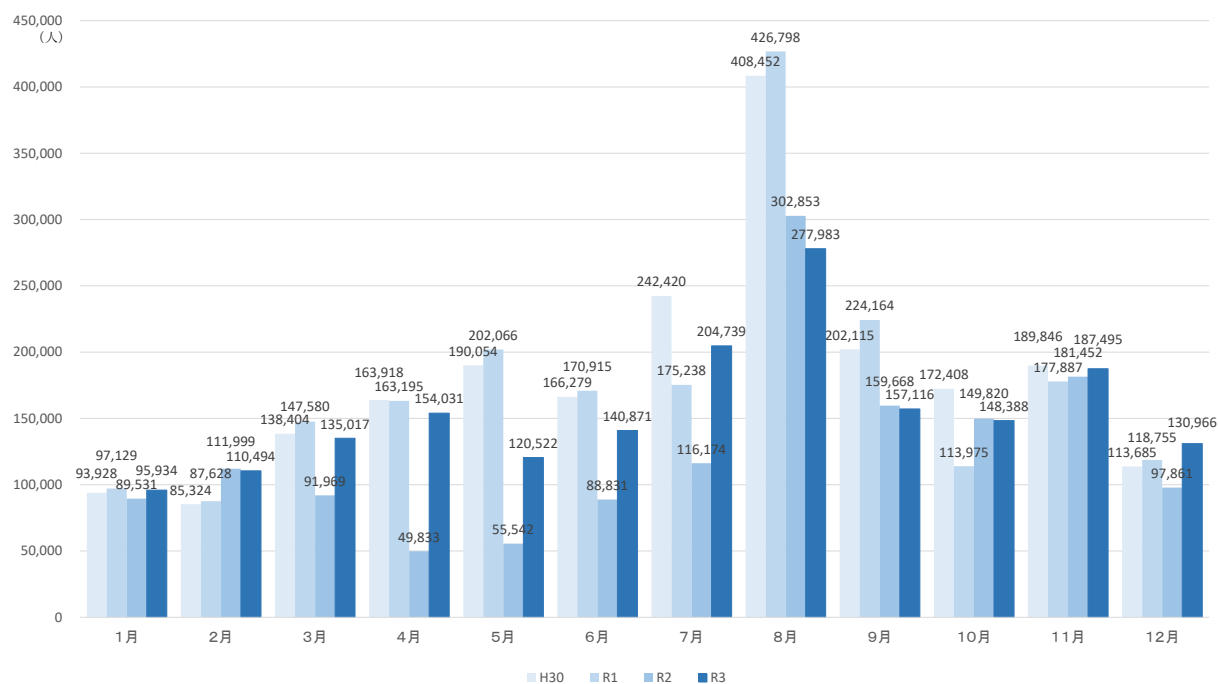
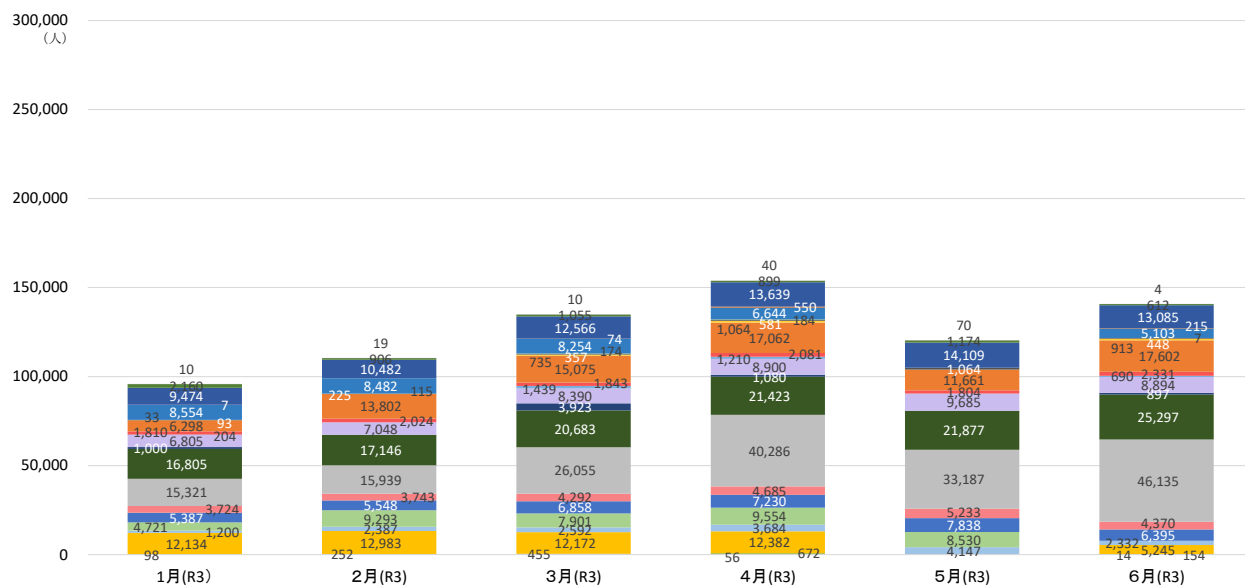


図 3-3 主要観光施設調査 月別の調査結果

[令和3年（上半期）]



[令和2年（上半期）]

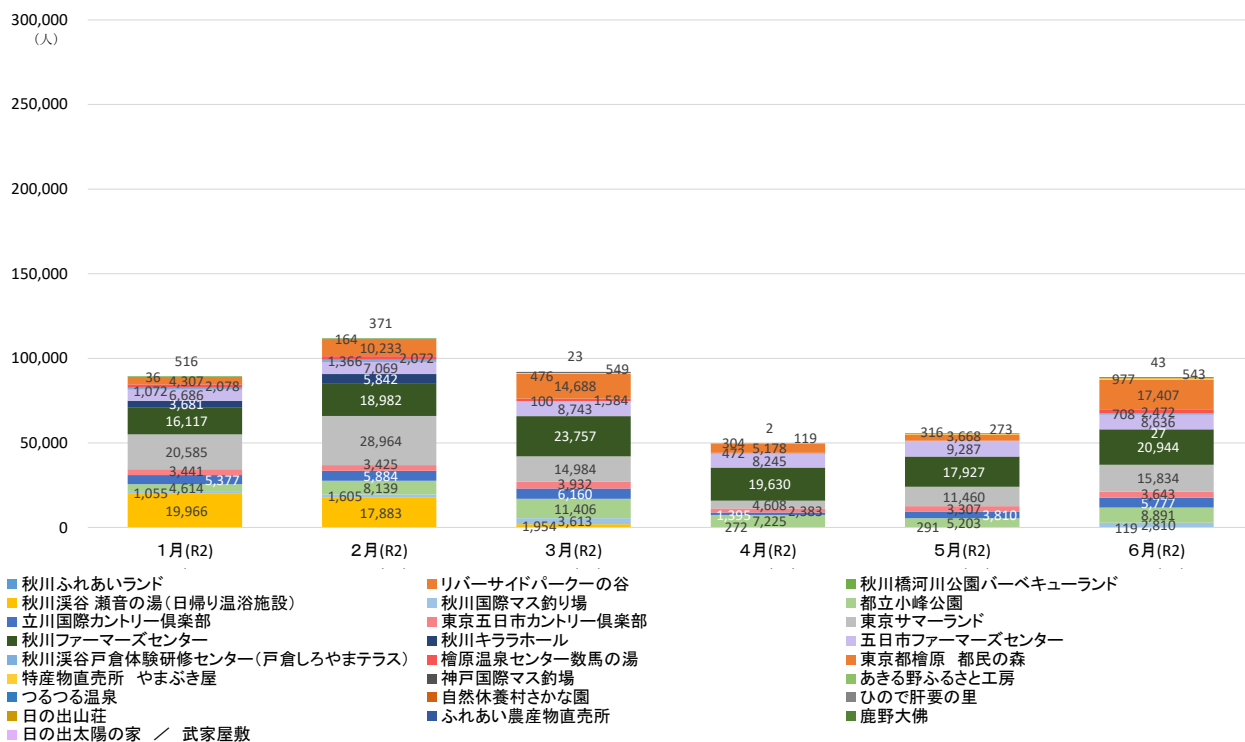
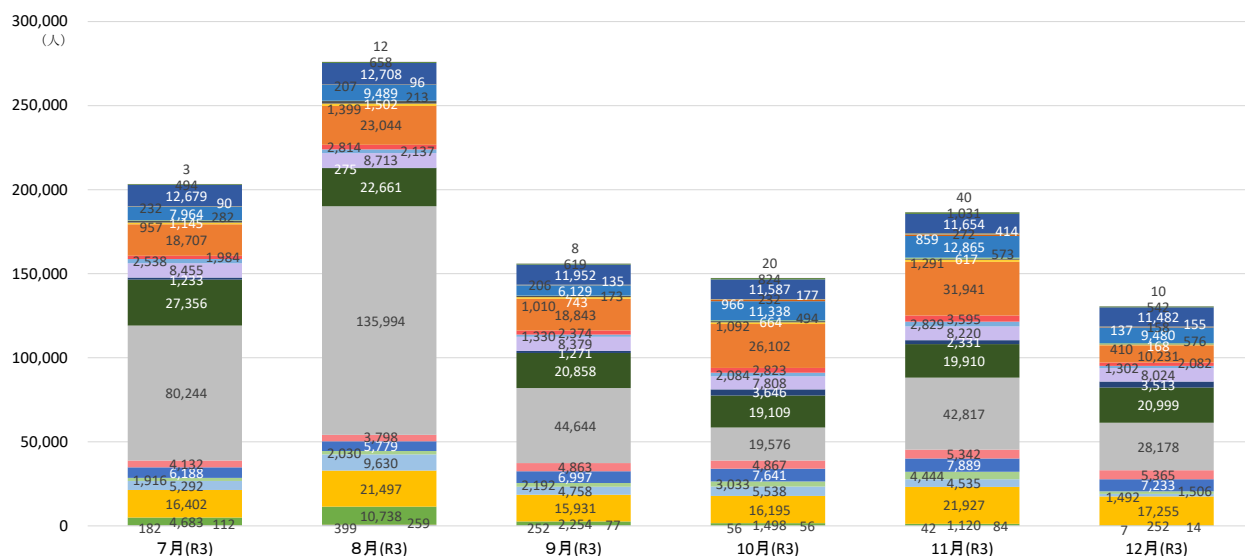


図 3-4 主要観光施設調査 月別の調査結果（上半期）

[令和3年（下半期）]



[令和2年（下半期）]

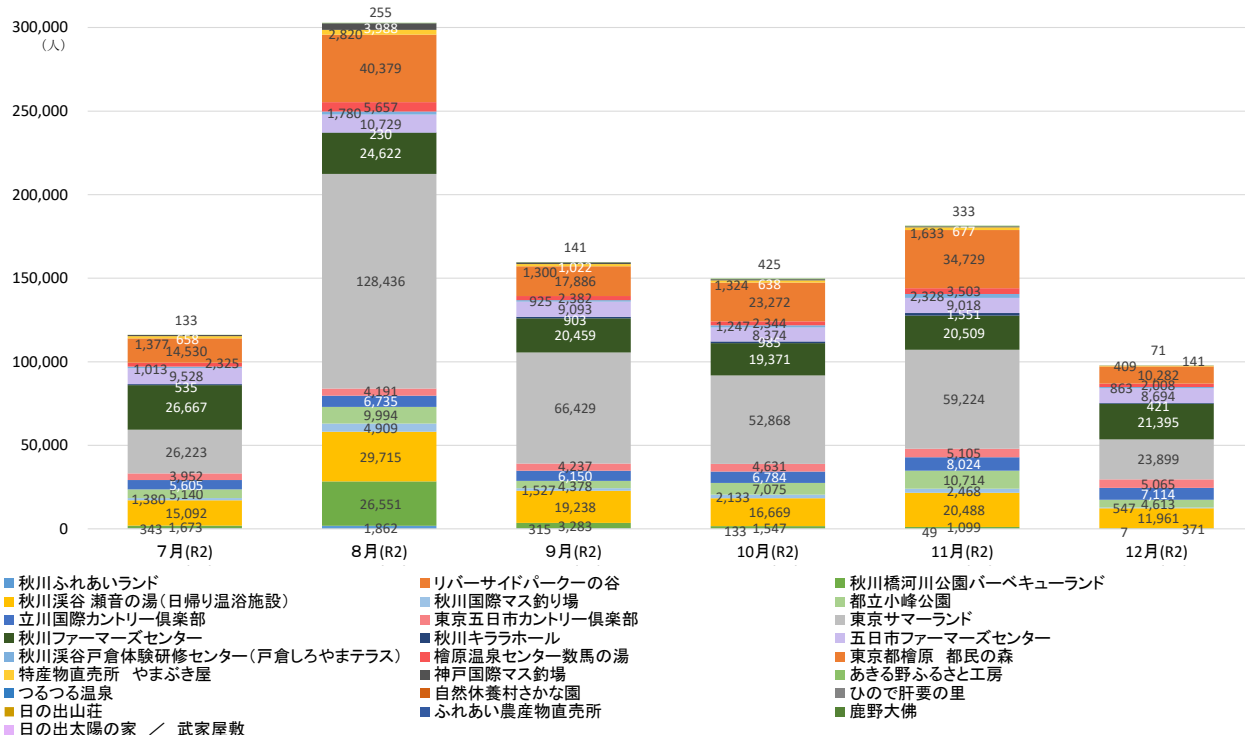


図 3-5 主要観光施設調査 月別の調査結果（下半期）

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

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			

R3	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	67,432	74,454	94,934	111,346	90,497	100,430	159,015	224,123	113,979	91,601	122,063	95,716	1,345,590
檜原村	8,201	16,051	18,010	20,788	14,529	21,294	22,793	28,759	22,970	30,681	37,444	12,891	254,411
日の出町	20,205	19,889	21,959	21,772	15,353	19,019	21,462	23,170	19,049	25,144	27,135	21,964	256,121
月別 合計	95,838	110,394	134,903	153,906	120,379	140,743	203,270	276,052	155,998	147,426	186,642	130,571	1,856,122
四半期 合計	341,135			415,028			635,320			464,639			

【新型コロナウイルス感染症による影響】

- ・緊急事態宣言及びまん延防止等重点措置が発令されていた 1 月～9 月は、多くの観光施設が休業や人数制限を行っていた。特に、GW の連休に休業していた施設が多くあった。
- ・8 月、9 月、10 月、2 月は、令和 2 年の調査時と比べてやや減少している（8 月：-26,801 人、9 月：-3,670 人、10 月：-2,394 人、2 月：-1,605 人）。特に緊急事態宣言が発令していた 8 月は減少幅がやや大きい。その他の月は、令和 2 年の調査時と比べて増加傾向にあった。
- ・施設別では、「東京サマーランド」「秋川国際マス釣り場」「立川国際カントリー倶楽部」の入込客数は増加傾向であり、全体的に屋外施設の入込客数は増加している。
- ・また、「都立小峰公園」「秋川橋河川公園バーベキューランド」「五日市ファーマーズセンター」の入込客数は減少傾向であった。いずれもイベントの中止、団体客の減少、休業などが影響しているものとみられる。
- ・4 月・5 月・7 月については、「東京サマーランド」の入込客数の増加が顕著であった。また、共に緊急事態宣言下であった令和 2 年と令和 3 年の 5 月期のデータを比較すると、令和 3 年の入込客数が 3 倍増となっていることから、入込客数については、回復傾向にあると考えられる。

【過年度比較】

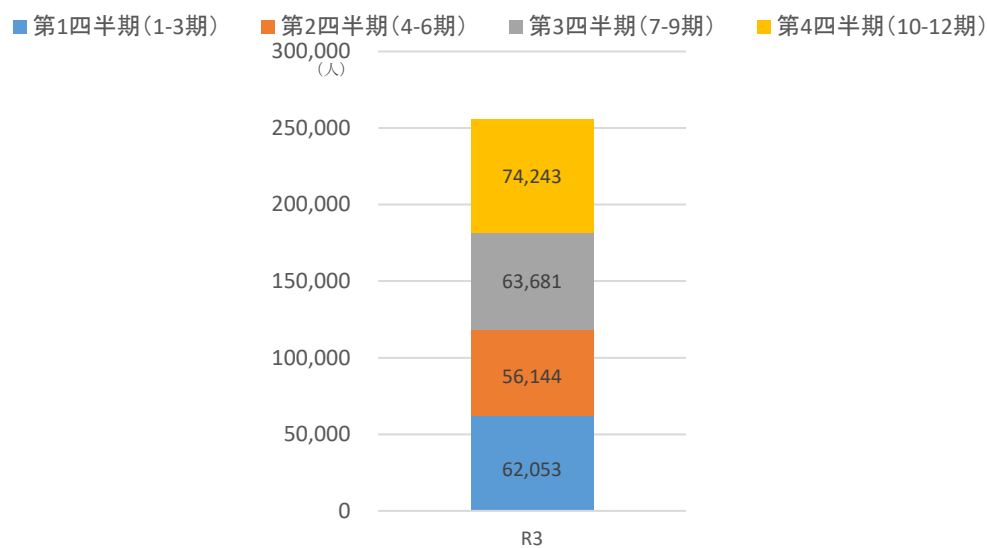
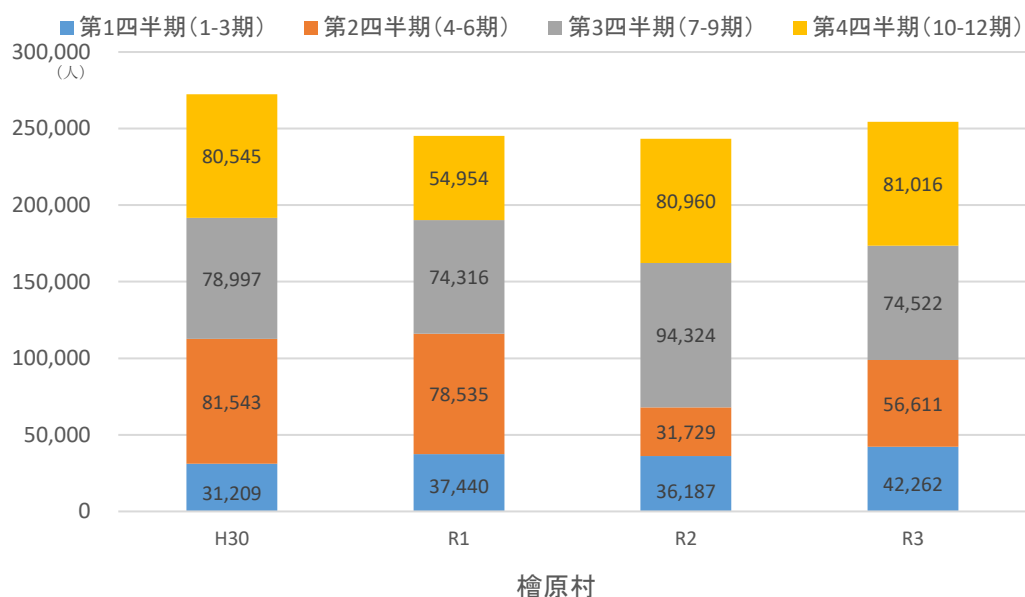
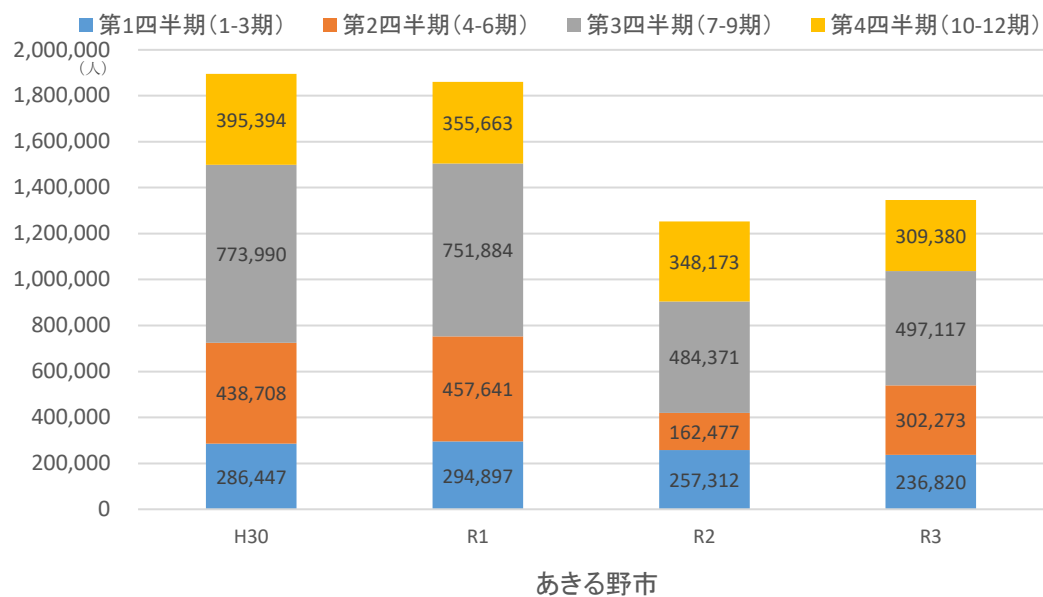


図 3-6 主要観光施設調査 過年度比較

(ア)対象地点の抽出（リストと位置図）

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 3 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「あきる野の奏で」「五市マルシェ」のみであった。

市町村	行祭事・イベント
あきる野市（8）	・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） ・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）	・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）
日の出町（3）	・ひので桜まつり ・ひので夏まつり ・日の出産業まつり

弘沢の滝
(ふるさと夏まつり・冬まつり)

正一位岩走神社
(例大祭)

ひので桜まつり
ひので夏まつり

あきる野夏まつり

あきる野の奏で

阿伎留神社
(例大祭)

ヨルイチ

五市マルシェ

二宮神社
(例大祭)

あきる野市産業祭

27

(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:03-6311-8032) 秋川溪谷観光経済統計調査連絡会事務局 行

～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:㈱オリエンタルコンサルタンツ(担当:吉田・高草木)
 TEL : 03-6311-7867 FAX : 03-6311-8032
 E-mail : r3akikawa_toukei@oriconsul.com

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. 2021年に開催した、行・祭事や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

図 3-8 行祭事・イベント調査 調査票

(ウ) 調査結果

対象地点の中で、イベントを開催した「あきる野の奏で」「五市マルシェ」で回答が得られた。以下に結果を示す。

令和2年と比べ、「五市マルシェ」の開催回数が2回から4回に増加したため、入込客数が2倍に増加している。

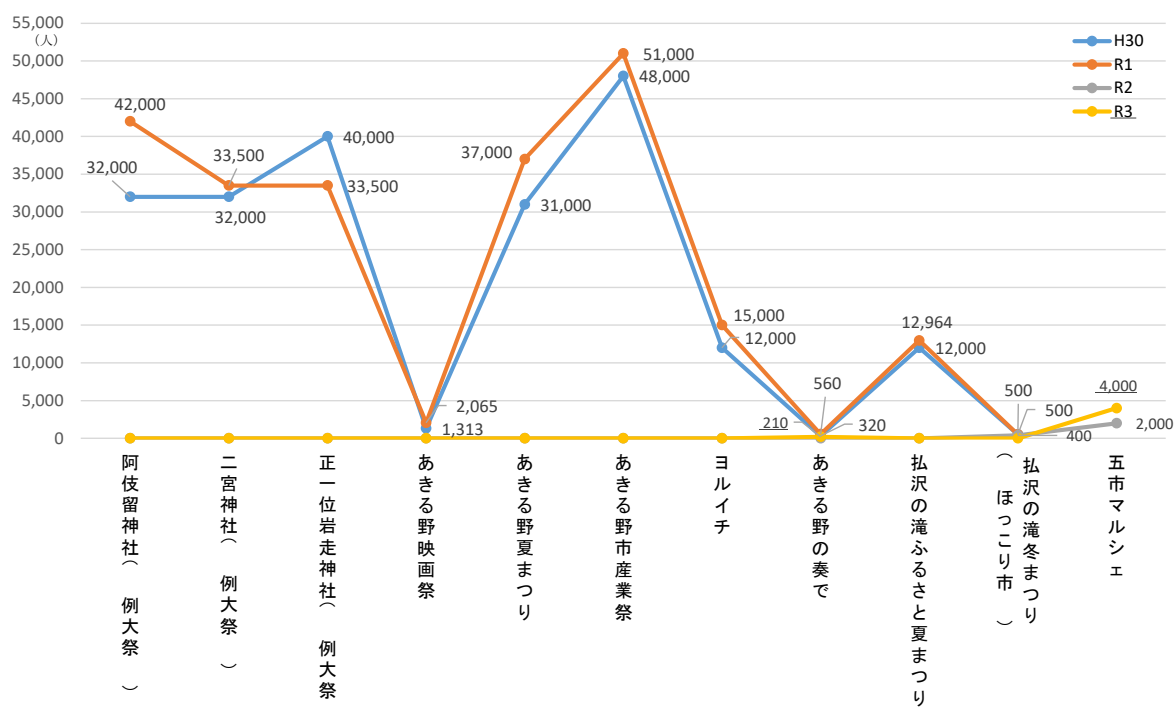


図 3-9 行祭事・イベント調査 調査結果

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 43 カ所を対象地点とした。

令和 3 年より檜原村 3 カ所、日の出町 4 カ所を対象地点に追加した。

表 3-4 宿泊施設調査 対象地点一覧

市町村	観光施設
あきる野市 (20)	・ WOODLAND BOTHY ・ 旅館 錦江閣 ・ 旅館 油屋旅館 ・ 旅館 本陣 ・ 秋川溪谷瀬音の湯（コテージ） ・ 自然休養村 山溪 ・ 民宿 秋朋 ・ 秋川溪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) ・ 秋川溪谷リバーティオ ・ 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&クラインガルテン野良坊 ・ 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 ・ 東横イン東京秋川駅北口
檜原村 (19)	・ 橋本旅館 ・ 兜家旅館 ・ 古民家の宿 山城（やましろ） ・ 三頭山荘 ・ 浅間坂 ・ 民宿かんづくり荘 ・ 清水苑キャンプ場 ・ 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 ・ たなごころビレッジ ・ 東京里山シェアリング ・ THEATER1
日の出町 (4)	・ おおばキャンプ村 ・ CHILL OUT BASE WEST TAMA ・ 東雲山荘 ・ 東京日の出 武家屋敷

※網掛けは、令和 3 年から追加

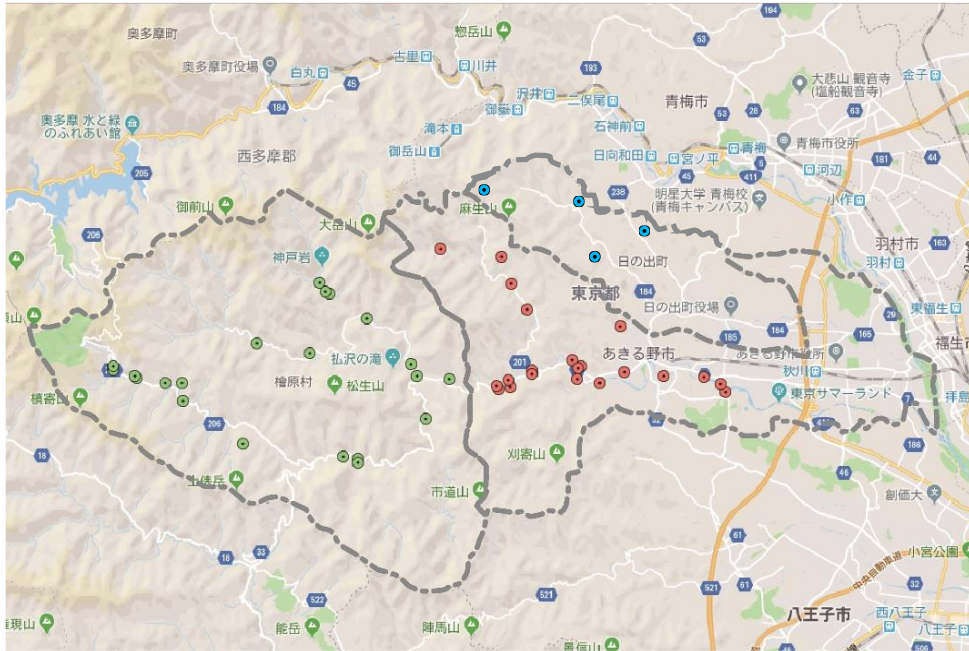


図 3-10 宿泊施設調査 対象地点マップ

(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:03-6311-8032 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
	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(2022年1月1日現在)

客室数	室	収容人数	名
-----	---	------	---

⑧従業員数(2022年1月1日現在)

名

問2 2021年下半期における貴宿泊施設の利用状況について

	2021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。							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	室	室	室	室	室
								2/12 %	2/12 %	2/12 %	2/12 %	2/12 %	2/12 %

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、おおよその客室稼働率を%で記入してください。

⑫2021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 3-11 宿泊施設調査 調査票

(ウ) 調査結果

対象地点 43 カ所のうち、29 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のうち、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。

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 と計上する等、新型コロナウイルス感染症の影響による緊急事態宣言やまん延防止等重点措置を受けての営業自粛などを踏まえて推計している。

①令和 2 年度調査の回答がある場合

未回答施設の推定利用者数

＝回答済みで同様の施設の過年度比率（令和 3 年度実績値÷令和 2 年度実績値）×未回答施設の令和 2 年度実績値

※同様の施設の数値を使用することで、宿泊施設別の過年度比率を考慮している。

※新型コロナウイルス感染症による緊急事態宣言やまん延防止等重点措置における営業自粛なども踏まえる。

②令和 2 年度調査の回答がない場合

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

※同様の施設の数値を使用することで、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やまん延防止等重点措置期間における営業自粛なども踏まえる。

表 3-5(1) 施設種類別総実宿泊利用者数（人）（令和 3 年）

分類		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	671	556	2,089	2,720	1,636	1,671	2,624	3,611	2,051	1,647	1,732	1,160	22,167
	比率	3.0%	2.5%	9.4%	12.3%	7.4%	7.5%	11.8%	16.3%	9.3%	7.4%	7.8%	5.2%	100.0%
	A旅館・ホテル	93	56	112	201	120	96	441	246	160	117	305	134	2,080
	B民宿・コテージ	160	0	128	318	0	131	451	668	456	460	583	455	3,810
	C簡易宿所	96	2	149	580	10	69	173	299	90	93	161	28	1,750
	Dバンガロー・キャンプ場	322	498	1,700	1,620	1,507	1,375	1,559	2,398	1,344	978	682	544	14,527
檜原村	合計	99	83	435	1,167	2,034	1,218	2,720	5,188	2,275	2,367	1,367	379	19,332
	比率	0.5%	0.4%	2.3%	6.0%	10.5%	6.3%	14.1%	26.8%	11.8%	12.2%	7.1%	2.0%	100.0%
	A旅館・ホテル	65	42	94	193	231	140	265	164	202	169	153	87	1,804
	B民宿・コテージ	0	0	15	78	81	22	78	228	51	51	82	37	723
	C簡易宿所	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Dバンガロー・キャンプ場	35	42	326	896	1,721	1,056	2,377	4,795	2,023	2,147	1,132	255	16,806
日の出町	合計	15	17	81	64	207	92	115	182	60	60	116	63	1,072
	比率	1.4%	1.6%	7.6%	5.9%	19.3%	8.6%	10.7%	17.0%	5.6%	5.6%	10.8%	5.9%	100.0%
	A旅館・ホテル	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	B民宿・コテージ	2	4	6	2	0	4	3	16	8	37	81	41	204
	C簡易宿所	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Dバンガロー・キャンプ場	13	13	75	62	207	88	112	166	52	23	35	22	868
合計	合計	785	657	2,605	3,950	3,877	2,981	5,459	8,981	4,386	4,074	3,214	1,602	42,572
	比率	1.8%	1.5%	6.1%	9.3%	9.1%	7.0%	12.8%	21.1%	10.3%	9.6%	7.6%	3.8%	100.0%
	A旅館・ホテル	158	97	205	394	351	235	706	410	362	286	458	221	3,884
	B民宿・コテージ	162	4	149	398	81	157	532	912	515	548	746	533	4,737
	C簡易宿所	96	2	149	580	10	69	173	299	90	93	161	28	1,750
	Dバンガロー・キャンプ場	370	553	2,101	2,578	3,435	2,520	4,048	7,360	3,419	3,148	1,849	821	32,201

表 3-5(2) 施設種類別総実宿泊利用者数（人）
（上段：令和 2 年、中段：令和元年、下段：平成 30 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	212	210	1,262	3,755	12,307	4,282	2,135	3,131	668	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	586	276	356	228	3,587
	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	3,560
	Dバンガロー・キャンプ場	53	105	2,816	112	147	1,113	2,675	9,071	2,656	1,072	2,018	30	21,869
檜原村	合計	250	360	506	74	206	769	2,208	6,758	3,039	2,049	1,743	458	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	264	232	0	102	197	284	591	556	287	369	180	3,261
	B民宿・コテージ	33	46	86	0	39	65	103	209	197	107	118	68	1,070
	C簡易宿所	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Dバンガロー・キャンプ場	18	50	188	74	65	507	1,821	5,958	2,286	1,655	1,256	210	14,089
合計	合計	1,141	1,312	3,588	286	416	2,030	5,964	19,065	7,321	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	552	443	100	156	330	573	1,435	1,142	563	724	409	6,848
	B民宿・コテージ	462	512	125	0	39	65	471	914	789	538	581	445	4,940
	C簡易宿所	187	93	17	0	9	15	423	1,688	447	356	294	32	3,560
	Dバンガロー・キャンプ場	71	155	3,004	186	212	1,620	4,496	15,029	4,942	2,727	3,275	240	35,957

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
分類														
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・キャンプ場	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	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Dバンガロー・キャンプ場	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	3,600	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・キャンプ場	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
分類														
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・キャンプ場	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・キャンプ場	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・キャンプ場	100	381	1,558	2,087	5,098	3,363	4,415	9,854	5,625	2,147	1,991	1,047	37,666

あきる野市、檜原村は 8 月、日の出町は 5 月が最も宿泊利用者数が多く、あきる野市と檜原村は、7 月、8 月の宿泊利用客数が全体の 4 割程度を占めている。

令和 2 年と比較すると、年間合計で約 8,700 人減少しており、緊急事態宣言及びまん延防止等重点措置が長期化した影響と考えられる。

施設別にみると、全ての施設で、4 月、5 月の宿泊利用者数が令和 2 年の同時期（緊急事態宣言下）よりも多くなっていることがわかる。

【月別の傾向（あきる野市、檜原村及び日の出町の時期別の入込把握）】

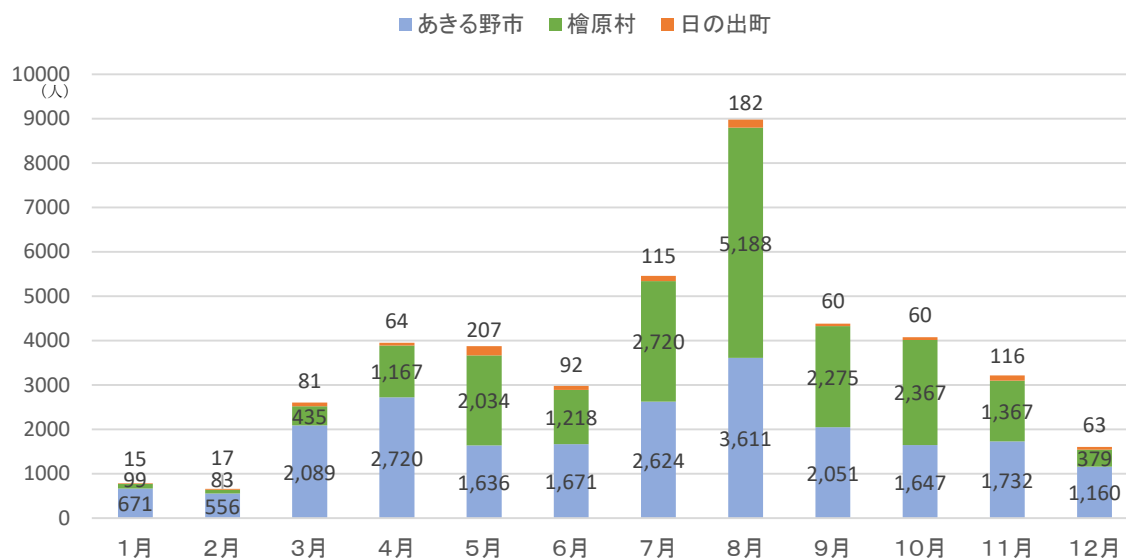


図 3-12 宿泊施設調査 月別の実宿泊利用者数

【過年度比較】

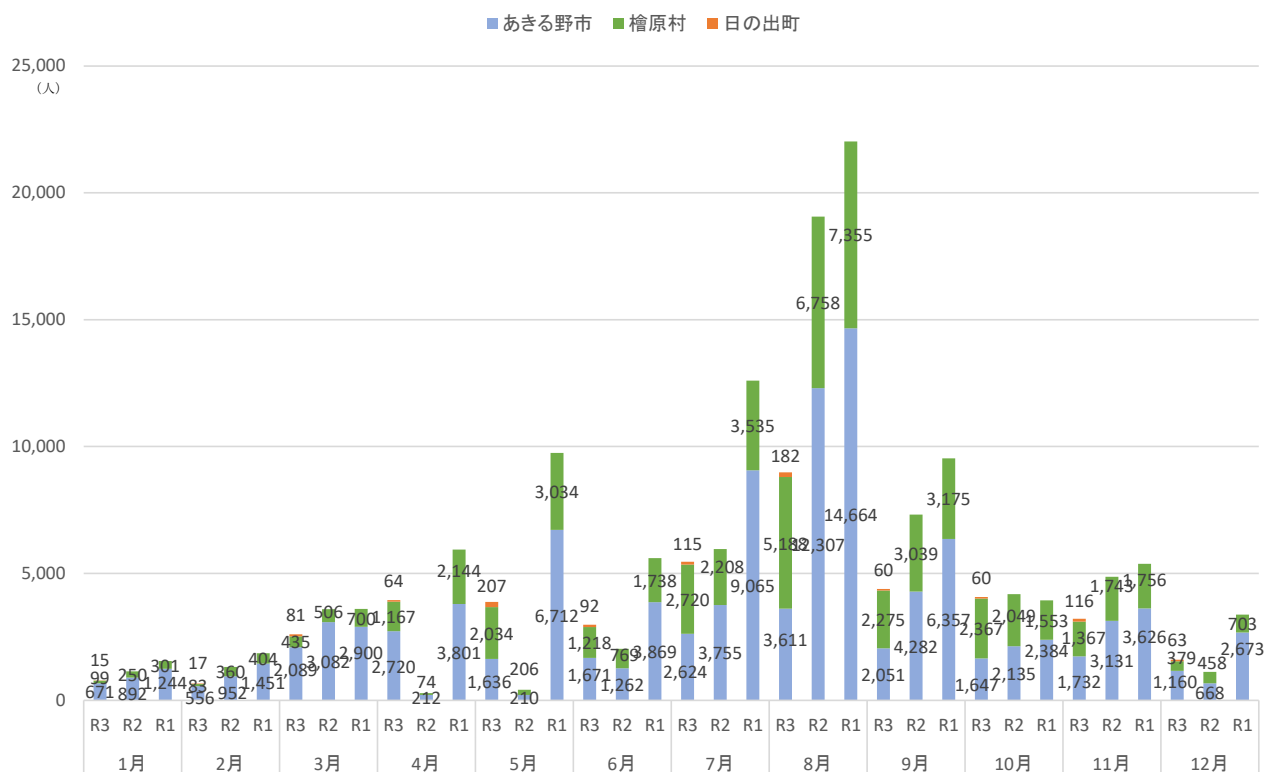


図 3-13 宿泊施設調査 月別の実宿泊利用者数 過年度比較

エ 観光施設・イベント・宿泊数合算

年間の観光施設・イベント・宿泊者数を合算（表 3-6 参照）すると、令和 3 年度実績は約 190 万人となり、入込客数は、令和元年の状況にまで回復しつつあることが分かる。一方、月別合計でみると、7 月・8 月の入込客数は多いものの、令和元年の 8 月・9 月の実績値よりは低い数値に留まっている。この要因は、夏休み時期に緊急事態宣言が重なったことにあると考えられる。

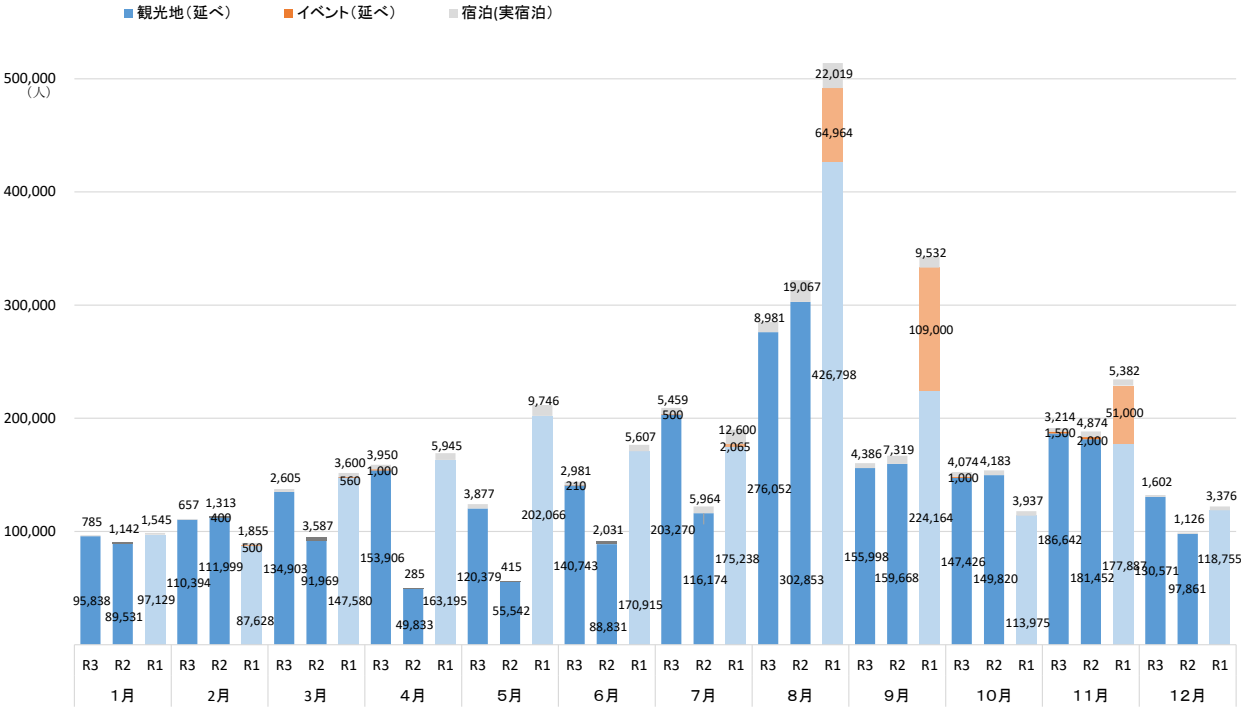


図 3-14 観光施設・イベント・宿泊者数合算

表 3-6 観光施設・イベント・宿泊者数合算 一覧（人）

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	
観光地(延べ)	95,838	110,394	134,903	153,906	120,379	140,743	
イベント(延べ)	0	0	0	1,000	0	210	
宿泊(実宿泊)	785	657	2,605	3,950	3,877	2,981	
月別 合計	96,623	111,051	137,508	158,856	124,256	143,934	
四半期 合計	345,182			427,046			
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
観光地(延べ)	203,270	276,052	155,998	147,426	186,642	130,571	1,856,122
イベント(延べ)	500	0	0	1,000	1,500	0	4,210
宿泊(実宿泊)	5,459	8,981	4,386	4,074	3,214	1,602	42,572
月別 合計	209,229	285,033	160,384	152,500	191,356	132,173	1,902,904
四半期 合計	654,645			476,030			

オ 調査結果のまとめ

調査結果から、令和3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拡大に伴う緊急事態宣言及びまん延防止等重点措置の効果の影響を検討した。

- ◆ 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3年1月～3月、4月～6月、7月～9月）及びまん延防止等重点措置（令和3年4月、6月～7月）

【観光地点】

- ・緊急事態宣言の影響により休業した施設もあったが、前年より入込客数が増える結果となった。緊急事態宣言の最中であった4月～7月においても、令和元年と同程度まで入込客数が回復した施設も見られた。
- ・夏休み時期と緊急事態宣言の期間が重なった8月と9月は、入込客数が令和2年よりも減少している。

【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・延期となり、開催できたイベントは2ヵ所のみであった。

【宿泊】

- ・緊急事態宣言の影響による休業または客数を縮小しての営業、及び団体客の減少・キャンセルなどの影響がある中、宿泊利用客数が令和2年より約24,500人増加しており、回復傾向が見られる。

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、1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

市町村	観光施設
あきる野市	・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
檜原村	・檜原都民の森 ・檜原温泉センター数馬の湯
日の出町	・つつる温泉 ・ふれあい農作物直売所



図 3-15 観光地点パラメータ調査 調査地点 位置図

立ち寄り地を適切に把握するため、秋川溪谷の主要な観光施設の地点が確認できるマップ（図 3-18）を活用し、夏季・秋季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、パックの 7 項目に分類して調査した。

また、新型コロナウイルス感染症の影響についても把握する設問を加えた。

図 3-16 観光地点パラメータ調査 調査票



武蔵五日市駅



秋川溪谷瀬音の湯



檜原都民の森



ふれあい農産物直売所

図 3-17 観光地点パラメータ調査 調査風景

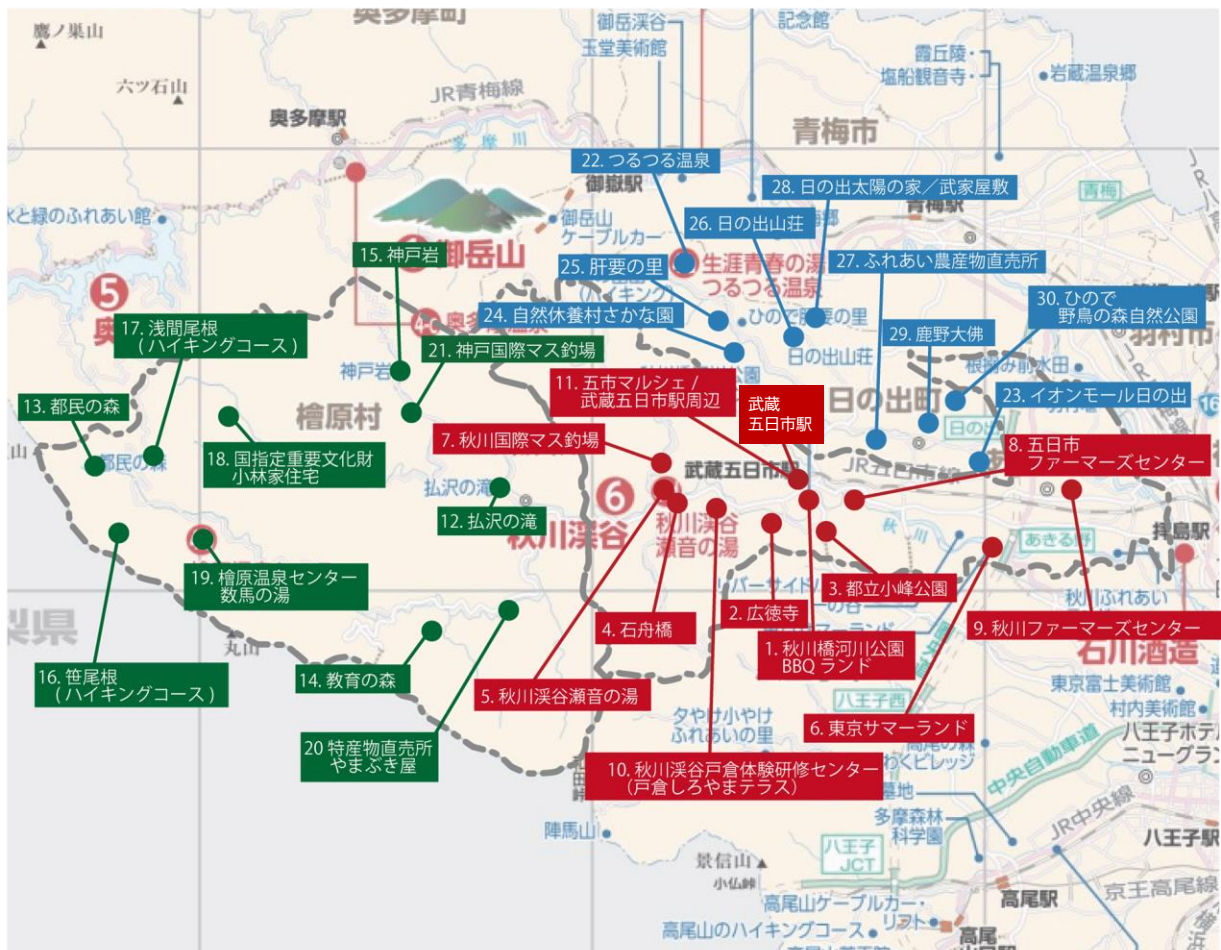


図 3-18 観光地点パラメータ調査で使ったマップ

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。



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、5月、7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拡大により、7月、11月調査のみ実施し、合計935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3年（下表赤枠）とする。

表 3-8 各期の獲得票数及びサンプル数

調査地点 (2021年回答数)	令和2年度		令和3年度							
			令和3年						令和4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
武蔵五日市駅 (152 票)	—	—	—	—	7/ 23・24	71	11/ 20・21	81	—	—
東京サマーランド (68 票)	—	—	—	—	7/23	68	—	—	—	—
秋川橋河川公園バーベ キューランド (56 票)	—	—	—	—	7/ 23・24	32	11/ 20・21	24	—	—
秋川渓谷瀬音の湯 (148 票)	—	—	—	—	7/24	69	11/23	79	—	—
秋川国際マス釣場 (79 票)	—	—	—	—	7/ 23・24	32	11/ 20・21	47	—	—
檜原都民の森 (142 票)	—	—	—	—	7/ 23・24	64	11/ 20・21	78	—	—
檜原温泉センター数馬 の湯 (94 票)	—	—	—	—	7/ 23・24	44	11/ 20・21	50	—	—
つるつる温泉 (116 票)	—	—	—	—	7/23	52	11/20	64		
ふれあい農産物直売所 (80 票)	—	—	—	—	7/24	50	11/21	30		
合 計	—	—	—	—	—	482	—	453	—	—

※令和3年の冬調査、春調査、令和4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 首都圏在住者への WEB アンケート調査の実施

観光地点パラメータ調査の一部中止（5月、1月）に伴い、その代替調査として、首都圏在住者への WEB アンケート調査を実施した。

（1）調査目的

秋川渓谷の主な来訪ターゲットとなる首都圏在住者に対して、来訪経験の有無や観光資源の認知度・魅力度、普段のおでかけ状況などについて調査することで、顕在・潜在ニーズを把握し、with コロナにおける観光振興の施策立案の基礎資料とする。

（2）調査方法

ア 調査対象

首都圏在住者の中から、居住エリア、年齢、3市町村（あきる野市・檜原村・日の出町）への来訪経験（過去3年以内）から調査対象を抽出した。

表 3-9 WEB アンケート調査 調査対象

項目	調査対象
居住エリア	中央線・南武線・西武拝島線の沿線自治体 ①東京都 ・市域：福生市、八王子市、昭島市、羽村市、日野市、立川市、国分寺市、国立市、三鷹市、小平市、武蔵村山市、小金井市、武蔵野市、多摩市、西東京市、府中市、東大和市、町田市、稲城市 ・区域：杉並区、中野区、世田谷区、板橋区、練馬区、新宿区、渋谷区、品川区、大田区 ②埼玉県 入間市、さいたま市、川口市、所沢市、川越市 ③神奈川県 横浜市、川崎市、相模原市
年齢	20代～60代
サンプル数	合計 400 サンプル（有効回答数） （既来訪者：200 票/未来訪者：200 票） ※男女で同数取得

イ 調査票の設計・調査方法

調査項目は、来訪経験の有無や観光資源の認知度・魅力度、普段のおでかけ状況などについて把握するため、「回答者属性」「来訪経験」「秋川渓谷の観光資源の認識や観光地としての印象」「普段のおでかけ」の大きく 4 項目を設定した。

表 3-10 域内調達率調査の調査項目

項目	調査内容
回答者属性	性別、年齢、世帯構成、居住地域、秋川渓谷への訪問歴
来訪経験	回数、頻度、訪問時期、宿泊数、同行者、移動手段とその理由、訪問目的、立ち寄り施設、体験項目、購入内容、満足度とその理由、不便に感じた点、再訪の意向、おすすめしたい度合、未来訪の理由
秋川渓谷の観光資源の認識や観光地としての印象	観光地としての印象、観光資源の認知度、観光資源の魅力度、理想の観光商品、課題、意見や感想
普段のおでかけ	頻度、テーマ、交通手段、同行者、訪問先の情報源、決定時期、訪問先の決め手、観光への意識

SC1-8

必須

3年以内に観光・レジャー目的であきる野市・檜原村・日の出町を訪れたことがありますか。

1. ある

2. ない

次へ

戻る

進捗 17%

Q2-2

必須

あきる野市・檜原村・日の出町の観光資源をご存じですか。
それぞれお答えください。

※ [画像を拡大] をクリックしていただくと拡大してご覧いただけます。

あきる野市

1. 秋川橋河川公園バーベキューランド



[画像を拡大]

1. 知っている

2. 知らない

Q1-12

必須

あきる野市・檜原村・日の出町を観光した際の満足度をお答えください。

1. 大変満足した

2. やや満足した

3. どちらともいえない

4. あまり満足できなかった

5. 満足できなかった

次へ

戻る

進捗 51%

Q3-2

必須

普段のおでかけの主なテーマは何ですか。

1. 景勝地訪問（自然鑑賞）

2. レジャー（登山、BBQ等）

3. ショッピング

4. グルメめぐり

5. スポーツ観戦

6. 温泉

7. その他：

次へ

戻る

進捗 84%

図 3-20 WEB アンケート調査の調査画面のイメージ

4 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溪谷内での消費が、秋川溪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）調査の実施

ア 域内調達率調査

（ア）対象地点の抽出

観光産業の経済規模を把握するため、あきる野市・檜原村・日の出町の事業所を観光協会 HP 及び商工会登録事業者一覧から抽出し、調査の対象事業所を整理した。令和 3 年度の調査から対象者に日の出町の事業所を追加した。

発送数は下表の通りである。346 件発送し、アンケート回収数は 70 件（うち施設無記名 22 件）であり、回収率は 20.2%であった。

表 3-11 域内調達率調査（件）

■ 発送数：346 件

	あきる野市	檜原村	日の出町	合計
観る・遊ぶ	25	12	10	47
食べる	105	14	11	130
泊まる	21	18	2	41
買う	99	20	9	128
合計	250	64	32	346

■ 回収数：70 件

	あきる野市	檜原村	日の出町	合計
観る・遊ぶ	8	4	4	16
食べる	19	5	2	26
泊まる	6	1	0	7
買う	11	6	4	21
合計	44	16	10	70

(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。

表 3-12 域内調達率調査の調査項目

項目	調査内容
概要・業種	・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、（追加）④日の出町
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	・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＞ ・原材料費（飲食関係、物販関係、その他）、営業経費、人件費
秋川渓谷の仕入れ	・秋川渓谷内から仕入れることを難しくしている要因（自由回答）
新型コロナウイルス感染症の影響	・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） ・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

※各問に特段の指定がなければ、2020年10月1日現在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）の概要について教えてください。（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（ 〇1. 秋川地区 〇2. 五日市地区） 〇3. 檜原村 〇4. 日の出町	
③ 従業員数（パート・アルバイト含む）	（ ）人 ※2020年最大	
	（※うち あきる野市・檜原村・日の出町内在住者（ ）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・資料館・植物園等
21. 観光・レクリエーション施設（観光体験・遊園含む）	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 03 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答え下さい。

千 億	億	千 万	万	千	円
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）					千円/年
支店・本社などとの合計の売上					

問 04 貴事業所の売上全体のうち、旅行・観光客※のおおよその直接の売上比率をお答え下さい。

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 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	売上高に占める比率	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・飼料、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・交通業の場合は燃料費も含めてご記入下さい。飲食や宿泊費、水光熱費、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。
②営業経費	%	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〇とし、所得は全て営業利益に含めて下さい。
③人件費	%	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。
④その他経費	%	
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 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）

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（あきる野市、檜原村、日の出町、都内、都外）のおおよその割合（%）をご記入下さい。

科目	各種経費などの支払先（購入先）の比率			
	A. あきる野市、檜原村、日の出町	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（2021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、令和元年度と比べて傾向をお答え下さい。

対象期間	令和元年度からのおおよその増減（売上額or入込客）速1（〇はそれぞれ1つだけ）	来訪者の主な傾向（例：団体客の減少、個人客の増加、解除後の利用客増加、屋外の利用増、安全対策の増い合わせなど ※減少傾向のみならず、回復状況や、利用客の新たな傾向もご記入下さい。）
① まん延防止等重点措置（4月12日～4月24日）	1. 大幅増加 2. やや増加 3. ほぼ横ばい 4. やや減少 5. 大幅減少 6. 営業自粛	
② 緊急事態宣言中（4月25日～9月30日）	1. 大幅増加 2. やや増加 3. ほぼ横ばい 4. やや減少 5. 大幅減少 6. 営業自粛	
③ 緊急事態解除後（10月1日～現在）	1. 大幅増加 2. やや増加 3. ほぼ横ばい 4. やや減少 5. 大幅減少 6. 営業自粛	

速1 1. 大幅増加（10%以上）、2. やや増加（10%未満）、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貴事業所（店舗）での新たな取り組み、観光振興（with コロナ、コロナ終息後）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リバリー対応、安全対策のPR など）	
①貴事業所（店舗）での取組	②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をする場合がありますので、差し支えなければ連絡先をお知らせ下さい。

事業者名		ふりがな
部署名		お名前
TEL		E-mail

ご協力ありがとうございました

図 3-21 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」(26 件)、「小売」(13 件)、スポーツ・娯楽サービス」(9 件)、「宿泊」(7 件)であり、4 区分合計で 55 件となり、回答数の 70%以上を占める。
- ・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「飲食」「宿泊」「小売」の順に回答数が多い。檜原村は「小売」「飲食」の順に回答数が多い。日の出町では「飲食」「旅行代理店その他」「スポーツ・娯楽サービス」の順に回答数が多く、その他はほぼ同数の回答が得られた。

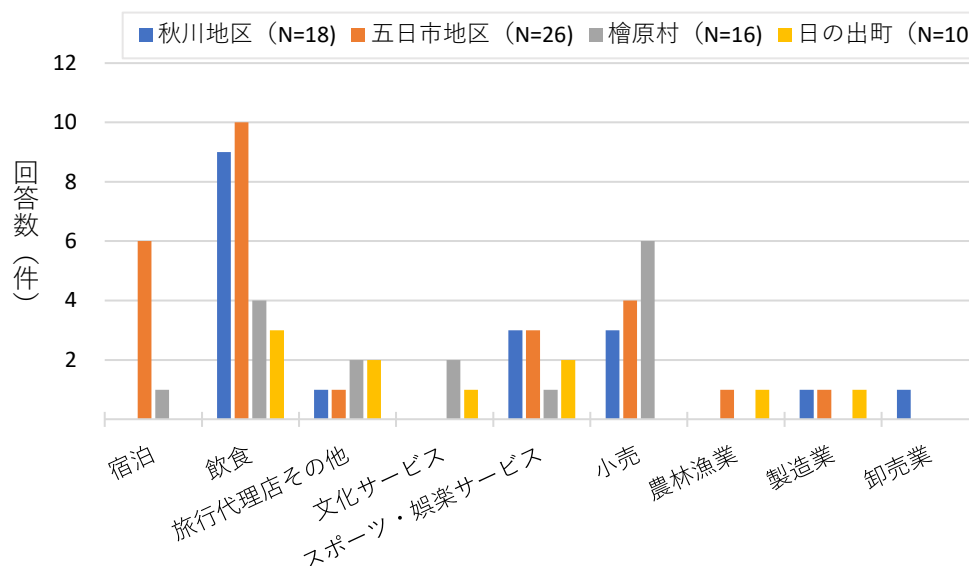


図 3-22 所在地別の業種別回答者数

表 3-13 所在地別の業種別回答者数（件）

主な業種区分	秋川地区	五日市地区	檜原村	日の出町	合計
宿泊	0	6	1	0	7
飲食	9	10	4	3	26
旅行代理店その他	1	1	2	2	6
文化サービス	0	0	2	1	3
スポーツ・娯楽サービス	3	3	1	2	9
小売	3	4	6	0	13
農林漁業	0	1	0	1	2
製造業	1	1	0	1	3
卸売業	1	0	0	0	1
合計	18	26	16	10	70

②所在地別の主な業種区分の旅客・観光客の売上比率（問 01②×問 04）

- ・所在地別では、どの地区においても、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。
- ・秋川地区は「スポーツ・娯楽サービス」、五日市地区は「宿泊」「旅行代理店その他」「スポーツ・娯楽サービス」、檜原村は「宿泊」「文化サービス」「小売」、日の出町は「スポーツ・娯楽サービス」が 100%（最大）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、五日市地区の「旅行代理店その他」、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が秋川地区と五日市地区で大幅に減少し、10%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。

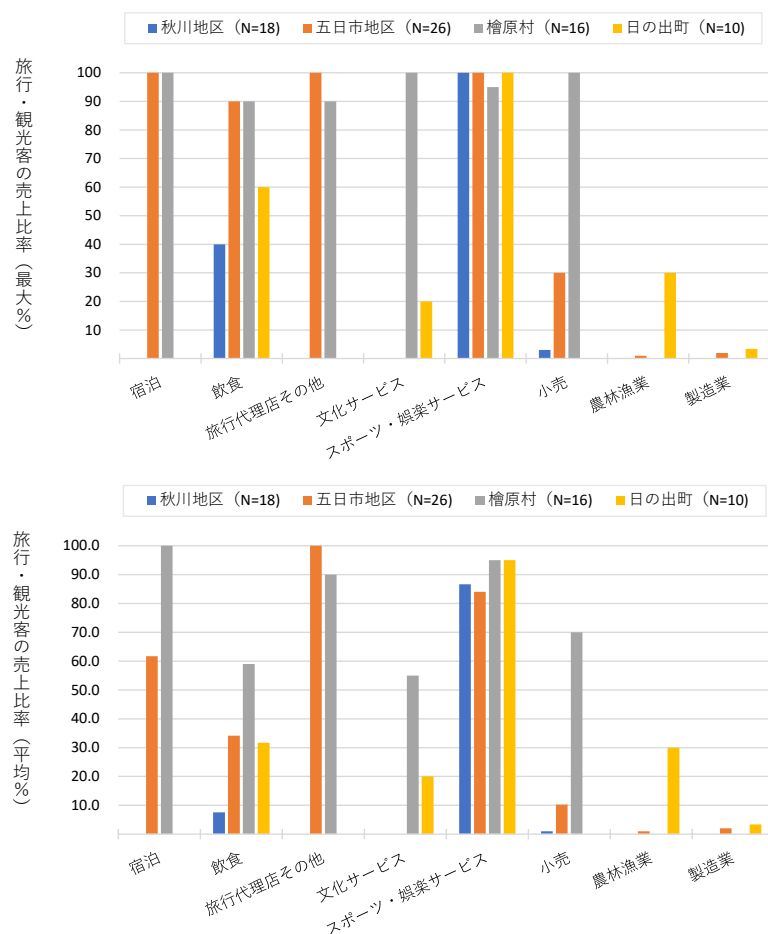


図 3-23 所在地別の業種別旅行・観光客の売上比率（上：最大、下：平均）

表 3-14 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		日の出町	
	最大	平均	最大	平均	最大	平均	最大	平均
宿泊	－	－	100	61.7	100	100.0	－	－
飲食	40	7.6	90	34.2	90	59.0	60	31.7
旅行代理店その他	－	－	100	100.0	90	90.0	0	－
文化サービス	－	－	－	－	100	55.0	20	20.0
スポーツ・娯楽サービス	100	86.7	100	84.0	95	95.0	100	95.0
小売	3	1.0	30	10.3	100	70.0	－	－
農林漁業	－	－	1	1.0	－	－	30	30.0
製造業	0	0.0	2	2.2	－	－	3.4	3.4
卸売業	0	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)

- ・業種区分別の総計を期間別にみると、まん延防止等重点措置及び緊急事態宣言中の平均点数は「大幅減少」に近い値となっている。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、売上が増加している施設も見られ、平均点数は「ほぼ横ばい～やや減少」の点数まで増加している。
- ・地区別では旅客・観光客の売上比率が低い秋川地区は他の地区より緊急事態宣言中の平均点数が高くなっている。緊急事態宣言解除後、檜原村の点数が高くなっている。
- ・また、旅客・観光客の売上比率別では、緊急事態宣言中はどの区分においても 30 点以下となっており、緊急事態宣言解除後はどの区分においても 40 点以上と点数が増加している。

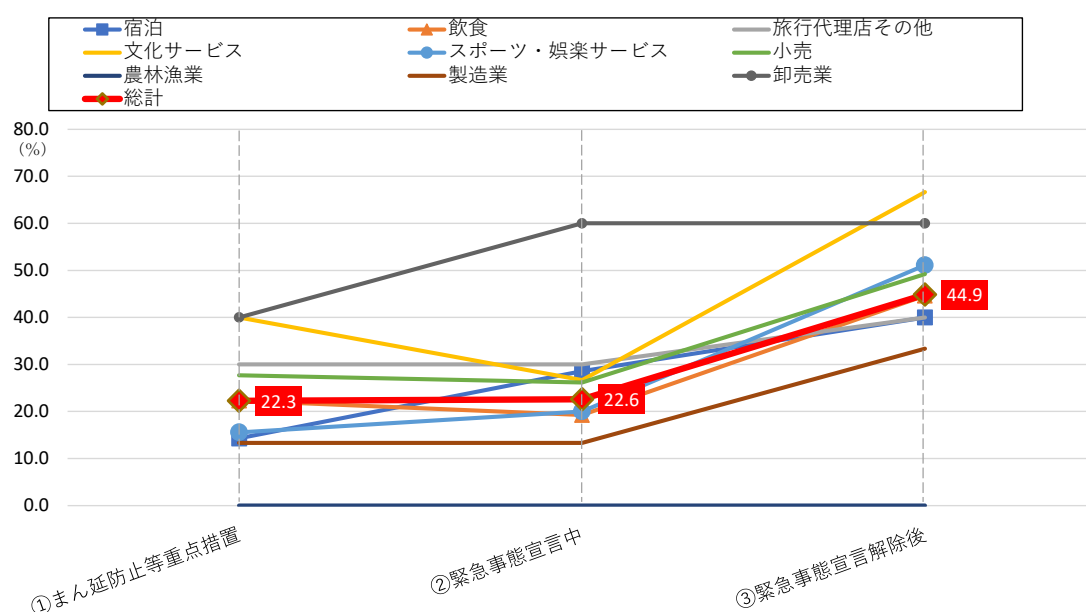


図 3-24 業種別の施設利用の傾向（対象期間別の得点化）

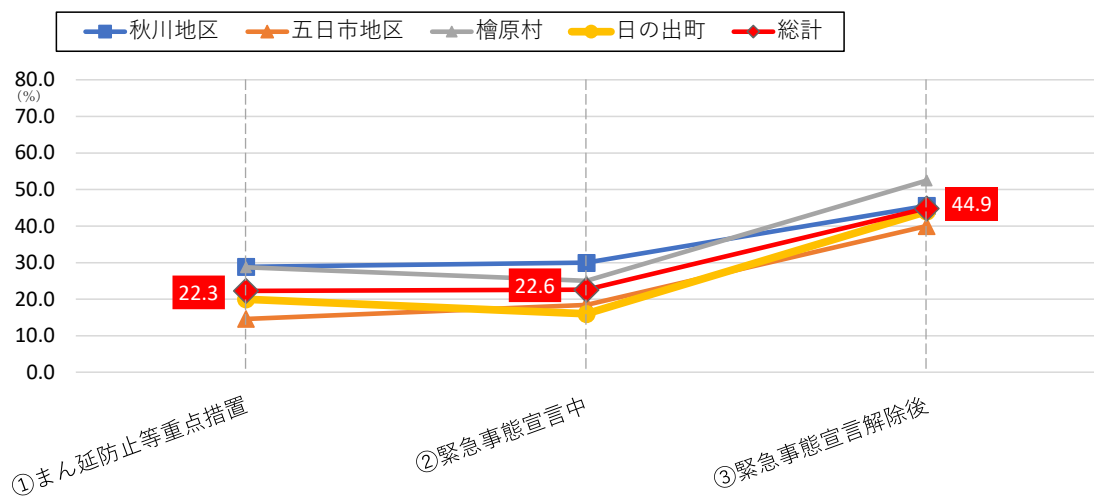


図 3-25 地区別の施設利用の傾向（対象期間別の得点化）

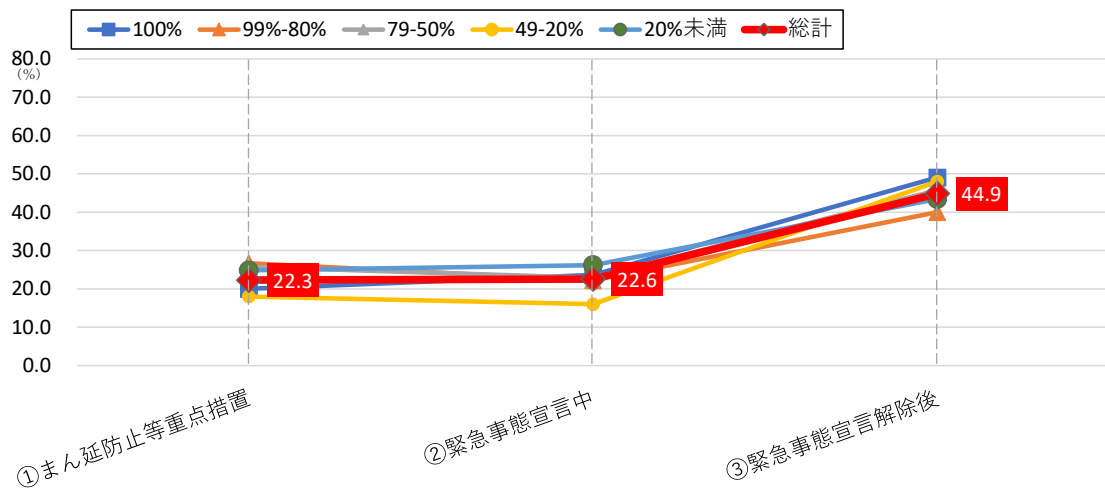


図 3-26 旅客・観光客の売上比率の施設利用の傾向（対象期間別の得点化）

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。

(イ) 事業者ヒアリングの対象先

調査対象は、令和 3 年度より域内調達率調査の対象となった日の出町の 6 事業者とした。ただし、「イオンモール日の出」は、大型ショッピングモールであり、業種及び取扱商品が多岐にわたっているため、今回のヒアリング調査では対象外とした。

対象事業者への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。

- ・ヒアリング項目は表 3-15 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した。
- ・令和 2 年度と同様に、ヒアリング実施に際しての協力依頼文を作成し、質問票とともに郵送した後、電話にてアポイントをとった。
- ・ヒアリングについては、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した。

表 3-15 ヒアリング選定事業者

事業者名	分類	ヒアリング項目
日の出町サービス総合センター	その他サービス業	・サービス（事業）の内容とその割合 ・来訪客数と観光客数の動向 ・原材料費と人件費が秋川溪谷内 100%の理由 ・コロナ対応 ・今後の観光施策
有限会社ドリームカー	飲食店業	・具体的な飲食店の内容 ・売上高における飲食店の割合 ・来訪客数と観光客の特徴及び割合の動向 ・東京都外からしか調達できていないものとその要因 ・コロナ対応 ・今後の観光施策
ひので和紙	観光・レクリエーション施設	・サービス（事業）の内容 ・来訪客数と観光客の特徴及び割合の動向 ・東京都外からしか調達できていないものとその要因 ・コロナ対応 ・今後の観光施策
橋本竹の子園	観光・レクリエーション施設	・竹の子狩り体験以外の事業の有無 ・来訪客数と観光客の特徴及び割合の動向 ・原材料費が 0 円の理由 ・令和 3 年 4 月 11 日以前の営業の有無 ・コロナ対応 ・今後の観光施策
小さな郷土玩具館 杜	博物館・資料館・植物園等	・事業の体制 ・売上高の内訳 ・来訪客数と観光客の特徴及び割合の動向 ・仕入れの内容と仕入れ先 ・コロナ対応 ・今後の観光施策
肝要の里	飲食料品製造業	・サービス（事業）の内容 ・売上高と人件費の関係 ・来訪客数と観光客の特徴及び割合の動向 ・東京都外からしか調達できていないものとその要因 ・人件費が秋川溪谷内で 100%の理由 ・コロナ対応 ・今後の観光施策

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み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」の結果を基に、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3年度に回収した70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 ○農林漁業の場合は、肥料・種苗・薬剤・餌代、製造業の場合は、加工外注費も含む ○運輸・交通業の場合は、燃料費も含む
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 ○農林漁業の場合は、農機具・漁船・漁具費・油費も含む。
③人件費	○従業員の人件費（パートなどを含む） ○役員給与や賞与、直接労務費や福利厚生費なども含む ○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む
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
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

秋川渓谷全体の産業についてみると、「人件費」が最も高く、45.7%を占めていることが大きな特徴といえる。次いで「営業経費」が43.1%「原価料費」が14.2%となっている。

これを産業別にみると、次のような特徴が挙げられる。

- ◆「売上原価」が高い業種
 - ・その他小売業（回答4件）
 - ・飲食料品製造業（回答2件）
- ◆「営業経費」が高い業種
 - ・その他サービス業（回答3件）
 - ・観光・レクリエーション施設（回答9件）
 - ・その他の業種（回答3件）
- ◆「人件費」が高い業種
 - ・観光・レクリエーション施設（回答9件）
 - ・飲食店業（回答26件）
 - ・土産品小売業（回答2件）
- ◆営業利益が多い施設
 - ・その他の業種、宿泊業工芸品製造業、農業と続く

表 4-2 (1) 産業別にみる産業構造 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	2	20.5%	25.8%	27.9%	6.3%	19.5%
飲食料品製造業	2	56.0%	23.6%	18.3%	5.2%	-3.1%
工芸品製造業	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
卸売業	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
土産品小売業	2	19.1%	36.0%	36.7%	7.7%	0.5%
飲食料品小売業	7	35.9%	16.6%	28.7%	6.6%	12.3%
その他小売業	4	78.0%	4.0%	17.0%	3.0%	-2.0%
飲食店業	26	30.9%	12.6%	38.0%	9.2%	9.4%
宿泊業(旅館・民宿等)	7	5.2%	22.5%	30.7%	15.0%	26.6%
博物館・資料館・植物園等	3	36.4%	27.2%	27.0%	0.5%	9.0%
観光・レクリエーション施設 (観光体験・遊漁含む)	9	8.6%	53.3%	50.4%	10.0%	-22.4%
その他サービス業	3	0.0%	73.9%	27.5%	1.7%	-3.1%
その他の業種	3	17.0%	40.0%	0.0%	4.0%	39.0%
全産業	70	14.2%	43.1%	45.7%	9.7%	-12.7%

※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。

地区別にみると、「売上原価」では檜原村が最も高く、34.7%を占めており、「営業経費」ではあきる野市（秋川地区）が 58.3%、「人件費」ではあきる野市（秋川地区）が 53.7%となっている。

表 4-2 (2) 産業別にみる産業構造 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)	18	5.4%	58.3%	53.7%	10.9%	-28.3%
あきる野市(五日市地区)	26	25.6%	17.0%	35.2%	8.4%	13.8%
檜原村	16	34.7%	20.2%	28.4%	6.2%	10.5%
日の出町	10	27.0%	24.6%	22.4%	5.5%	20.4%
合計	70	14.2%	43.1%	45.7%	9.7%	-12.7%

イ 産業別にみる域内調達率

経費科目毎の域内調達率は、秋川溪谷内の全産業で見ると「売上原価」が31.6%、「営業経費」が13.2%、「人件費」が87.6%となっている。

これを産業別にみると、次のような特徴が挙げられる。

◆売上原価の域内調達率が高い業種

- ・宿泊業（旅館・民宿等）
- ・飲食店業

◆「営業経費」の域内調達率が高い業種

- ・その他の業種
- ・飲食料品小売業
- ・飲食店業
- ・宿泊業（旅館・民宿等）

◆「人件費」の域内調達率が高い業種

- ・工芸品製造業、卸売業、旅行業、その他サービス業、その他業種を除き、50%を上回っている。

表 4-3(1) 各経費の支払先（購入先）の比率 秋川溪谷全体の分類別

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 溪谷内	B:東京 都内(A を除く)	C:東京 都外	A:秋川 溪谷内	B:東京 都内(A を除く)	C:東京 都外	A:秋川 溪谷内	B:東京 都内(A を除く)	C:東京 都外
農業	2	37.8%	20.7%	41.5%	20.0%	70.0%	10.0%	84.2%	15.8%	0.0%
飲食料品製造業	2	6.9%	36.3%	56.7%	23.2%	60.0%	16.8%	76.4%	23.6%	0.0%
工芸品製造業	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
卸売業	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
土産品小売業	2	4.4%	95.4%	0.2%	21.0%	79.0%	0.0%	94.9%	5.1%	0.0%
飲食料品小売業	7	29.7%	52.4%	17.9%	70.3%	23.5%	6.2%	78.1%	15.0%	6.8%
その他小売業	4	10.0%	70.0%	20.0%	5.0%	95.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
飲食店業	26	46.3%	36.6%	17.0%	50.3%	42.3%	7.4%	88.5%	11.3%	0.1%
宿泊業(旅館・民宿等)	7	54.7%	18.7%	26.6%	49.6%	50.4%	0.0%	98.3%	1.7%	0.0%
博物館・資料館・植物園等	3	25.9%	7.4%	66.7%	0.0%	0.0%	100.0%	50.0%	0.0%	50.0%
観光・レクリエーション施設 (観光体験・遊漁含む)	9	21.2%	65.3%	13.5%	9.7%	75.8%	14.5%	87.2%	11.0%	1.8%
その他サービス業	3	0.0%	0.0%	0.0%	3.0%	45.0%	52.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他の業種	3	10.0%	10.0%	80.0%	80.0%	10.0%	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%
全産業	70	31.6%	52.3%	16.1%	13.2%	72.0%	14.7%	87.6%	10.9%	1.5%

※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」では日の出町が最も高く 47.9%を占めている。「営業経費」では檜原村が最も高く 52.9%を占め、「人件費」では全ての地区で 75%を超えている。

表 4-3 (2) 各経費の支払先（購入先）の比率 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)	18	10.5%	74.5%	15.0%	8.3%	76.7%	14.9%	87.6%	10.4%	2.0%
あきる野市(五日市地区)	26	42.7%	35.9%	21.4%	33.1%	47.4%	19.6%	86.2%	13.8%	0.0%
檜原村	16	30.6%	61.8%	7.6%	52.9%	44.8%	2.3%	91.3%	5.9%	2.7%
日の出町	10	47.9%	13.0%	39.1%	46.3%	43.9%	9.8%	78.3%	21.7%	0.0%
合計	70	31.6%	52.3%	16.1%	13.2%	72.0%	14.7%	87.6%	10.9%	1.5%

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 78.0%と一番高く、次いで「製造業者から直接仕入れ」が 11.5%、「農林漁業者から直接仕入れ」が 6.8%となっている。

これを産業別にみると、次のような特徴が挙げられる。

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

表 4-4(1) 原材料費（売上原価）の内訳比率 秋川溪谷全体の分類別

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	0.2%	1.4%	94.2%	4.1%
飲食料品小売業	7	14.3%	28.5%	54.5%	2.6%
飲食店業	26	5.3%	8.0%	82.7%	4.0%
宿泊業(旅館・民宿等)	7	7.1%	7.1%	84.6%	1.2%
合計	42	6.8%	11.5%	78.0%	3.7%

地区別にみると、「製造業者から直接仕入れ」の割合は、檜原村が 20.1%と最も高い。「小売・卸売業から仕入れ」は、日の出町が 100.0%、あきる野市（五日市地区）が 81.4%。「農林業者から直接仕入れ」は全体で 6.8%と低く、日の出町は「農林業者から直接仕入れ」がなかった。

表 4-4(2) 原材料費（売上原価）の内訳比率 秋川溪谷全体の地区別

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)	10	18.4%	1.1%	60.4%	20.2%
あきる野市(五日市地区)	19	5.2%	9.2%	81.4%	4.2%
檜原村	10	10.1%	20.1%	69.0%	0.8%
日の出町	3	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
合計	42	6.8%	11.5%	78.0%	3.7%

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った。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、実際に宿泊している宿泊者数・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後に、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以降に示す。

なお、推計に用いる対象データは、以下の通りである。令和3年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、7-9月、10-12月調査のみの実施にとどまったため、令和3年の1-3月、4-6月の推計に際しては、令和元年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3年の調査結果を用いた）。

■対象年：令和3年（1-3月、4-6月、7-9月、10-12月）

■観光入込客数・宿泊者数：令和3年（1-3月、4-6月、7-9月、10-12月）

■推計に用いるパラメータ値：

令和3年度調査結果（令和3年7-9月、10-12月）、令和元年度調査結果（令和元年1-3月、4-6月）

①					
観光入込客数(延人数)			(千人回地点)		
	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	-	-	-	-	-
都内	-	-	-	-	-
都外	-	-	-	-	-
合計	-	-	-	-	-
③					
観光入込客数(延人数) × 構成比					
観光入込客数(延人数・属性別)			(千人回地点)		
	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	-	-	-	-	-
都内	-	-	-	-	-
都外	-	-	-	-	-
合計	-	-	-	-	-
⑤					
観光入込客数(延人数) ÷ 訪問地点数					
観光入込客数(実人数)			(千人回)		
	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	-	-	-	-	-
都内	-	-	-	-	-
都外	-	-	-	-	-
合計	-	-	-	-	-
⑦					
観光入込客数(実人数・宿泊数差替)					
観光入込客数(実人数・宿泊数差替)			(千人回)		
	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	-	-	-	-	-
都内	-	-	-	-	-
都外	-	-	-	-	-
合計	-	-	-	-	-
⑨					
観光入込客数(実人数) × 消費額単価					
観光消費額			(百万円)		
	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	-	-	-	-	-
都内	-	-	-	-	-
都外	-	-	-	-	-
合計	-	-	-	-	-
②					
構成比					
	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	-	-	-	-	-
都内	-	-	-	-	-
都外	-	-	-	-	-
合計	-	-	-	-	-
④					
訪問地点数					
	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	-	-	-	-	-
都内	-	-	-	-	-
都外	-	-	-	-	-
合計	-	-	-	-	-
⑥					
宿泊者数					
	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	-	0	0	0	-
都内	-	0	0	0	-
都外	-	0	0	0	-
合計	-	0	0	0	-
⑧					
観光消費額単価					
	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	-	-	-	-	-
都内	-	-	-	-	-
都外	-	-	-	-	-
合計	-	-	-	-	-

(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として、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、今年度のパラメータ調査地点である「武蔵五日市駅」、使用する過年度のパラメータ調査地点である「払沢の滝」の入込客数を推計した。

各対象地点の入込客数は、以下の通りである。

表 4-5 対象地点の入込客数（人）

施設名	1-3 月	4-6 月	7-9 月	10-12 月
秋川ふれあいランド	0	70	833	105
リバーサイドパークーの谷	0	0	448	154
秋川橋河川公園バーベキューランド	805	826	17,675	2,870
秋川渓谷 瀬音の湯	37,289	17,627	53,830	55,377
秋川国際マス釣り場	6,179	10,163	19,680	11,565
都立小峰公園	21,915	18,084	6,138	8,983
立川国際カントリー倶楽部	17,793	21,463	18,964	22,763
東京五日市カントリー倶楽部	11,759	14,288	12,793	15,574
東京サマーランド	57,315	119,608	260,882	90,571
秋川ファーマーズセンター	54,634	68,597	70,875	60,018
秋川キララホール	4,923	1,977	2,779	9,490
五日市ファーマーズセンター	22,243	27,479	25,547	24,052
秋川渓谷戸倉体験研修センター	1,643	1,900	6,005	6,215
あきる野ふるさと工房	322	191	668	1,643
檜原温泉センター数馬の湯	5,677	6,216	7,172	8,500
東京都檜原 都民の森	35,175	46,325	60,594	68,274
特産物直売所 やまぶき屋	735	1,977	3,366	2,793
神戸国際マス釣り場	675	2,093	3,390	1,449
つるつる温泉※1	25,290	11,747	23,582	33,683
自然休養村さかな園※1	81	765	0	1,962
ひので肝要の里※1	0	0	645	662
日の出山荘※1	0	0	321	746
ふれあい農産物直売所※1	32,522	40,833	37,339	34,723
鹿野大佛※1	4,121	2,685	1,771	2,397
日の出太陽の家／武家屋敷※1	39	114	23	70
推計：武蔵五日市駅※2	101,336	63,030	178,081	197,594
推計：払沢の滝※2	9,020	8,035	17,425	11,761
合計	451,491	486,093	830,826	673,993

※1：令和3年から追加

※2：武蔵五日市駅は秋川渓谷瀬音の湯、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月の算出方法について説明する。

構成比					(%)
	日帰り客 95		宿泊客 5		合計
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス	
秋川渓谷内	12.10	0.00	0.00	0.00	12.10
都内	53.72	0.29	4.00	0.00	58.00
都外	28.80	0.06	1.04	0.00	29.90
合計	94.62	0.34	5.04	0.00	100.00

(3) 観光入込客数（延人数・属性別）

「(1)観光客入込客数の算出 × (2)構成比」により、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 640		宿泊客 34		合計
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス	
秋川渓谷内	81.6	0.0	0.0	0.0	81.6
都内	362.0	1.9	26.9	0.0	390.9
都外	194.1	0.4	7.0	0.0	201.5
合計	637.7	2.3	34.0	0.0	674.0

(4) 訪問地点数

パラメータ調査結果から属性別の平均訪問地点数を算出した。

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	1.2	-	-	-	-
都内	1.4	1.7	1.6	-	-
都外	1.2	1.0	1.9	-	-
合計	-	-	-	-	-

(5) 観光入込客数（実人数）

「(3)観光入込客数（延人数・属性別） ÷ (4)訪問地点数」により、観光入込客数（実人数）を推計した。

観光入込客数(実人数)					(実人数(千人))
	日帰り客 480		宿泊客 21		合計
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス	
秋川渓谷内	67.4	-	-	-	67.4
都内	254.0	1.2	17.2	-	272.4
都外	157.2	0.4	3.6	-	161.2
合計	478.6	1.6	20.8	0.0	501.0

(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を用いて、区分別に宿泊者を按分した。

宿泊者数		(実人数(千人))	
	宿泊客	12	合計
	観光等	ビジネス	
秋川溪谷内	0.0	0.0	0.0
都内	7.1	0.0	7.1
都外	1.8	0.0	1.8
合計	8.9	0.0	8.9

(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した。差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 月>

観光入込客数(実人数・宿泊数差替)			(実人数(千人))		
	日帰り客	349.3	宿泊客	4.9	合計
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス	
秋川溪谷内	21.3	-	0.1	0.0	21.5
都内	220.9	-	3.4	0.0	224.3
都外	107.1	-	1.3	0.0	108.4
合計	349.3	0.0	4.9	0.0	354.2

<4-6 月>

観光入込客数(実人数・宿泊数差替)			(実人数(千人))		
	日帰り客	373.9	宿泊客	11.0	合計
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス	
秋川溪谷内	3.2	-	0.0	0.0	3.2
都内	229.1	0.2	9.2	0.0	238.5
都外	141.4	-	1.8	0.0	143.2
合計	373.7	0.2	11.0	0.0	384.9

<7-9 月>

観光入込客数(実人数・宿泊数差替)			(実人数(千人))		
	日帰り客	624.8	宿泊客	24.0	合計
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス	
秋川溪谷内	39.7	4.3	0.0	0.0	44.0
都内	379.9	11.0	15.2	0.0	406.1
都外	189.9	0.1	8.8	0.0	198.8
合計	609.4	15.4	24.0	0.0	648.9

<10-12 月>

観光入込客数(実人数・宿泊数差替)			(実人数(千人))		
	日帰り客	480.1	宿泊客	8.9	合計
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス	
秋川溪谷内	67.4	-	0.0	0.0	67.4
都内	254.0	1.2	7.1	0.0	262.3
都外	157.2	0.4	1.8	0.0	159.4
合計	478.6	1.6	8.9	0.0	489.1

(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1人当たりの単価を用いる。
単価はアンケートで得られた1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 月>

(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
秋川溪谷内	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 月>

(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
秋川溪谷内	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 月>

(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
秋川溪谷内	観光・日帰り	0	341	146	580	677	1,744
	ビジネス観光・日帰り	0	450	253	0	193	897
	観光・宿泊	-	-	-	-	-	-
	ビジネス観光・宿泊	-	-	-	-	-	-
東京都内	観光・日帰り	0	589	314	1,191	245	2,340
	ビジネス観光・日帰り	0	550	170	450	0	1,170
	観光・宿泊	4,525	823	400	946	236	6,929
	ビジネス観光・宿泊	-	-	-	-	-	-
東京都外	観光・日帰り	0	798	437	2,002	248	3,485
	ビジネス観光・日帰り	-	-	-	-	-	-
	観光・宿泊	3,859	1,636	637	3,233	50	9,415
	ビジネス観光・宿泊	-	-	-	-	-	-

<10-12 月>

(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
秋川溪谷内	観光・日帰り	0	626	164	306	187	1,282
	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	931	346	1,067	270	2,614
	ビジネス観光・日帰り	0	100	945	440	250	1,735
	観光・宿泊	2,538	3,846	134	892	667	8,077
	ビジネス観光・宿泊	0	2,500	0	0	1,500	4,000
東京都外	観光・日帰り	0	947	502	919	296	2,663
	ビジネス観光・日帰り	0	0	1,110	860	0	1,970
	観光・宿泊	3,310	777	1,113	688	993	6,881
	ビジネス観光・宿泊	-	-	-	-	-	-

(9) 観光消費額

「(7) 観光入込客数 (実人数・宿泊数差替) × (8) 観光消費額単価」により算出する。

<1-3 月>

観光消費額

(千円)

	日帰り客 337,230		宿泊客 39,521		合計
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス	
秋川溪谷内	9,249	0	1,403	0	10,652
都内	216,252	0	26,109	0	242,362
都外	111,729	0	12,009	0	123,738
合計	337,230	0	39,521	0	376,752

<4-6 月>

観光消費額

(千円)

	日帰り客 963,308		宿泊客 94,823		合計
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス	
秋川溪谷内	6,869	0	0	0	6,869
都内	453,156	331	75,845	0	529,332
都外	502,952	0	18,978	0	521,930
合計	962,977	331	94,823	0	1,058,131

<7-9 月>

観光消費額

(千円)

	日帰り客 1,569,515		宿泊客 178,984		合計
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス	
秋川溪谷内	69,233	3,833	0	0	73,067
都内	888,675	12,915	105,454	0	1,007,044
都外	661,753	0	82,953	0	744,706
合計	1,619,661	16,749	188,407	0	1,824,817

<10-12 月>

観光消費額

(千円)

	日帰り客 1,155,573		宿泊客 69,964		合計
	観光等	ビジネス	観光等	ビジネス	
秋川溪谷内	86,402	0	0	0	86,402
都内	664,111	2,021	57,385	0	723,517
都外	418,576	780	12,667	0	432,023
合計	1,169,089	2,801	70,052	0	1,241,942

(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 月	349	5	354
4-6 月	374	11	385
7-9 月	625	24	649
10-12 月	480	9	489
合計	1,828	49	1,877

観光消費額単価

(円)

合計	宿泊費	飲食費	交通費	体験費用	買物費	合算
日帰り	0	645	312	1,030	261	2,248
宿泊	4,226	1,496	533	1,336	449	8,040
平均	110	667	318	1,037	266	2,398

<参考：過年度成果（2020 年）>

(円)

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）>

(円)

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

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

秋川渓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）（以下：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。

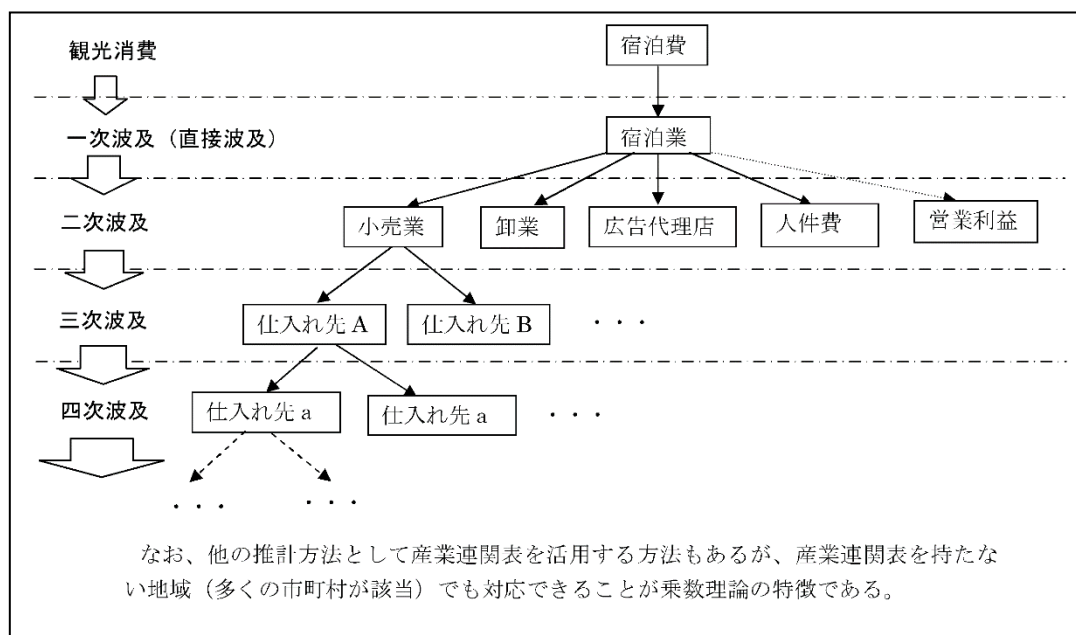
http://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/chiiki/chiiki_story/report_01.html

推計に際しては、乗数理論を用いることとする。秋川渓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）。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	秋川溪谷(あきる野市・檜原村・日の出町)
--------	----------------------

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	1,828 千人	49 千人	1,877 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	4,226 円	110 円
(2)飲食サービス	645 円	1,496 円	667 円
(3)旅客運送サービス	312 円	533 円	318 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	1,030 円	1,336 円	1,037 円
(8)小売	261 円	449 円	266 円
合計	2,248 円	8,040 円	2,398 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)	¥4,331,000 国税庁「民間給与実態統計調査」から入力
(4)給与地域補正値	93% 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	98,555 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、これを基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（4,331,000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）JPS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・日の出町のデータを参照に、産業人口で加重平均し93%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、98,555人とした。
 - ・あきる野市：令和4年2月1日 80,089人
 - ・檜原村：令和4年2月1日 1,943人※
 - ・日の出町：令和4年2月1日 16,523人
- ※檜原村は令和元年1月までしか人口を公開していないため、東京都が発表している推計値を使用

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 業種の事業構造を把握し、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		(2)飲食サービス	
(対売上比率:①+②+③+④+⑤=100)		(対売上比率:①+②+③+④+⑤=100)	
①売上原価	5%	①売上原価	31%
うち、農林漁業者から直接仕入れる割合	7%	うち、農林漁業者から直接仕入れる割合	5%
うち、製造業者から直接仕入れる割合	7%	うち、製造業から直接仕入れる割合	8%
うち、卸売業(問屋)から仕入れる割合	85%	うち、卸売業(問屋)から仕入れる割合	83%
うち、その他(上記以外)から仕入れる割合	1%	うち、その他(上記以外)から仕入れる割合	4%
合計	100%	合計	100%
②営業経費	22%	②営業経費	13%
③人件費	31%	③人件費	38%
④その他経費	15%	④その他経費	9%
⑤営業利益	27%	⑤営業利益	9%

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

(5)旅行代理店その他の予約サービス		(6)文化サービス	
(対売上比率:①+②+③+④+⑤=100)		(対売上比率:①+②+③+④+⑤=100)	
①売上原価		①売上原価	36%
②営業経費		②営業経費	27%
③人件費		③人件費	27%
④その他経費		④その他経費	0%
⑤営業利益		⑤営業利益	9%

(7)スポーツ・娯楽サービス		(8)小売	
(対売上比率:①+②+③+④+⑤=100)		(対売上比率:①+②+③+④+⑤=100)	
①売上原価	9%	①売上原価	34%
②営業経費	53%	うち、農林漁業者から直接仕入れる割合	11%
③人件費	50%	うち、製造業から直接仕入れる割合	23%
		うち、卸売業(問屋)から仕入れる割合	63%
		うち、その他(上記以外)から仕入れる割合	3%
		合計	100%
④その他経費	10%	②営業経費	22%
⑤営業利益	-22%	③人件費	30%
		④その他経費	7%
		⑤営業利益	8%

★全産業	
(対売上比率:①+②+③+④+⑤=100)	
①売上原価	14%
②営業経費	43%
③人件費	46%
④その他経費	10%
⑤営業利益	-13%

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、卸売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	21%
②営業経費	26%
③人件費	28%
④その他経費	6%
⑤営業利益	19%

(10) 製造業

(対売上比率:①+②+③+④+⑤=100)

①売上原価	56%
②営業経費	24%
③人件費	18%
④その他経費	5%
⑤営業利益	-3%

(11) 卸売業

(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	

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	55%
②営業経費	50%
③人件費	98%

(2)飲食サービス

①売上原価	46%
②営業経費	50%
③人件費	89%

(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	26%
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	21%
②営業経費	10%
③人件費	87%

(8)小売

①売上原価	22%
②営業経費	45%
③人件費	85%

★全産業

①売上原価	32%
②営業経費	13%
③人件費	88%

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。

なお、卸売業からの回答が無いことから無記入となっている。

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	38%
②営業経費	20%
③人件費	84%

製造業者

①売上原価	7%
②営業経費	23%
③人件費	76%

卸売業（問屋）

①売上原価	
②営業経費	
③人件費	

(2) 飲食サービスの仕入れ先

農林漁業者

①売上原価	38%
②営業経費	20%
③人件費	84%

製造業者

①売上原価	7%
②営業経費	23%
③人件費	76%

卸売業（問屋）

①売上原価	
②営業経費	
③人件費	

(3) 小売の仕入れ先

農林漁業者

①売上原価	38%
②営業経費	20%
③人件費	84%

製造業者

①売上原価	7%
②営業経費	23%
③人件費	76%

卸売業（問屋）

①売上原価	
②営業経費	
③人件費	

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とる。

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

	分類	本社比率
全産業		74.3%
1	宿泊	67.4%
2	飲食	67.4%
3	旅客	62.5%
4	運送	88.3%
5	旅行代理店その他	77.3%
6	文化	69.3%
7	スポーツ・娯楽	78.0%
8	小売り	62.3%
9	農林漁業者	76.5%
10	製造業者	86.4%
11	卸売	62.3%

(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）

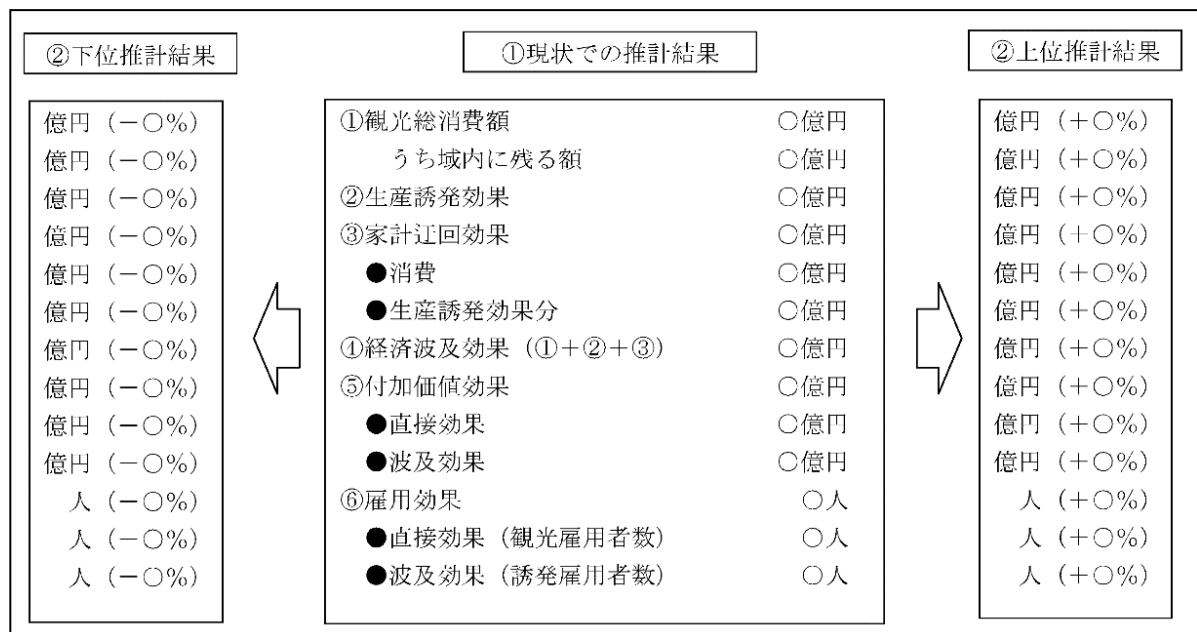
推計結果は、次の3種類の値を表示できる仕組みとなっている。

ア 現状（令和3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 域内調達率の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3年暦年）は、以下の通りである。

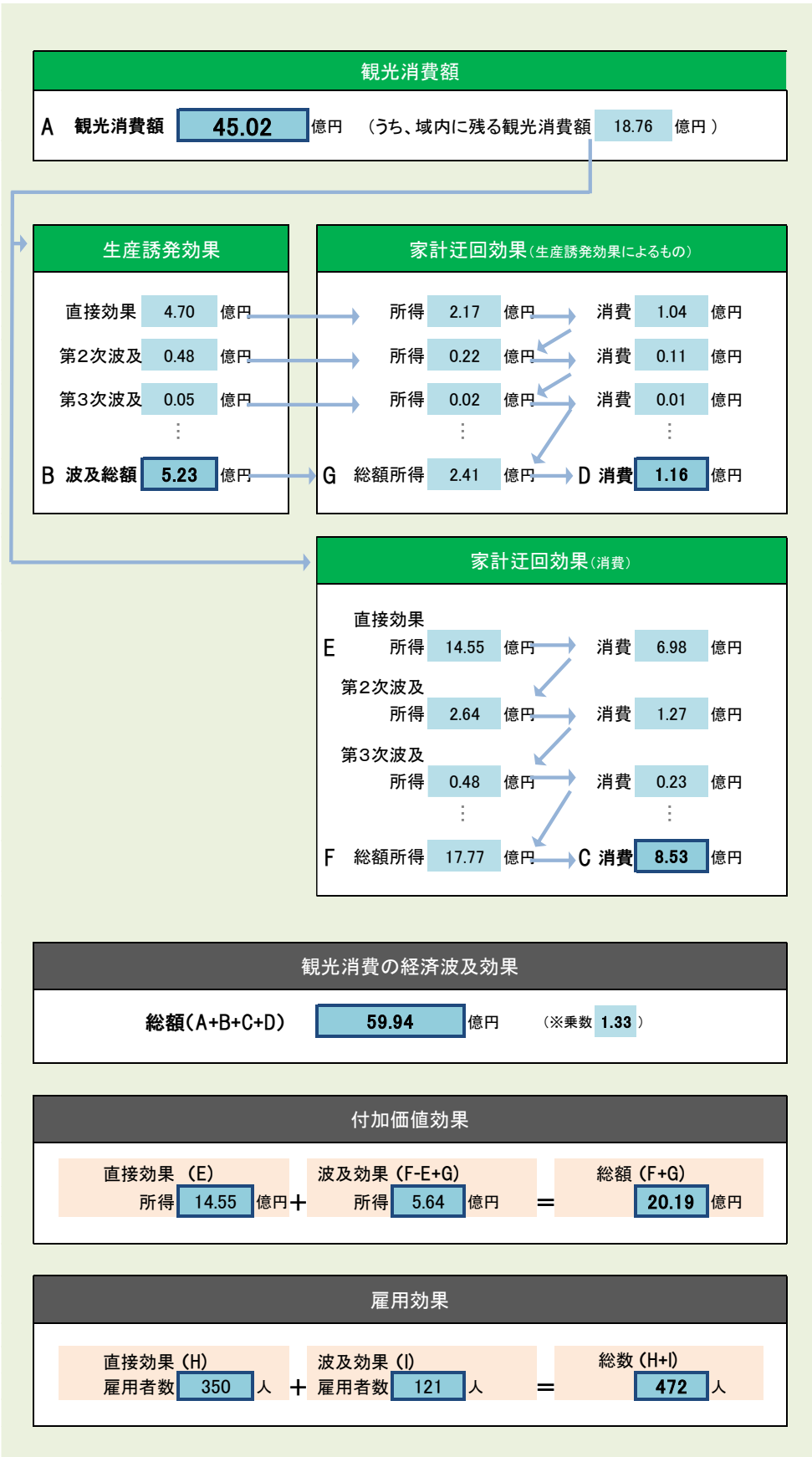
経済波及効果は約 59.9 億円（乗数 1.33）、付加価値効果（所得効果）は約 20.2 億円、雇用効果は 472 人となった。

項目※	推計結果
①観光消費額（A）	45.0 億円
うち域内に残る額	18.8 億円
うち域外に出る額	26.3 億円
②生産誘発効果（B）	5.2 億円
③家計迂回効果（C+D）	9.7 億円
●消費分（C）	8.5 億円
●生産誘発効果分（D）	1.2 億円
④経済波及効果（①+②+③）	59.9 億円
⑤付加価値効果（所得効果）（F+G）	20.2 億円
●直接波及（E）	14.6 億円
●波及効果（F-E+G）	5.6 億円
⑥雇用効果（H+I）	472 人
●直接効果（観光雇用者数）（H）	350 人
●波及効果（誘発雇用者数）（I）	121 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により得られる効果。
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）を基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	2,248 円	観光客数が	1,877 千人
宿泊客観光消費単価が	8,040 円	の推計結果	



イ 上位推計結果の算出

上位推計では、施策や事業者の取組等により、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３年暦年の経済波及効果の推計結果（約 59.9 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（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	55%	60%	60%
飲食サービス	46%	51%	56%
小売（土産）	22%	27%	32%

(ア)パターン 1

経済波及効果は 60.3 億円（+0.6%、乗数 1.34）、付加価値効果（所得効果）は 20.3 億円（+0.6%）、雇用効果は 475 人（+0.6%）となる。

項目	推計結果	増減比
①観光消費額 (A)	45.0 億円	±0.0%
うち域内に残る額	19.0 億円	+1.3%
うち域外に出る額	26.0 億円	-0.9%
②生産誘発効果 (B)	5.5 億円	+5.3%
③家計迂回効果 (C+D)	9.8 億円	+0.6%
●消費分 (C)	8.5 億円	±0.0%
●生産誘発効果分 (D)	1.2 億円	+5.3%
④経済波及効果 (①+②+③)	60.3 億円	+0.6%
⑤付加価値効果（所得効果）(F+G)	20.3 億円	+0.6%
●直接波及 (E)	14.6 億円	±0.0%
●波及効果 (F-E+G)	5.8 億円	+2.3%
⑥雇用効果 (H+I)	475 人	+0.6%
●直接効果（観光雇用者数）(H)	350 人	±0.0%
●波及効果（誘発雇用者数）(I)	124 人	+2.5%

(イ)パターン 2

経済波及効果は 60.6 億円（+1.1%、乗数 1.35）、付加価値効果（所得効果）は 20.4 億円（+1.3%）、雇用効果は 478 人（+1.3%）となる。

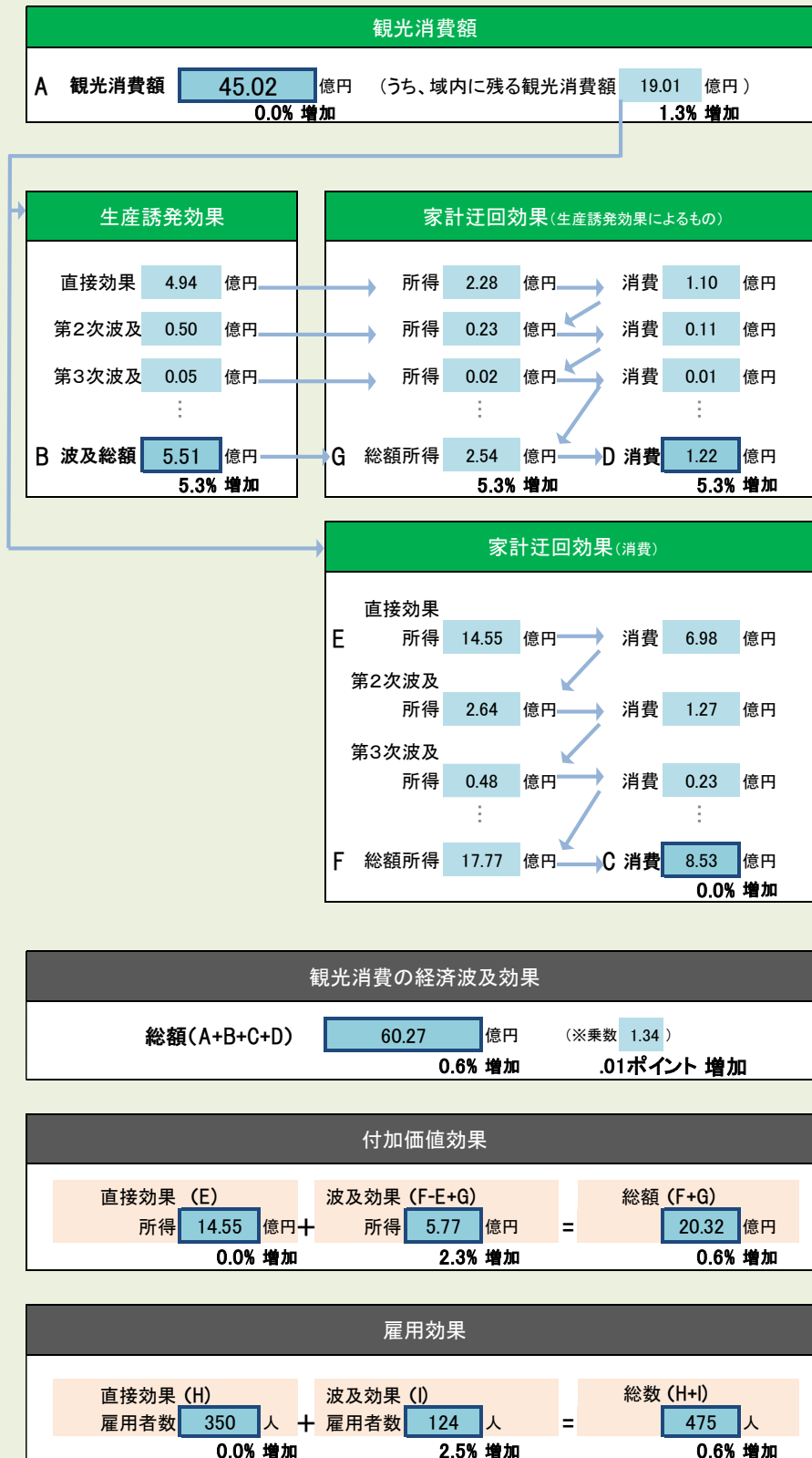
項目	推計結果	増減比
①観光消費額 (A)	45.0 億円	±0.0%
うち域内に残る額	19.3 億円	+2.6%
うち域外に出る額	25.8 億円	-1.9%
②生産誘発効果 (B)	5.8 億円	+10.5%
③家計迂回効果 (C+D)	9.8 億円	+1.3%
●消費分 (C)	8.5 億円	±0.0%
●生産誘発効果分 (D)	1.3 億円	+10.5%
④経済波及効果 (①+②+③)	60.6 億円	+1.1%
⑤付加価値効果（所得効果）(F+G)	20.4 億円	+1.3%
●直接波及 (E)	14.6 億円	±0.0%
●波及効果 (F-E+G)	5.9 億円	+4.5%
⑥雇用効果 (H+I)	478 人	+1.3%
●直接効果（観光雇用者数）(H)	350 人	±0.0%
●波及効果（誘発雇用者数）(I)	127 人	+4.9%

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
 飲食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 **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)



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 小売の域内調達率 **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

※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 **45.02** 億円 (うち、域内に残る観光消費額 **19.25** 億円)
 0.0% 増加 2.6% 増加

生産誘発効果

直接効果 **5.19** 億円
 第2次波及 **0.53** 億円
 第3次波及 **0.05** 億円
 ……
 B 波及総額 **5.78** 億円
 10.5% 増加

家計迂回効果(生産誘発効果によるもの)

所得 **2.40** 億円 → 消費 **1.15** 億円
 所得 **0.24** 億円 → 消費 **0.12** 億円
 所得 **0.02** 億円 → 消費 **0.01** 億円
 ……
 G 総額所得 **2.67** 億円 → D 消費 **1.28** 億円
 10.5% 増加 10.5% 増加

家計迂回効果(消費)

直接効果
 E 所得 **14.55** 億円 → 消費 **6.98** 億円
 第2次波及
 所得 **2.64** 億円 → 消費 **1.27** 億円
 第3次波及
 所得 **0.48** 億円 → 消費 **0.23** 億円
 ……
 F 総額所得 **17.77** 億円 → C 消費 **8.53** 億円
 0.0% 増加

観光消費の経済波及効果

総額(A+B+C+D) **60.60** 億円 (※乗数 **1.35**)
 1.1% 増加 .01ポイント 増加

付加価値効果

直接効果(E) 所得 **14.55** 億円 + 波及効果(F-E+G) 所得 **5.89** 億円 = 総額(F+G) **20.44** 億円
 0.0% 増加 4.5% 増加 1.3% 増加

雇用効果

直接効果(H) 雇用者数 **350** 人 + 波及効果(I) 雇用者数 **127** 人 = 総数(H+I) **478** 人
 0.0% 増加 4.9% 増加 1.3% 増加

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 調査結果からみる施策の考え方

本調査の関係図を以下に示す。本事業は令和3年度が5ヵ年事業の4年目に当たり、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を算出するとともに、経済波及効果拡大に向けた分析及び提案を検討するものである。

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により、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みえる観光の動態（現状）と課題は、以下の通りである。

■平成30年度～令和2年度の調査結果

- 令和元年度は、ラグビーワールドカップの開催年であること、1年を通じた調査結果から、秋川渓谷の観光動態を整理（観光入込客数調査、観光地点パラメータ調査）
- 観光入込客数調査では、平成30年から令和2年の入込客数の推移を把握可能
- 域内調達率調査では、主たる観光地、二次波及先の効果まで把握



（オ）観光動態の変化

- 経年比較（新型コロナウイルス感染症の影響が生じる前後）
- 全国的な観光動態の変化（旅行の「少人数化」「短期化」「近距離化」）

■令和3年度の調査結果（新型コロナウイルス感染症の影響による新たな観光の実態）

（ア）観光入込客数調査

- 秋川渓谷を訪れる観光客の数。入込客数調査により推計した。
- 対象：①主要観光施設、②行祭事・イベント、③宿泊施設

（イ）観光地点パラメータ調査

- 観光地点を訪れた来訪者の属性、1人当たりの消費額、訪問地点数及び満足度について調査を実施した。

（ウ）域内調達率調査

- 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調査した。
- 対象の範囲に日の出町を追加し、あきる野市、檜原村、日の出町が対象となる。

（エ）ヒアリング調査

- （ウ）の調査を補足するために、ヒアリング調査を実施した。
- ヒアリング項目は、（ウ）の調査結果の内容を確認するとともに、域内調達が難しい原因、地域の観光実態、今後の連携策について把握した。

定量調査

定性調査



■観光による経済波及効果拡大に向けた施策の提案

※令和3年度の調査結果を踏まえた見直し

■推奨 KPI の基準値の見直し

図 5-1 調査結果からみる施策の考え方

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と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を整理した。

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	・継続調査の利点を活かし、平成 30 年度から令和 3 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み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	・新型コロナウイルス感染症の影響により、令和 3 年度の調査は、7-9 月、10-12 月のみの実施となった。 ・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	・令和 3 年度は、対象範囲を日の出町まで拡大して分析を実施
(エ) ヒアリング調査などの定性的意見	・令和 3 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	・新型コロナウイルス感染症の影響により、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）の現状と課題

■現状（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、令和元年ほどの入込客数には及ばないものの、令和 2 年の落ち込みから多少回復していることがわかる（P-25 参照）。5 月・8 月は、連休の入込客数増加が見込まれたが、緊急事態宣言の発令に伴う入場制限や休業の関係から、入込客数はあまり伸びなかった。
- ◆ 観光では、秋川国際マス釣り場の入込客が過去 3 年と比較して約 2 倍に増加しており、あきる野市全体の入込客数の回復にも影響している。また、神戸国際マス釣り場の入込客数も令和元年以前より増加しており、令和 2 年から継続して屋外の観光施設を選択する傾向が確認できた。
- ◆ 緊急事態宣言が解除された 10 月以降は、秋川渓谷内の多くの観光施設で令和元年の入込客数と同程度かやや上回る結果となった。
- ◆ 秋川渓谷戸倉体験研修センター（戸倉しろやまテラス）では、臨時休業や団体客のキャンセル等が相次いだため、入込客数が落ち込んだ。その影響もあり、「簡易宿所」の平成 30 年比は 15%であった。

表 5-2 観光施設の入込客数の経年変化（令和３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		
	R3/R2	R3/R1	R3/H30	R3/R2	R3/R1	R3/H30	R3/R2	R3/R1	R3/H30	R3/R2	R3/R1	R3/H30	R3/R2	R3/R1	R3/H30	R3/R2	R3/R1	R3/H30
秋川ふれあいランド	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8.0%	8.5%	-	0.0%	0.0%	11.8%	4.0%	1.9%
リバーサイドパークーの谷	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	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	-	233.3%	700.0%	-	360.0%	900.0%	-	120.4%	135.4%	-	24.0%	18.6%	-	0.0%	0.0%	-	4.7%	3.9%
秋川渓谷 瀬音の湯（日帰り温浴施設）	60.8%	60.5%	63.1%	72.6%	83.3%	79.5%	622.9%	69.3%	77.2%	-	60.3%	62.8%	-	0.0%	0.0%	-	28.1%	27.8%
秋川国際マス釣り場	113.7%	398.7%	560.7%	148.7%	936.1%	958.6%	71.7%	307.5%	338.8%	1354.4%	144.2%	130.1%	1425.1%	91.2%	105.0%	83.0%	123.1%	113.3%
都立小峰公園	102.3%	108.0%	143.8%	114.2%	189.4%	225.7%	69.3%	102.1%	102.8%	132.2%	60.7%	89.0%	163.9%	90.1%	104.0%	-	-	-
立川国際カントリー倶楽部	100.2%	96.7%	130.1%	94.3%	120.1%	139.9%	111.3%	94.4%	100.0%	518.3%	107.4%	105.1%	205.7%	101.0%	102.2%	110.7%	102.9%	105.6%
東京五日市カントリー倶楽部	108.2%	91.5%	128.0%	109.3%	125.0%	147.0%	109.2%	88.4%	91.7%	196.6%	102.5%	91.8%	158.2%	102.4%	96.0%	120.0%	107.3%	90.8%
東京サマーランド	74.4%	63.6%	65.0%	55.0%	79.7%	86.1%	173.9%	52.7%	59.8%	874.3%	86.0%	89.5%	289.6%	51.7%	58.1%	291.4%	66.0%	74.7%
秋川ファーマーズセンター	104.3%	94.0%	85.1%	90.3%	99.8%	92.1%	87.1%	86.7%	82.6%	109.1%	89.9%	82.3%	122.0%	88.3%	84.2%	120.8%	102.2%	98.1%
秋川キララホール	27.2%	30.6%	19.6%	0.0%	0.0%	0.0%	-	61.6%	56.1%	-	47.3%	35.1%	-	0.0%	0.0%	3322.2%	11.9%	11.7%
五日市ファーマーズセンター	101.8%	101.6%	94.5%	99.7%	97.9%	97.6%	96.0%	93.2%	86.5%	107.9%	100.0%	92.4%	104.3%	97.8%	96.9%	103.0%	98.8%	98.8%
秋川渓谷戸倉体験研修センター	19.0%	42.5%	45.6%	0.0%	0.0%	0.0%	1439.0%	114.0%	148.7%	-	75.0%	94.9%	-	0.0%	0.0%	97.5%	61.1%	78.1%
あきる野ふるさと工房	6.4%	-	-	31.0%	-	-	756.5%	-	-	9200.0%	-	-	-	-	-	16.3%	-	-
檜原温泉センター数馬の湯	87.1%	72.0%	75.6%	97.7%	119.9%	119.9%	116.4%	77.2%	93.7%	440.9%	71.5%	64.3%	-	42.9%	43.8%	94.3%	91.1%	96.2%
東京都檜原 都民の森	146.2%	82.1%	111.4%	134.9%	216.8%	250.9%	102.6%	95.9%	110.2%	329.5%	80.8%	69.2%	317.9%	44.3%	43.6%	101.1%	112.2%	102.6%
特産物直売所 やまぶき屋	-	-	-	-	-	-	154.4%	116.5%	221.4%	350.0%	86.8%	82.2%	0.0%	0.0%	0.0%	93.4%	116.3%	129.3%
神戸国際マス釣場	258.3%	83.8%	-	137.2%	169.2%	-	65.0%	158.7%	-	488.2%	85.2%	-	389.7%	79.3%	-	82.5%	128.7%	-
つるつる温泉	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
自然休養村さかな園	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ひので肝要の里	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
日の出山荘	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ふれあい農産物直売所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
鹿野大佛	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
日の出太陽の家 / 武家屋敷	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
あきる野市	81.1%	77.7%	78.5%	74.8%	93.7%	95.3%	127.1%	73.8%	77.5%	254.4%	81.1%	82.7%	176.5%	53.6%	57.3%	148.9%	66.3%	68.8%
檜原村	127.7%	79.7%	101.9%	128.7%	196.1%	223.3%	104.1%	95.0%	112.7%	342.3%	80.1%	71.2%	341.3%	43.8%	45.3%	99.5%	109.8%	104.9%
日の出町	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
合計	107.0%	98.7%	102.0%	98.6%	126.0%	129.4%	146.7%	91.4%	97.5%	308.8%	94.3%	93.9%	216.7%	59.6%	63.3%	158.4%	82.3%	84.6%

地点名称	7月			8月			9月			10月			11月			12月			年間合計		
	R3/R2	R3/R1	R3/H30	R3/R2	R3/R1	R3/H30	R3/R2	R3/R1	R3/H30	R3/R2	R3/R1	R3/H30	R3/R2	R3/R1	R3/H30	R3/R2	R3/R1	R3/H30	R3/R2	R3/R1	R3/H30
秋川ふれあいランド	53.1%	28.8%	13.5%	21.4%	28.9%	14.9%	80.0%	58.2%	37.9%	42.1%	133.3%	-	85.7%	-	161.5%	100.0%	-	-	12.6%	19.3%	35.6%
リバーサイドパークーの谷	-	80.0%	22.6%	-	53.1%	32.3%	-	65.3%	33.5%	-	560.0%	16.3%	-	-	89.4%	-	-	-	22.5%	34.9%	-
秋川橋河川公園バーベキューランド	279.9%	82.8%	47.6%	40.4%	46.7%	46.8%	68.7%	33.9%	34.3%	96.8%	187.7%	48.6%	101.9%	-	97.0%	67.9%	-	189.5%	36.3%	41.0%	64.2%
秋川渓谷 瀬音の湯（日帰り温浴施設）	108.7%	81.2%	77.6%	72.3%	70.1%	73.5%	82.8%	73.3%	77.3%	97.2%	103.5%	84.2%	107.0%	99.2%	95.6%	144.3%	91.8%	96.3%	67.5%	66.9%	107.3%
秋川国際マス釣り場	383.5%	230.7%	173.6%	196.2%	167.7%	164.3%	311.6%	164.7%	187.8%	259.6%	688.8%	194.8%	183.8%	334.9%	312.8%	272.8%	279.9%	419.1%	181.9%	198.2%	210.5%
都立小峰公園	37.3%	52.4%	35.0%	20.3%	50.3%	42.5%	50.1%	50.6%	34.6%	42.9%	62.3%	36.4%	41.5%	50.3%	54.3%	32.6%	38.1%	38.1%	73.1%	72.0%	63.1%
立川国際カントリー倶楽部	110.4%	104.1%	100.2%	85.8%	94.9%	109.0%	113.8%	102.2%	117.6%	112.6%	116.0%	106.4%	98.3%	107.2%	109.5%	101.7%	105.3%	105.7%	109.1%	104.0%	117.7%
東京五日市カントリー倶楽部	104.6%	103.2%	94.8%	90.6%	99.8%	114.5%	114.8%	106.6%	105.3%	105.1%	119.1%	96.7%	104.6%	109.8%	96.6%	105.9%	115.1%	100.9%	101.4%	105.3%	115.0%
東京サマーランド	306.0%	115.3%	66.7%	105.9%	48.6%	52.2%	67.2%	39.7%	48.7%	37.0%	64.1%	37.0%	72.3%	68.2%	65.6%	117.9%	82.7%	101.8%	60.9%	61.2%	116.5%
秋川ファーマーズセンター	102.6%	96.2%	90.6%	92.0%	92.3%	90.2%	102.0%	92.7%	89.0%	98.6%	102.7%	87.3%	97.1%	88.7%	87.1%	98.1%	86.9%	86.2%	87.9%	93.1%	101.5%
秋川キララホール	230.5%	20.6%	27.4%	119.6%	11.5%	19.2%	140.8%	20.8%	16.2%	370.2%	42.7%	34.3%	150.3%	30.7%	31.1%	834.4%	72.0%	75.1%	27.5%	29.4%	135.2%
五日市ファーマーズセンター	88.7%	98.3%	88.1%	81.2%	99.0%	89.8%	92.1%	98.6%	88.2%	93.2%	104.1%	85.8%	91.2%	100.2%	95.6%	92.3%	97.9%	88.2%	91.7%	98.8%	95.4%
秋川渓谷戸倉体験研修センター	250.5%	86.2%	128.2%	120.1%	49.3%	76.6%	143.8%	78.0%	99.3%	167.1%	124.1%	132.0%	121.5%	99.9%	187.1%	150.9%	87.9%	235.0%	103.5%	74.2%	138.2%
あきる野ふるさと工房	212.0%	-	-	83.5%	-	-	122.7%	-	-	116.2%	-	-	172.1%	-	-	811.3%	-	-	78.9%	80.1%	102.5%
檜原温泉センター数馬の湯	85.3%	99.7%	68.7%	49.7%	68.2%	76.0%	99.7%	45.5%	83.0%	120.4%	197.8%	90.5%	102.6%	100.3%	81.4%	103.7%	116.9%	99.4%	93.6%	107.6%	107.0%
東京都檜原 都民の森	128.7%	136.7%	93.7%	57.1%	93.0%	84.1%	105.4%	101.7%	114.3%	112.2%	215.4%	101.3%	92.0%	130.6%	101.7%	99.5%	114.1%	100.0%	98.4%	100.8%	81.1%
特産物直売所 やまぶき屋	69.5%	114.9%	104.4%	49.6%	125.4%	114.2%	77.7%	125.5%	113.9%	82.5%	209.6%	126.5%	79.1%	105.0%	103.3%	100.2%	123.9%	122.8%	205.6%	115.1%	86.4%
神戸国際マス釣場	174.0%	173.0%	763.3%	37.7%	83.4%	81.2%	72.7%	96.7%	114.3%	104.1%	344.0%	132.8%	91.1%	223.6%	154.3%	119.1%	250.7%	112.0%	-	-	122.1%
つるつる温泉	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
自然休養村さかな園	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ひので肝要の里	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
日の出山荘	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ふれあい農産物直売所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
鹿野大佛	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
日の出太陽の家 / 武家屋敷	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
あきる野市	163.5%	100.6%	72.8%	89.6%	56.7%	59.9%	83.1%	57.3%	62.9%	74.9%	91.9%	64.4%	86.6%	82.3%	80.1%	112.6%	89.0%	94.9%	71.0%	72.3%	107.3%
檜原村	120.7%	132.8%	95.3%	54.4%	90.4%	84.1%	101.7%	90.7%	110.0%	111.3%	215.2%	101.4%	92.4%	126.7%	99.9%	100.4%	115.6%	100.6%	96.8%	108.9%	105.1%
日の出町	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
合計	175.0%	116.0%	83.9%	91.2%	64.7%	67.6%	97.7%	69.6%	77.2%	98.4%	129.3%	85.5%	102.9%	104.9%	98.3%	133.4%	109.9%	114.9%	85.7%	88.2%	124.1%

※赤字：R3/H30 の値、青枠：過年度比 50%以下、オレンジ枠：過年度比 100%以上

■課題（観光動態）

- ◆ 入込客数は、新型コロナウイルス感染症の影響により、平成 30 年比で 100%を下回っている。
あきる野市では、東京サマーランドや秋川渓谷瀬音の湯における入込客数が大きく減少したことが、全体の入込客数減少に影響している。
- ◆ 来訪者は日帰り観光客が大半であること、新型コロナウイルス感染症の拡大による団体利用客の減少したことなどから、全体として宿泊客は平成 30 年比が約半数（56.6%）まで減少している。
- ◆ 新型コロナウイルス感染症の拡大による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、マイクロツーリズム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 3 年度と過年度との比較）

分類		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	671	556	2,089	2,720	1,636	1,671	2,624	3,611	2,051	1,647	1,732	1,160	22,167
	比率	3.0%	2.5%	9.4%	12.3%	7.4%	7.5%	11.8%	16.3%	9.3%	7.4%	7.8%	5.2%	100.0%
	A旅館・ホテル	93	56	112	201	120	96	441	246	160	117	305	134	2,080
	B民宿・コテージ	160	0	128	318	0	131	451	668	456	460	583	455	3,810
	C簡易宿所	96	2	149	580	10	69	173	299	90	93	161	28	1,750
	Dバンガロー・キャンプ場	322	498	1,700	1,620	1,507	1,375	1,559	2,398	1,344	978	682	544	14,527
檜原村	合計	99	83	435	1,167	2,034	1,218	2,720	5,188	2,275	2,367	1,367	379	19,332
	比率	0.5%	0.4%	2.3%	6.0%	10.5%	6.3%	14.1%	26.8%	11.8%	12.2%	7.1%	2.0%	100.0%
	A旅館・ホテル	65	42	94	193	231	140	265	164	202	169	153	87	1,804
	B民宿・コテージ	0	0	15	78	81	22	78	228	51	51	82	37	723
	C簡易宿所	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Dバンガロー・キャンプ場	35	42	326	896	1,721	1,056	2,377	4,795	2,023	2,147	1,132	255	16,806
日の出町	合計	15	17	81	64	207	92	115	182	60	60	116	63	1,072
	比率	1.4%	1.6%	7.6%	5.9%	19.3%	8.6%	10.7%	17.0%	5.6%	5.6%	10.8%	5.9%	100.0%
	A旅館・ホテル	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	B民宿・コテージ	2	4	6	2	0	4	3	16	8	37	81	41	204
	C簡易宿所	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Dバンガロー・キャンプ場	13	13	75	62	207	88	112	166	52	23	35	22	868
合計	合計	785	657	2,605	3,950	3,877	2,981	5,459	8,981	4,386	4,074	3,214	1,602	42,572
	比率	1.8%	1.5%	6.1%	9.3%	9.1%	7.0%	12.8%	21.1%	10.3%	9.6%	7.6%	3.8%	100.0%
	A旅館・ホテル	158	97	205	394	351	235	706	410	362	286	458	221	3,884
	B民宿・コテージ	162	4	149	398	81	157	532	912	515	548	746	533	4,737
	C簡易宿所	96	2	149	580	10	69	173	299	90	93	161	28	1,750
	Dバンガロー・キャンプ場	370	553	2,101	2,578	3,435	2,520	4,048	7,360	3,419	3,148	1,849	821	32,201
R3/H30	合計	49.4%	32.3%	69.0%	89.4%	49.1%	49.2%	50.4%	53.7%	47.6%	85.7%	69.8%	47.2%	56.6%
	A旅館・ホテル	23.1%	11.0%	21.1%	40.1%	31.6%	32.1%	28.1%	14.2%	27.1%	23.2%	40.2%	22.1%	25.1%
	B民宿・コテージ	28.9%	0.7%	20.3%	47.6%	10.0%	11.6%	47.1%	83.5%	52.3%	68.2%	79.4%	77.6%	45.3%
	C簡易宿所	38.7%	1.0%	29.2%	113.1%	1.1%	11.2%	6.2%	10.4%	7.1%	16.2%	30.3%	4.2%	15.0%
	Dバンガロー・キャンプ場	370.0%	145.2%	134.9%	123.5%	67.4%	74.9%	91.7%	74.7%	60.8%	146.6%	92.9%	78.4%	85.5%

※赤字：平成 30 年比 100%以上、青字：平成 30 年比 10%以下に減少

イ 観光地点パラメータ調査結果からみた、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。本調査結果は、後述する経済波及効果算出のための観光入込客、観光消費額の推計に用いた。

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 3 年を含めた 4 ヶ年比較（平成 30 年、令和元年、令和 2 年、令和 3 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、特徴的な傾向を次項に示す。

表 5-4 観光地点パラメータ調査結果の一覧(1)

設問	項目	令和3年度の傾向（過年度比較）	地点別（項目別）	今後の考え方（施策への展開）
問1：居住地	居住地 （都道府県、4区分）	・「東京都」の割合が最も高く、次いで「神奈川県」「埼玉県」と続く。首都圏(1都3県)からの来訪が全体の98.0%を占める。 ・「西多摩地域」からの来訪者がやや増加している。	・「ふれあい農産物直売所」や「武蔵五日市駅」「秋川橋河川公園」は、「東京都」からの来訪者が多く、「東京サマーランド」は、他県からの来訪割合が他の地点と比較して高い。 ・「ふれあい農産物直売所」は「西多摩地域（36.3%）」や「秋川溪谷（12.5%）」からの来訪割合が他地点と比較して高い。	・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23区以外、圏央道利用の神奈川県、埼玉県を想定する。 ・入込が少ない冬期では、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	・「男性」が57.8%、「女性」が41.1%と男性の割合が高い。 → 過年度と比較して「女性」の割合がやや増加 ・年代は「40代」の割合が23.3%と最も高く、次いで「50代」が21.9%、「30代」が17.1%、「20代」が12.4%。	・「ふれあい農産物直売所」、「東京サマーランド」の女性の回答割合が比較的高い。 ・「東京サマーランド」や「秋川橋河川公園」では、40代以下の割合が高く、「ふれあい農作物直売所」や温泉施設は、50代以上の割合が高い。	・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。 ■若年層及び中年層（家族連） → 東京サマーランド、秋川橋河川公園、秋川国際マス釣場 など ■高齢層 → 瀬音の湯、数馬の湯、ふれあい農作物直売所 など
問3：旅程	日帰り・宿泊 宿泊数 宿泊施設	・「日帰り」が92.8%と、9割以上が日帰り観光客。 ・過年度と比較して、「日帰り」が増加している。	・全ての地点で「日帰り」と回答した割合が85%以上を占める。 ・「東京サマーランド」は、宿泊した観光客の割合が10ポイント以上増加している。	・宿泊客、来訪者の域内での食事や買い物の機会を増やし、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		・「観光」を目的とした来訪割合が93.6%と9割以上を占めており、「ビジネス」目的や「帰省・知人訪問」目的の来訪は少ない。（過年度と同様の傾向）	・ほとんどの地点で「観光」と回答した割合が90%以上を占める。	・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しての施策は想定しない ・増加しているマイクロツーリズムにあわせた観光メニューの検討。 ・新型コロナウイルス感染症の影響により、帰省・知人訪問目的が減少傾向にあると想定される。
問5：期待している項目	期待する項目（全て） 主目的	・「自然散策を楽しむ」が42.8%と最も高く、次いで、「温泉を楽しむ」が31.9%、「登山・ハイキングを楽しむ」が22.0%、「買い物を楽しむ」が11.4%と続く。 ・過年度と比較して、「自然散策を楽しむ」「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」「買い物を楽しむ」が増加している。 ・「自然散策を楽しむ」が18.3%と最も高く、次いで、「登山・ハイキングを楽しむ」が17.0%、「温泉を楽しむ」が11.4%と続く。	・秋川国際マス釣場は「釣りを楽しむ」（98.7%）、東京サマーランドは「レジャー施設を楽しむ」（95.6%）、が10割近くを占めている。 ・東京サマーランドは「レジャー施設を楽しむ」（89.7%）、秋川国際マス釣場は「釣りを楽しむ」（79.7%）、秋川橋河川公園は「バーベキュー・キャンプを楽しむ」（60.7%）の割合が高く、明確な目的をもった来訪が多い。	・新型コロナウイルス感染症の影響により、「自然散策を楽しむ」「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」など屋外の観光資源に対するニーズが増加している。 → コロナ禍における観光ニーズと秋川溪谷の強みが合致 ・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。
問6：同行者	同行者数 同行者属性	・「2人」が37.0%と一番高く、次いで「1人」が21.1%、「3人」が14.7%。1グループの平均人数は約3.4人。 → 1グループの平均人数は令和2年の約2.6人から増加 ・令和2年に増加した「1人」や「2人」の割合がやや減少しており、3人以上の旅行割合がやや増加している。 ・「家族」が50.3%と高く、次いで「友人」が22.9%、「1人」が21.1%と続く。 ・令和2年に増加した「1人」や「家族」の割合がやや減少し、「友人」がやや増加している。	・「秋川橋河川公園」は「5～10人」の割合が41.1%と、他地点と比べて高い割合を示している。 ・温泉施設や「武蔵五日市駅」「檜原都民の森」「ふれあい農産物直売所」は、「1人」での来訪が他地点と比較して多い傾向にある。	・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が拡大する中、令和2年より1グループの平均人数がやや増加している。特に、武蔵五日市駅では、「5人以上」での来訪が50.0%と同行人数が令和2年から増加している。
問7：リピーター率	訪問回数別の人数	・「4回目以上」が40.5%と最も高く、次いで「初めて」が28.0%となっており、2回目以上の割合が60.7%を占めている。	・「檜原都民の森」「数馬の湯」「ふれあい農産物直売所」は、「四回目以上」が半数以上を占めており、中でも「数馬の湯」と「ふれあい農産物直売所」は、リピーター率が8割を超える。 ・「東京サマーランド」の「初めて」の割合が10%以上増加している。	・リピーターの獲得に向けて、初めて訪れた約3割の来訪者に再訪を促す施策を考えていく必要がある。

表 5-4 観光地点パラメータ調査結果の一覧(2)

設問	項目	令和 3 年度の傾向（過年度比較）	地点別（項目別）	今後の考え方（施策への展開）
問 8：交通手段	交通機関	・「自家用車」の割合が 52.7%と最も高く約 5 割を占めている。次いで、「鉄道（JR 在来線）」が約 3 割（32.6%）、「路線バス」が約 2 割（22.7%）となっている。 ・令和 2 年と比較して、「自家用車」の割合が減少している。	・「東京サマーランド」「瀬音の湯」「檜原都民の森」の「自家用車」の割合が減少傾向にあり、「鉄道（JR 在来線）」「路線バス」の公共交通機関の割合がやや増加している。	・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。 ・東京都内の「西多摩地域」からの来訪者増加（マイクロツーリズム）の影響から、自家用車の割合がやや減少している。
問 9：地点	訪問地点	・「秋川溪谷瀬音の湯」が立寄り率 21.9%と最も高く、次いで「檜原都民の森」が 18.5%、「武蔵五日市駅周辺」が 17.2%と続く。	・「武蔵五日市駅」利用者の立ち寄り率は、「瀬音の湯」「秋川橋河川公園」「石舟橋」の 3 ヶ所の立ち寄り率が 10%を超える。また、「数馬の湯」利用者の立ち寄り率は、「檜原都民の森」「浅間尾根」「三頭山」の 3 ヶ所の立ち寄り率が 10%を超える。 ・平均立寄り箇所数は 1.65 ヶ所。令和 2 年の 1.52 ヶ所からやや増加。 ・「瀬音の湯⇄石舟橋」、「数馬の湯⇄檜原都民の森」、「つつる温泉⇄日の出山、御岳山」間の立ち寄り率は 20%を超えている。	・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。 (一定の利用があるルートとして、檜原都民の森や日の出山・御岳山で自然を楽しんだ後、温泉施設に向かうルートが見受けられる) ・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	・全体の平均額は、2,901 円である。そのうち、飲食費が 823 円と 28.4%を占めている。 ・「日帰り」、「宿泊」別にみると、日帰り観光客の平均額は 2,557 円、宿泊観光客の平均額は 6,586 円。 ・過年度と比較して、平均消費金額が 1,300 円程度減少している。	・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」「つつる温泉」と続き、この 3 地点は平均が 3,000 円を超える。 ・宿泊観光客消費額のうち、地点別の上位は、「東京サマーランド」「数馬の湯」「瀬音の湯」「秋川国際マス釣場」と続き、この 4 地点は全体平均を上回る。	・新型コロナウイルス感染症の拡大の影響により、観光客消費額は減少している。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ていくことを検討する。
問 11：情報源	きっかけとなった情報	・「以前来訪した際の自身の経験」が 56.7%と最も高く、次いで、「その他の Web サイト」が 18.3%、「家族や友人知人の話」が 15.3%、「地域や施設の公式 Web サイト」が 13.9%と続く。	・各地点共に「以前来訪した際の自身の経験」の割合が高いが、「秋川橋河川公園」や「秋川国際マス釣場」は、「地域や施設の公式 Web サイト」の割合が他地点よりも高い傾向にある。	・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、検索サイトの充実、口コミ情報での来訪が増加しており、「その他の Web サイト」「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。
問 12：満足度	全体	・利用者の総合満足度は、「満足」が 55.8%、「大変満足」が 27.8%と、肯定的な評価が全体の 8 割以上（83.6%）を占めている。一方、不満の回答は、やや不満、不満、大変不満の合計が 1.1%である。	・大変満足と満足の合計をみると、「景観・雰囲気」が 88.3%と最も高く、次いで「現在の観光地」が 81.7%、「宿泊施設」が 67.4%。 ・過年度と比較して、「土産品」「地元住民のおもてなし」「宿泊施設」の満足度が減少している。	・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。 ・「土産品」「地元住民のおもてなし」「宿泊施設」に関する満足度が低くなっており、新型コロナウイルス感染症の拡大による機会の減少が影響していると考えられる。 ・交通アクセスは不満の回答が他項目と比べてやや多く、公共交通の不便さを解決する必要がある。
問 13 紹介意欲	紹介意欲	・「そう思う」が 43.9%と最も高く、次いで「大変そう思う」が 35.6%と、「大変そう思う」「そう思う」の合計は約 8 割（79.5%）を占めている。	・「秋川国際マス釣場」の利用者は、「大変そう思う」の回答割合 58.2%と、比較的高い。 ・過年度比較では、「秋川橋河川公園」と「数馬の湯」の「大変そう思う」と回答した割合が、大きく減少している。	・KPI の指標値となり得る項目 本指標を高めていく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
問 14 再来訪意向	再来訪意向	・「大変そう思う」の割合が 43.1%と最も高く、約 4 割を占めている。「そう思う（36.6%）」「ややそう思う（10.1%）」と合わせると、約 9 割（89.8%）が 1 年以内の再訪意向を示している。 ・過年度比較においては、1 年以内の再訪意向を示した割合はやや減少しているが、その一方で「大変そう思う」の回答割合が 4.3%増加している。	・「秋川国際マス釣場」「ふれあい農産物直売所」の利用者は、「大変そう思う」と回答している割合がやや高い。	・KPI の指標値となり得る項目。 本指標を高めていく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 ・新型コロナウイルス感染症が拡大している中、「自然散策を楽しむ」「登山・ハイキングを楽しむ」など屋外の目的割合が高いため、再来訪意向は高くなると想定する。

ウ 事業者からみた、秋川溪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）

- ◆ 令和 3 年度の回答事業者数は 70 件となった。秋川溪谷内の域内調達率は、原材料費で 31.6%、営業経費で 13.2%、人件費で 87.6%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 54.7%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 6.9%、卸売業の間屋は 0.0%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、秋川溪谷内の域内調達率のうち、原材料費（売上原価）で日の出町が 47.9%であるのに対し、あきる野市（秋川地区）では 10.5%と大幅に低くなっている。また、人件費では、全ての地区で 75%を超えている。

■課題

- ◆ あきる野市、檜原村、日の出町の事業者を対象として、令和 3 年度調査では対象の 346 件中 70 件から回答を得ているが、20%程度の回収率であることから、精度の向上に課題が残る。
- ◆ 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た。日の出町まで対象事業者を増やしたことから、それぞれの地域における域内調達率を高めるための役割、連携の在り方を示していく必要がある。
- ◆ 域内調達が難しい理由として、地域内で材料の取引先がないことや大手事業者の方が安いなどが挙げられる。現在、本事業は 3 市町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。

エ ヒアリング調査結果からみた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 3 年度で対象に追加となった日の出町の事業者へのヒアリング成果を加えて取りまとめた。

また、令和 3 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）、檜原村及び日の出町の 4 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、4 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。 ・ <u>冬場やシーズン外の仕入れが難しい。</u> ・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。 ・原料は秋川溪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。	秋川地区 ◎
				五日市地区 ◎
				檜原村 ◎
				日の出町 ◎
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 ◎
				日の出町 -
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、全て代用するの は困難。 ※秋川溪谷瀬音の湯では、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 ◎
				日の出町 -
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 ○
				日の出町 -

※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、-対象事業者の回答無

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 ▲
				日の出町 -
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 ▲
				日の出町 ▲
7	・ 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勧める。	・ 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勧める。 ・ 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。 <u>・ 展示内容に興味を持つ人を取りこぼさない情報発信をする。</u>	秋川地区 ◎
				五日市地区 ◎
				檜原村 ○
				日の出町 ○
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 ○
				日の出町 -

※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、-対象事業者の回答無

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※
9	・地域内の小売、飲食施設に依頼し、地域の製品として販売・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 ◎
				日の出町 -
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 ▲
				日の出町 -
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 ○
				日の出町 -
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。 ・秋川渓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 ○
				日の出町 ○

※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、-対象事業者の回答無

(3) 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）

(ア) 来訪者の意識（パラメータ調査）※7月・11月調査

- ◆ 避けたい観光地としては、「屋内レジャー施設」（49.9%）が最も高く、次いで「街並み観光地」（40.0%）と続き、密な状態が生じやすい施設や空間を避ける傾向が令和2年に引き続き確認できた。
- ◆ 行きたい観光地として、「登山・ハイキング」（30.2%）と「自然風景地・農山漁村」（29.2%）が約3割と、3密になりづらい屋外空間での活動が多く挙げられた。
- ◆ 「変化なし」は、避けたい観光地で28.6%、行きたい観光地で30.4%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、「旅行先を自宅から近い場所に変更した」が24.9%と高く、次いで「3密を避けるため、屋外の観光地を選んだ」が23.6%と続く。また、旅行の後押しとなったことは、「秋川溪谷の自然」が44.9%、「自然風景地・屋外なら安心だと思った」が36.8%であった。

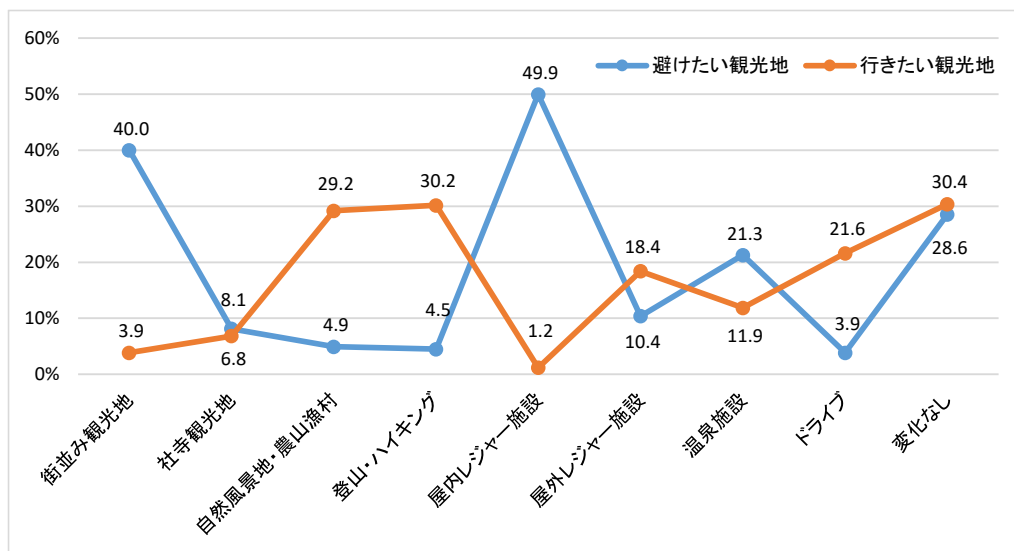


図 5-2 コロナ禍における観光の意識（避けたい観光地、行きたい観光地）

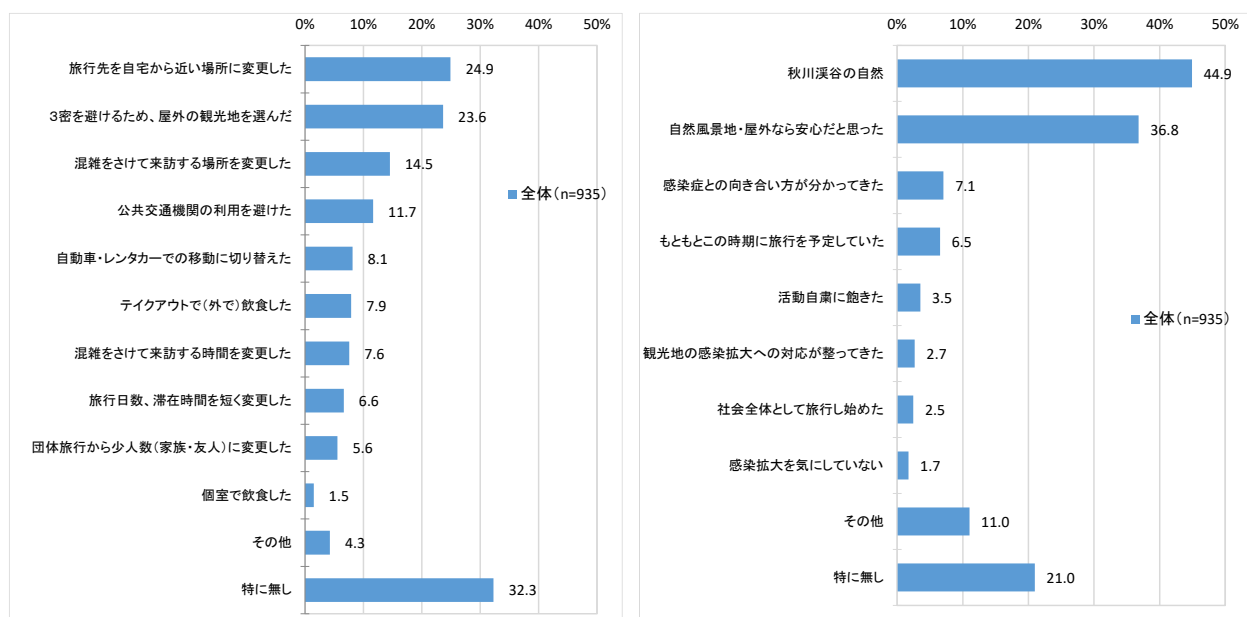


図 5-3 コロナ禍における秋川溪谷への来訪前の行動・旅行の後押しとなったこと

(イ) 受入先の観光に対する意識について（ヒアリング調査）

域内調査率調査のヒアリング結果により把握した事業者からみた観光特性は、以下の通りである。

- ◆ キャンプブームもあり、キャンプ目的での来訪者の立寄り利用は多い。
- ◆ ハイキングコース等が整備されており、周辺で登山客を見かけることが多い。
- ◆ 現在、公共交通での来訪が難しく、自動車での来訪がほとんどである。
- ◆ 圏央道が通っており、東京都外からの来訪者は、神奈川県や埼玉県からの来訪が多い。
- ◆ SNS で注目され、テレビ取材を受けたことで、東京都外からの来訪者が大幅に増加したため、SNS を活用した情報発信は重要である。
- ◆ 各施設が各々の情報を発信するだけでなく、来訪者に好評な周辺情報を加えた情報発信ができれば、観光客の周遊が増加すると考える。
- ◆ 観光振興に若者世代の意見を取り入れることで、時代のニーズに合ったものを提供できる。

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いず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の拡大に伴う観光動態の変化について取りまとめている結果をレビューする。

(ア)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。

- ア 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1人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。
- イ 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共に急減したが、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。
- ウ 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
- エ 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キャンペーン事業等の開始もあり、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。
- オ 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选好。

(イ)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14:令和3年10月4日:公益財団法人日本交通公社)

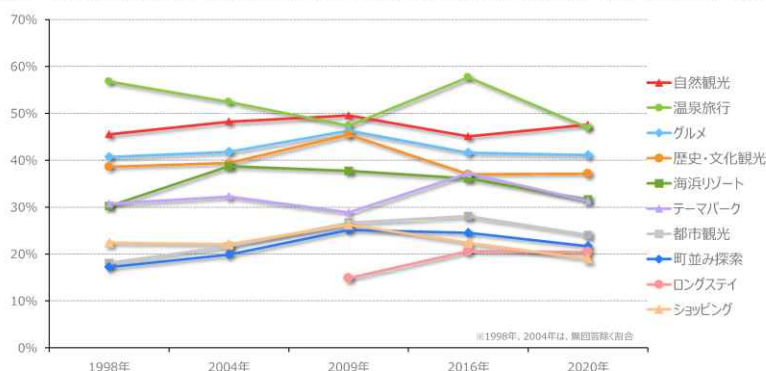
- 中長期的なトレンドをみても上位の項目に大きな変動はなく、特に「自然観光」「温泉旅行」は感染症流行の影響を受けず、人気が高い旅行タイプとなっている。
- 感染症流行により野外の活動が注目されているが、「自然観光」はこの20年間、常に人気の旅行タイプである。

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が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】



公益財団法人 日本交通公社

Copyright © 2020 JTBF All Rights reserved. <11>

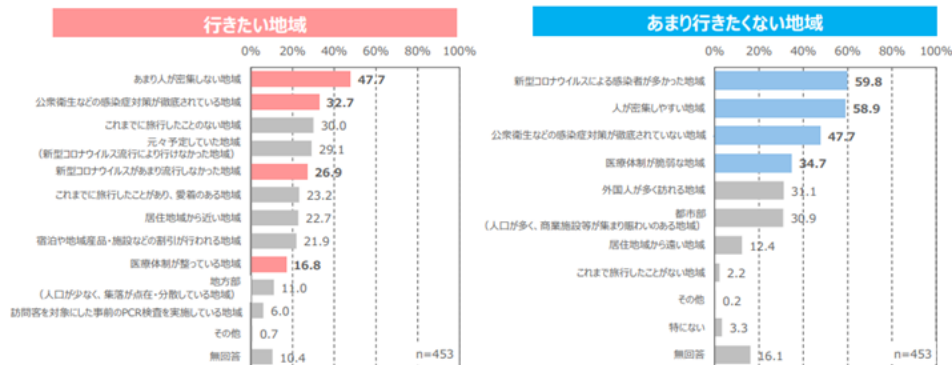
- コロナ禍での国内旅行実施に当たり「行きたい地域」と「あまり行きたくない地域」を尋ねたところ、行きたい地域では、「あまり人が密集しない地域」が多く挙げられ、「あまり行きたくない地域」では、「感染者が多かった地域」「人が密集しやすい地域」が多く挙げられた。

3. 今後の旅行で行きたい地域・あまり行きたくない地域 (1) コロナ禍における旅行

コロナ禍での旅行先の選択 密の回避、感染症対策が必要条件に

- ・ コロナ禍に行きたい地域として、半数近くが「あまり人が密集しない地域」を挙げました。一方、あまり行きたくない地域としては、6割が「感染者が多かった地域」、「人が密集しやすい地域」を挙げています。
- ・ このことから、混雑回避策や公衆衛生の徹底といった感染拡大防止策は、地域が選ばれる必要条件として捉えられていると考えられます。

Q. 現在のコロナ禍における旅行では、どのような地域に行きたい／あまり行きたくないと思いますか。【複数回答】<20年12月調査>



公益財団法人 日本交通公社

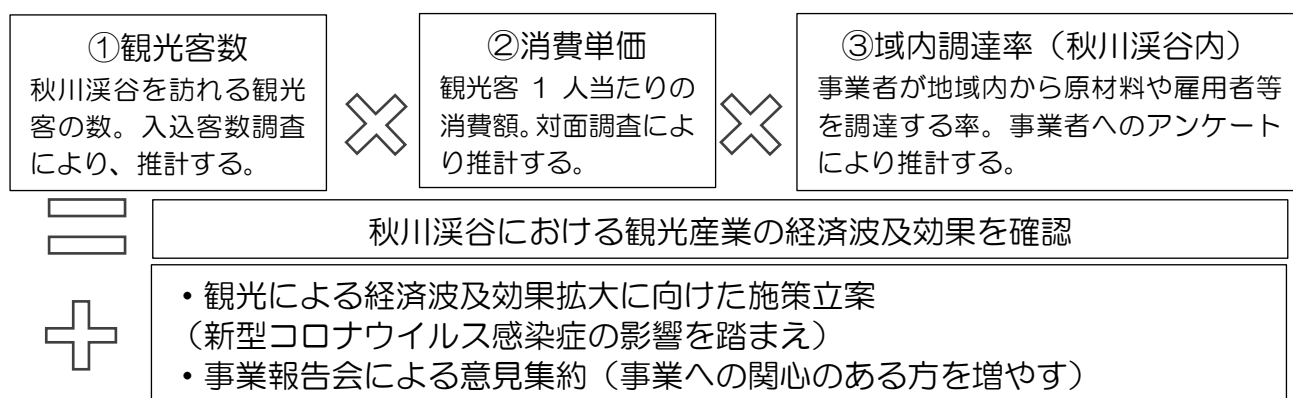
Copyright © 2021 JTBF All Rights reserved. <13>

3 施策検討の考え方

(1) 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点が挙げられる。

- ① 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）
- ② 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）
- ③ 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）



(2) 課題に対応した施策の検討

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	・ 誘客ターゲットの明確化と獲得 ・ 情報発信の強化 ・ 新型コロナウイルス感染症による新たな観光の考え方への対応	・ 誘客ターゲットの明確化〔都内・首都圏居住者〕 →近場で楽しめる自然・レジャー、温泉エリア →マイクロツーリズムへの対応 ・ SNS やメディアを活用した情報発信 →若年層への訴求、四季の魅力の発信（再訪喚起） ・ 団体客・教育宿泊旅行減少に伴う新たな取組 →日帰りプログラム化、ワーケーションなど ・ 屋外での体験活動プランの推奨 →エコツーリズム、ガイドツアーの再開・増加 ・ 移動手段の充実（レンタサイクル、周遊交通）
②消費単価の増加	・ 土産代の単価向上 ・ 消費行動の促進 ・ 観光地間の連携・楽しみ方の提案	・ 食やお土産品の共有化・ブランディング →3 市町村の資源の共有・販売、高付加価値化 ・ 商品販売の場の確保 →駅周辺での販売、ファーマーズセンターの PR ・ 飲食店のサービス拡充 →テイクアウト・イートイン（そのための支援） ・ 来訪目的を踏まえた周遊観光の推奨（提案） →観光（屋外・レジャー・温泉）＋消費の流れ ・ 類似施設間の情報共有（利用客分散による受入増）
③域内調達率の向上	・ 地区別の課題に対する施策の展開	・ 域内調達率向上策の事業者への情報共有 →地元食材や商品の取扱い・販売、地元雇用など
④共通	・ 受入環境の整備	・ 現地での情報・案内サインの充実（共有） →3 市町村共通の案内サイン・パンフレット等 ・ 安全・安心な観光地づくり →コロナ対策徹底、キャッシュレス決済導入など
	・ 自走式の実施体制の構築	・ 事業連絡会の継続（情報共有・議論） ・ 連携組織の形成（フレームづくり）

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

情報発信の強化

新型コロナウイルス感染症による新たな観光の考え方への対応

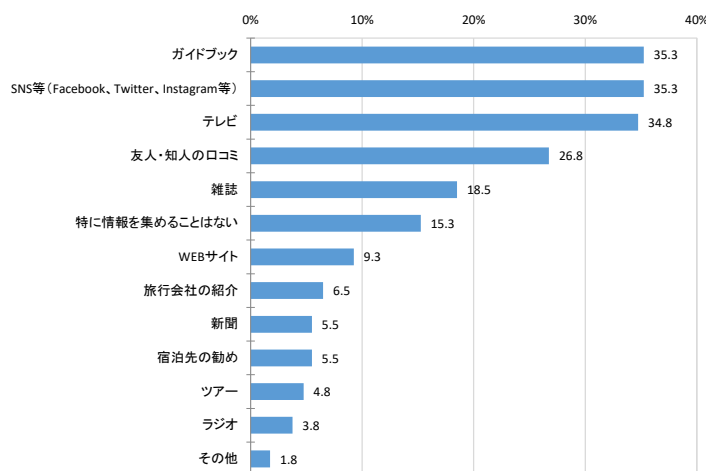
【施策提案】

(ア) 誘客ターゲットの明確化

- ・新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、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、令和3年度の観光地点パラメータ調査結果においても西多摩地域からの観光客の増加といった傾向がみられる。
- ・これまでの調査結果から、本地域の誘客範囲は主に東京都（秋川渓谷地域外）と近隣の埼玉県、神奈川県のみであり、大規模なマーケットである首都圏からの近接性という強みを生かし、マイクロツーリズムの流れを追い風にして、今後も1都2県を中心とした首都圏をターゲットに誘客を図ることが望ましいと考えられる。
- ・新型コロナウイルス感染症の影響により、避けたい観光地として、「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」が挙げられており、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、「自然風景地・農山漁村」「登山・ハイキング」など3密になりづらい空間での活動が多く挙げられ、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。
- ・現状は40～50代の観光客が多い傾向にあり、若年層の獲得は今後の取組課題の1つである。首都圏在住者を軸に、年齢層やニーズに応じてターゲットを明確化し、それぞれの嗜好に応じた観光資源や手段を活用した情報発信を展開していく。

(イ) SNSやメディアを活用した情報発信

- ・首都圏在住者を対象に実施したWEBアンケート調査では、普段の旅行先を決める際の情報源として、「ガイドブック」「SNS等」「テレビ」「友人・知人の口コミ」が上位に挙げられている。特に、若年層（20～30代）は「SNS等」を情報源に活用している割合が高い。
- ・また、本地域内の観光資源に対する認知度は低く、訪れたことがない層においては、「東京サマーランド」以外の観光資源の認知度が3割未満まで下がり、観光客の獲得、地域経済への波及効果を高めていく上で、情報発信の強化が課題となっている。
- ・従来のガイドブックによる情報発信に加え、「SNS」や「メディア」を活用した観光資源の魅力、楽しみ方の発信に取り組むことで、これまでの訪れたことがない客層や若年層に対して幅広く情報を訴求していく。
- ・さらに、季節ごとの魅力や楽しみ方を提案していくことで、観光客のリピーター化、冬から春にかけての閑散期の需要拡大につながることを期待できる。



▲ 普段のおでかけの行先を決める際の情報源
（首都圏在住者へのWEBアンケート調査結果より）

(ウ) 団体客・教育宿泊旅行減少にともなう新たな取組

- ・ 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。



(エ) 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、「自然風景地・農山漁村」「登山・ハイキング」が全体の3割程の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溪谷で発展させて、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。



(オ) 移動手段の拡充

- ・観光地点パラメータ調査結果から、本地域を訪れる観光客の移動手段は、「自家用車」が52.7%と半数以上を占め、「鉄道」が約3割、「路線バス」が約2割となっている。令和3年度は近郊の西多摩地域からの来訪割合がやや増加したこともあり、利用割合はやや減少したものの、「自家用車」が本地域への来訪時の主要な移動手段となっている。「自家用車」での来訪者からは、観光客が集中する夏から秋にかけての道路渋滞、駐車場の少なさを指摘する意見があきる野市観光協会に寄せられており、ハード面の整備は課題の1つである。
- ・WEBアンケート調査結果をみると、若年層(20～30代)が旅行時に使用する移動手段は「鉄道」の割合が高く、自動車離れの傾向がみられる。本地域内の観光資源は、公共交通でのアクセスが可能であるが「路線バス」は運行本数が少なく、観光地へのアクセスや周遊がしやすい環境にあるとは言い難い。
- ・近年では、観光地におけるレンタサイクルの導入が進められており、檜原村と日の出町ではレンタサイクル事業を展開している。レンタサイクルは風景や空気を楽しみながら移動できる移動手段であり、秋川渓谷への適用性は高いと考えられる。
- ・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」を実施した。
- ・地域内の移動手段の充実を図るための取組の1つとして、あきる野市内におけるレンタサイクルの導入、檜原村・日の出町で実施しているレンタサイクルとの連携等の取組を検討していく。

<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。



イ 消費単価の増加

対応の考え方：土産代の単価向上

消費行動の促進

観光地間の連携・楽しみ方の提案誘客ターゲットの明確化

【施策提案】

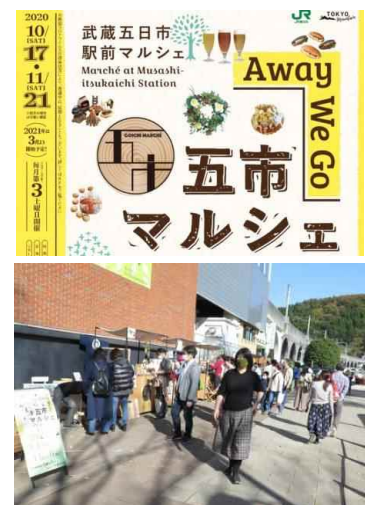
(ア) 食やお土産品の共有化・ブランディング

- ・観光地点パラメータ調査結果から、買物の利用率は全体で 31.2% であり、消費金額が低い原因と考えられる。また、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、日の出町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、日の出町の卸・小売業者との連携した商品の共有化を図るとともに、秋川渓谷の土産品としての PR を強化し、ブランディングを推進することで、観光客の消費額を増やしてだけでなく、買い物目的の新たな客層の獲得につながることも期待できる。



(イ) 商品販売の場の確保

- ・観光地点パラメータ調査結果から、買物の利用率は全体で 31.2% 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。
- ・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）」が開催されており、地元周辺の事業者が多く出店しており、非常に多くの方に利用されており大盛況である。
- ・この「五市マルシェ」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みえる課題であった、公共交通利用者への訴求が可能である。
- ・また、秋川渓谷内には、ファーマーズセンターや農産物直売所があり、地元や近隣からの来訪者でにぎわっている。これらの施設で販売している鮮度の高い農作物は、主要なターゲットである首都圏からの来訪者に対する強みになることが想定されることから、施設や販売商品の価値を PR することで、消費単価の増加に寄与することが期待できる。



(ウ) 飲食店のサービス拡充

- ・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、様々な店舗が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。



(エ) 来訪目的を踏まえた周遊観光地の推奨

- ・令和3年度の調査結果では、9割弱の来訪者は来訪前に目的や立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、9割以上が事前に決めて来訪している。
- ・本地域の強みであり、来訪の主目的である「自然・景観」「レジャー」「温泉」といった資源と食事・土産品や農作物の購入といった域内での消費を組み合わせたモデルコース、1日の新たな楽しい方を提案することで、目的が明確な観光客の周遊観光や域内消費の促進を図っていく。

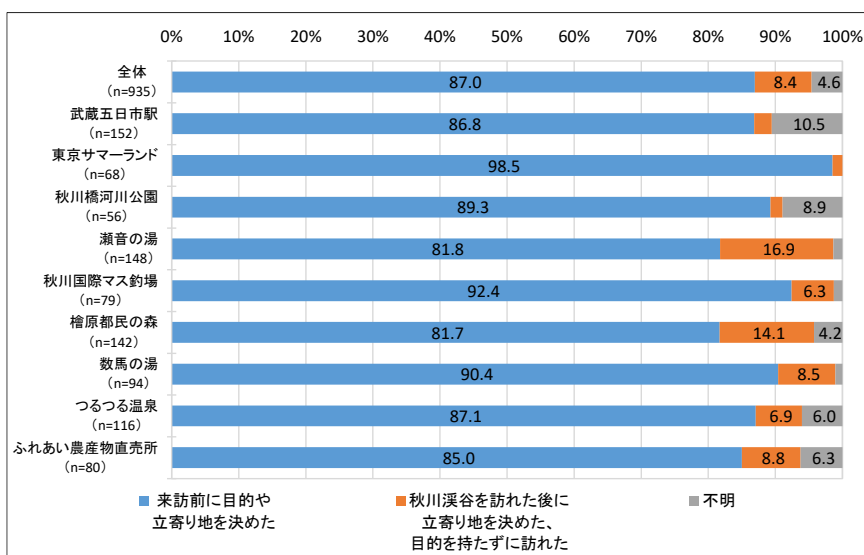


図 5-4 来訪する際の観光目的や立寄り地を決めたか否か

(オ) 類似施設間の情報の共有化

- ・ 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ことから、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：地区別の課題に対する施策の展開

【施策提案】

○ 域内調達率向上策の事業者への情報共有

- ・令和3年度の域内調達率調査では、日の出町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、日の出町の4エリアでの分析を行った。
- ・上述の通り、それぞれの4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・旅行者が売り上げに占める比率も異なることから、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 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) 現地での情報・案内サインの充実

- ・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」の不満度が高い傾向にある。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）への周遊を目的とした観光案内サインの整備など、街歩きなどを踏まえた観光案内サインの整備が求められる。
- ・観光案内サインの整備に当たっては、秋川溪谷共通のデザインを採用し、3市町村が連携して整備することが望ましい。
- ・あわせて、3市町村の観光資源や魅力、周遊プラン等を掲載したパンフレットを作成・設置し、周辺観光情報を提供することで、観光地間のさらなる周遊を促す。

(イ) 安全・安心な観光地づくり

- ・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は多くの市区町村で準備されており、それらを活用しながら、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。
- ・また、人の密集が想定される観光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る必要がある。

(ウ) 事業連絡会の継続 / 連携組織の形成

- ・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、日の出町、あきる野商工会、日の出町商工会、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、一般社団法人日出町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説明会を開催し、本事業終了後の秋川溪谷全体での取組推進に向けた体制強化が必要である。

第 6 章

K P I の設定

第6章 K P I 値の見直し

K P I 値は、令和元年に年間を通した調査結果から推奨K P I とその設定の狙いを整理し、令和 2 年に新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえて基準値の見直しを行った。

これらの検討成果と、今年度実施した各種調査結果を基に、令和 2 年に設定した基準値の見直しを図った。

(1) K P I 設定の意義及び算出方法案（令和 2 年度報告書より）

「日本版 DM0」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。これら全ての指標を位置付けること難しいため、想定される施策を踏まえて設定することが好ましい。

今年度の調査結果を踏まえた基準値の算出結果を次項に示す。

表 6-1 推奨K P I 一覧とその設定の狙い

指標	意義	算出方法
①観光入込客数 (延べ人数)	- 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。	観光客入込客数調査より算出
②延べ宿泊者数	- 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、全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。	①観光庁集計の宿泊旅行統計調査、または、②観光地点パラメータ調査より算出
③旅行消費額	- 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。	①②の入込客数×観光地点パラメータ調査結果を組み合わせで算出
④来訪者満足度	- 秋川溪谷全体、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。	観光地点パラメータ調査（問 12）より算出
⑤リピーター率	- 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。	観光地点パラメータ調査（問 7）より算出
⑥再来訪意欲	- 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。	観光地点パラメータ調査（問 14）より算出
⑦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。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。	域内調達率調査より算出
⑧経済波及効果	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。	乗数理論を用いて、①②⑦の調査結果、観光地点パラメータ調査結果より算出

(2) 推奨KPIの設定

これまでの調査結果を踏まえ、推奨KPIの基準値の見直し及び今後の目標値設定に対する考え方を示す。

- 観光入込客数や延べ宿泊者数、旅行消費額、リピーター率は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響から、3市町村内の各施設において休業や入場制限等の対応を講じていたことで、基準値は令和元年より下がる。今後も新型コロナウイルス感染症の影響が生じることが想定されるため、それぞれの指標の目標値は、現状を踏まえた設定が望ましい。
- 来訪者の満足度と再訪意向は、令和元年～令和3年まで同程度の調査結果を示しているため、現状である令和3年を基に目標値を検討することが望ましい。
- 域内調達率は、日の出町を対象範囲に加えて調査を実施した令和3年を基準値と捉え、目標値を検討することが望ましい。
- 経済波及効果は、表 6-2 の指標①②③及び⑦を踏まえて算出するため、施策別のKPIではなく、秋川溪谷全体の目標値として捉えることが望ましい。

表 6-2 推奨 K P I 基準値一覧（3 カ年の調査結果より）

指標	基準値		
	令和元年	令和 2 年	令和 3 年
①観光 入込客数 (延べ人数)	観光施設 あきる野市：1,860,085 人 檜 原 村：245,245 人 秋川溪谷計：2,105,330 人 行祭事・イベント 秋川溪谷計：228,089 人	観光施設 あきる野市：1,252,333 人 檜 原 村：243,200 人 秋川溪谷計：1,495,533 人 行祭事・イベント 秋川溪谷計：2,400 人	観光施設 あきる野市：1,345,590 人 檜 原 村：254,411 人 日 の 出 町：256,121 人 秋川溪谷計：1,856,122 人 行祭事・イベント 秋川溪谷計：4,210 人
②延べ 宿泊者数	あきる野市：58,746 人泊 檜 原 村：26,398 人泊 秋川溪谷計：85,144 人泊	あきる野市：32,886 人泊 檜 原 村：18,420 人泊 秋川溪谷計：51,306 人泊	あきる野市：22,167 人泊 檜 原 村：19,332 人泊 日 の 出 町：1,072 人泊 秋川溪谷計：42,572 人泊
③旅行 消費額	秋川溪谷計：5,615,135 千円 (1-3 月：664,524 千円 4-6 月：1,535,762 千円 7-9 月：2,732,615 千円 10-12 月：682,234 千円)	秋川溪谷計：3,303,073 千円 (1-3 月：357,735 千円 4-6 月：503,000 千円 7-9 月：1,885,542 千円 10-12 月：556,796 千円)	秋川溪谷計：4,501,642 千円 (1-3 月：376,752 千円 4-6 月：1,058,131 千円 7-9 月：1,824,817 千円 10-12 月：1,241,942 千円)
④来訪者 満足度	秋川溪谷の総合満足度 ・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	秋川溪谷の総合満足度 ・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	秋川溪谷の総合満足度 ・大変満足：27.8 ・満 足：55.8 ・やや満足：11.7 ・『大変満足＋満足』：83.6 ・『やや満足以上』：95.2
⑤リピー ター率	2 回目以上のリピーター率 71.4% ・1-3 月：79.6% ・4-6 月：70.3% ・7-9 月：74.7% ・10-12 月：69.3%	2 回目以上のリピーター率 71.4% ・1-3 月：79.6% ・4-6 月：70.3% ・7-9 月：74.7% ・10-12 月：69.3%	2 回目以上のリピーター率 64.5% ・1-3 月：79.6% ・4-6 月：70.3% ・7-9 月：66.1% ・10-12 月：55.6%
⑥再来訪 意欲	秋川溪谷の再来訪意欲 ・大変そう思う：40.1 ・そ う 思 う：41.5 ・ややそう思う：11.3 ・『大変そう思う＋そう思う』：81.6 ・『ややそう思う以上』：92.9	秋川溪谷の再来訪意欲 ・大変そう思う：40.1 ・そ う 思 う：41.5 ・ややそう思う：11.3 ・『大変そう思う＋そう思う』：81.6 ・『ややそう思う以上』：92.9	秋川溪谷の再来訪意欲 ・大変そう思う：43.1 ・そ う 思 う：36.6 ・ややそう思う：10.1 ・『大変そう思う＋そう思う』：79.7 ・『ややそう思う以上』：89.7
⑦域内 調達率	■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%	■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%	■全産業 ・売上原価：32% ・営業経費：13% ・人 件 費：88% ■各産業（売上原価のみ） ・宿泊サービス：55% ・飲食サービス：46% ・小 売 り：22%
⑧経済 波及効果	■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	■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	■経済波及効果：59.9 億円 ■付加価値効果：20.2 億円 ■雇 用 効 果：472 人

※網掛けは、新型コロナウイルス感染症の影響により調査未実施のため、令和元年と同数値を採用

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3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

(1) 得られた成果

- 令和3年の調査結果では、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う観光動態の変化について、入込客数の観点で整理することができた。
- 主要観光施設調査では、主要な観光施設を抽出し、全施設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把握するための基礎資料として取りまとめた。また、令和3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、令和2年との傾向の違いを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、令和2年に続き、行・祭事・イベントは軒並み中止となったことから、統計的な比較が可能な入込客数を得ることはできなかった。
- 宿泊施設調査では、対象施設43カ所中29カ所と半数以上の回答を得ることができ、コロナ禍における宿泊者数の動向を把握することができた。
- 調査票を工夫し、新型コロナウイルス感染症拡大や緊急事態宣言等の発令による域内各施設の動向を把握することができた。

(2) 事業全体に係る調査方法、分析方法、改善方法

- 調査対象施設は、東京都観光客数等実態調査の対象を中心に抽出した（観光地点・行・祭事・イベント等）。主要な施設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が必要だと考える。
- また、秋川渓谷の主目的の1つである、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、実際の調査地点以外に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3年度は、アンケート回答が得られた地点の入込客数を整理したが、今後は、アンケート回答にて立寄り地点として挙げられた地点（石舟橋、払沢の滝）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。
- 調査実施に当たり、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。

(3) 令和4年度調査の実施方針

- 令和3年度と同様の方法で入込客数を把握する。調査の実施時期は、半期に1度（7月・1月）とし、郵送、メール、FAXにより調査票の回収を行う。
- 調査対象は令和3年度に日の出町を加えたため同様とし、推計値で対応する箇所について協議する。

2 観光消費額等の調査（観光地点パラメータ調査）

（1）得られた成果

- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、7-9 月、10-12 月の 2 期分の調査実施にとどまった。
- 7-9 月調査の獲得票数は 482 票、10-12 月調査の獲得票数は 453 票、2 期の調査で 935 票を獲得したため、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た。
- 令和 2 年度に引き続き、コロナ禍における調査となったため、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、傾向を把握した。

（2）事業全体に係る調査方法、分析方法、改善方法

- 令和 3 年度は 2 期の調査のみで留まっており、令和 3 年暦年の観光動態では 7-9 月、10-12 期の分析結果となった。
- 調査地点は、令和 3 年度に調査を実施した 3 市町村の主要な観光施設等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。

（3）令和 4 年度調査の実施内容

- 令和 3 年度と同様の方法・調査票にて、観光客の動態を把握する。調査の開催時期は 5 月、8 月とする。
- 令和 3 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。（今後の新型コロナウイルス感染症の拡大状況を踏まえて検討）

3 域内調達率の調査（経済波及効果の算出及び分析）

（1）得られた成果

- 3 市町村の観光協会 HP 掲載施設、商工会事業者一覧から対象事業者を抽出したあきる野市、檜原村、日の出町の 346 事業者にアンケート調査票を送付し、70 施設から回答を得た。そのうち、回答のあった日の出町の 6 事業者にヒアリング調査を行うことで、各事業者の経費、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、今年度対象に追加した日の出町内の事業者における動態を把握することができた。
- また、緊急事態宣言・まん延防止等重点措置の影響、新型コロナウイルス感染症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。

（2）事業全体に係る調査方法、分析方法、改善方法

- アンケート調査の回収率は、約 2 割（20.2%）となった。事業者に対して本事業内容について理解を得ていくことが重要である。
- アンケート後のヒアリング調査では、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こと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。

（3）令和 4 年度調査の実施内容

- 今年度は、3 市町村において観光産業が地域にもたらす経済波及効果を算出した。
- 今年度実施した学識経験者へのヒアリングにおいて、3 市町村は地域特性が異なるため、市町村単位で経済波及効果を算出することも効果的ではないかといった助言をいただいた。そこで、令和 4 年度は、環境省が公表している「環境省地域経済波及効果分析ツール」を用いて、各市町村における観光産業が地域にもたらす経済波及効果を把握する。

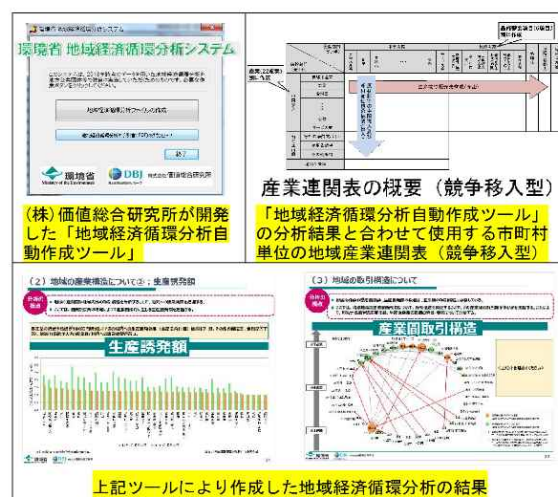
4 調査結果に基づく分析及び提案（改善点等）及び KPI の設定

（1）得られた成果

- 3つの調査結果を踏まえ、秋川溪谷における観光客数・消費額単価・消費額を推計した。
- 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。
- アンケート調査の集計結果、過年度比較、ヒアリング結果の内容を踏まえ、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、過年度に設定した8つの推奨 KPI の設置の考え方、基準値を令和3年の調査結果を踏まえて更新することができた。

（2）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は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。



（3）令和4年度調査の実施内容

- 5ヵ年事業の最終年に当たるため、これまでの調査結果を踏まえ、秋川溪谷における観光の動向をとりまとめるとともに、観光振興の実現に向けた取組方針を検討する。
- 検討成果を基に、地域内の関係団体等を対象とした説明会を開催し、共有を図ることで、本事業終了後の取組推進につなげる。

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

秋川渓谷観光経済統計調査事業連絡会（あきる野市、檜原村、日の出町、あきる野商工会、日の出町商工会、あきる野市観光協会、檜原村観光協会、日の出町観光協会、秋川渓谷旅館組合）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。

今年度は2回の会議を開催し、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。

秋川渓谷観光経済統計調査事業連絡会 委員名簿

令和4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	川 島 敏 彦	日の出町商工会 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	小 澤 智	(一社) 日の出町観光協会 事務局長	
委 員	師 岡 宏 文	秋川渓谷旅館組合 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	濱 中 一 之	日の出町産業観光課 課長補佐	
委 員	鈴 木 将 裕	あきる野市環境経済部 商工観光担当部長	
委 員	一 瀬 秀 和	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	藤 原 雅 也	中央開発株式会社 東京支社 営業部	
事務局員	佐 藤 真 理 子	株式会社オリエンタルコンサルタンツ 地域活性化推進部	
事務局員	吉 田 雅 俊	株式会社オリエンタルコンサルタンツ 地域活性化推進部	
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 秋川溪谷を核とする秋川流域一帯（あきる野市・檜原村・日の出町）の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3規約・一部改正）

(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、日の出町、あきる野商工会、日の出町商工会、（一社）あきる野市観光協会、（一社）檜原村観光協会、（一社）日の出町観光協会、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。

（令3規約・一部改正）

(組織)

第5条 連絡会は、委員となる構成機関の構成員をもって組織する。

(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 この規約は、令和3年4月1日から施行する。

2 事業連絡会の実施内容

(1) 目的

秋川渓谷（あきる野市・檜原村・日の出町）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。

(2) 各会の概要

令和3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3年11月8日（月） 10:00～
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3年度事業の進め方について (2) 令和3年度夏調査の結果について (3) WEB アンケート調査の実施について (4) 意見交換 各地域のコロナ禍における観光動向と今後の取組について (5) その他

↓

令和3年度第2回 秋川渓谷観光経済統計調査事業連絡会	
日 時	令和4年3月28日（月） 10:00～
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3年度の調査・分析結果報告 (2) 令和4年度の事業の進め方について (3) その他

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

