巻末資料１

アンケート調査票

（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（施設利用者数等）調査票～

裏面の「ご記入にあたってのお願い」をご確認の上、ご回答ください。

調査主体：秋川渓谷観光経済統計調査連絡会事務局
調査実施機関：㈱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	Q1. の入込客数は実数値ですか、それとも推計値（概数）ですか。 いずれかに○を付けて下さい。	①実数値　　②推計値（概数）
	推計値（概数）とお答えの方に確認します。 具体的な推計方法について教えて下さい。 （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うなっていますか。 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　　②50％以上 ③不明

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＊＊＊

（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（施設利用者数等）調査票～

裏面の「ご記入にあたってのお願い」を
ご確認の上、ご回答ください。

調査主体：秋川渓谷観光経済統計調査連絡会事務局
調査実施機関：㈱オリエンタルコンサルタンツ（担当：吉田・髙草木）
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	ご回答ありがとうございました。						
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							
うち 外国人客数							

Q2.　入込客についてお聞きします。

1	Q1．の入込客数は実数値ですか、それとも推計値（概数）ですか。 いずれかに○を付けて下さい。	①実数値　　②推計値（概数）
	推計値（概数）とお答えの方に確認します。 具体的な推計方法について教えて下さい。 （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うなっていますか。 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　　②50％以上 ③不明

Q3.　2021 年（下半期）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（※外国人の観光客の減少、緊急事態宣言の内容に伴う入込客増減の傾向など）。

Q4.　2021 年（下半期）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。

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＊＊＊

（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（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：秋川渓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・髙草木）
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。あてはまる方に〇を付けて下さい。（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。あてはまる方に〇を付けて下さい。（単位：人）

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

Q2．入込客についてお聞きします。

Q1．の入込客数に推計値（概数）が含まれる方に確認します。

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

以下、すべての方にお聞きします。

2	利用者のおおよその観光客の割合はどれくらいですか。いずれかに〇を付けて下さい。	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、いずれかに〇を付けて下さい。	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＊＊＊

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従業者数（2022年1月1日現在）	名	

最も当てはまると考えられる番号1つに○を付けてください。

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

問2　2021年**上半期**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	人・泊	人・泊	人・泊	人・泊	人・泊	人・泊	※1月に調査票をお送りいたします。					
⑩実宿泊者数	人	人	人	人	人	人						
⑪利用客室数（または客室稼働率）	室 または　%	室 または　%	室 または　%	室 または　%	室 または　%	室 または　%						

⑨延べ宿泊者数・・・各日の全宿泊者数を月間で足し合わせた数を記入してください。子供や乳幼児も1人としてカウントしてください。
⑩実宿泊者数・・・宿泊手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**上半期**における貴宿泊施設の利用状況における傾向や特記事項がありましたらご記入願います。

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

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従業者数（2022年1月1日現在）	名	

最も当てはまると考えられる番号1つに○を付けてください。

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

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
							または %	または %	または %	または %	または %	または %

⑨延べ宿泊者数・・・各日の全宿泊者数を月間で足し合わせた数を記入してください。子供や乳幼児も1人としてカウントしてください。
⑩実宿泊者数・・・宿泊手続きをした人数を月間で足し合わせた数を記入してください。子供や乳幼児も1人としてカウントしてください。
⑪利用客室数（または客室稼働率）・・・各日の宿泊で利用した客室数を月間で足し合わせた延べの客室数を記入してください。宿泊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＊＊＊

◆◆秋川渓谷（あきる野市・檜原村・日の出町）　観光動向調査票◆◆

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

（都道府県名：　　）　　海外の場合（国名：　　）
└→（市区町村名：　　）

問２．あなたの性別、年齢を選んでください。※それぞれ○は１つだけ

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

問３．今回の旅行は日帰りですか、宿泊ですか。※○は１つだけ
宿泊の方は泊数を記入の上、宿泊施設を選んでください。※○はいくつでも

１．日帰り　　２．宿泊 → 宿泊数［　　］泊　→　そのうち 秋川渓谷［　　］泊

※秋川渓谷の宿泊施設名

＜秋川渓谷の宿泊施設＞　※○はいくつでも

１．実家や知人・親戚宅　　２．旅館　　３．ホテル　　４．ペンション・民宿
５．保養所・研修所　　６．キャンプ場　　７．（ｷｬﾝﾌﾟ場以外の）車中泊・交通機関内での宿泊
８．別荘・ﾘｿﾞｰﾄﾏﾝｼｮﾝ　　９．会員制の宿泊施設　10．その他（具体的に　　）

問４．今回の旅行の主要な目的を選んでください。※○は１つだけ

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

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

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

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

１．自然散策・紅葉・景観を楽しむ（自然公園等）　　２．保養・休息（森林セラピーロード等）
３．登山・ハイキングを楽しむ（日の出山等）　　４．バーベキュー・キャンプを楽しむ
５．川遊びを楽しむ（河川公園・自然休養村さかな園等）　　６．釣りを楽しむ（秋川国際マス釣り場等）
７．レジャー施設を楽しむ（東京サマーランド等）　　８．ドライブ・ツーリングを楽しむ
９．サイクリングを楽しむ　　10．温泉を楽しむ（瀬音の湯・数馬の湯・つるつる温泉）
11．グルメ巡りを楽しむ　　12．歴史巡りを楽しむ（武家屋敷・鹿野大佛等）
13．滝巡りを楽しむ（払沢の滝等）　　14．民宿・旅館への宿泊
15．買い物を楽しむ（ﾌｧｰﾏｰｽﾞﾏｰｹｯﾄ・農産物直売所等）　　16．体験プログラム・イベント等へ参加する
17．その他（　　）

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

［　　］人　（２人以上の場合は必ず選択）→
１．家族　　２．友人　　３．職場・学校等の団体旅行
４．その他（具体的に　　）

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

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

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

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

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

ここに来る前にいた場所（秋川渓谷内）

秋川渓谷内到着地点（駅、バス停等）→ 観光地番号 → 観光地番号 → 観光地番号 → 観光地番号 → 調査地点

これから行く予定の場所（秋川渓谷内）

調査地点 → 観光地番号 → 観光地番号 → 観光地番号 → 観光地番号 → 秋川渓谷内到着地点（駅、バス停等）

＜秋川渓谷内その他・周辺観光地＊＞※自由記入

＜秋川渓谷内その他・周辺観光地＞※自由記入

番号	エリア（あきる野市）	番号	エリア（檜原村）	番号	エリア（日の出町）
1	秋川橋河川公園 BBQ ランド	12	払沢の滝	22	つるつる温泉
2	広徳寺	13	都民の森	23	イオンモール日の出
3	都立小峰公園	14	教育の森	24	自然休養村さかな園
4	石舟橋	15	神戸岩	25	肝要の里
5	秋川渓谷瀬音の湯	16	笹尾根（ハイキングコース）	26	日の出山荘
6	東京サマーランド	17	浅間尾根（ハイキングコース）	27	ふれあい農産物直売所
7	秋川国際マス釣場	18	国指定重要文化財・小林家住宅	28	日の出太陽の家／武家屋敷
8	五日市ファーマーズセンター	19	檜原温泉センター・数馬の湯	29	鹿野大佛
9	秋川ファーマーズセンター	20	特産物直売所　やまぶき屋	30	ひので野鳥の森自然公園
10	秋川渓谷戸倉体験研修センター（戸倉しろやまテラス）	21	神戸国際マス釣場		
11	五市マルシェ／武蔵五日市駅周辺				

＊周辺観光地：御岳山・塩船観音寺・青梅鉄道公園（青梅市）、高尾山（八王子市）、羽村市動物公園（羽村市）　等

【滞在時間】

◆秋川渓谷外にお住まいの方　　秋川渓谷　到着時刻　月　日　時　分頃　～　　秋川渓谷　出発時刻　月　日　時　分頃

裏面に続きます⇒

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

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

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

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

＊書誌名等、具体の名称を記入

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

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

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

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

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

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

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

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

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

問16. 親しい友人に、秋川渓谷を紹介したいですか。※○は１つだけ

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

問17. １年以内に、秋川渓谷への来訪を検討しますか。※○は１つだけ

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

☆☆　調査内容は以上です。ご協力、ありがとうございました。☆☆

※調査票コード

都道府県	調査地点ID	調査年月日	調査時刻	ID
			:	

秋川渓谷観光による経済波及効果に関するアンケート調査　調査票

※各問に特段の指定がなければ、**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）の概要についてお教え下さい。（○は１つだけ）

① 本店・支店の別	01.本店・本社・単独の事業所　　02.支店・支社
② 本店所在地	あきる野市（　01.秋川地区　02.五日市地区）　03.檜原村　04.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）の主な業種をお教え下さい。（○は１つだけ）

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

問 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教え下さい。

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

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

約（　　）％

※非日常利用（月１回以上の頻度で訪問する人数の割合）を目安にご回答ください

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

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

問 06（観光関連業種の「宿泊サービス」「飲食サービス」「小売」に該当する場合のみご記入下さい）
問 05「①原材料費（売上原価）」の内訳について、おおよその割合（％）をご記入下さい。

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

問07　各経費（原材料費、営業経費、人件費）について、貴事業所（店舗）単独での支払先（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教え下さい。

――以下の問09、問10は新型コロナウイルス感染症の影響（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た傾向をお教え下さい。

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）注１）（○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、安全対策の問い合わせなど）※減少状況のみならず、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	

注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・要望についてお教え下さい。

（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 部署名				ふりがな	
				お名前	
TEL		FAX		E-mail	

ご協力ありがとうございました

巻末資料２

観光地点パラメータ調査結果

観光地点パラメータ調査結果（令和３年度年間）

１．調査概要

調査実施時期	令和３年７月、11 月
調査地点	秋川渓谷（あきる野市・檜原村・日の出町）の観光地点９ヵ所で実施 ※秋調査は８ヵ所
調査内容	観光の目的、訪問（予定）観光地点、交通手段、滞在日数、旅行予算、満足度など観光に係る項目
調査票回収数	935 票

【調査地点図】

２．集計・分析方法

・以降の分析は、単純集計（調査票回収数全て）及びクロス集計（調査地点の９ヵ所）にて実施し、下記の通りとりまとめた。

○N（Number of cases の略）は、比率算出の基数であり、100%が何人の回答に相当するかを示したものである。
○回答者が２つ以上の回答をすることができる質問（複数回答）では、回答件数の合計は回答者数（100%）を超えることがある。
○回答は全て百分比（%）で表し、小数点第２位を四捨五入している。そのために百分比の合計が 100.0 にならない場合がある。
○令和２年の調査結果との比較は、調査対象範囲や地点等が異なるため、参考値として取り扱う必要がある。

次頁以降に、設問ごとに、単純集計（調査票回収件数全て）及びクロス集計（秋川渓谷）内の観光地点９ヵ所で実施）についての特徴的な傾向を取りまとめる。

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

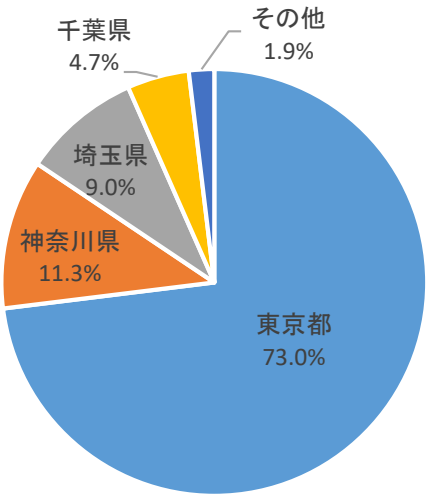
（１）都道府県

・来訪者の居住地は、「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。令和 2 年度と比較して、来訪者の居住地の傾向に大きな差はない。

・地点別では、特に「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傾向がある。

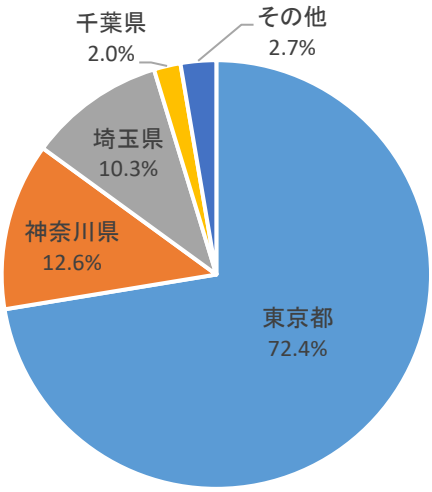
① 回答者全体

【令和 3 年度】



n=935

【令和 2 年度】



n=895

図-1(1)　回答者の居住地

② 調査地点ごと

【令和 3 年度】

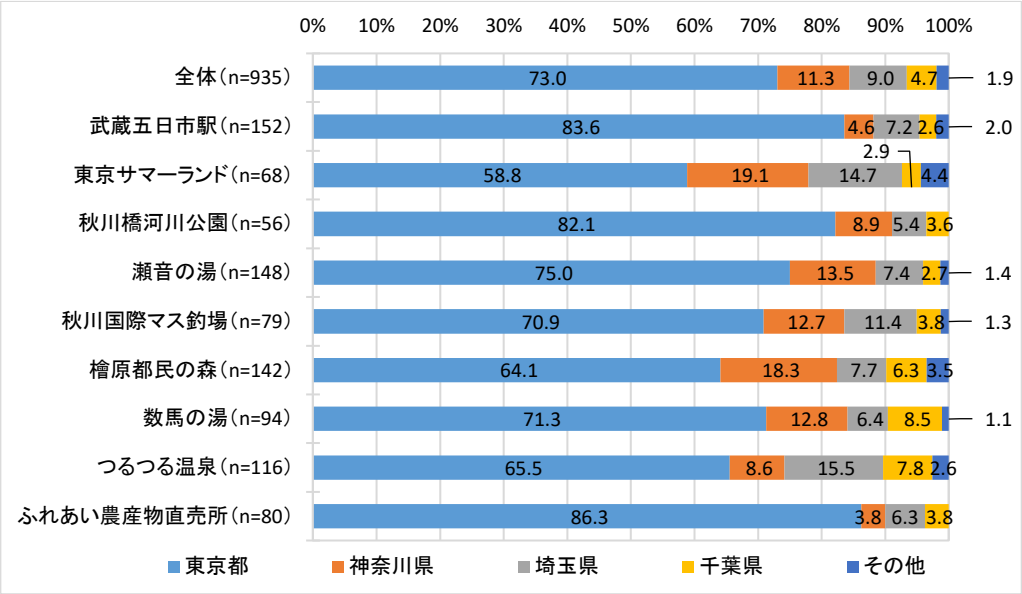


図-1(2)　各施設の回答者の居住地

【令和 2 年度】

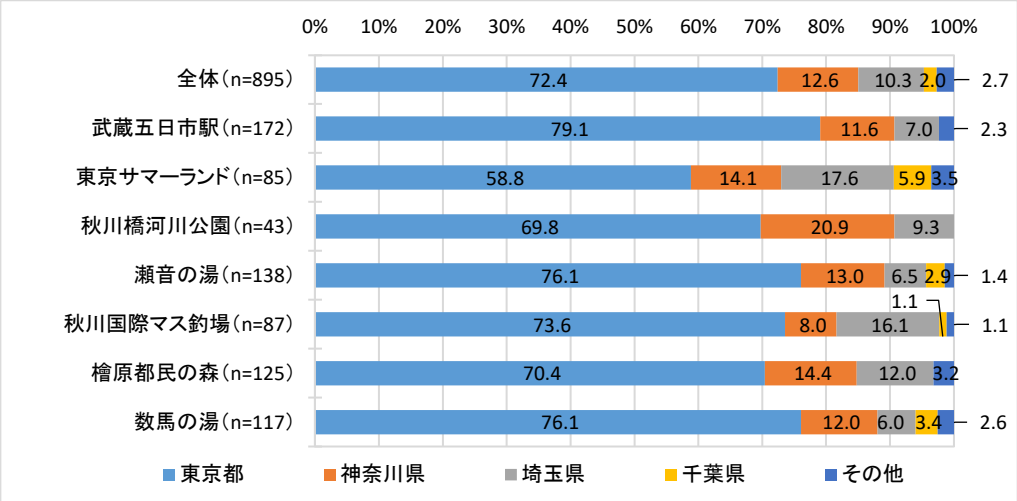


図-1(3)　各施設の回答者の居住地

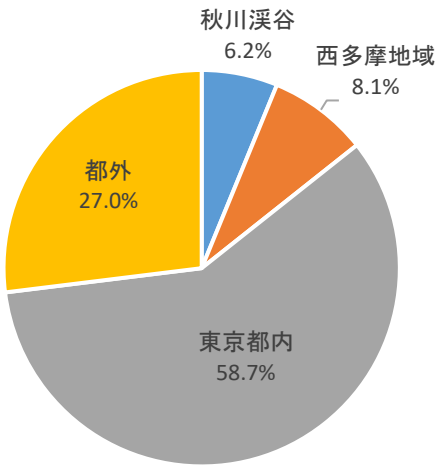
（２）エリア別

・居住地をエリアごとにみると、「東京都内」が 58.7%と最も高い。これは、令和 2 年度と概ね同様の傾向であるが、「西多摩地域」からの来訪割合が増加している。

・地点別では、「ふれあい農産物直売所」は「西多摩地域（36.3%）」や「秋川渓谷（12.5%）」といった近郊からの来訪割合が、他地点と比較して高い傾向にある。また、「東京サマーランド」「檜原都民の森」「つるつる温泉」は都外からの来訪割合が比較的高い。

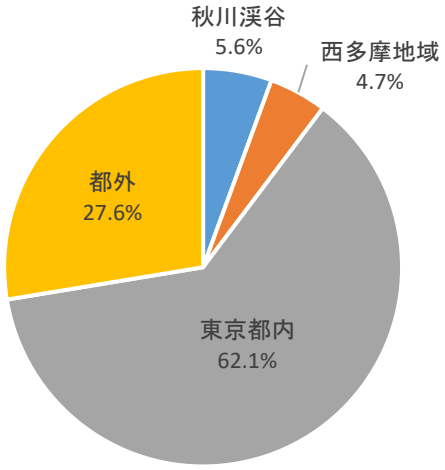
① 回答者全体

【令和 3 年度】



n=935

【令和 2 年度】



n=895

図-2(1)　回答者の居住地

② 調査地点ごと

【令和 3 年度】

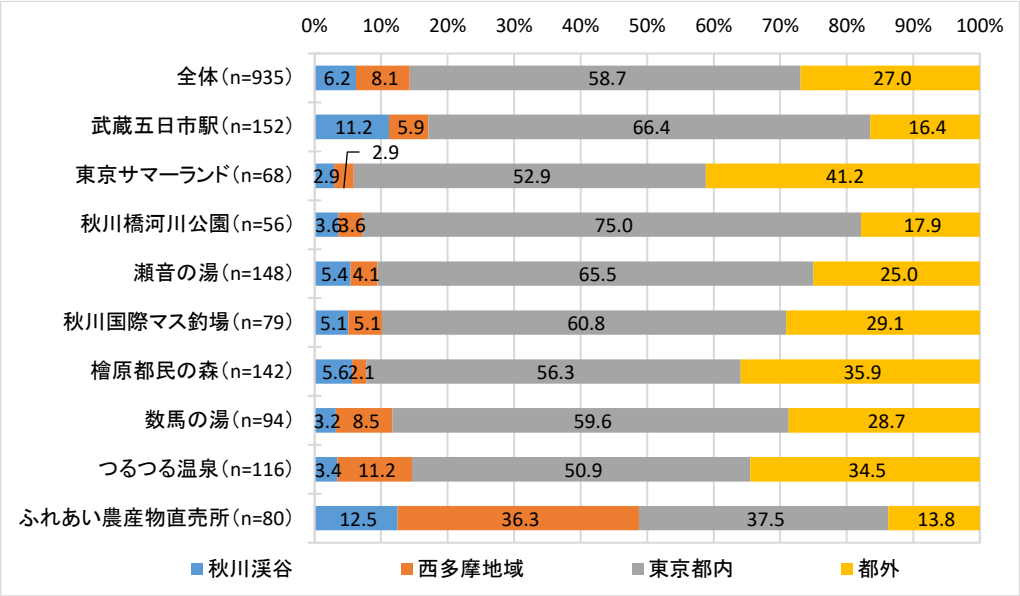


図-2(2)　各施設の回答者の居住地

【令和 2 年度】

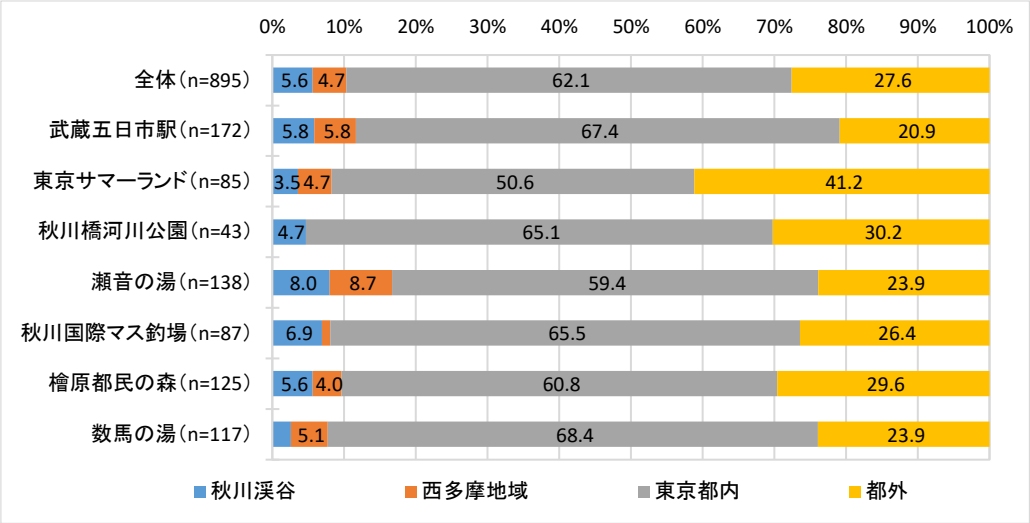


図-2(3)　各施設の回答者の居住地

問２．あなたの性別、年齢を選んでください。

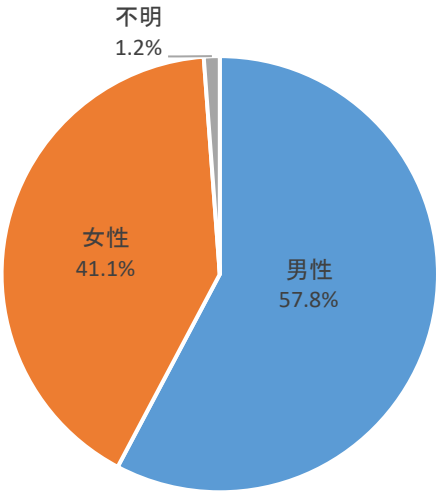
（１）性別

・男性が 57.8%、女性が 41.1%と男性の割合が高い。令和 2 年度と比較すると、女性の割合がやや増加している。

・地点別では、「ふれあい農産物直売所」や「東京サマーランド」は、女性の回答割合が他の地点と比較して、比較的高い傾向にある。

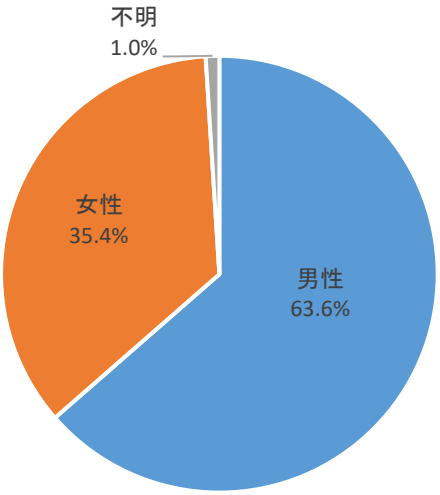
① 回答者全体

【令和 3 年度】



n=935

【令和 2 年度】



n=895

図-3(1)　来訪者の性別

② 調査地点ごと

【令和 3 年度】

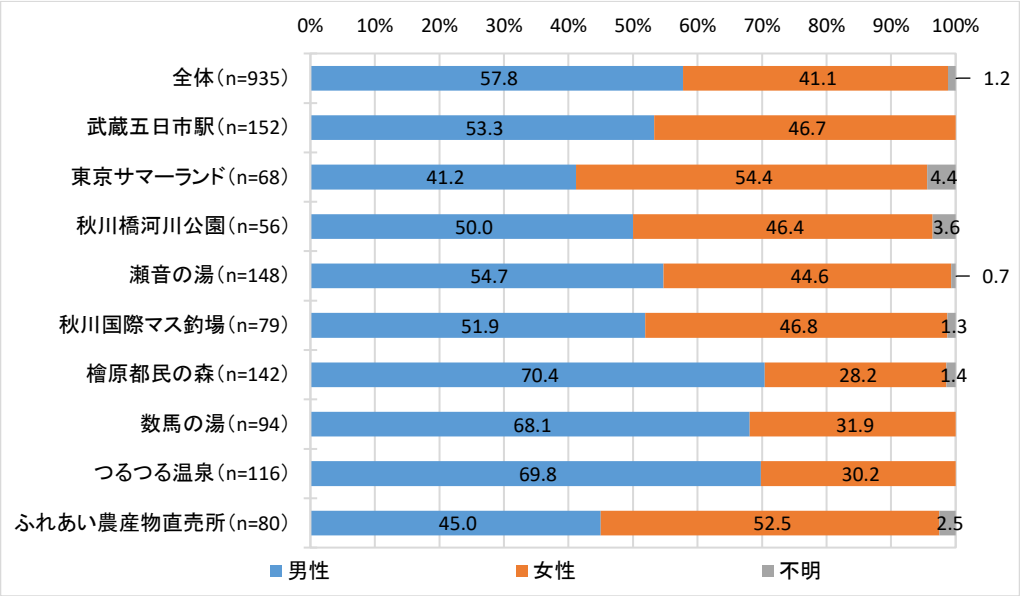


図-3(2)　各施設の来訪者の性別

【令和 2 年度】

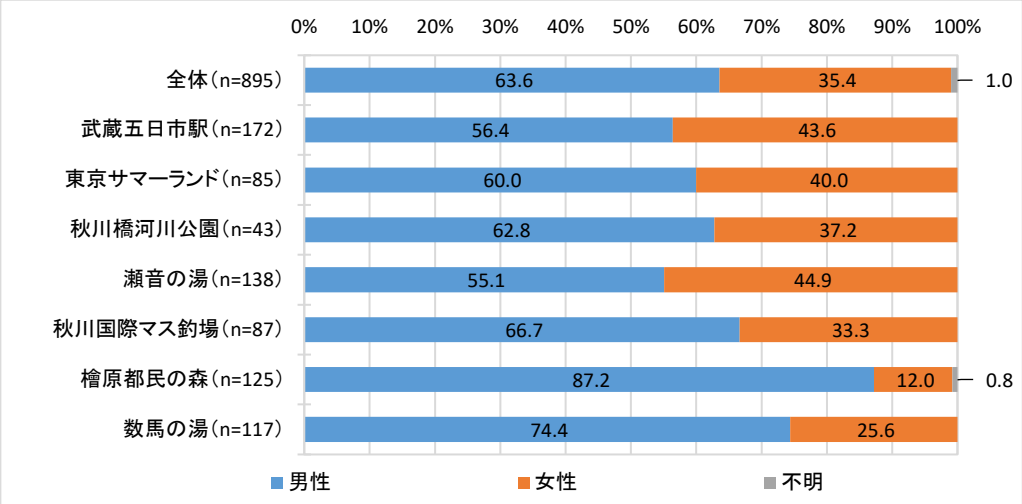


図-3(3)　各施設の来訪者の性別

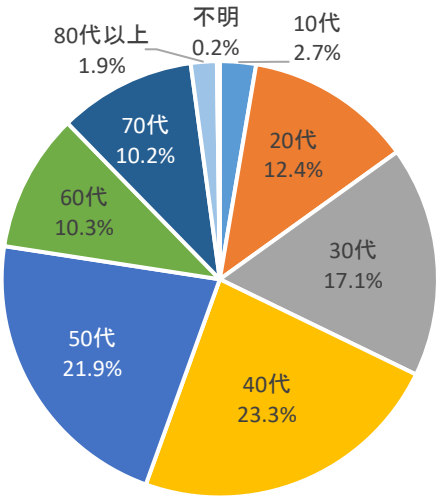
（２）年代

・回答者の年代は、「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%と続く。40～50 代が 45.2%と多い傾向がみられる。

・地点別では、「東京サマーランド」や「秋川橋河川公園」「秋川国際マス釣場」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傾向にある。

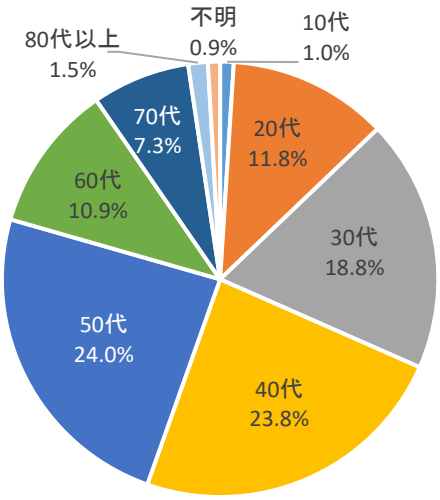
① 回答者全体

【令和 3 年度】



n=935

【令和 2 年度】



n=895

図-4(1)　来訪者の年代構成

② 調査地点ごと

【令和 3 年度】

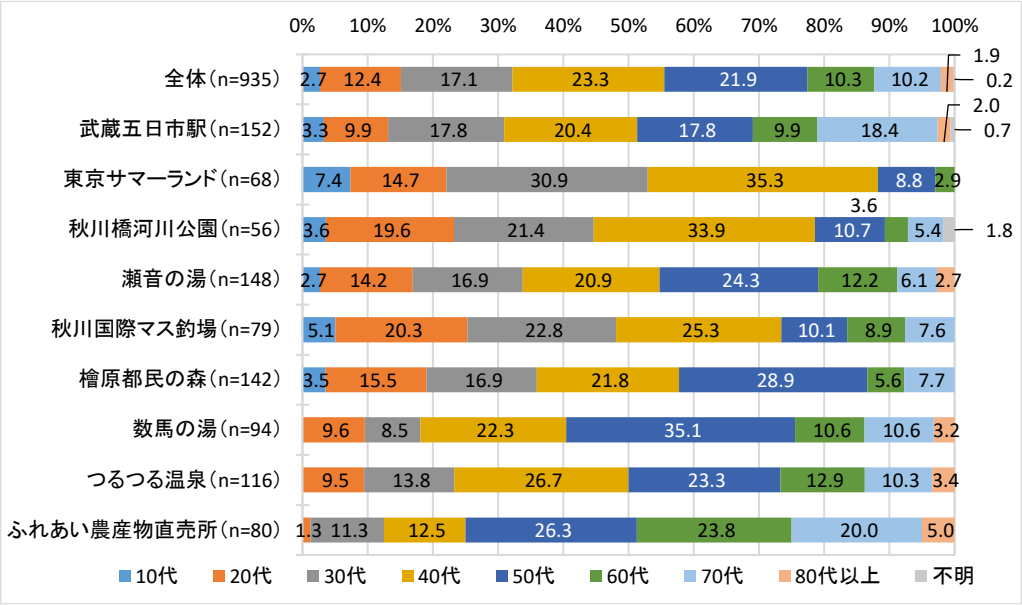


図-4(2)　来訪者の年代構成

【令和 2 年度】

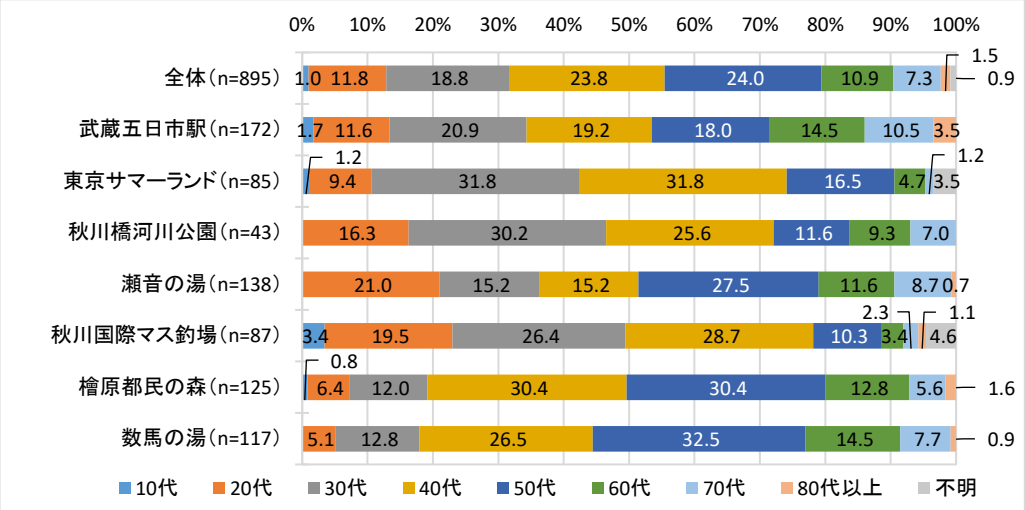


図-4(3)　来訪者の年代構成

問３．今回の旅行は日帰りですか、宿泊ですか。

※同日で帰宅する行程を日帰り、日付を跨ぐものを宿泊と定義して分類

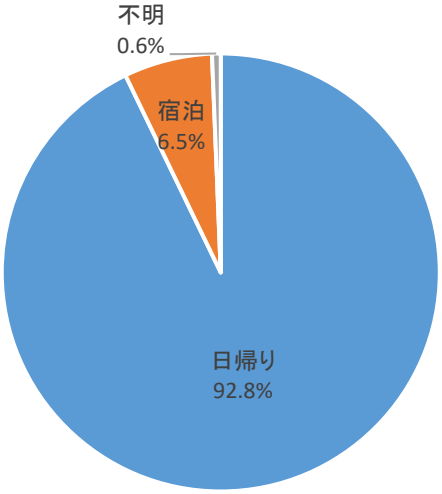
（１）日帰り・宿泊

・「日帰り」が 92.8%と、9 割以上が日帰り客となっている。令和 2 年度と比較すると、「日帰り」の割合が約 10 ポイント増加している。

・全ての地点で「日帰り」と回答した割合が 85%以上を占めており、令和 2 年度と同様の傾向となっているが、「東京サマーランド」と「数馬の湯」は、宿泊客の割合が増加し、約 10 ポイント増加している。

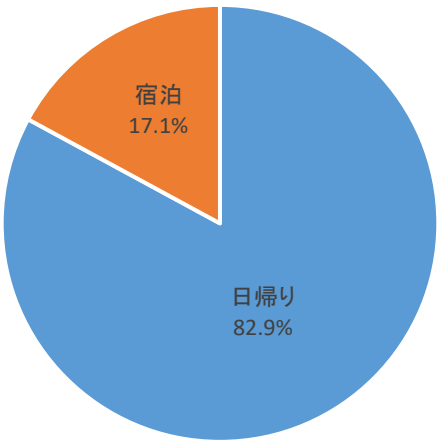
① 回答者全体

【令和 3 年度】



n=935

【令和 2 年度】



n=895

図-5(1)　日帰り・宿泊

② 調査地点ごと

【令和 3 年度】

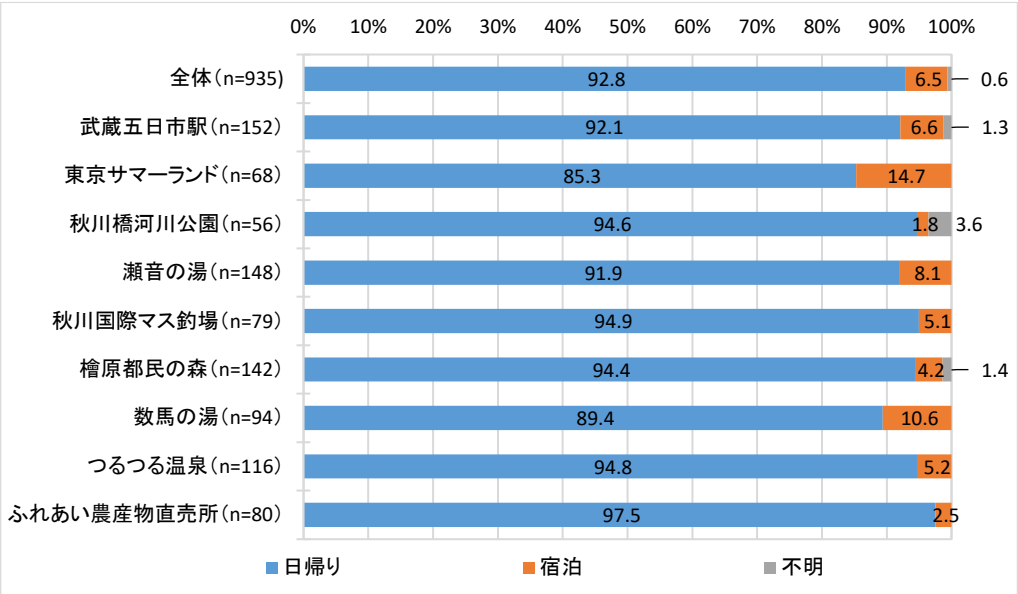


図-5(2)　日帰り・宿泊

【令和 2 年度】

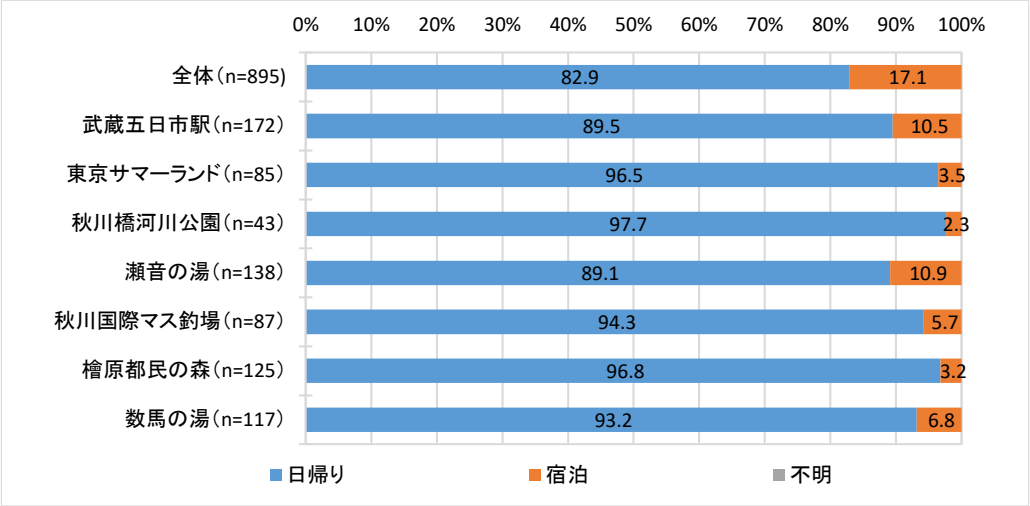


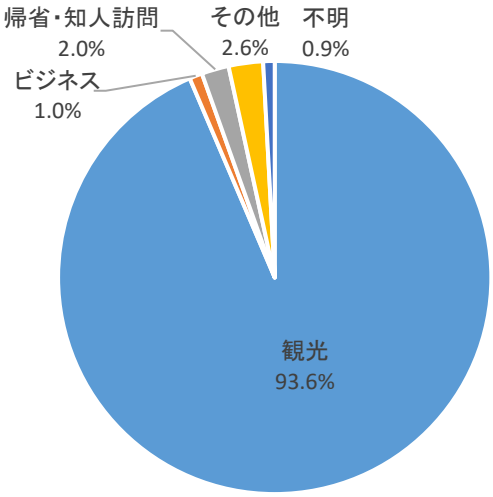
図-5(3)　日帰り・宿泊

問４．今回の旅行の主要な目的は何ですか。

・「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。来訪目的は、令和 2 年度と比較して傾向に大きな差はない。

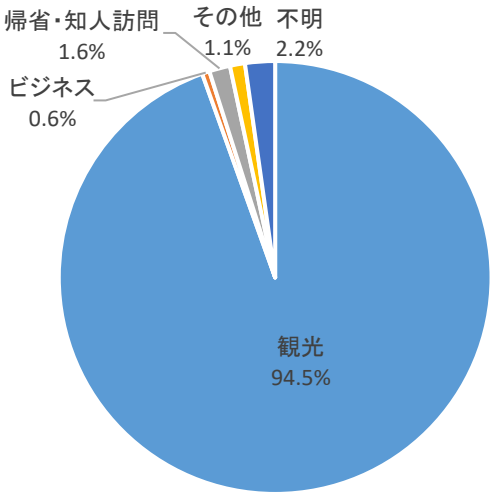
① 回答者全体

【令和 3 年度】



n=935

【令和 2 年度】



n=895

図-6(1)　訪問の目的

［その他の回答］

お墓参り、学校の課題、アルバイトの面接、ゴルフ、サイクリング、ツーリング、講習、仕事帰り、伝統芸能鑑賞、俳句の会

② 調査地点ごと

【令和 3 年度】

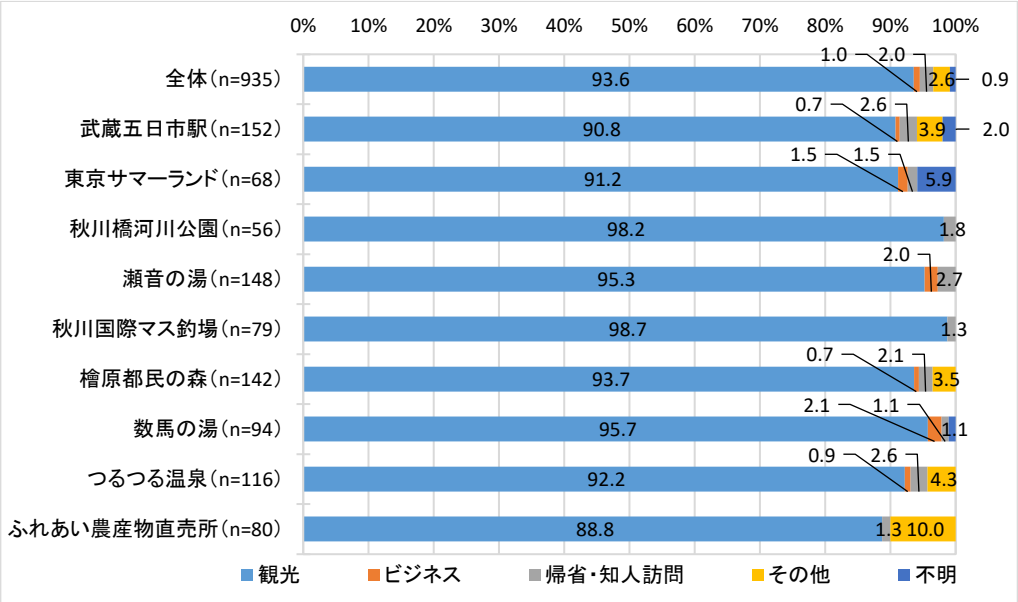


図-6(2)　訪問の目的

【令和 2 年度】

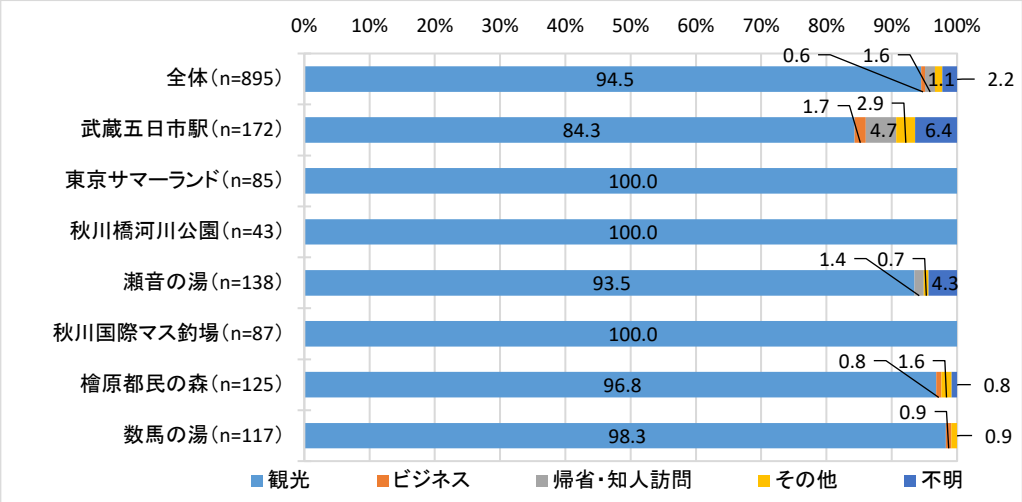


図-6(3)　訪問の目的

問５．今回の秋川渓谷の旅行で、期待している（いた）内容を選んでください。
※複数回答可

（１）期待している内容

・「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。

・令和２年度と比較すると、「自然散策を楽しむ」や「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」の割合が増加し、「温泉を楽しむ」の割合がやや減少している。

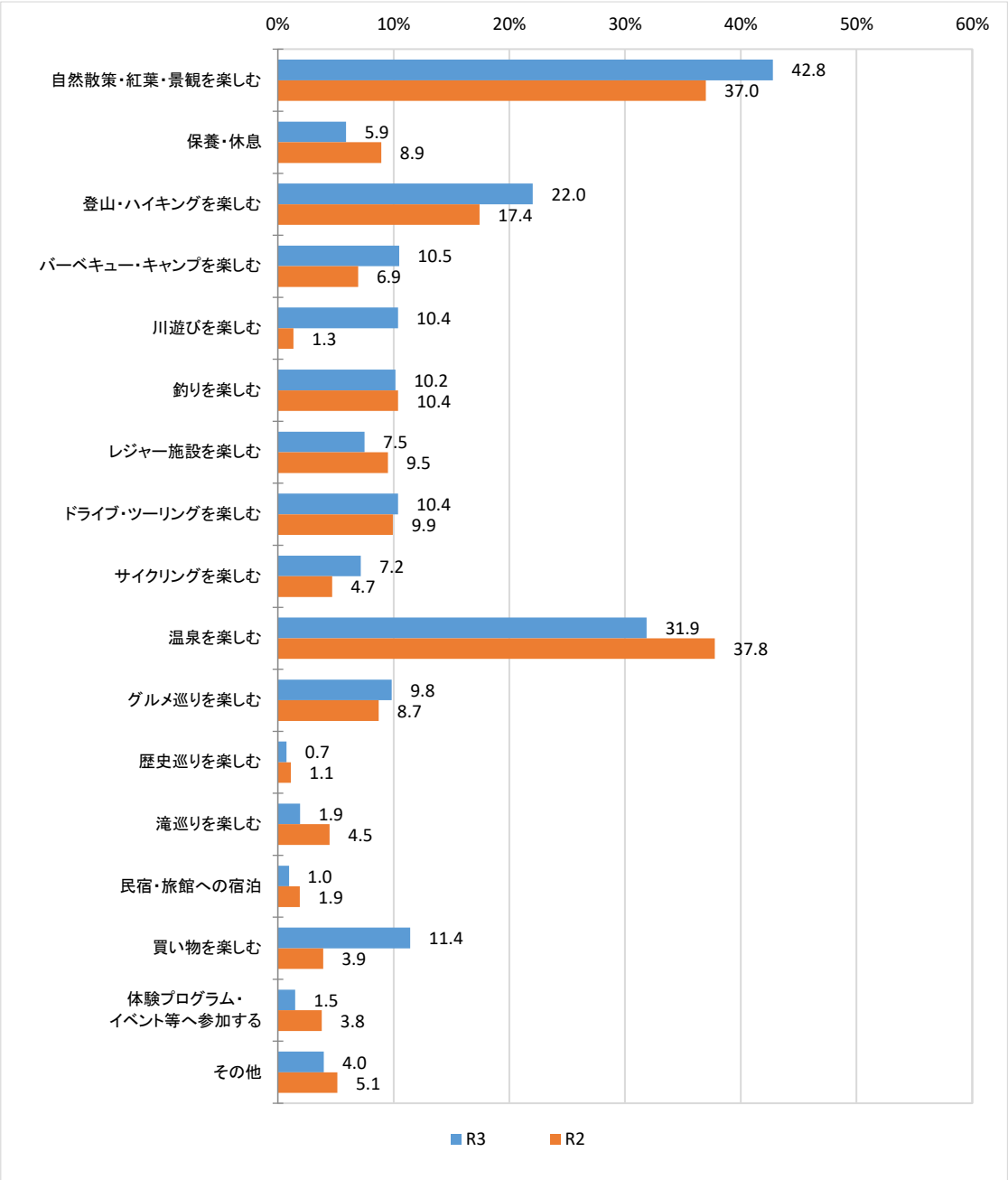


図-7　期待している内容

※無回答は除く

（２）一番期待している内容

・「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。

・令和２年度と比較すると、「自然散策を楽しむ」や「登山・ハイキングを楽しむ」「川遊びを楽しむ」「サイクリングを楽しむ」「買い物を楽しむ」を一番期待している割合が増加しており、「温泉を楽しむ」を一番期待している割合は、10 ポイント以上減少している。

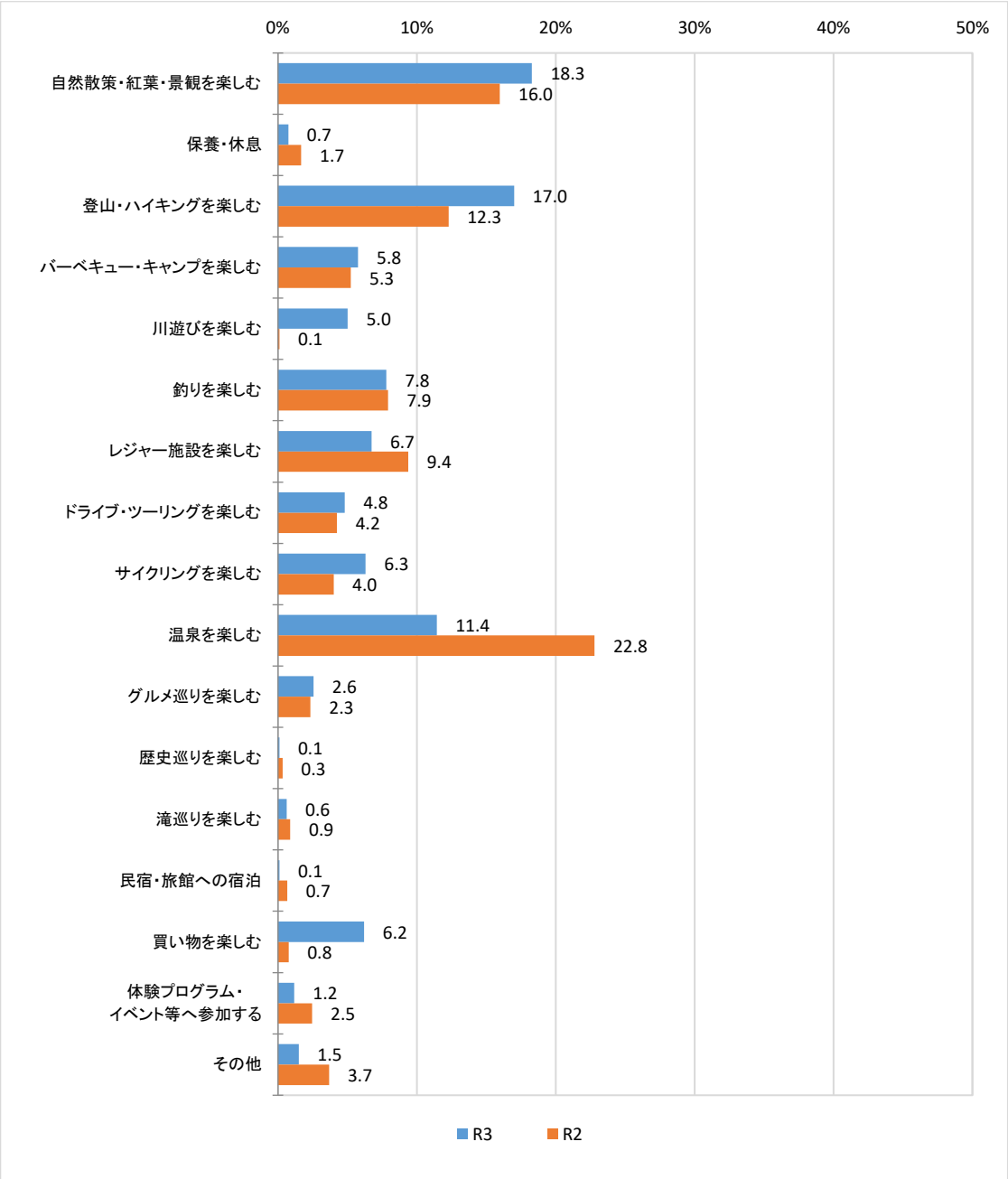


図-8　一番期待している内容

※無回答は除く

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

（１）旅行人数

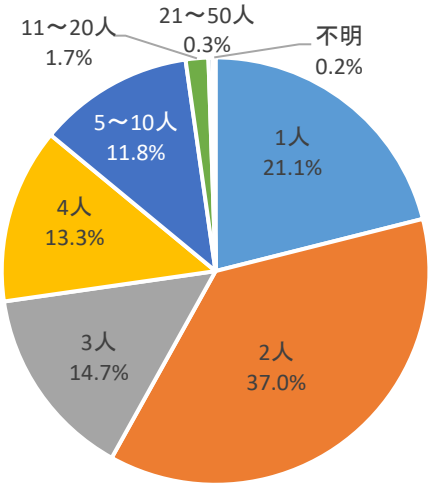
・旅行人数は、「2 人」が 37.0%と最も高く、次いで「1 人」が 21.1%、「3 人」が 14.7%と続く。1 グループの平均人数は約 3.4 人となっている。

・令和 2 年度と比較すると、「1 人」や「2 人」の割合がやや減少し、3 人以上の旅行割合がやや増加している（1 グループの平均人数は約 2.6 人から約 3.4 人にやや増加）。

・地点別では、「秋川橋河川公園」（41.1%）や「秋川国際マス釣場」（29.2%）は「5～10 人以上」の割合が他地点と比べて高くなっている。令和 2 年度と比較すると、5 人以上で来訪する割合が各地点で増加している。

① 回答者全体

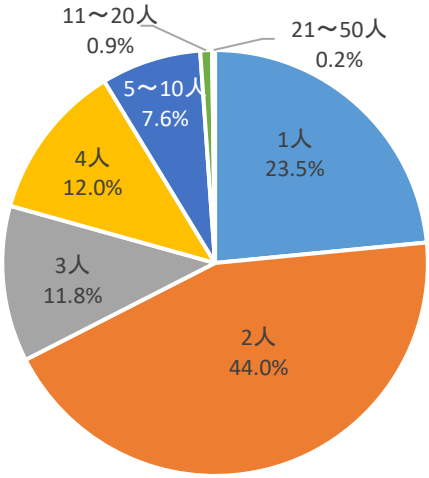
【令和 3 年度】



n=935

[1 グループの平均人数：3.36 人]

【令和 2 年度】



n=895

[1 グループの平均人数：2.57 人]

図-9(1)　旅行人数

② 調査地点ごと

【令和 3 年度】

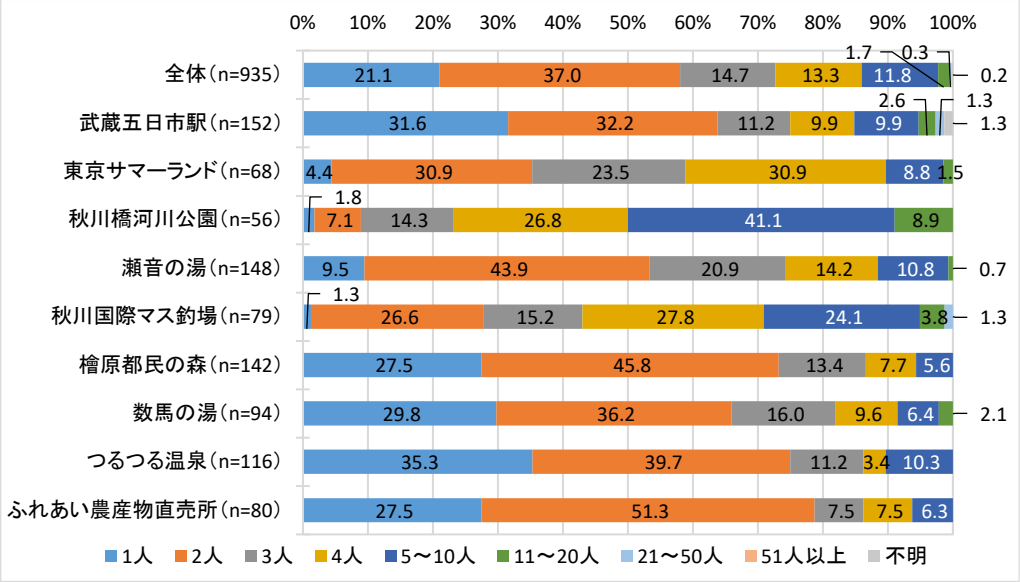


図-9（2） 旅行人数

【令和 2 年度】

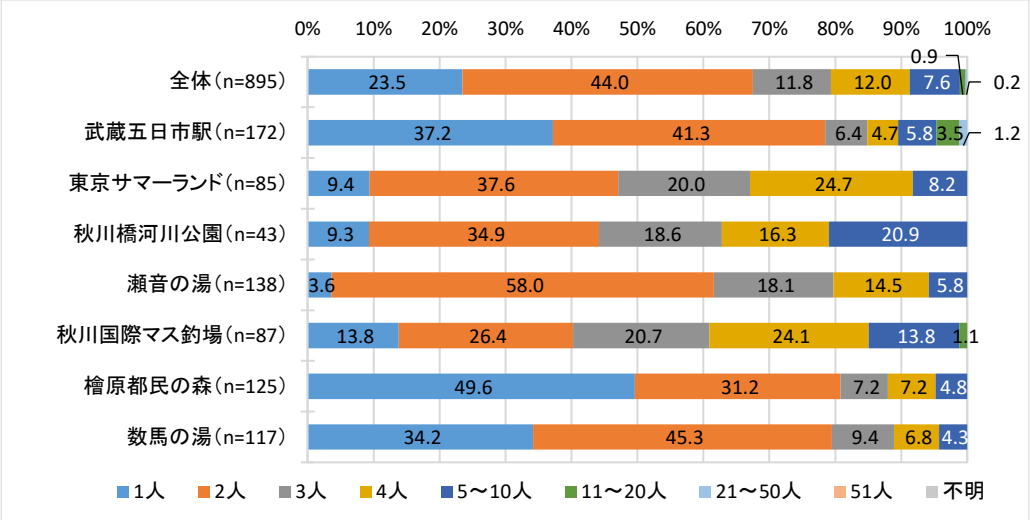


図-9（3） 旅行人数

（２）同行者のタイプ

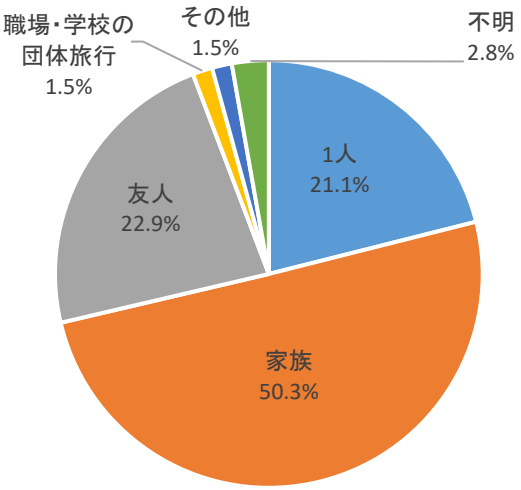
・同行者は、「家族」が 50.3%と高く、次いで「友人」が 22.9%、「1 人」が 21.1%と続く。令和 2 年度と比較して傾向に大きな差はない。

・地点別では、「武蔵五日市駅」と「つるつる温泉」以外の地点は、「家族」での来訪割合が最も高い。

・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。

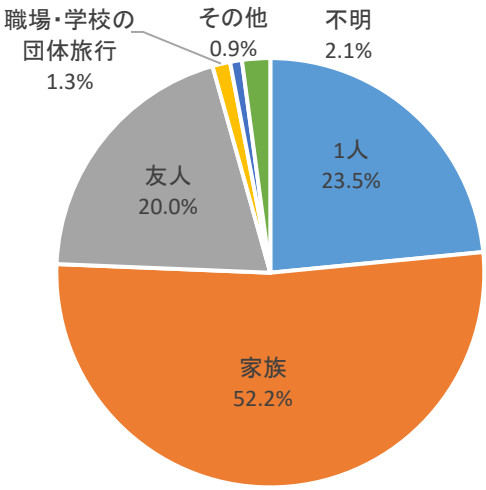
① 回答者全体

【令和 3 年度】



n=935

【令和 2 年度】



n=895

図-10(1)　同行者の属性

② 調査地点ごと

【令和 3 年度】

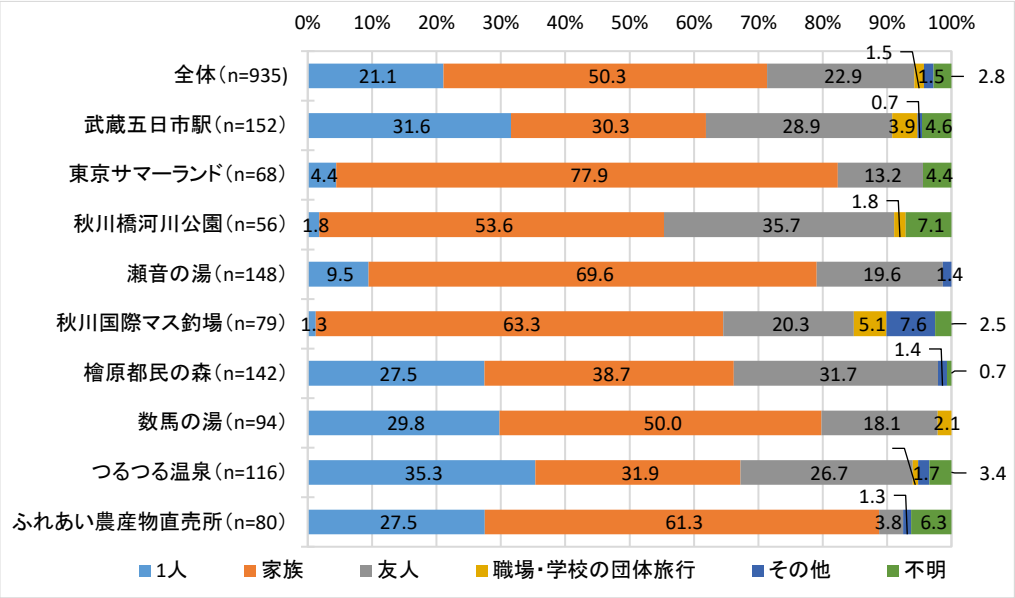


図-10(2)　同行者の属性

【令和 2 年度】

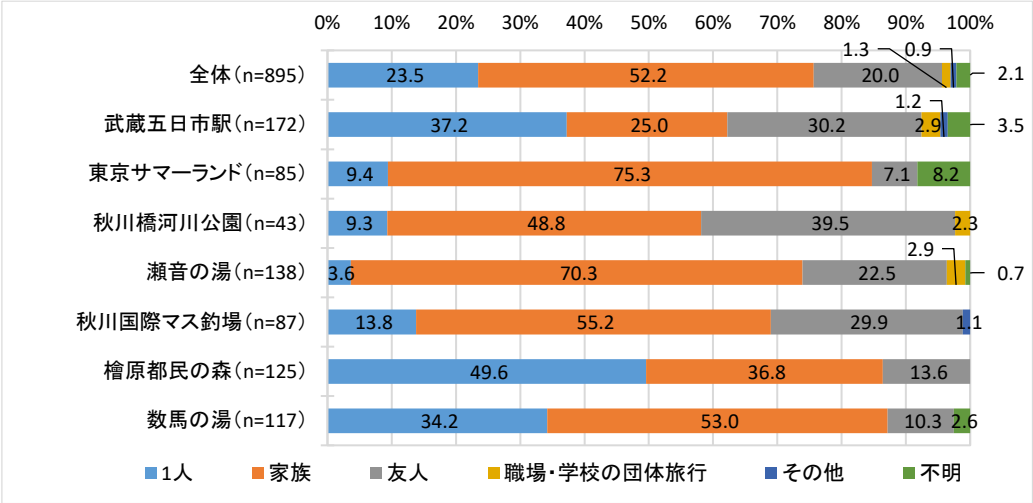


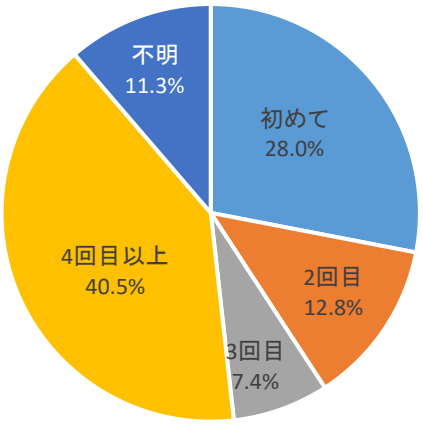
図-10(3)　同行者の属性

問７．同行者全員の秋川渓谷への訪問は何回目ですか。

・秋川渓谷への訪問経験は、「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。
・地点別では、「檜原都民の森」「数馬の湯」「ふれあい農産物直売所」は、「4 回目以上」が半数以上を占めており、特に、「数馬の湯」と「ふれあい農産物直売所」は、リピーター率（2 回目以上の割合）が 8 割以上となっている。
・「東京サマーランド」は、令和 2 年度と比較して「初めて」の割合が 10 ポイント以上増加している。

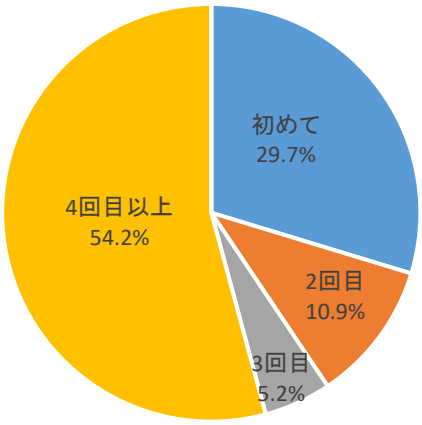
① 回答者全体

【令和 3 年度】



n=935

【令和 2 年度】



n=895

図-11(1)　来訪経験

② 調査地点ごと

【令和 3 年度】

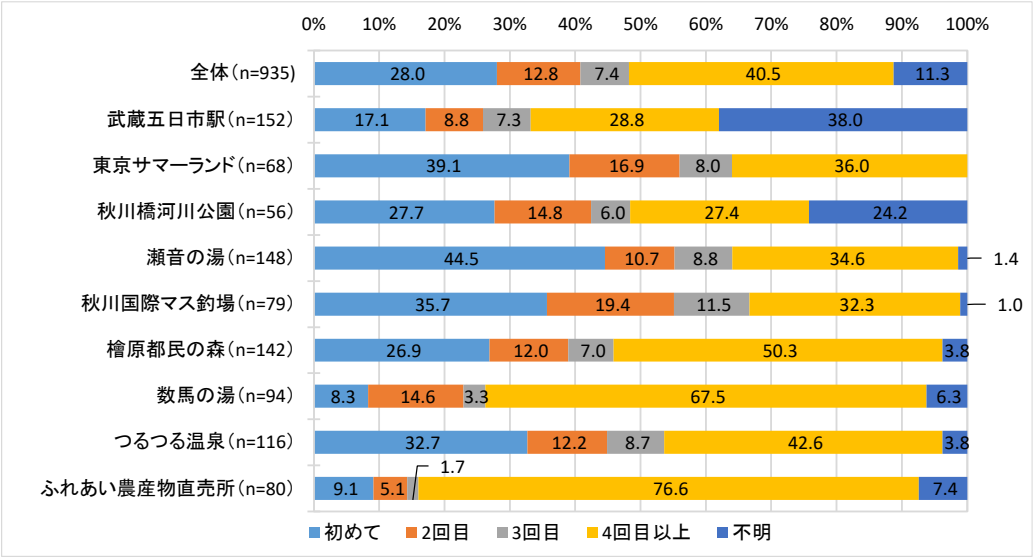


図-11（2） 来訪経験

【令和 2 年度】

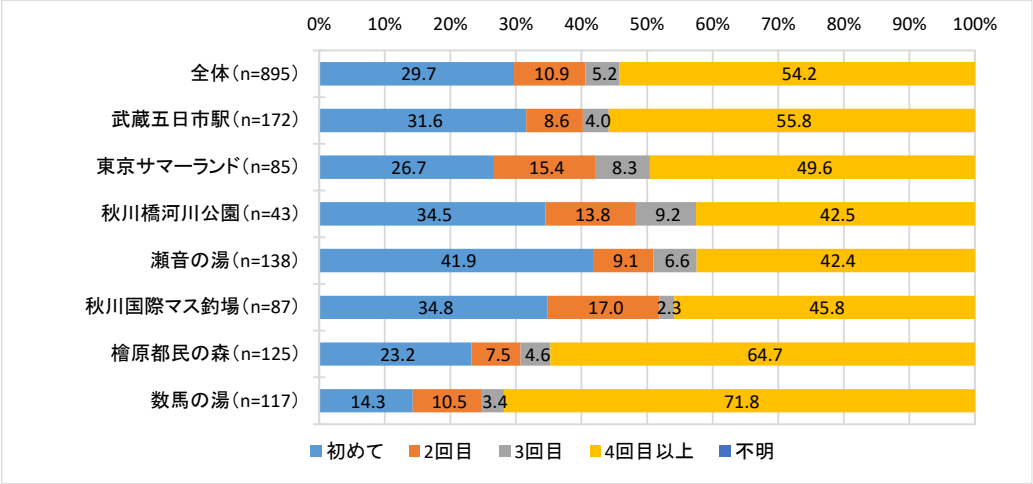


図-11（3） 来訪経験

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

・「自家用車」の割合が 52.7%と最も高く半数以上を占めている。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 年度と比較すると、「自家用車」の割合がやや減少し、他の交通機関の割合が、やや増加している。
⇒ 令和 3 年度は秋川渓谷や西多摩地域からの来訪割合が増加したことによる影響と想定。

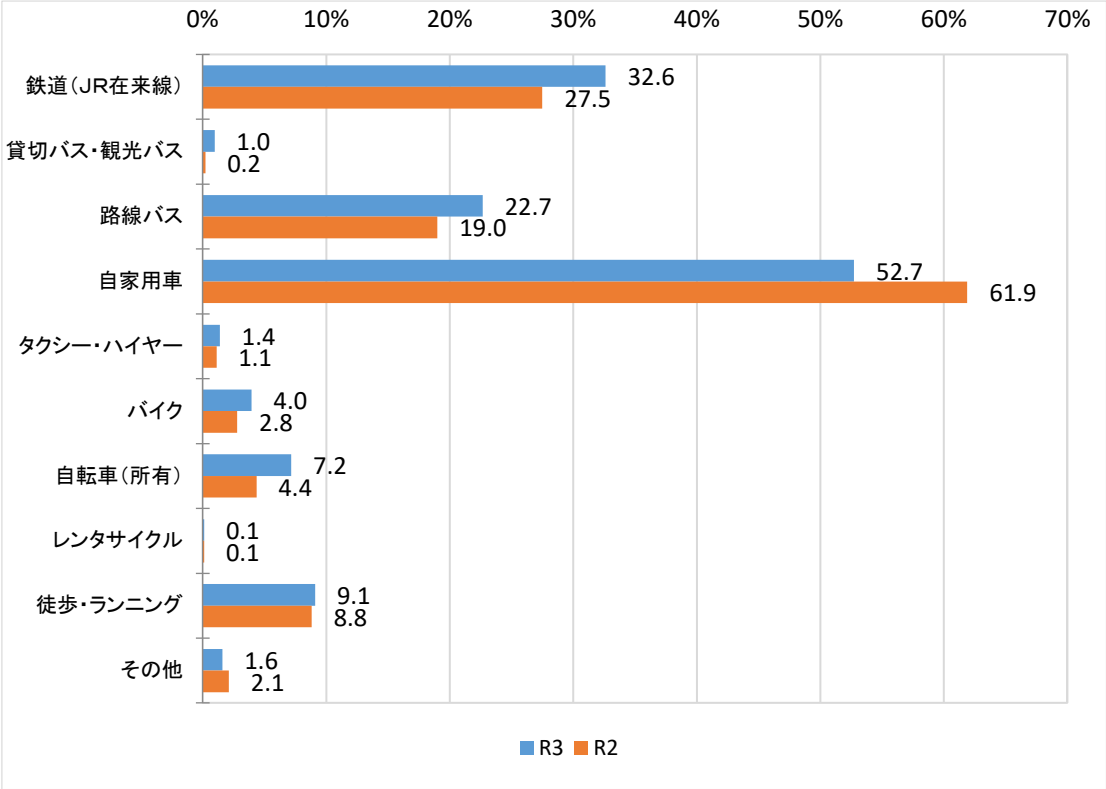
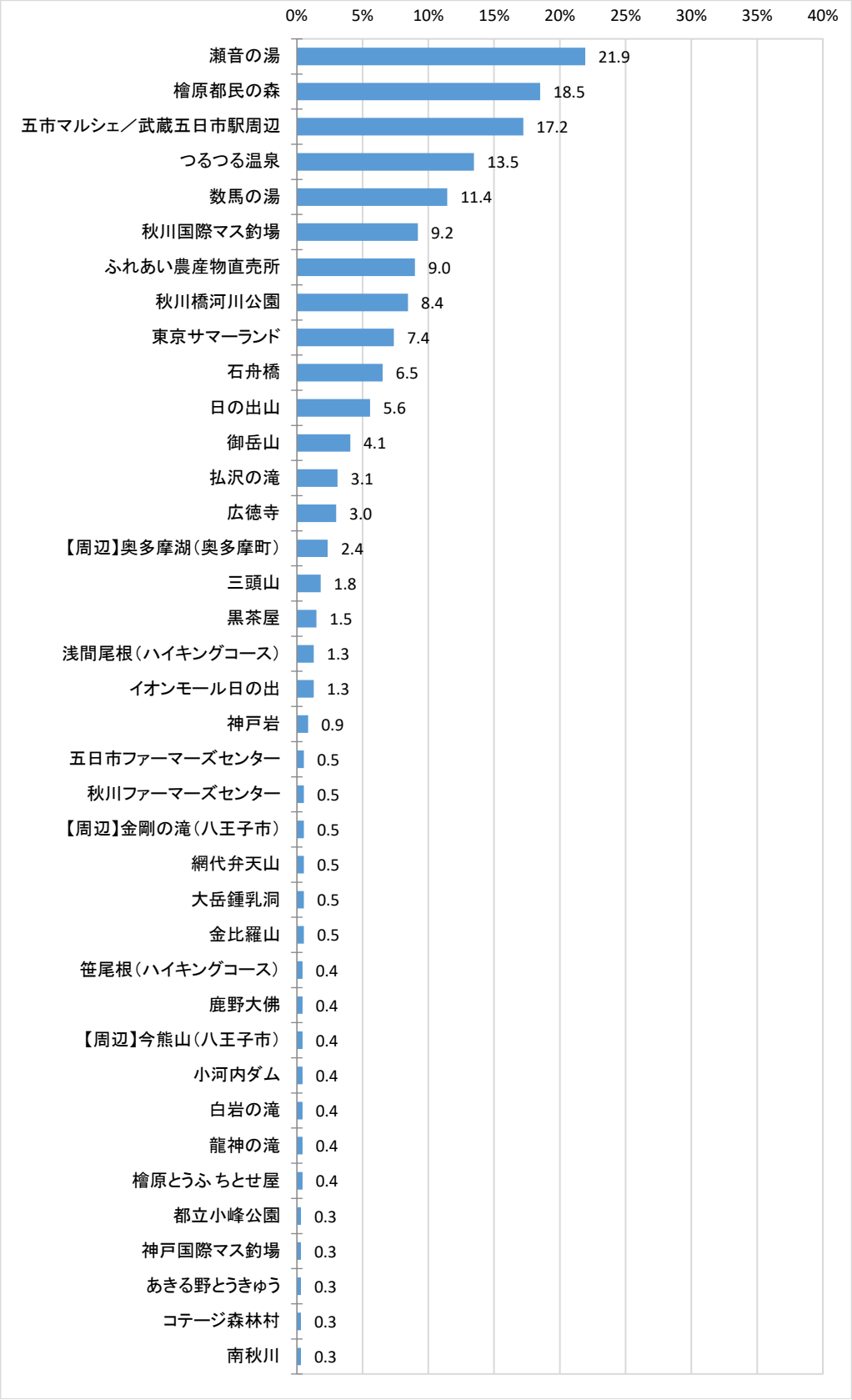


図-12　秋川渓谷来訪手段

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

・秋川渓谷内の立寄り地点は、「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。
・平均立寄り箇所数は、令和 2 年度の 1.52 ヶ所から、1.64 ヶ所へとやや増加している。
・調査地点別にみると、以下に示す施設間の立寄り率が 10％以上となっている（比較的結びつきが強い）。
□武蔵五日市駅 ⇔ 瀬音の湯(15.1%)、秋川橋河川公園(13.2%)、石舟橋(11.2%)
□瀬音の湯 ⇔ 石舟橋(25.0%)
□秋川国際マス釣場 ⇔ 瀬音の湯(17.7%)
□数馬の湯 ⇔ 檜原都民の森(22.3%)、浅間尾根(11.7%)、三頭山(10.6%)
□つるつる温泉 ⇔ 日の出山(37.1%)、御岳山(28.4%)

・調査地点別の立寄り地点（市町村別）をみると、各地点ともに所在市町村内の他の施設への立ち寄りが多い傾向にある。中でも、「瀬音の湯」「檜原都民の森」「数馬の湯」「つるつる温泉」「ふれあい農作物直売所」への来訪者は、他市町村の施設等への立ち寄りが比較的多い傾向にある。
・「武蔵五日市駅」はあきる野市内の施設だけでなく、檜原村や日の出町の施設への前後立ち寄りがみられることから、秋川渓谷の玄関口としての機能を持っていることが考えられる。



[1 人当たりの平均立寄り施設数：1.64 ヶ所]

図-13(1)　主な立寄り地（立寄り地の選択率 0.3%以上）の地点

■地点別の立寄り先（回答数）

① 武蔵五日市駅（N=152）

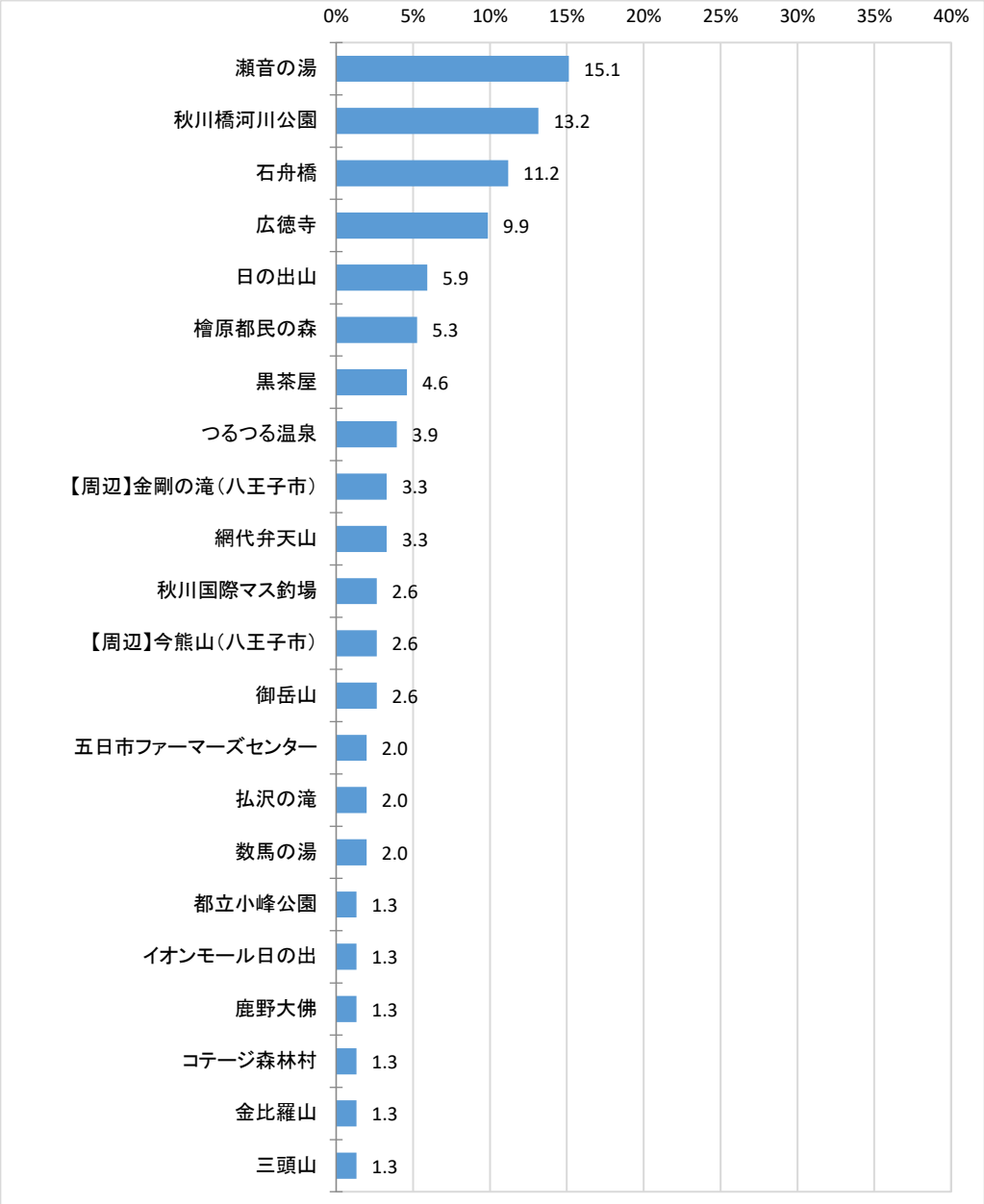


図-13(5)　主な立寄り地（立寄り地の選択率 1.3%以上）の地点（武蔵五日市駅）

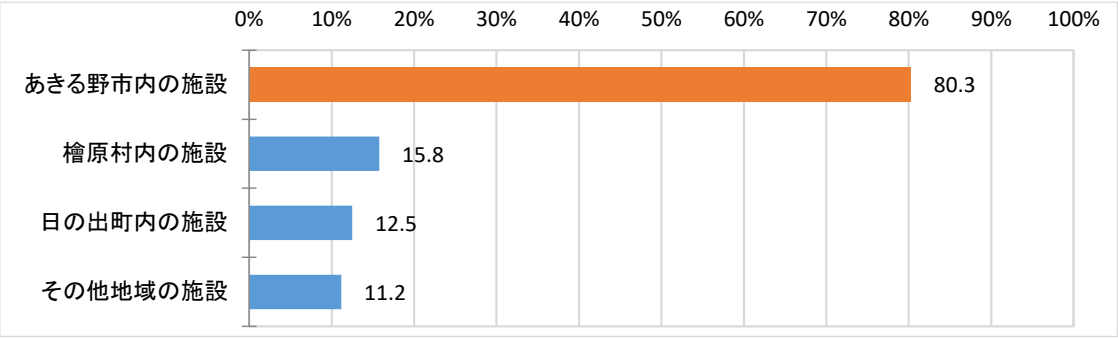


図-13(6)　主な立寄り地（所在市町村単位の集計・武蔵五日市駅）

② 東京サマーランド（N=68）

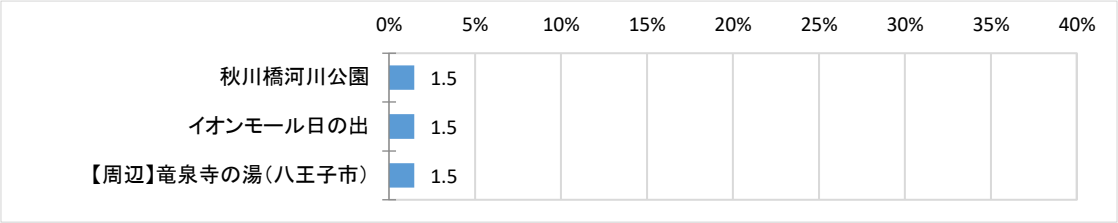


図-13(7)　主な立寄り地の地（東京サマーランド）

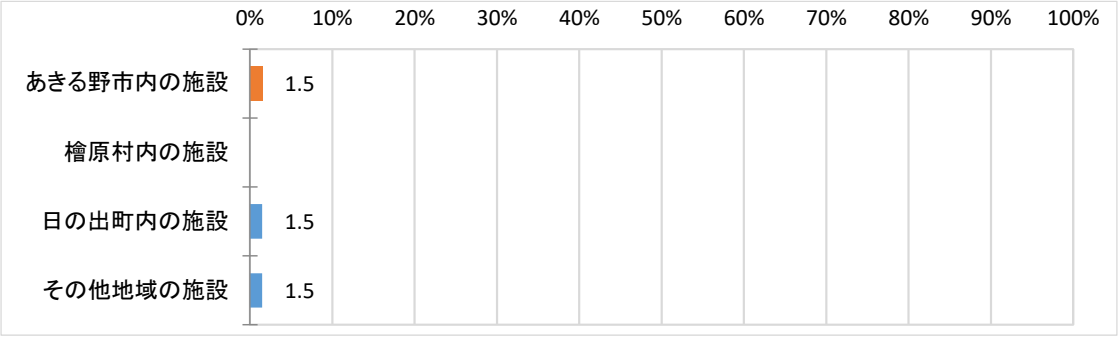


図-13(8)　主な立寄り地（所在市町村単位の集計・東京サマーランド）

③ 秋川橋河川公園（N=56）

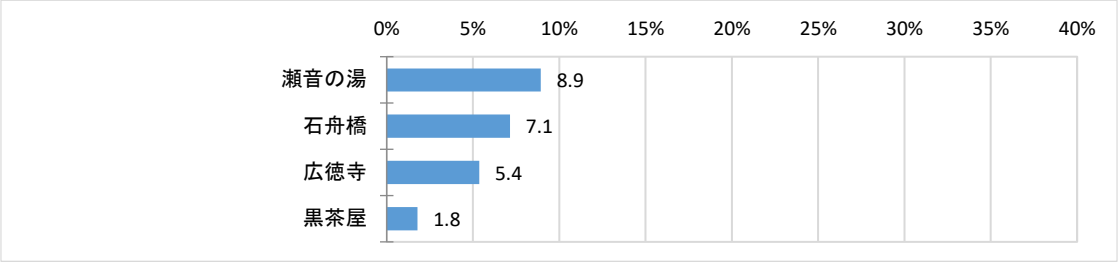


図-13(9)　主な立寄り地の地（秋川橋河川公園）

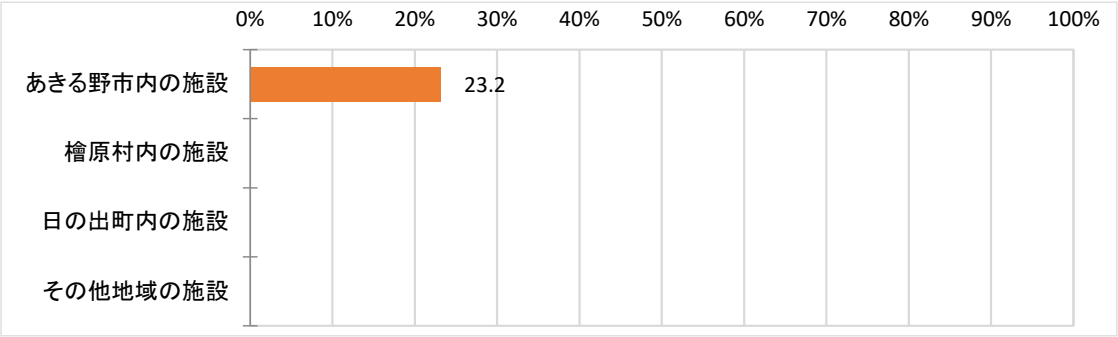


図-13(10)　主な立寄り地（所在市町村単位の集計・秋川橋河川公園）

④ 瀬音の湯（N=148）

図-13(11)　主な立寄り地の地（瀬音の湯）

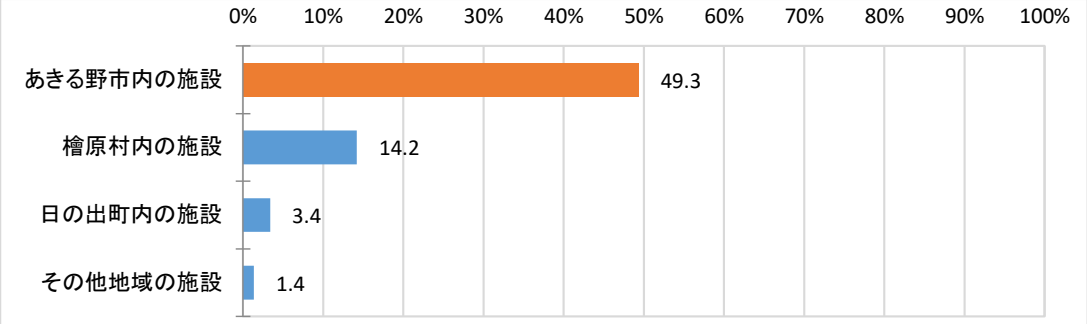


図-13(12)　主な立寄り地（所在市町村単位の集計・瀬音の湯）

⑤ 秋川国際マス釣場（N=79）

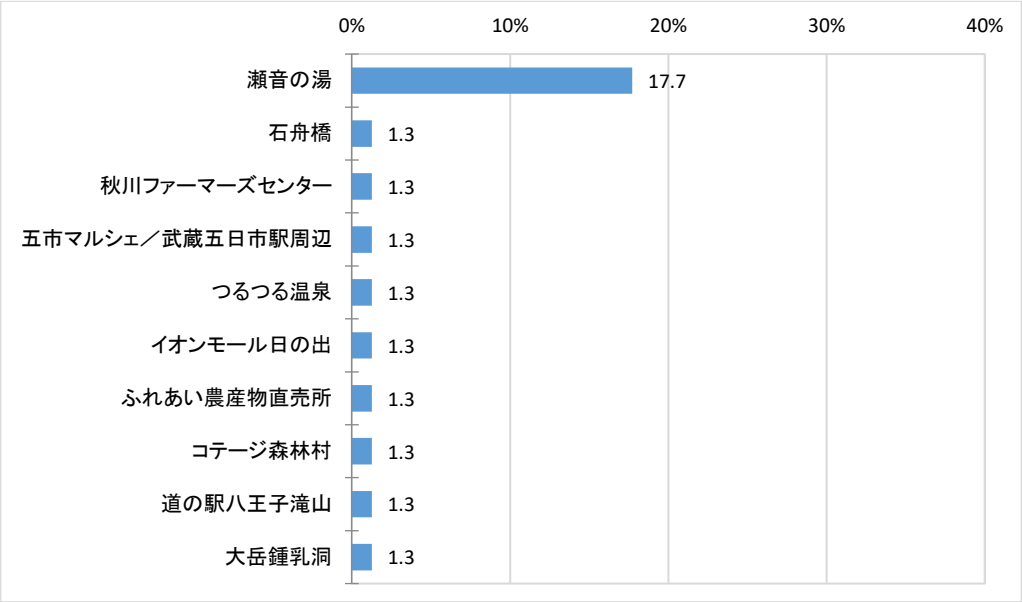


図-13(13)　主な立寄り地の地（秋川国際マス釣場）

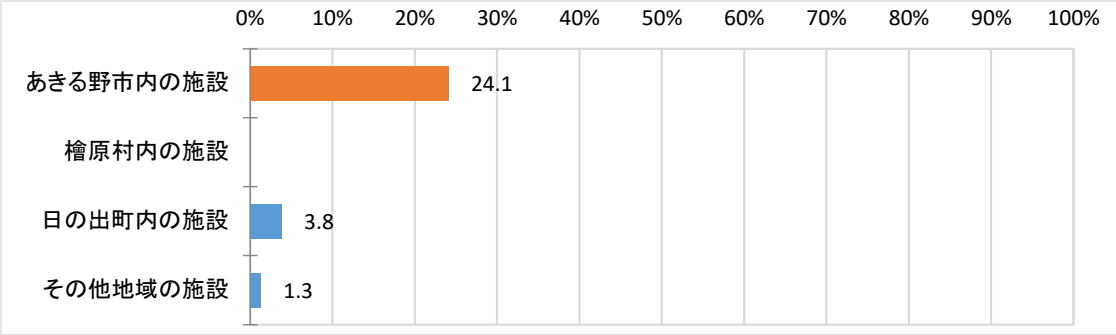


図-13(14)　主な立寄り地（所在市町村単位の集計・秋川国際マス釣場）

⑥ 檜原都民の森（N=142）

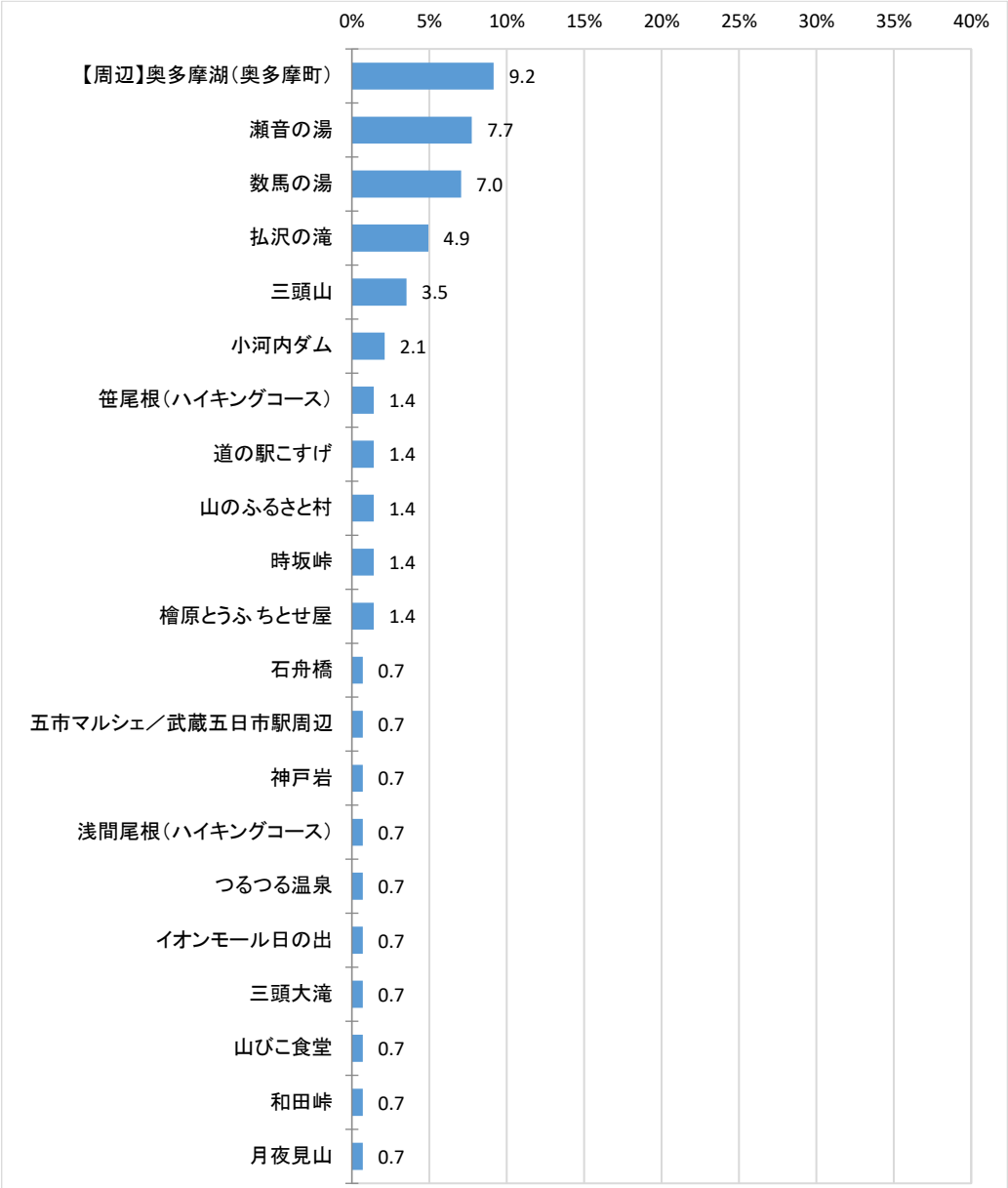


図-13(15)　主な立寄り地の地（檜原都民の森）

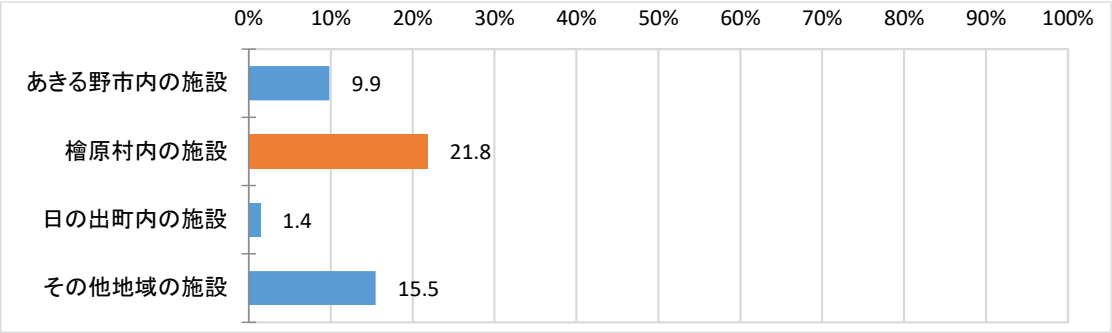


図-13(16)　主な立寄り地（所在市町村単位の集計・檜原都民の森）

⑦ 数馬の湯（N=94）

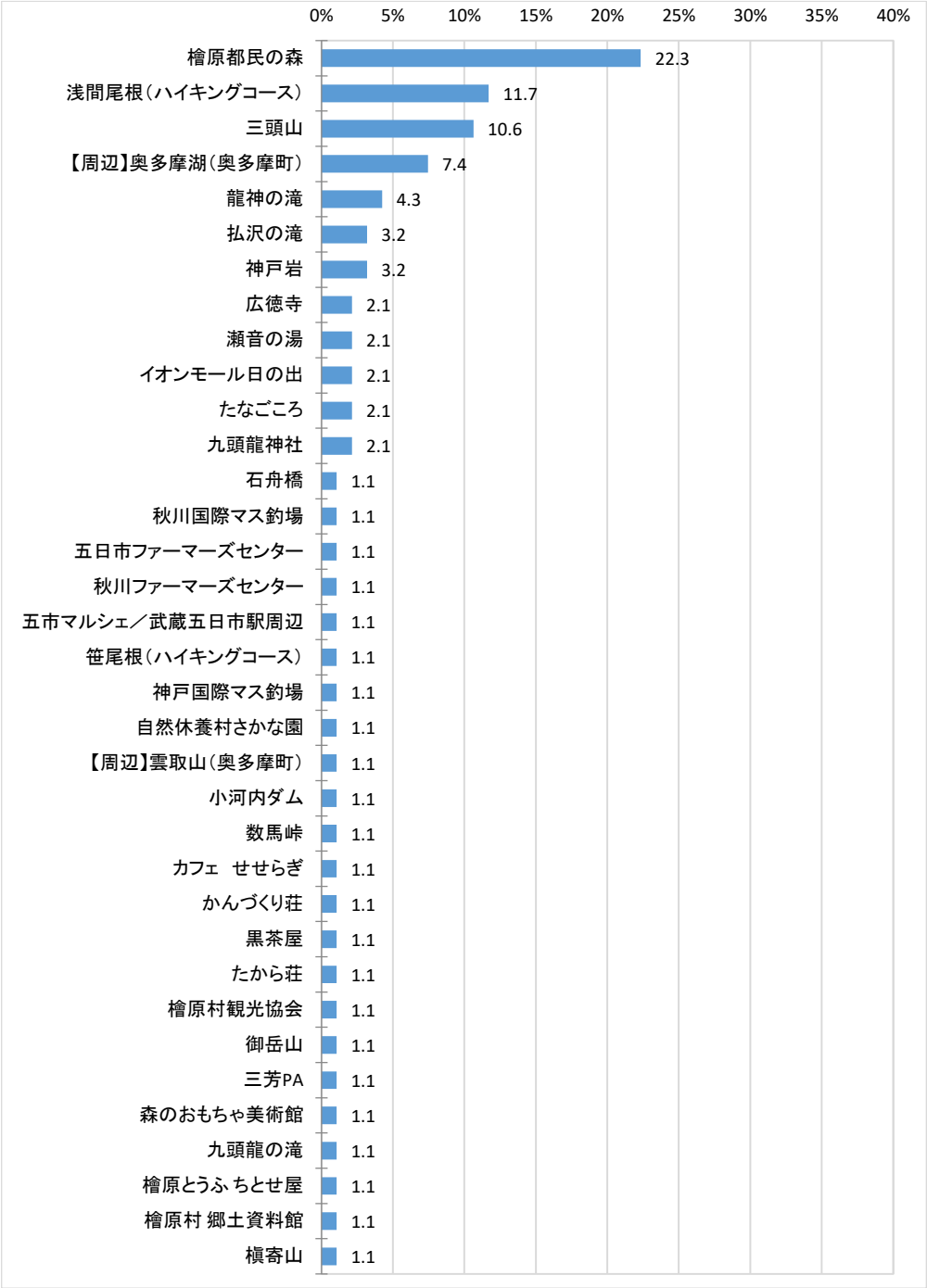


図-13(17)　主な立寄り地の地（数馬の湯）

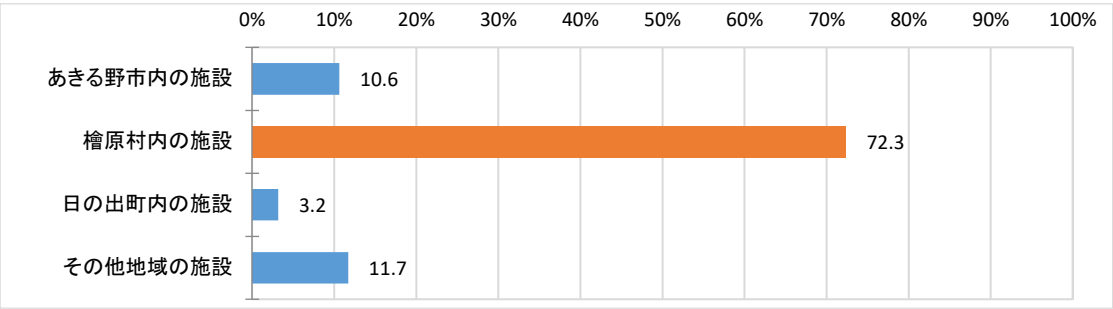


図-13(18)　主な立寄り地（所在市町村単位の集計・数馬の湯）

⑧ つるつる温泉（N=116）

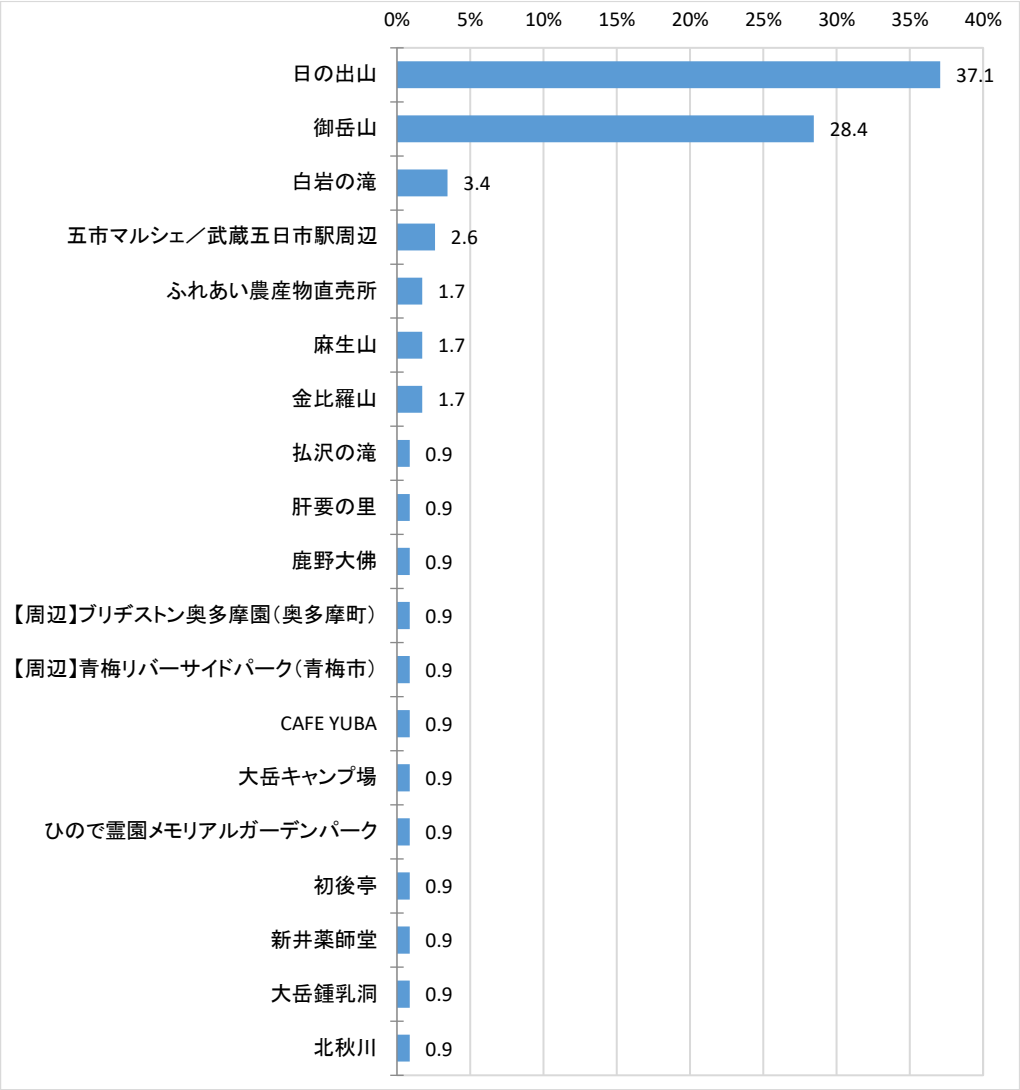


図-13(19)　主な立寄り地の地（つるつる温泉）

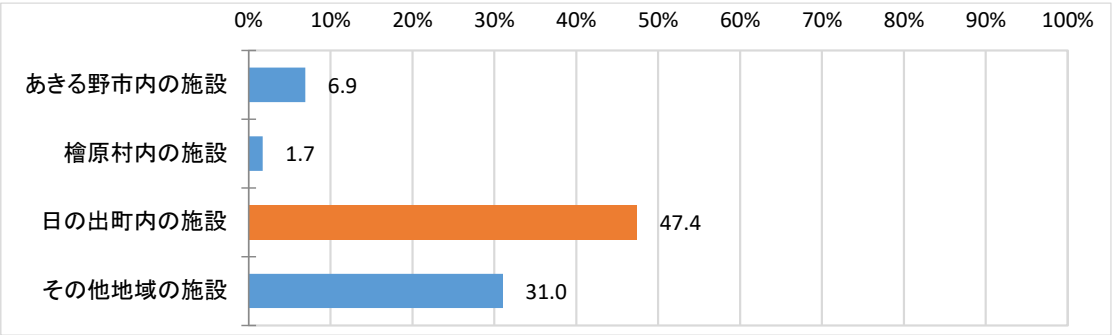


図-13(20)　主な立寄り地（所在市町村単位の集計・つるつる温泉）

⑨ ふれあい農産物直売所（N=80）

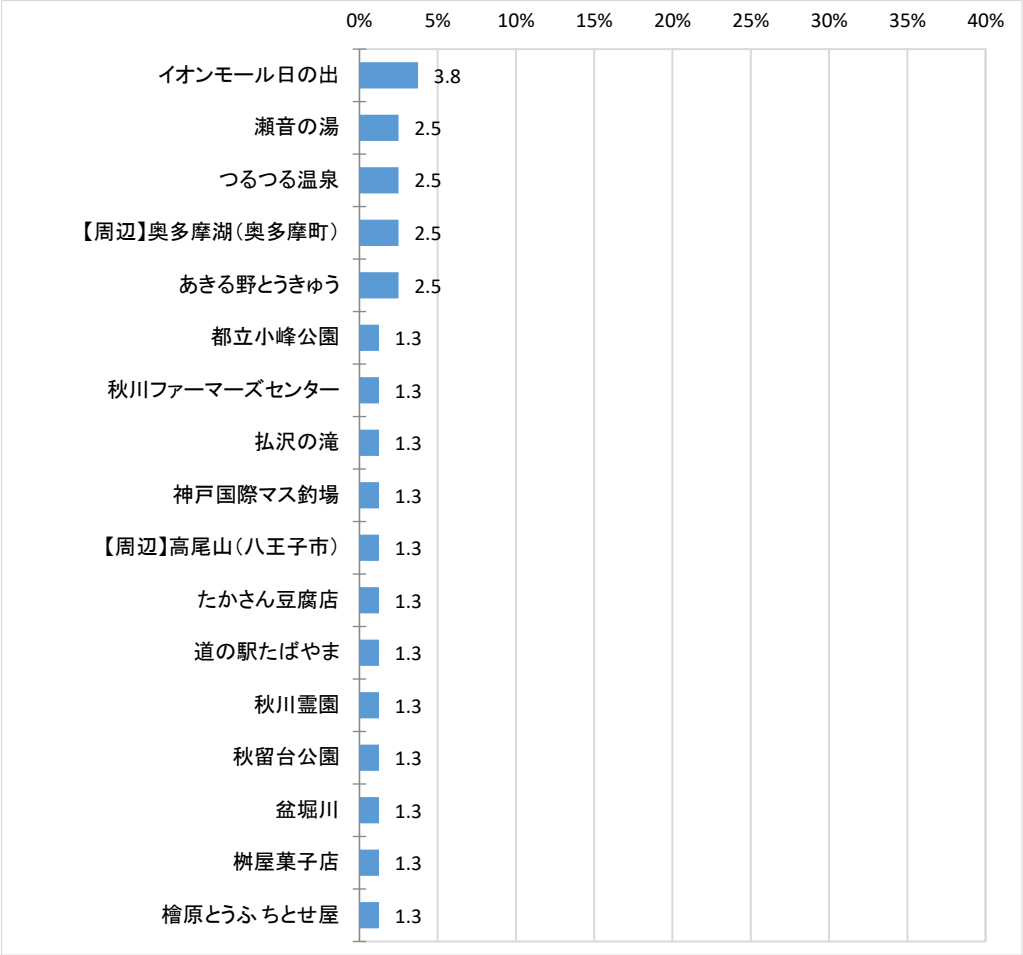


図-13(21)　主な立寄り地の地（ふれあい農産物直売所）

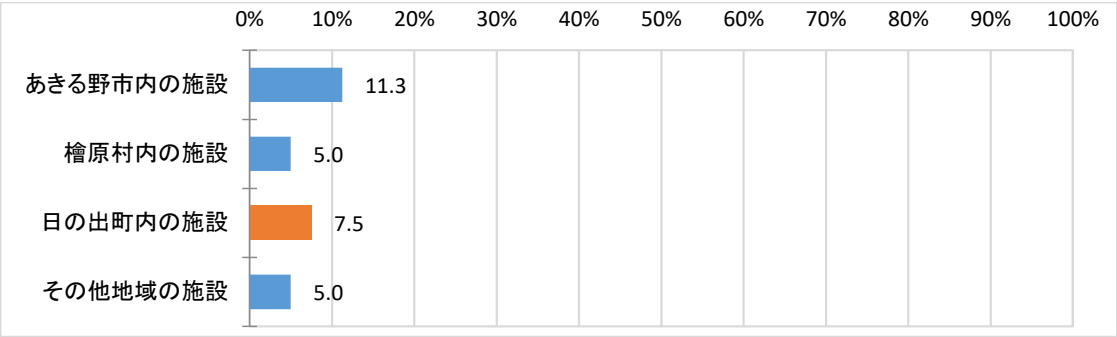


図-13(22)　主な立寄り地域（所在市町村単位の集計・ふれあい農産物直売所）

問 10. 秋川渓谷内で使用した費用（これから使う予定も含め）をご記入ください。

・秋川渓谷内で使用した 1 人当たりの平均額は 2,901 円である。そのうち、飲食費が 823 円と約 3 割を占めている。
・「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 円である。
・令和 2 年度と比較すると、1 人当たりの平均消費金額は 1,332 円減少している。

表-14(1)　平均金額（未利用者を含んだ平均値）

分類		全体		日帰り		宿泊	
		R3	R2	R3	R2	R3	R2
N=		2,828	1,156	2,557	1,049	249	107
交通費	鉄道料金	112	95	113	96	106	88
	バス料金	147	141	129	136	335	165
	ガソリン料金	15	37	15	9	12	173
	駐車場料金	62	68	62	78	72	23
	レンタカー料金	3	2	3	2	0	0
	レンタサイクル料金	2	0	2	0	0	0
	タクシー料金	32	7	32	5	34	15
宿泊費		268	1,234	0	0	3,042	7,215
飲食費		823	1,169	769	945	1,382	2,251
買物費		292	351	270	263	552	782
入場料・体験費	釣り堀り・釣り船等	451	442	480	493	197	197
	バーベキュー	138	135	150	154	0	46
	東京サマーランド	281	237	259	274	530	58
	温浴施設	230	256	228	283	271	128
	その他	30	37	30	36	39	44
その他		16	20	16	14	13	44
パック		138	20	88	10	671	65
合計		3,040	4,252	2,644	2,800	7,257	11,294
合計（パック除く）		2,901	4,233	2,557	2,789	6,586	11,229

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

・来訪のきっかけとなった情報源は、「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。情報源は、令和 2 年度と比較して傾向に大きな差はない。
・地点別では、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。

①回答者全体

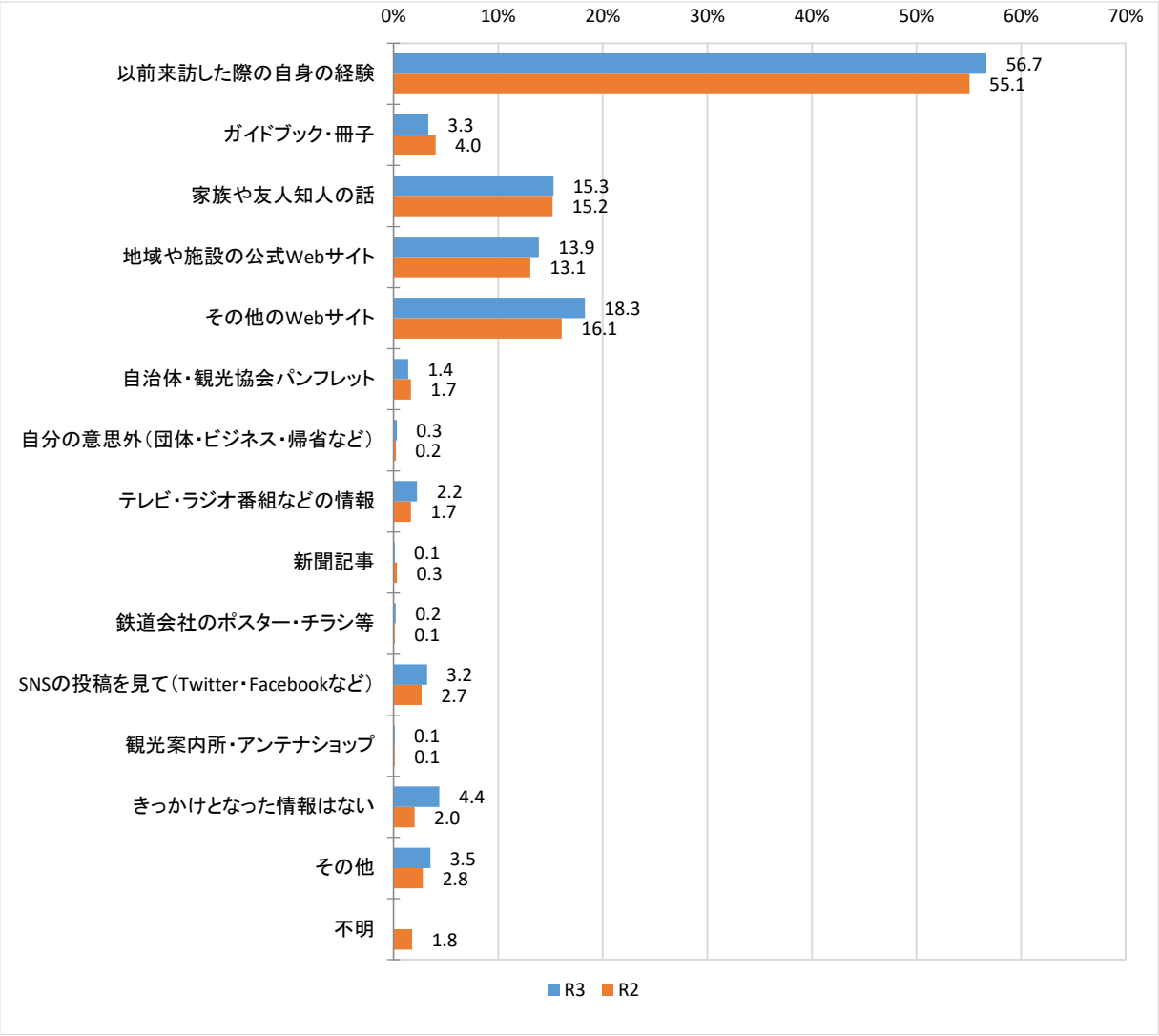


図-15(1)　来訪するきっかけとなった情報源

②調査地点ごと

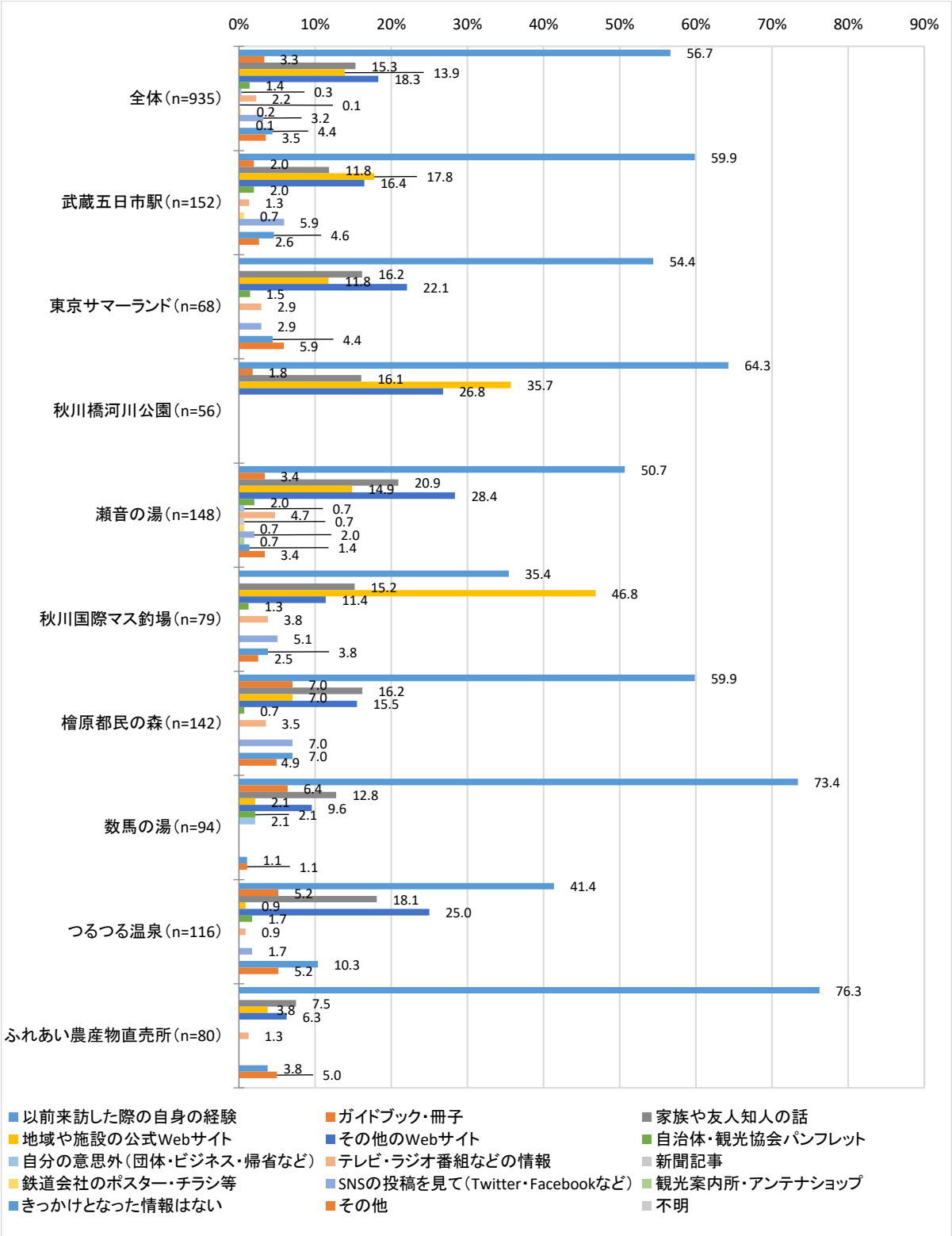


図-15(2)　来訪するきっかけとなった情報源

問 12. 現在の観光地周辺、秋川渓谷への旅行の満足度についてお聞かせください。
※各項目につき 1 つだけ選択（無回答、対象外を除いて集計）

・秋川渓谷への旅行の総合満足度は、「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。

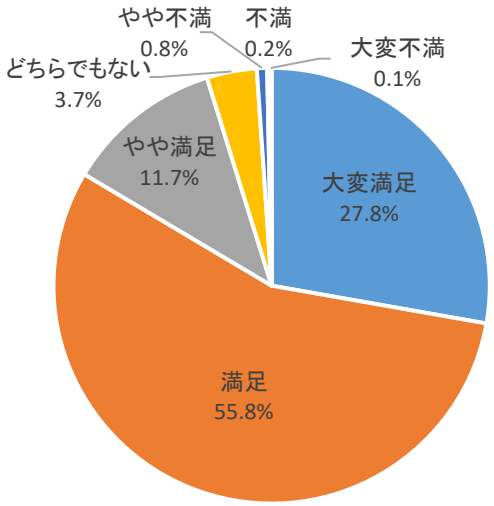
・項目別に、大変満足と満足の合計をみると、「景観・雰囲気」が 88.3%と最も高く、次いで「現在の観光地」が 81.7%、「宿泊施設」が 67.4%となっている。

・令和 2 年度と比較すると、「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。

⇒「地元住民のおもてなし」と「宿泊施設」は、令和 3 年度は令和 2 年度と比較して、宿泊客が減少しているなど、機会が減少しており、「どちらでもない」が増加していると想定。

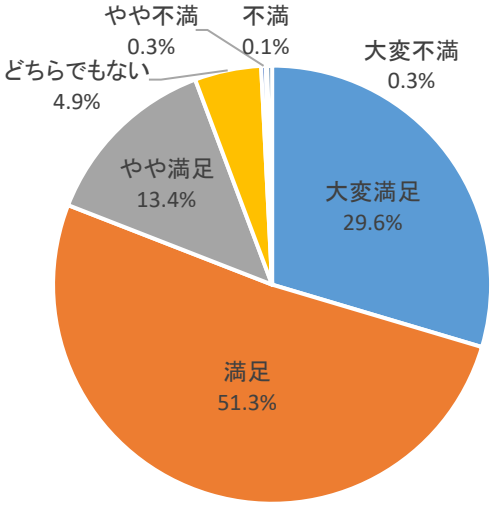
① 回答者全体

【令和 3 年度】



n=918

【令和 2 年度】



n=875

図-16(1)　旅行満足度

②項目ごと

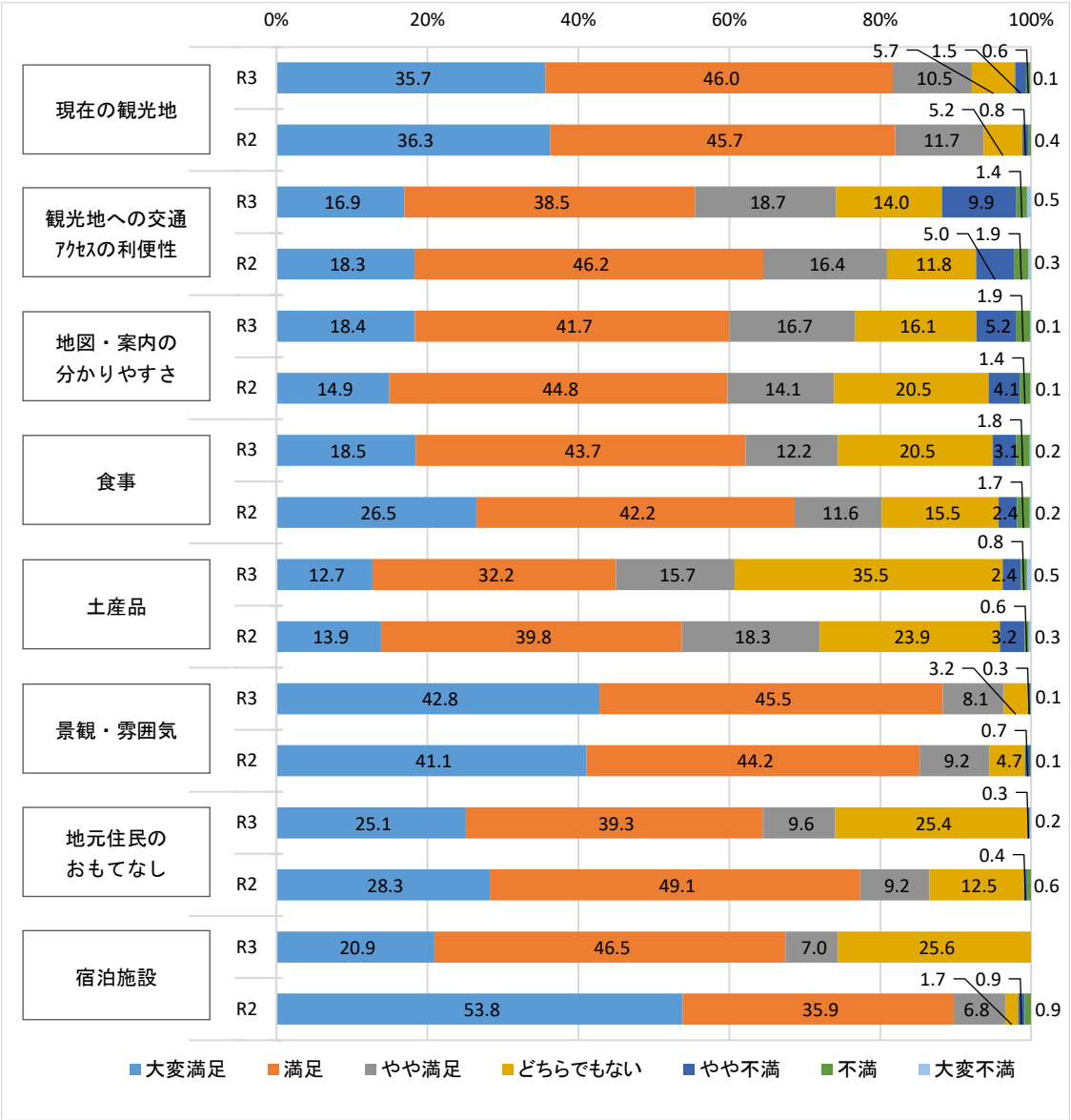


図-16(2)　旅行満足度

問 13. 親しい友人に、秋川渓谷を紹介したいですか。

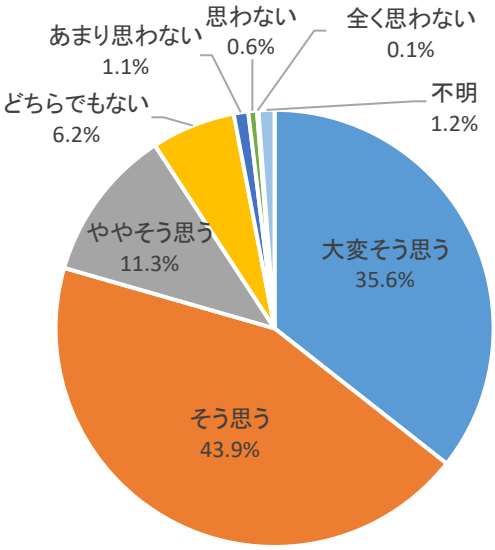
・秋川渓谷の紹介意向は、「そう思う」が 43.9%と最も高く、次いで「大変そう思う」が 35.6%と、「大変そう思う」「そう思う」の合計は約 8 割（79.5%）を占めている。

・地点別では、「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。

⇒ 一方で、令和 2 年度と比較すると、「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。

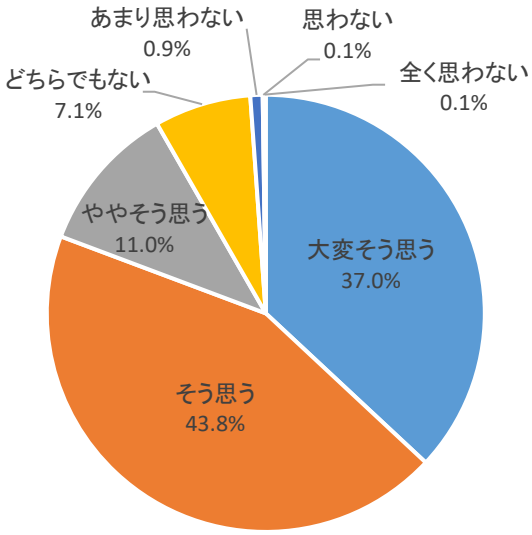
① 回答者全体

【令和 3 年度】



n=935

【令和 2 年度】



n=882

図-17(1)　知人への推奨度

② 調査地点ごと

【令和 3 年度】

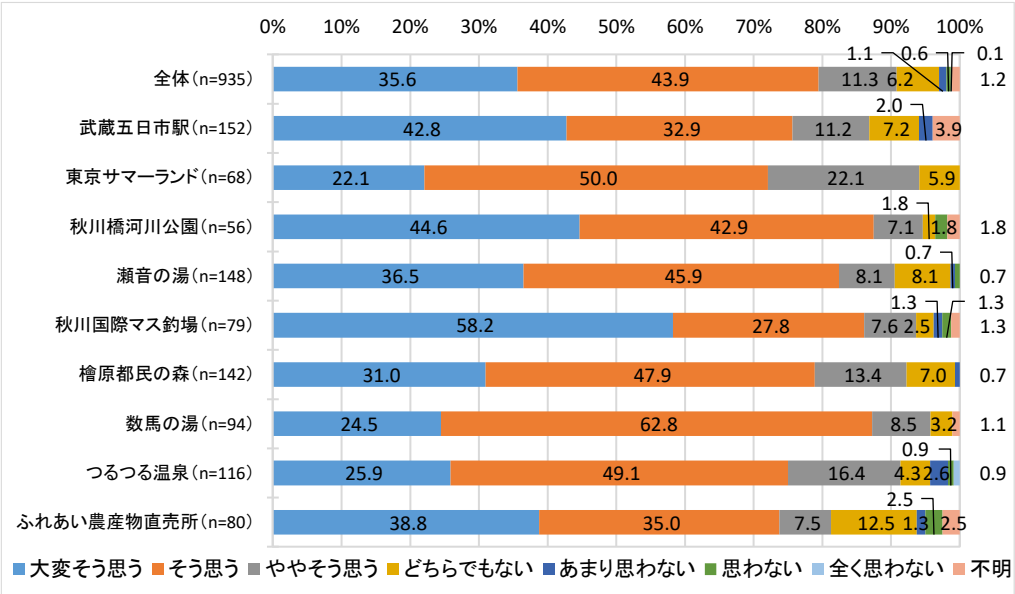


図-17(2)　知人への推奨度

【令和 2 年度】

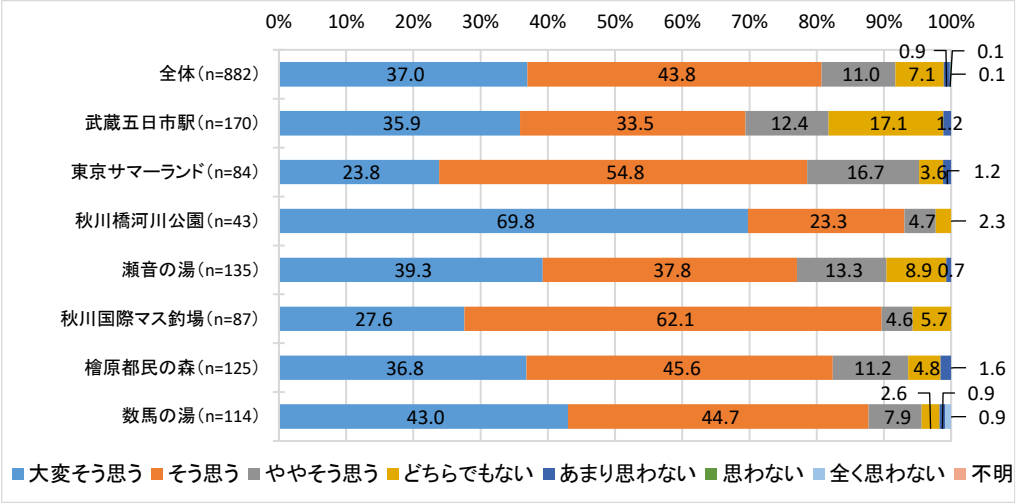


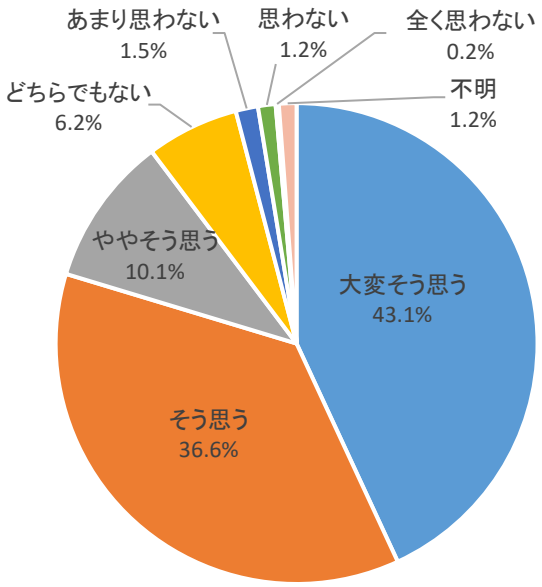
図-17(3)　知人への推奨度

問 14.　１年以内に、秋川渓谷への来訪を検討しますか。

・秋川渓谷への再訪意向は、「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。
・令和 2 年度と比較すると、「大変そう思う」の割合はやや減少しているが、1 年以内の再訪意向全体の割合は同程度である。
・地点別では、「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。

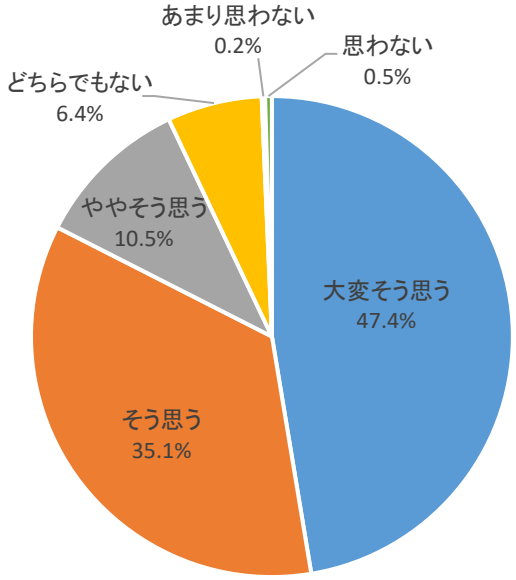
① 回答者全体

【令和 3 年度】



n=935

【令和 2 年度】



n=880

図-18(1)　秋川渓谷への再訪意欲

②調査地点ごと

【令和 3 年度】

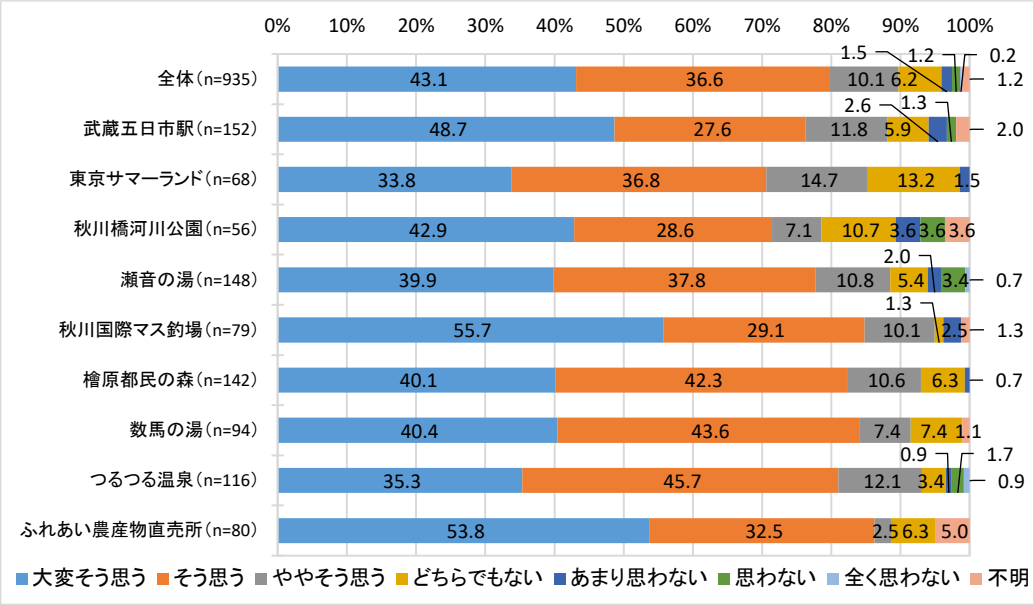


図-18(2)　秋川渓谷への再訪意欲

【令和 2 年度】

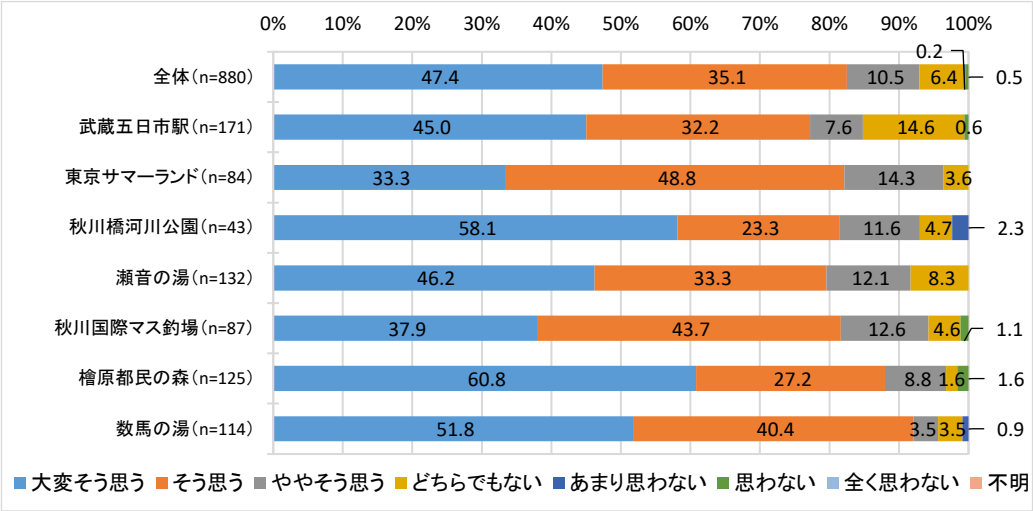


図-18(3)　秋川渓谷への再訪意欲

問 15-1. 新型コロナウイルス感染症が流行している中、あなたの観光への意識を選んでください。※複数回答可

（１）感染拡大後「避けたい」観光地及び体験

・避けたい観光地として、「屋内レジャー施設（49.9%）」や「街並み観光地（40.0%）」を挙げる意見が多い。一方で「変化なし」という回答が 28.6%あった。

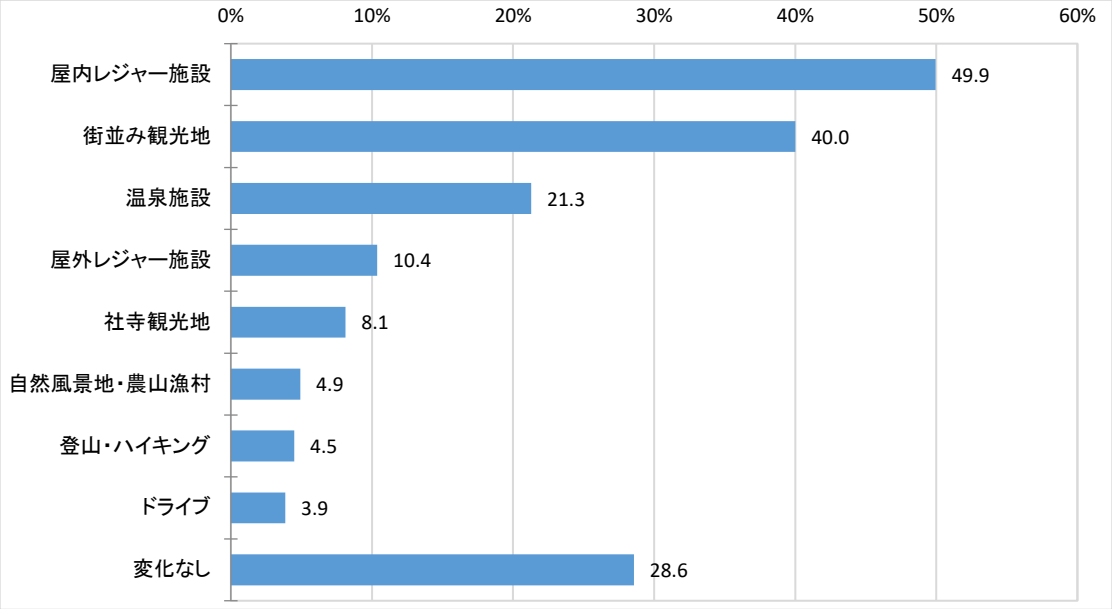


図-19　感染拡大後避けたい観光地

（２）感染拡大後「行きたい」観光地及び体験

・行きたい観光地として、「登山・ハイキング（30.2%）」「自然風景地・農山漁村（29.2%）」「ドライブ（21.6%）」を挙げる意見が比較的多い。一方で「変化なし」という回答が 30.4%あった。

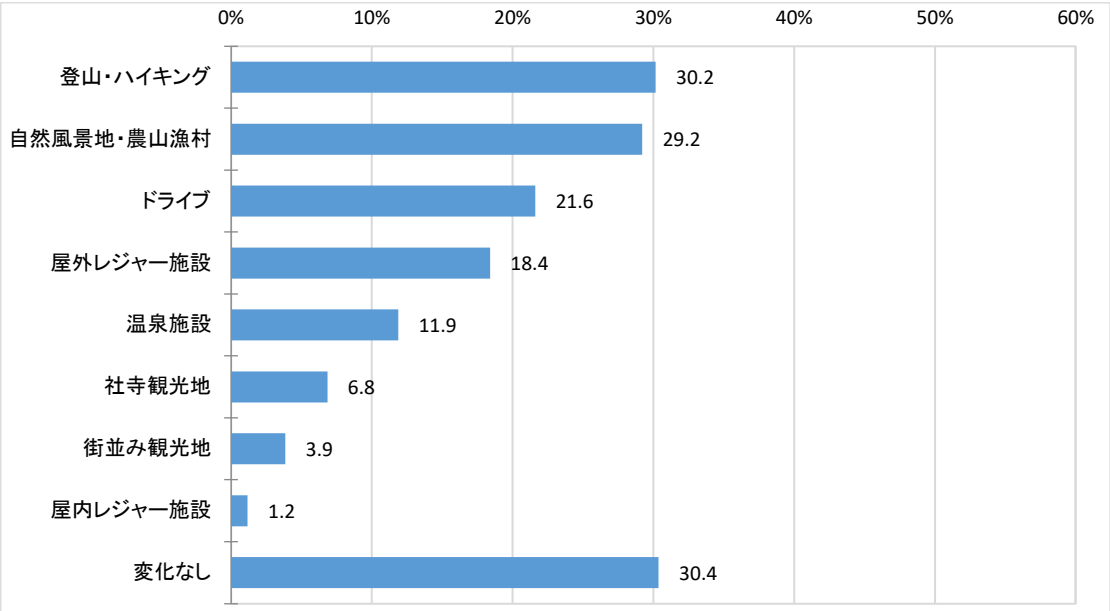


図-20　感染拡大後行きたい観光地

問 16. 新型コロナウイルス感染症が流行している中、秋川渓谷に来訪前・来訪時の行動を選んでください。※複数回答可

・新型コロナウイルス感染症の流行により、「旅行先を自宅から近い場所に変更（24.9%）」や「3密を避けるため、屋外の観光地を選んだ（23.6%）」といった来訪前・来訪時の行動の変化を挙げる意見が比較的多い。一方で「特に無し」という回答が 32.3%あった。

・地点別では、「秋川橋河川公園」や「武蔵五日市駅」「秋川国際マス釣場」の利用者は、「3 密を避けるため、屋外の観光地を選んだ」と回答する割合が高く、「東京サマーランド」や「瀬音の湯」「ふれあい農作物直売所」の利用者は、「旅行先を自宅から近い場所に変更した」と回答する割合が高い。

①回答者全体

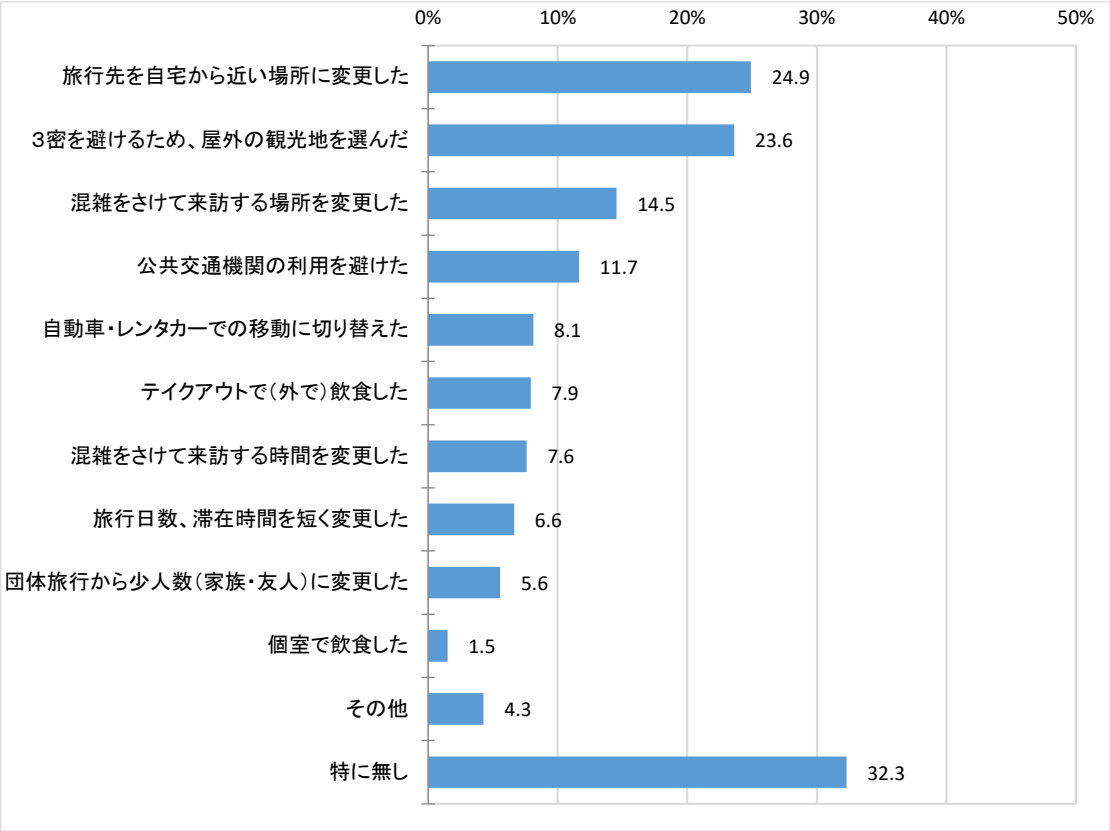


図-21(1)　来訪前行動

②調査地点ごと

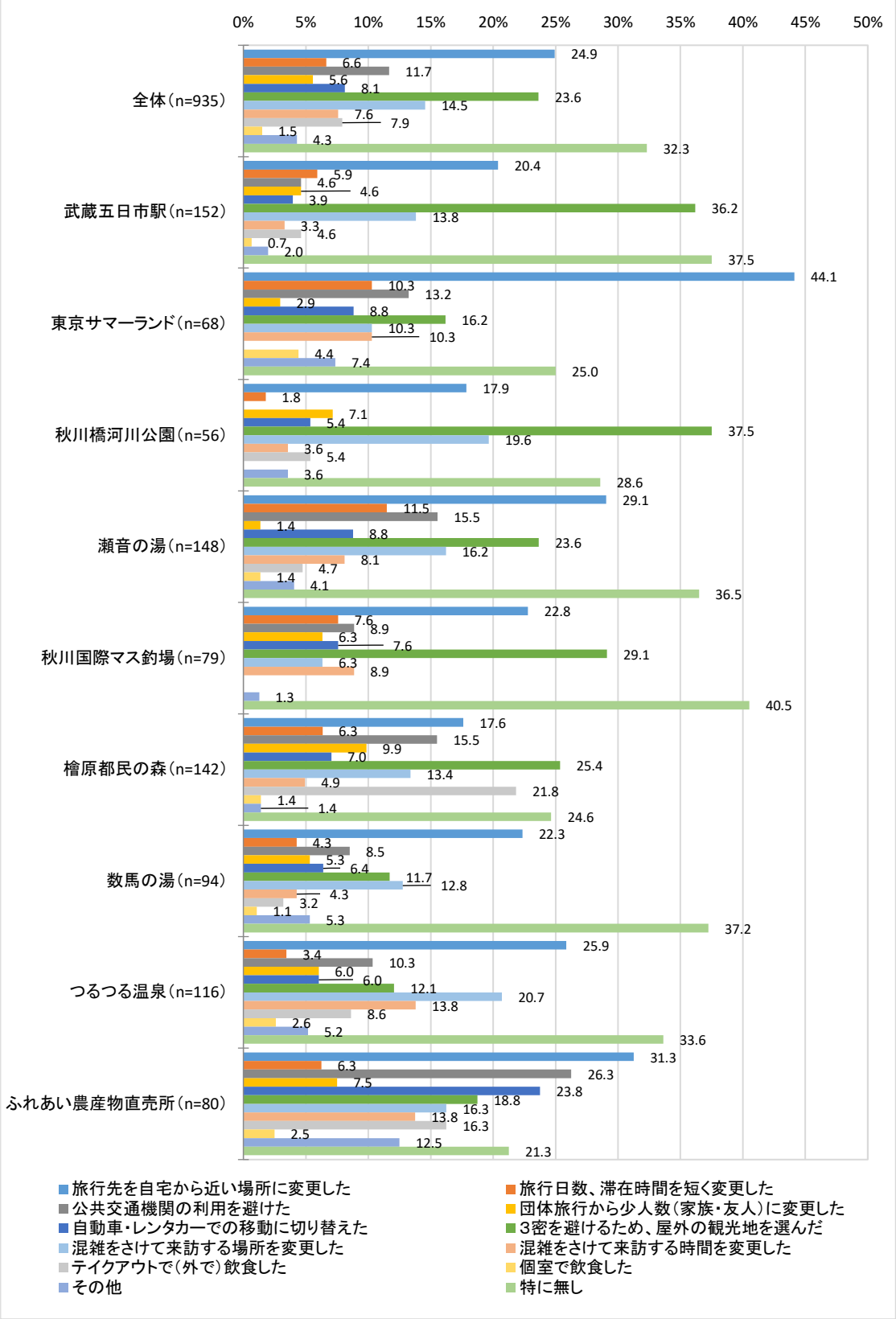


図-21（2）　来訪前行動

問 17. 新型コロナウイルス感染症が流行している中、秋川渓谷への旅行を後押ししたものを選んでください。※複数回答可

・「秋川渓谷の自然（44.9%）」や「自然風景地・屋外なら安心だと思った（36.8%）」を秋川渓谷への旅行を後押しした要因として挙げる意見が多い。
・地点別では、屋外の施設や温泉の利用者が、「自然風景地・屋外なら安心だと思った」や「秋川渓谷の自然」を挙げる割合が高い傾向がある。

①回答者全体

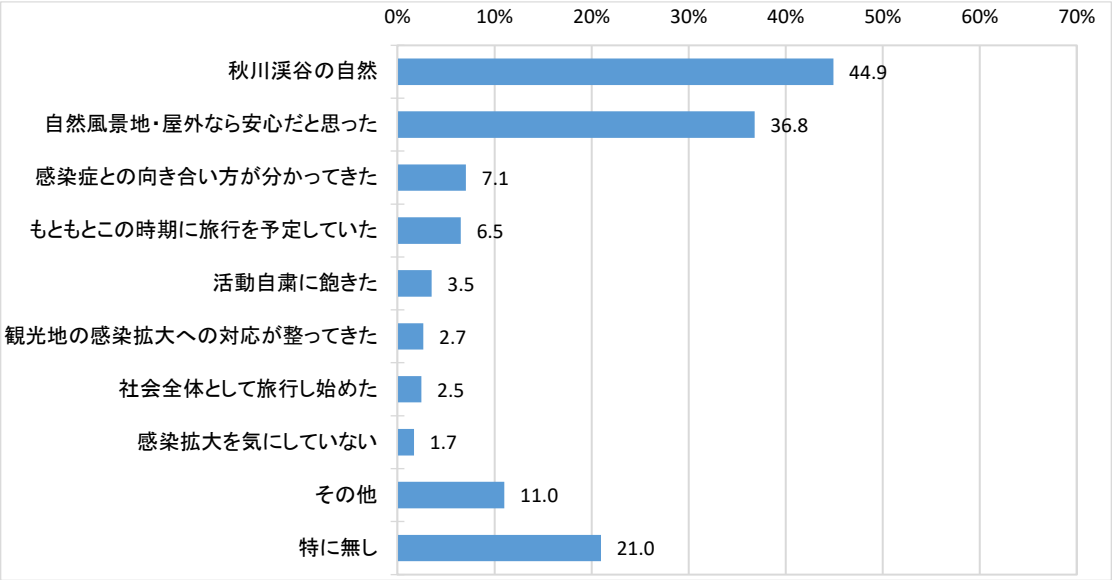


図-22(1)　来訪後行動

② 調査地点ごと

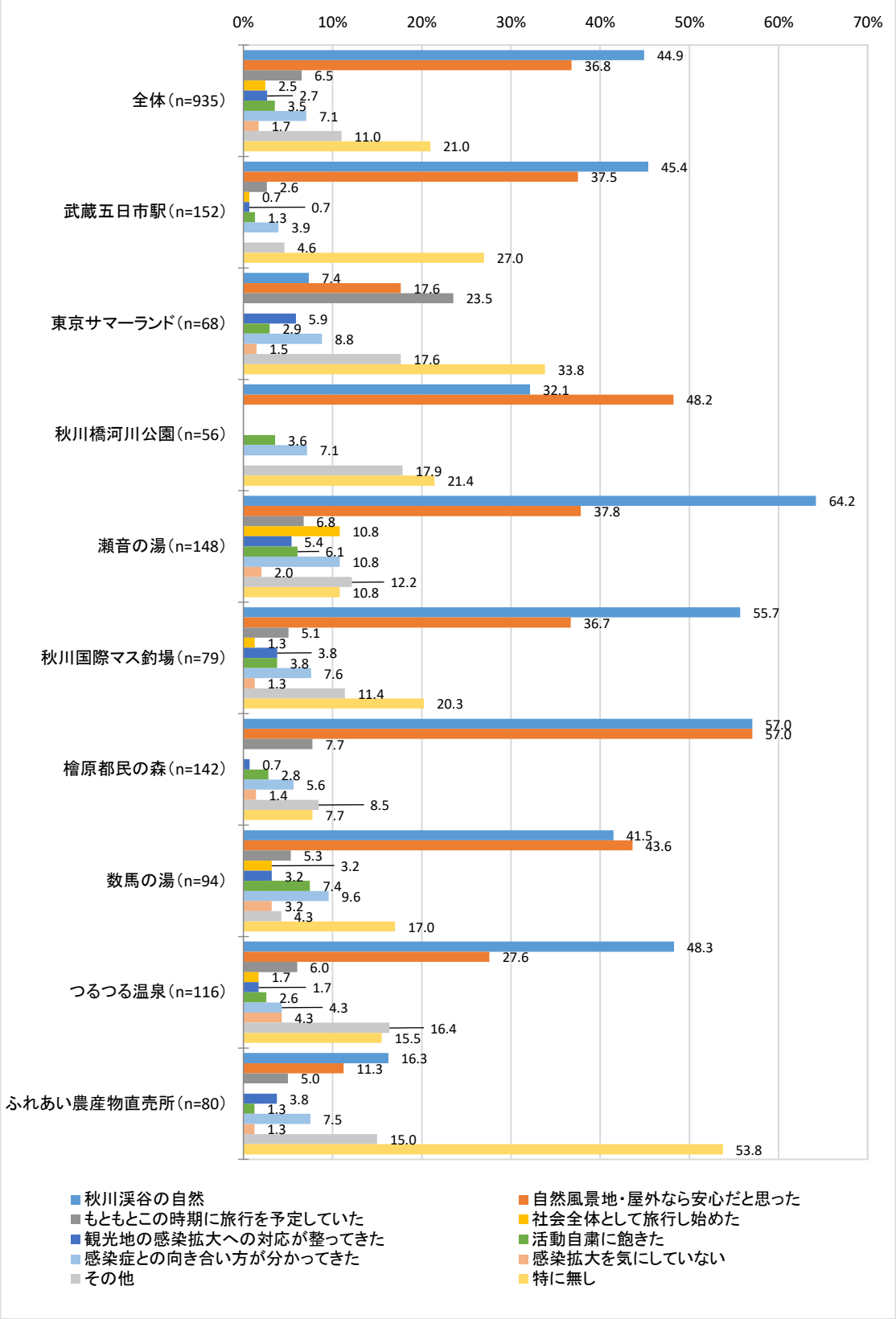


図-22(2)　来訪後行動

巻末資料３

首都圏在住者への

WEB アンケート調査結果

首都圏在住者への WEB アンケート調査結果

1. 調査の目的

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した。また、調査結果により顕在・潜在ニーズを把握し、with コロナにおける観光振興の施策の立案の基礎資料とする。

2. 調査概要

以下のとおり対象を抽出し、WEB アンケート調査を実施した。

調査対象	①居住地：中央線・南武線・西武拝島線の沿線自治体 【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 【埼玉県】 入間市、さいたま市、川口市、所沢市、川越市 【神奈川県】 横浜市、川崎市、相模原市 ②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
実施方法	WEB アンケート調査会社のモニターを対象に、インターネット上の特設ページにてアンケートに回答頂く。
実施時期	令和 4 年 2 月
調査内容	１．回答者属性 性別・年齢・世帯構成・居住地域・３市町村(あきる野市、檜原村、日の出町)への訪問歴 ２．訪問経験 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 ３．３市町村の観光資源の認識や観光地としての印象 ３市町村の観光地としての印象・観光資源の認知度・観光資源の興味度・理想の観光商品・課題・意見や感想 ４．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

3. 調査結果

首都圏在住者を対象に実施したWEBアンケート調査結果を以下に示す。

3.1　調査結果の概要

(1)回答者属性

・年齢は、50代が29.3%、40代が27.3%と「40～50代」の回答者が半数以上。
・同居家族は、配偶者が64.5%、子供が39.0%、単身者が21.5%。
・居住地は、東京都が36.8%、埼玉県が31.8%、神奈川県が31.5%。

(2)訪問経験

・観光目的の来訪回数は「1回」が46.0%、5回以上のリピーターが約2割（18.5%）。
・来訪時の行程は、「日帰り」が約8割（79.5%）と大半を占め、「宿泊」は2割にとどまり、その内訳はほとんどが1泊。家族連れでの来訪が多い。
・移動手段は自家用車が約6割（61.5%）と多く、鉄道が30.0%。
⇒ 年代別にみると、20代は「鉄道」の利用が多く、30代以上は「自動車」が多い。
⇒ 「自動車」を利用する理由として、コロナ禍による密回避を挙げる意見がやや多い。
・来訪目的は「登山・ハイキング」や「紅葉や自然を楽しむ」といった自然環境や「温泉」を挙げる意見が多く、立ち寄り施設は「温泉」や「レジャー・商業施設」、「自然・景観資源」が上位に上がる。
・観光の満足度は、「大変満足した」「やや満足した」という回答が約9割（89.0%）。
⇒ 3市町村内の自然環境、紅葉をはじめとする景観を評価する意見が多い。
・回答者の8割以上が再訪意向を示している。（「ややそう思う」、「そう思う」、「大変そう思う」の合計）
・来訪未経験者が来訪していない理由は「知らなかった」という回答が40.5%。
⇒ 3市町の観光資源や魅力に関する情報発信が課題。

(3)３市町村の観光資源の認識や観光地としての印象

・3市町の印象は、「豊かな自然（38.0%）」や東京サマーランドを中心とした「レジャー（32.5%）」という回答が多い。
・観光資源の認知度は、「東京サマーランド」の認知度は約9割（86.5%）と非常に高く、「秋川国際マス釣場」が42.0%、「秋川橋河川公園バーベキューランド」が38.3%、「秋川渓谷瀬音の湯」が37.0%と続く。
⇒ あきる野市内の観光資源が上位に挙がっているが、来訪未経験者に絞ると「東京サマーランド」以外の認知度は3割未満。
・観光資源の魅力度は、「秋川渓谷瀬音の湯（69.5%）」、「払沢の滝（64.0%）」、「つるつる温泉（63.0%）」、「檜原温泉センター数馬の湯（62.3%）」、「石舟橋（60.5%）」が上位に挙がっており、温泉施設や自然・景観資源への期待が高い。
・認知度、魅力度ともに高い「東京サマーランド」は現在の秋川渓谷の主要な観光資源。
・「秋川渓谷瀬音の湯」、「払沢の滝」、「つるつる温泉」、「檜原温泉センター数馬の湯」、「石舟橋」などは、認知度は高くないが、魅力度は一定程度あることから、今後の活用や情報発信によって集客が期待できる観光資源である。
・交通機関や移動手段、宿泊施設等のハード面の整備を課題として挙げる回答が多い中で、それに続く課題として、情報発信の不足が指摘されている。

(4) 普段のおでかけ

・普段の観光目的のおでかけのテーマは、「景勝地訪問（自然鑑賞）」が 22.0%、「ショッピング」が 19.8%、「温泉」が 18.8%。

⇒ ３市町村への来訪経験者は普段「レジャー（登山、BBQ 等）」目的のお出かけが多く、来訪未経験者は「ショッピング」目的の割合が高い。

⇒ ３市町村の観光資源や魅力と目的が合致する層が来訪している。

・普段のおでかけ時の移動手段は、「自家用車」が 51.3%、「鉄道」が 42.3%。

⇒ 来訪未経験者は、普段「鉄道」を主に利用している割合が高い傾向

・普段おでかけ時に利用している情報源は、「ガイドブック（35.3%）」、「SNS 等（35.3%）」、「テレビ（34.8%）」、「友人・知人の口コミ（26.8%）」が上位。

⇒ SNS 等やメディアを活用している割合が多く、情報発信媒体としての有効性が期待。

⇒ 若い世代であるほど「SNS 等」の利用割合が高く、20 代は 6 割以上（64.7%）。

・新型コロナウイルス感染拡大後「避けたい」観光地及び体験は、「屋内レジャー施設」が 47.0%、「街並み観光地」が 30.8%。

⇒ 屋内の人が多く集まる施設を避ける意識がみられる

・新型コロナウイルス感染拡大後「行きたい」観光地及び体験は、「自然風景地・農山漁村」が 35.8%、「温泉施設」が 32.3%、「登山・ハイキング」が 27.0%。

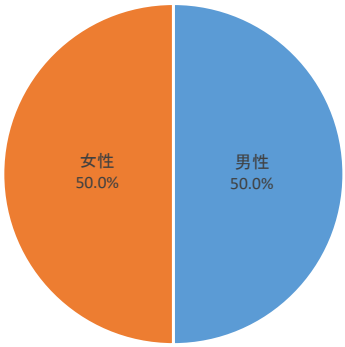
⇒ 屋外の密を避けることができる施設や体験を選択する意向が強い

3.2　設問ごとの集計結果

(1) 回答者属性

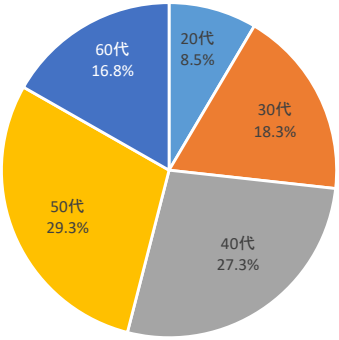
- 「50 代」の割合が 29.3%、次いで「40 代」が 27.3%、「30 代」が 18.3%、「60 代」が 16.8%と続き、主に 40～50 代の回答者が半数以上である（全体の 56.5%）。
- 回答者の同居家族は、「配偶者」の割合が 64.5%、次いで「子供」が 39.0%、「同居している家族はいない」が 21.5%と続く。
- 回答者の居住地は、「東京都」が 36.8%、「埼玉県」が 31.8%、「神奈川県」が 31.5%である。
- 居住地別の回答者数は、東京都「23 区」が 84 人と最も多く、次いで神奈川県「横浜市」が 78 人、東京都「23 区外」が 63 人、埼玉県「さいたま市」が 55 人と続く。
- 来訪経験別では、来訪経験者は「23 区外」が高い傾向にある。

①性別



(n=400)

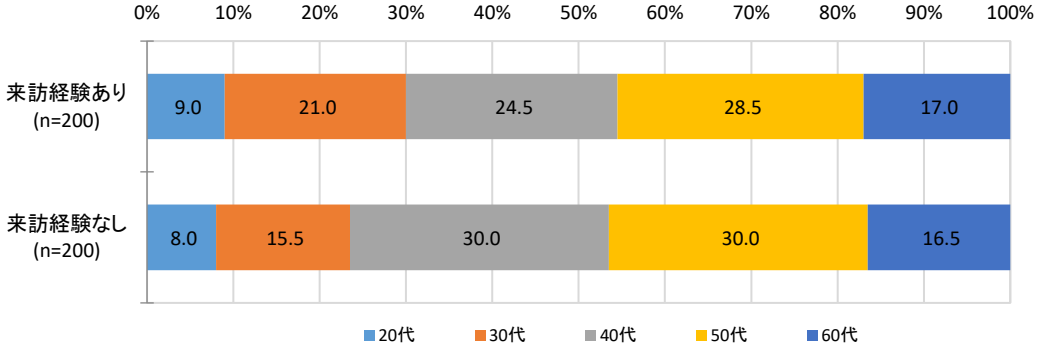
②年代



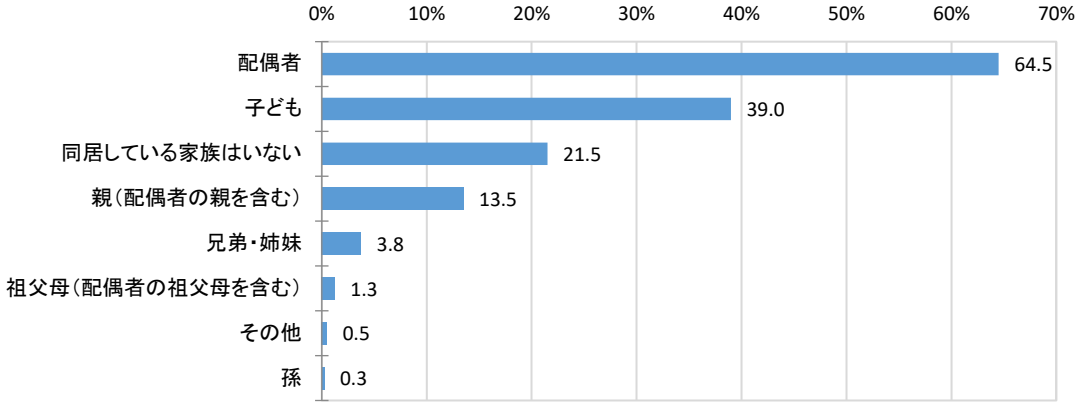
(n=400)

※男女半数となるように調査を実施

②年代（来訪経験別）

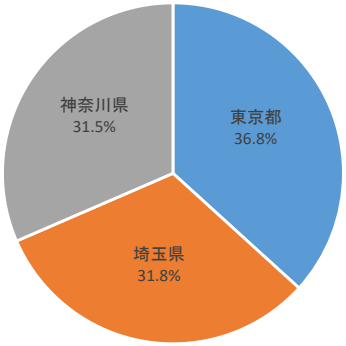


③同居家族



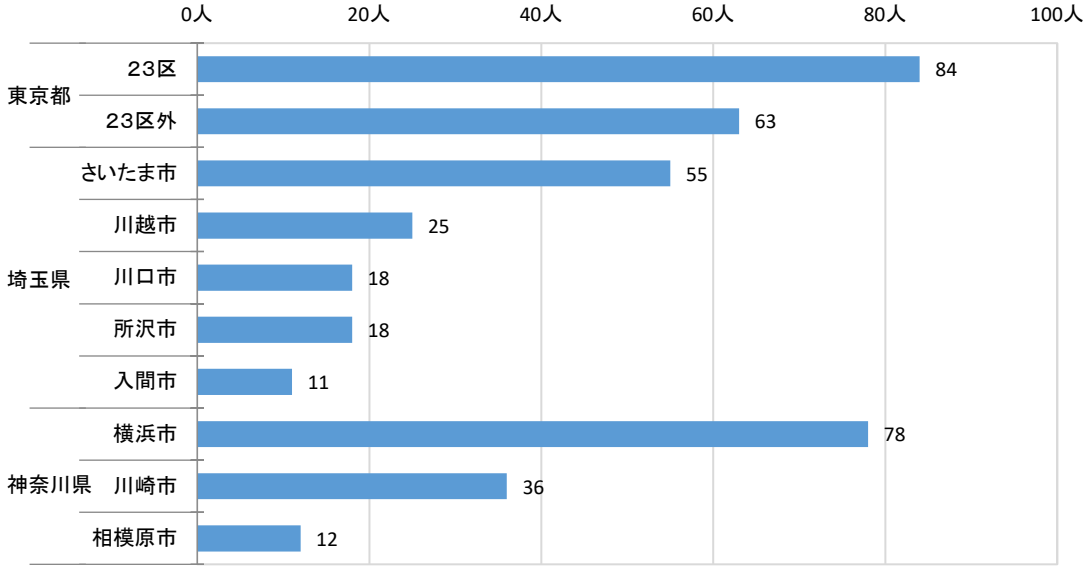
（n=400）

④居住地



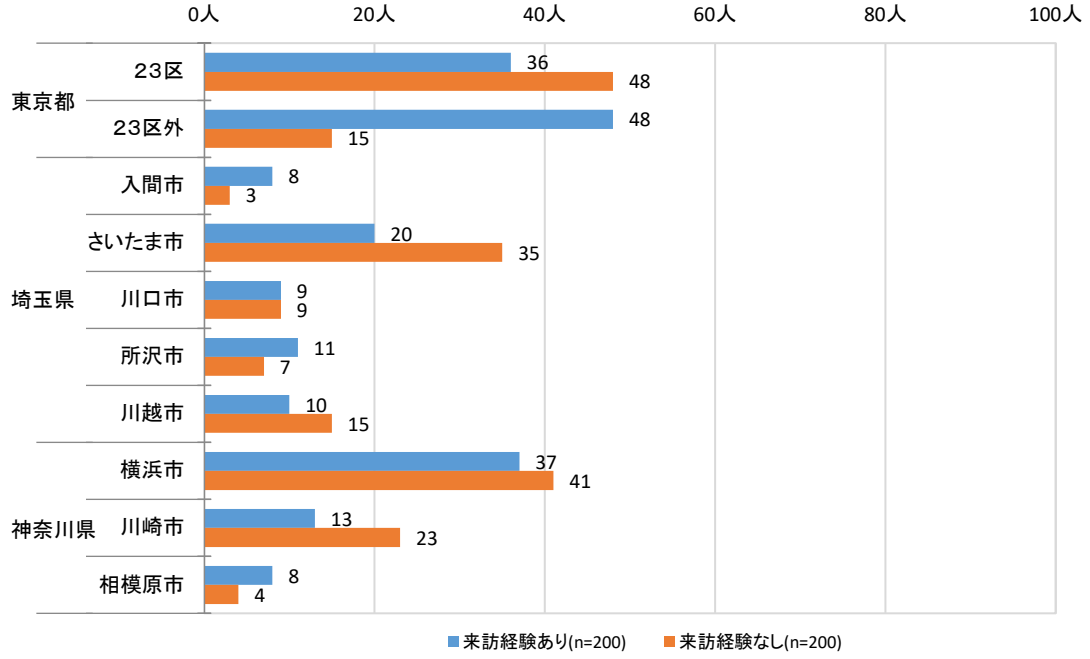
（n=400）

⑤市区町村（東京都・埼玉・神奈川）



(n=400)

⑤市区町村（東京都・埼玉・神奈川）（来訪経験別）



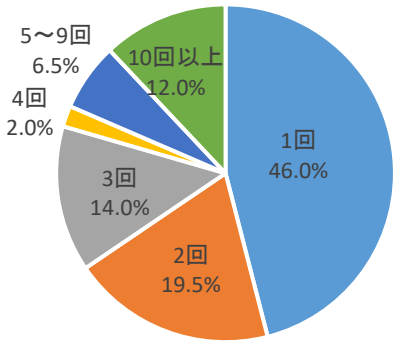
(2) 訪問経験

※秋川渓谷への来訪経験がある回答者（200 サンプル）のみ回答

① 観光・レジャー目的での訪問回数

・観光・レジャー目的の来訪回数は、「1 回」と回答した割合が 46.0%と最も多く、次いで「2 回」が 19.5%、「3 回」が 14.0%と続く。

・5 回以上来訪しているリピーターが、全体の 18.5%あった。



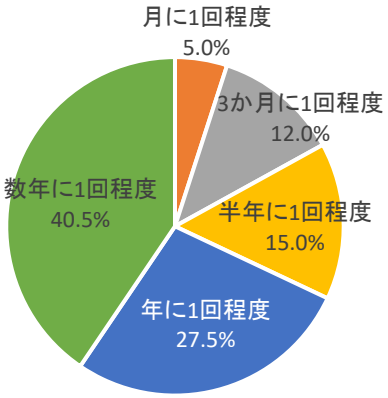
(n=200)

図-1　訪問回数

② 観光・レジャー目的での来訪頻度

・来訪頻度は、「数年に 1 回程度」と回答した割合が 40.5%と最も多く、次いで「年に 1 回程度」が 27.5%、「半年に 1 回程度」が 15.0%と続く。

・来訪頻度が 1 年に 1 回以上の回答者が全体の 59.5%を占める。



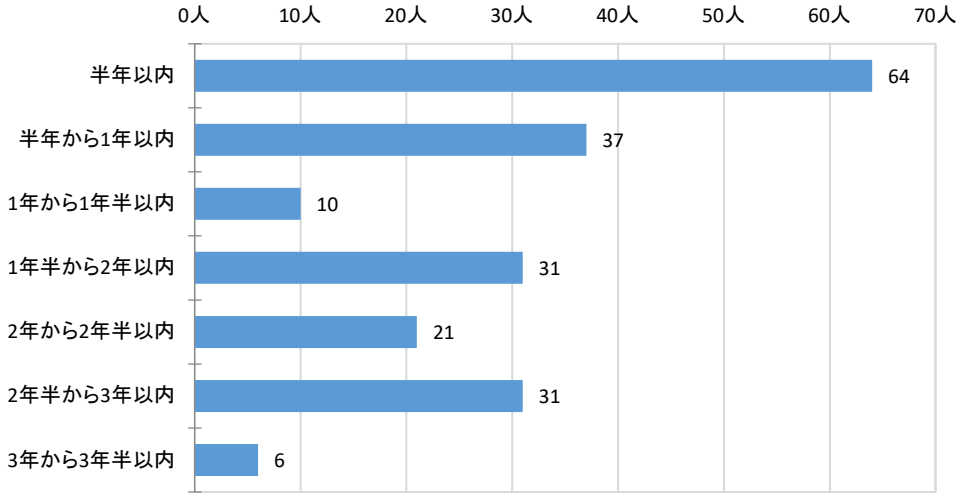
(n=200)

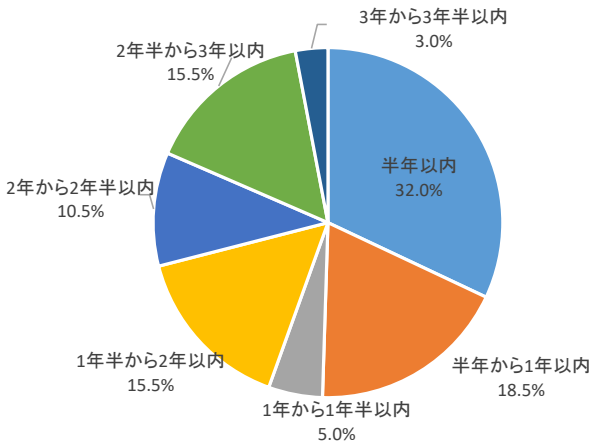
図-2　来訪頻度

③ 直近で観光・レジャー目的で来訪した時期（2022 年 2 月時点）

・直近で来訪した時期は、「半年以内」32.0%と最も多く、次いで「半年から 1 年以内」が 18.5%、「1 年半から 2 年以内」、「2 年半から 3 年以内」が 15.5%と続く。

・1 年以内の来訪が約半数（50.5%）を占めている。



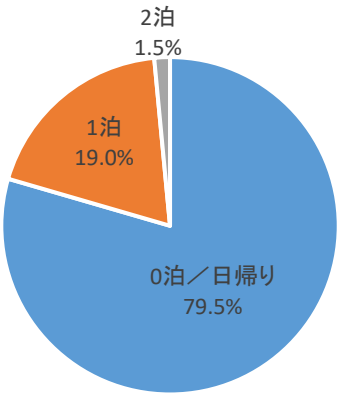


(n=200)

図-3　来訪時期

④ 直近で観光・レジャー目的で来訪した際の行程（宿泊数）

・来訪時の行程は、「日帰り」と回答した割合が 79.5%と大半を占めており、「宿泊」は 2 割ほどで、その内訳はほとんどが「1 泊」の回答である。



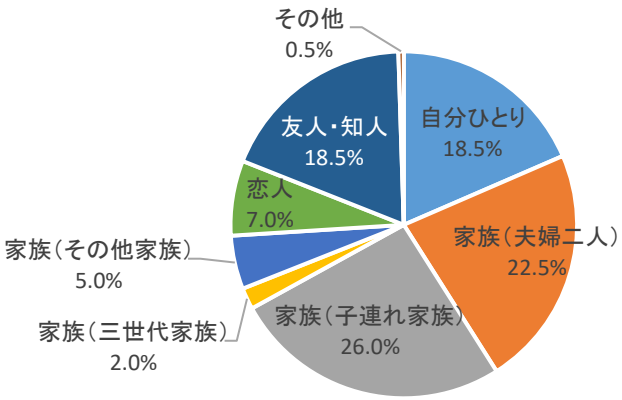
(n=200)

図-4　来訪時の行程

⑤ 直近で観光・レジャー目的で来訪した際の同行者

・来訪時の同行者は、「家族（子連れ家族）」と回答した割合が 26.0%と最も多く、次いで「家族（夫婦二人）」が 22.5%、「自分ひとり」と「友人・知人」が 18.5%と続く。

・家族との来訪が半数以上（55.5%）を占めている。



(n=200)

図-5　来訪時の同行者

【その他の回答】

ペット

⑥ 直近で観光・レジャー目的で来訪した際の移動手段

・移動手段は、「自家用車」と回答した割合が 61.5%と最も多く、次いで「鉄道」が 30.0%、「路線バス」が 7.0%と続く。

・年齢別では、20 代は、「自家用車」が他の年齢より 30%以上低く、「鉄道」が他の年齢と比べて 20%以上高い。20 代、30 代の若い世代は、公共交通の利用割合が高い。

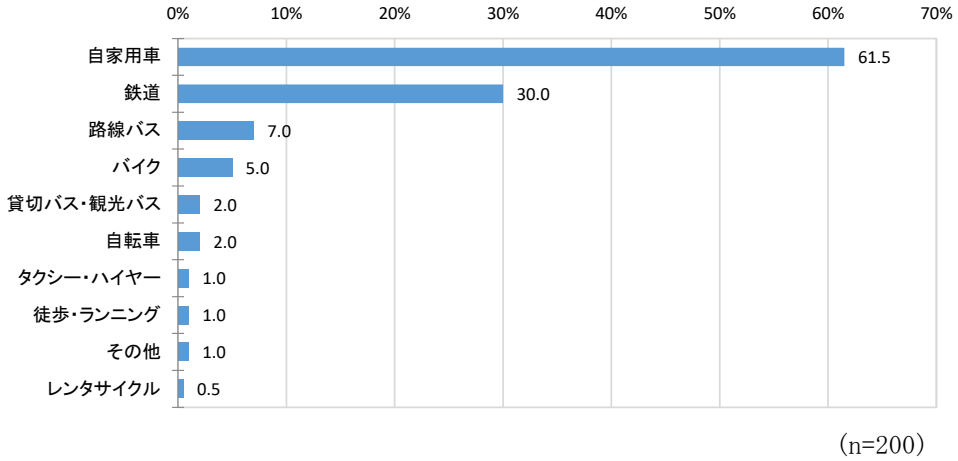


図-6(1)　あきる野市・檜原村・日の出町への移動手段

【その他の回答】

レンタカー

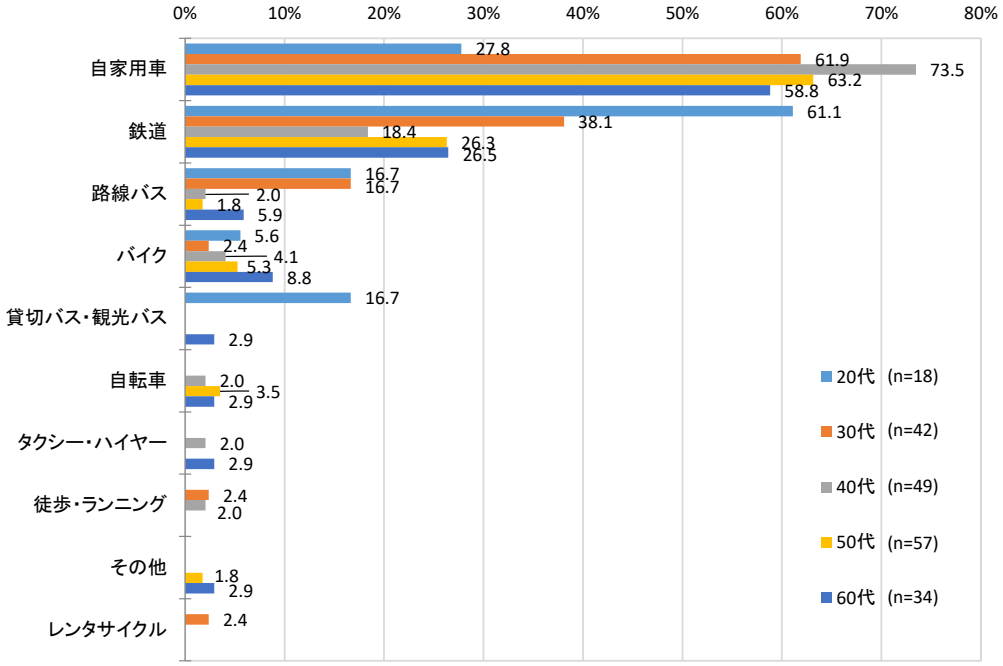
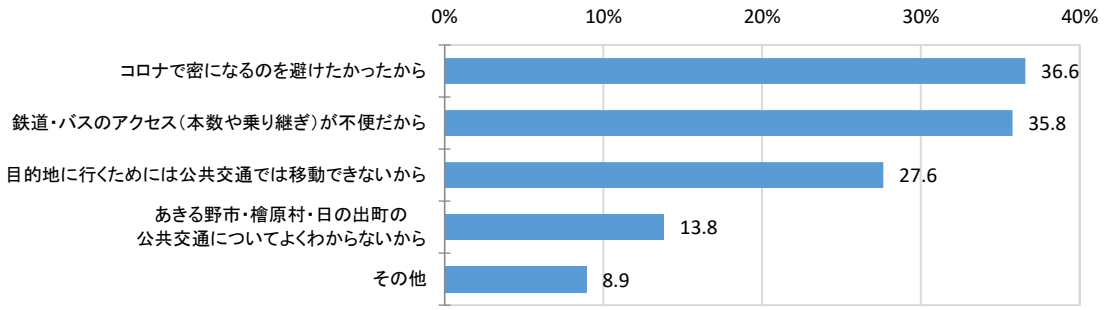


図-6(2)　年齢別のあきる野市・檜原村・日の出町への移動手段

⑦ 自家用車で来訪した理由

※⑥で自家用車を選択した回答者（123 サンプル）のみ回答

・自家用車を選択した理由は、コロナによる影響として、「コロナで密になるのを避けたかったから」が 36.6％と多かった。また、「鉄道・バスのアクセスが不便だから」（35.8％）、「目的地に行くためには公共交通では移動できないから」（27.6％）といった公共交通の不便さ・少なさから自家用車を選択した回答が全体の 63.4％いる。



(n=123)

図-7　自家用車を選択した理由

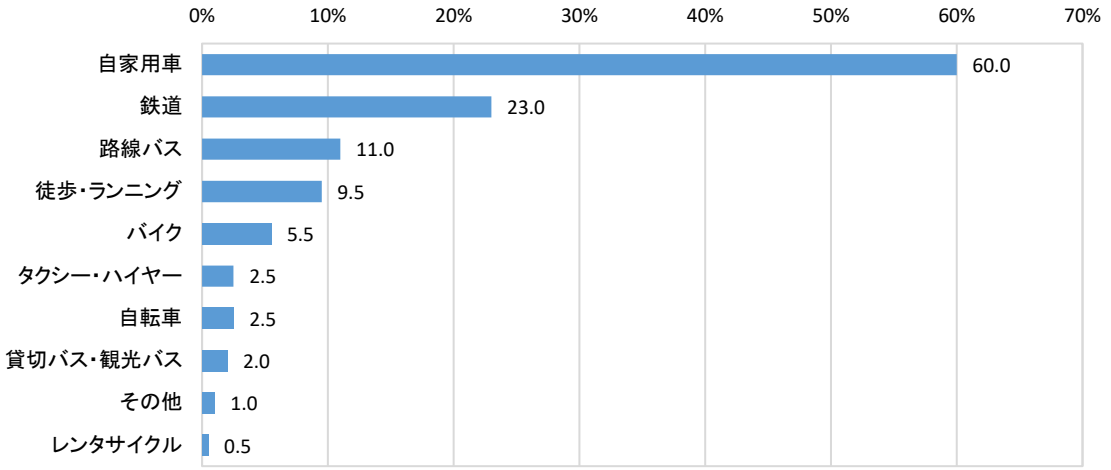
【その他の回答】

ペットが一緒、荷物が多い、ドライブが好き、車のほうが楽だから

⑧ 直近で観光・レジャー目的で来訪した際の地域内での移動手段

・あきる野市・檜原村・日の出町までの移動手段と同様に、「自家用車」と回答した割合が60.0%と最も多く、「鉄道」が 23.0%、「路線バス」が 11.0%、「徒歩」が 9.5%と続く。

・あきる野市・檜原村・日の出町まで「自家用車」以外で来訪した人の回答は、「鉄道」が57.1%、「路線バス」が 27.3%、「徒歩・ランニング」が 22.1%と続き、公共交通の利用割合が高い。

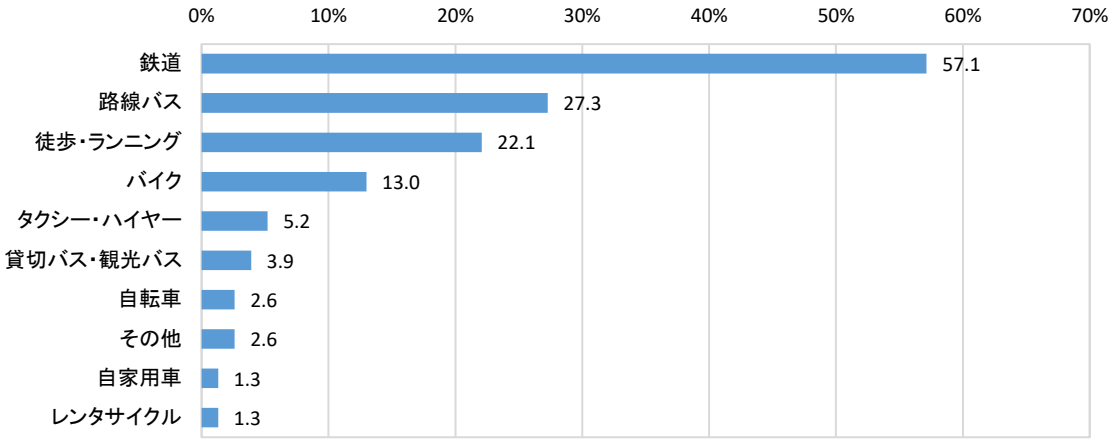


(n=200)

図-8(1)　あきる野市・檜原村・日の出町内での移動手段

【その他の回答】

レンタカー



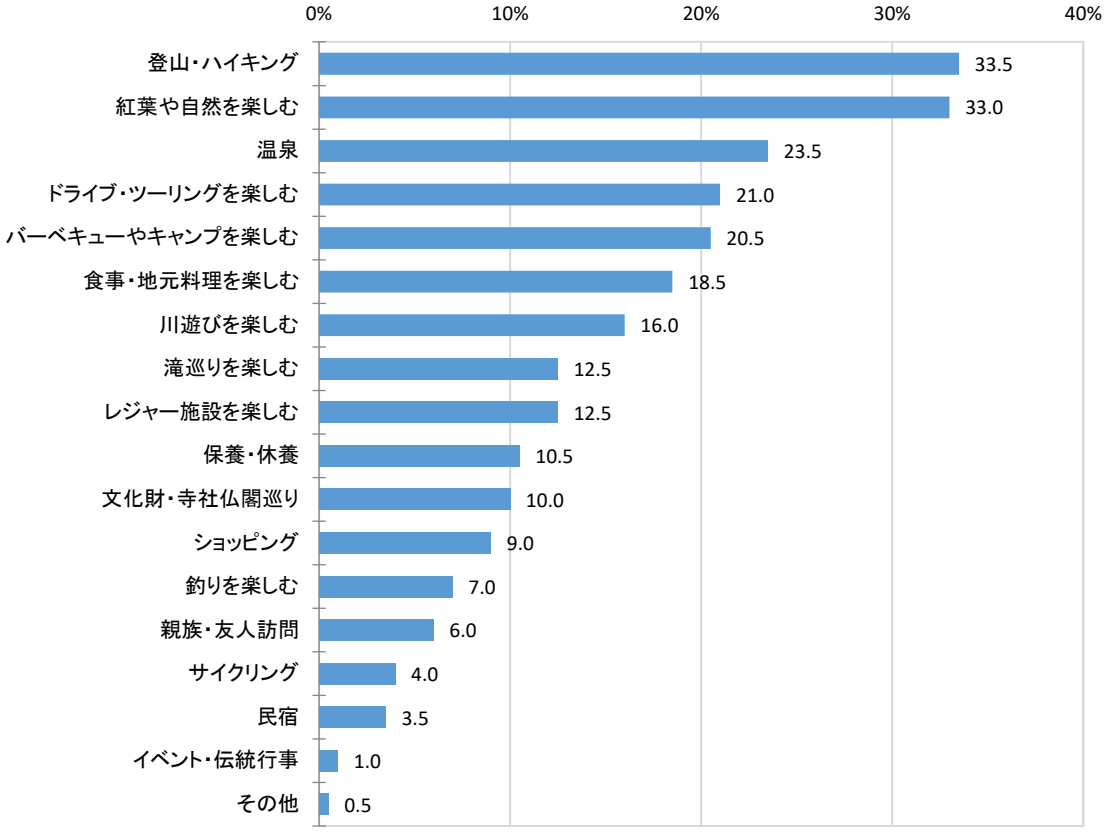
(n=77)

図-8(2)　あきる野市・檜原村・日の出町内での移動手段（「自家用車」で来訪以外）

⑨ これまでの来訪目的

・これまでの来訪目的は、「登山・ハイキング」と回答した割合が 33.5%と最も多く、次いで「紅葉や自然を楽しむ」33.0%、「温泉」が 23.5%、「ドライブ・ツーリングを楽しむ」が 21.0%、「バーベキューやキャンプを楽しむ」が 20.5%と続く。

・来訪回数別では、5 回以上来訪している回答者は、「登山・ハイキング」や「紅葉や自然を楽しむ」、「温泉」が高い傾向がある。



(n=200)

図-9(1)　来訪目的

【イベント・伝統行事の回答】

コンサート、滝行

【その他の回答】

墓参り

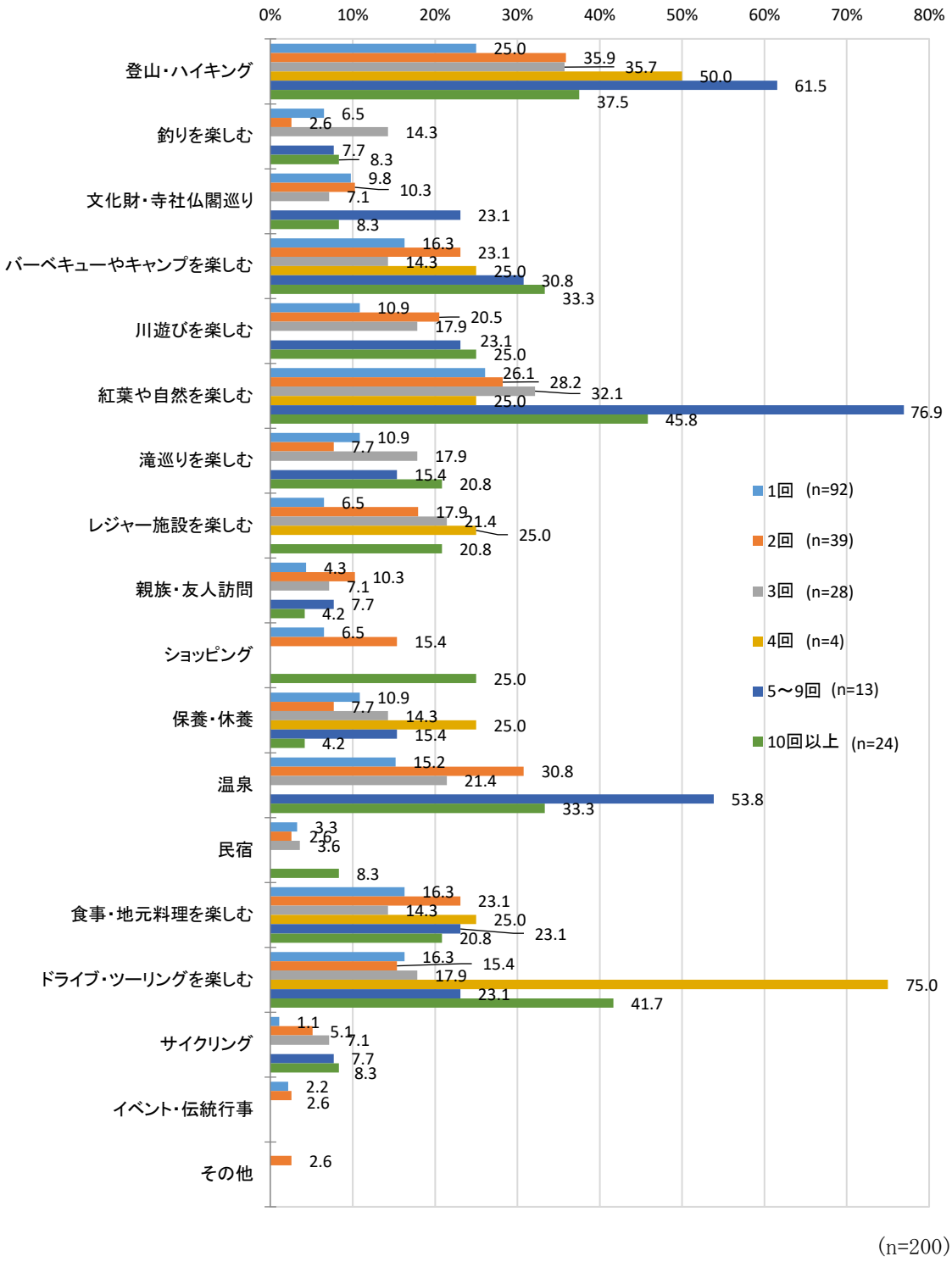
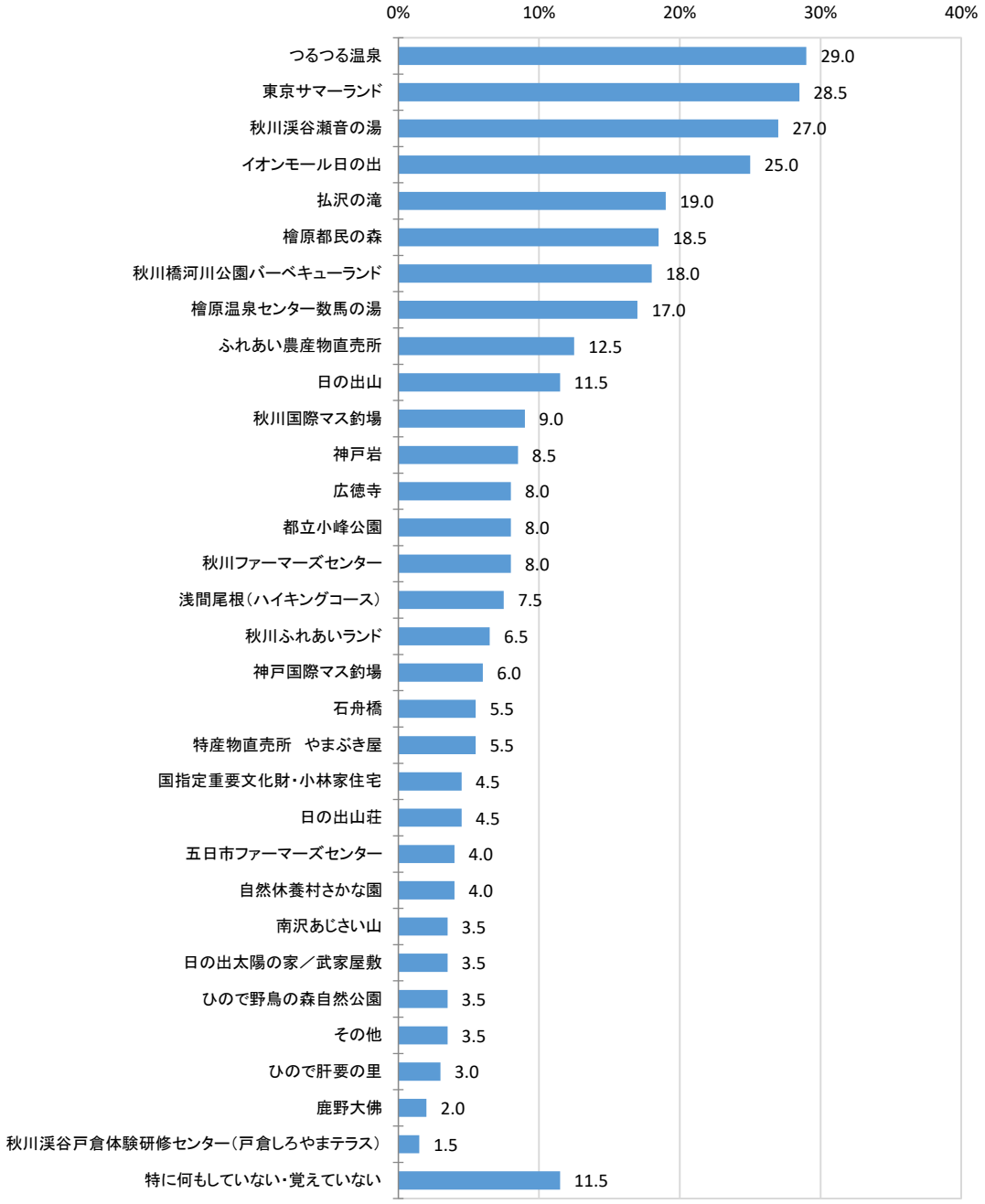


図-9(2)　来訪目的（訪問回数別に集計）

⑩ これまでに立ち寄ったことがある施設・体験等

・「つるつる温泉」と回答した割合が 29.0%と最も多く、次いで「東京サマーランド」が 28.5%、「秋川渓谷瀬音の湯」が 27.0%、「イオンモール日の出」が 25.0%と続く。

・温泉施設、大型のレジャー施設や商業施設が上位を占めており、次いで、来訪目的で多い自然・景観と続いている。



（n=200）

図-10　立寄り施設・体験

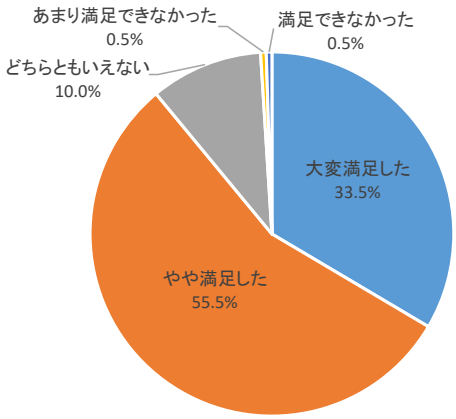
【その他の回答】

ふれあいグランピング、黒茶屋、秋川高校跡地、御岳山、河川敷

⑪ 観光の満足度

・あきる野市・檜原村・日の出町の観光の満足度は、「大変満足した」が 33.5%、「やや満足した」が 55.5%であり、満足したという回答の割合が 89.0%と約 9 割を占める。

・年齢別で比べると、20 代は「大変満足した」が 44.4%と最も高く、年齢が上がるにつれて「大変満足した」と回答している割合が下がる傾向にある。



(n=200)

図-11(1)　観光の満足度

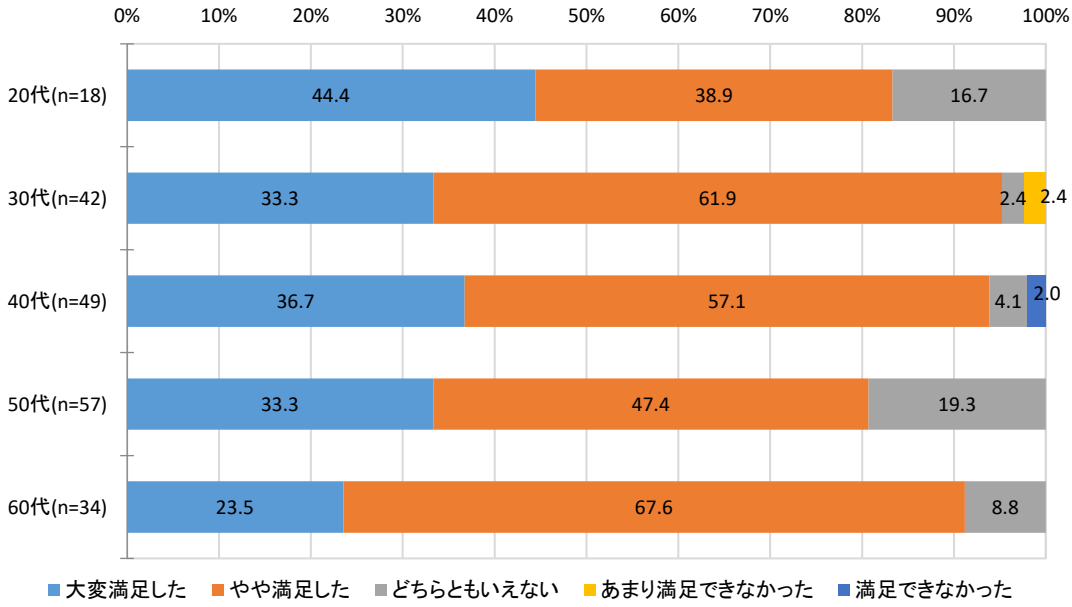


図-11(2)　年齢別の観光の満足度

⑫ 観光の満足度の具体的な理由（自由記述）

a．「大変満足した」と回答した理由

［自然］
・自然が豊かで綺麗
・景色が良い
・紅葉狩りを満喫できた
・キャンプや川遊びなどの自然を感じながら遊ぶことができる
［食事］
・檜原都民の森の蕎麦が美味しかった
・秋川渓谷ならではのものが食べられてよかった
［施設］
・バーベキューが楽しかった
・施設が綺麗でよかった
・温泉に入れてよかった
・コテージがあったので、仲のいい友人と楽しく過ごせた
［その他］
・地元の人が親切に道案内をしてくれた

b．「やや満足した」と回答した理由

［自然］
・木々の新緑が目の保養になった
・登山や滝めぐりなどが楽しめた
・風張林道の景色は絶景
［食事］
・瀬音の湯のランチが美味しかった
・ほうとうが美味しかった
［施設］
・サマーランドが楽しかったが、混んでいた
・つるつる温泉が良かった
［交通］
・自家用車以外にも、交通の便がもう少しよければいい
［買物］
・目的のものが買えた
・商店が少なかったので、思ったより買い物ができなかった
［その他］
・リフレッシュできた
・子供が満足そうだった

c．「どちらともいえない」と回答した理由

［買物］
・イオンモール日の出の映画館はよかったが、ショッピングとなると魅力的な店舗がない
・お店が少ない
［その他］
・思っていたよりも暑かった
・グランピングをしたが、とても寒かった
・街の魅力に欠ける
・あまり印象に残らなかった

d．「あまり満足できなかった」と回答した理由

・期待していたほど、満足できなかった

e．「満足できなかった」と回答した理由

・ロードバイクのレンタル業者の対応が悪かった
・工事現場が多かった

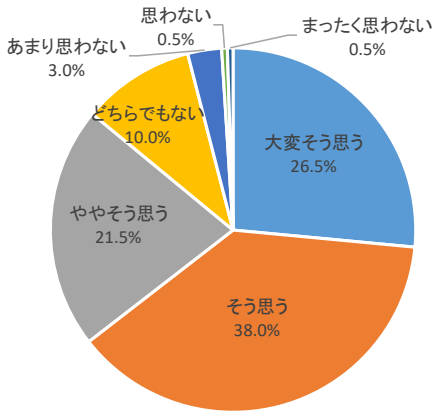
⑬ 来訪した際に不便を感じたこと（自由記述）

［交通］
・電車・バスの本数が少ない
・道が狭く、渋滞しやすい
・駐車場の案内があるといい
・車がないと不便
［施設］
・トイレが少ない
・宿泊施設が少ない
・コンビニがあるといい
［食事］
・飲食できる場所が少ない
［その他］
・観光スポットがよくわからないので、案内を増やしてほしい
・山の情報が更新されてなく、ルート変更せざるを得なかった
・田舎過ぎて不便だった

⑭ 観光・レジャー目的で再訪意向

・再訪意向は、「そう思う」と回答した割合が 38.0%と最も多く、次いで「大変そう思う」が 26.5%、「ややそう思う」が 21.5%と続き、回答者の 8 割以上が再訪を検討すると回答した。

・年齢別では、年齢が高くなるほど、再訪意向が高くなる傾向がある。20 代と 60 代では、16.3 ポイントの差がある。



(n=200)

図-12(1)　再訪意向

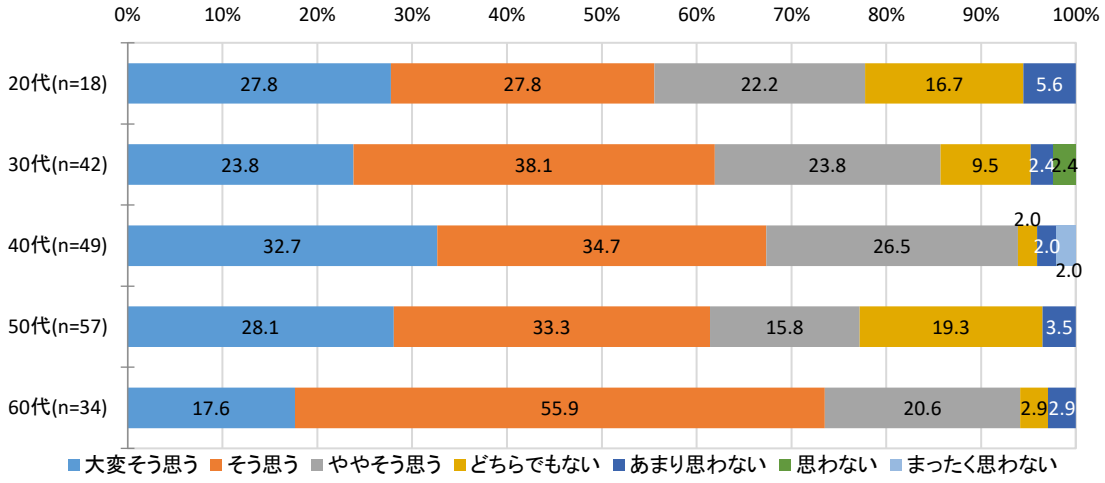
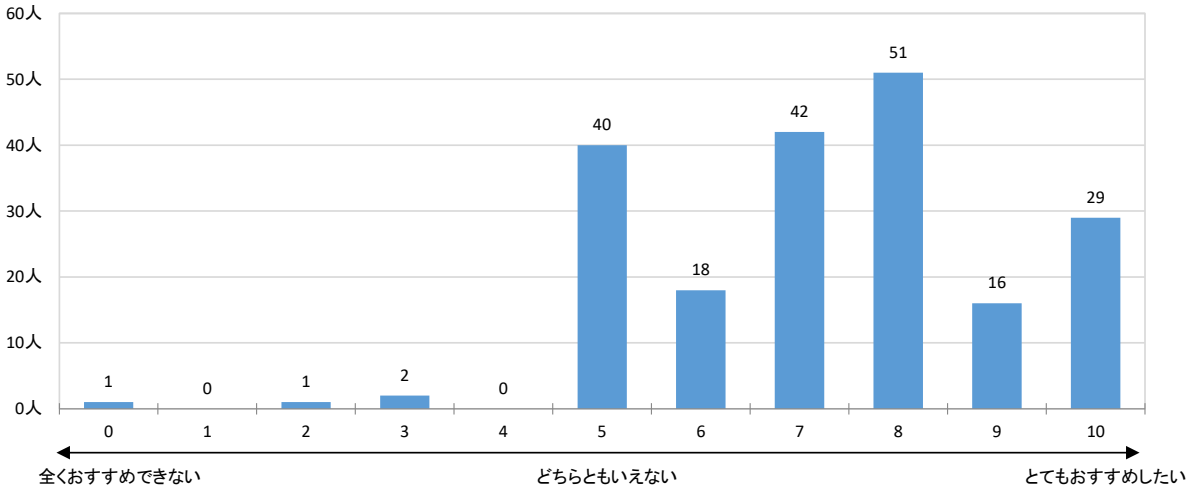


図-12(2)　年齢別の再訪意向

⑮ 他人への来訪のおすすめ度

※「0：全くおすすめできない」、「10：とてもおすすめしたい」として 11 段階で評価

・他人へのおすすめ度は、おすすめ度を「7」以上と回答した割合がと回答した割合が約 7 割（69.0%）を占めている。（おすすめ度の平均値は、7.3 ポイント）



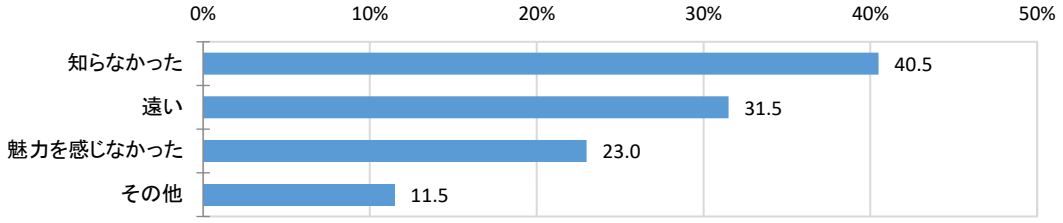
（n=200）

図-13　来訪のおすすめ度

⑯ 観光・レジャー目的で来訪したことがない理由

※秋川渓谷への来訪経験がない回答者（200 サンプル）のみ回答

・「知らなかった」と回答した割合が 40.5%と最も多く、次いで「遠い」が 31.5%、「魅力を感じなかった」23.0%、「その他」が 11.5%であった。



(n=200)

図-14　来訪経験がない理由

【その他の回答】

レジャーに興味がない、メジャーな観光地に行ってしまう、何があるのかわからない、車がないから、機会がない、ペットがいるから、コロナ禍なので

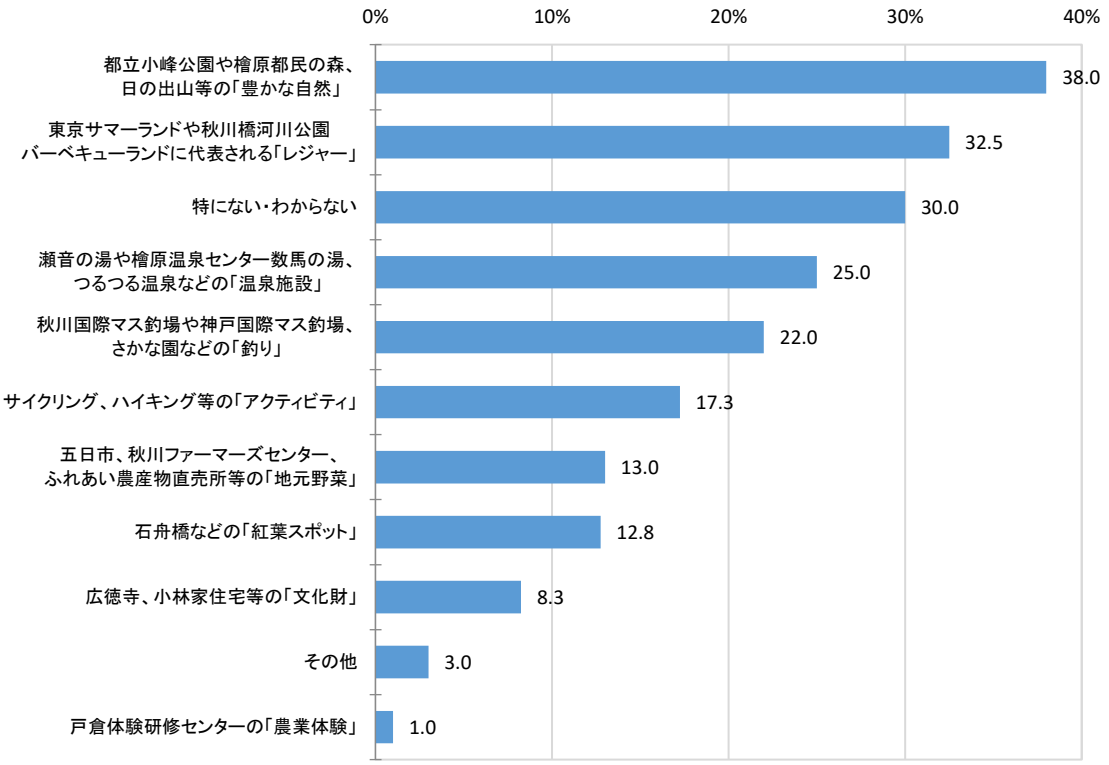
(3) ３市町村の観光資源の認識や観光地としての印象

① あきる野市・檜原村・日の出町の印象

・3 市町村の印象は、「豊かな自然」と回答した割合が 38.0%と最も多く、次いで「レジャー」が 32.5%、「温泉施設」が 25.0%、「釣り」が 22.0%と続く。

・一方で、「特にない・わからない」という回答が 30.0%あった。

・来訪経験別では、来訪経験者は「豊かな自然」と回答した割合が 53.5%と最も多い。来訪未経験者は「特にない・わからない」と回答した割合が 47.0%と最も多いが、「レジャー」（27.0%）、「豊かな自然」（22.5%）の印象を持つ割合がやや多い。



(n=400)

図-15(1)　あきる野市・檜原村・日の出町の印象

【その他の回答】

中曽根元首相の別荘、レーガン大統領訪問(ロン・ヤス会談)、西八王子に近い、イオンモール

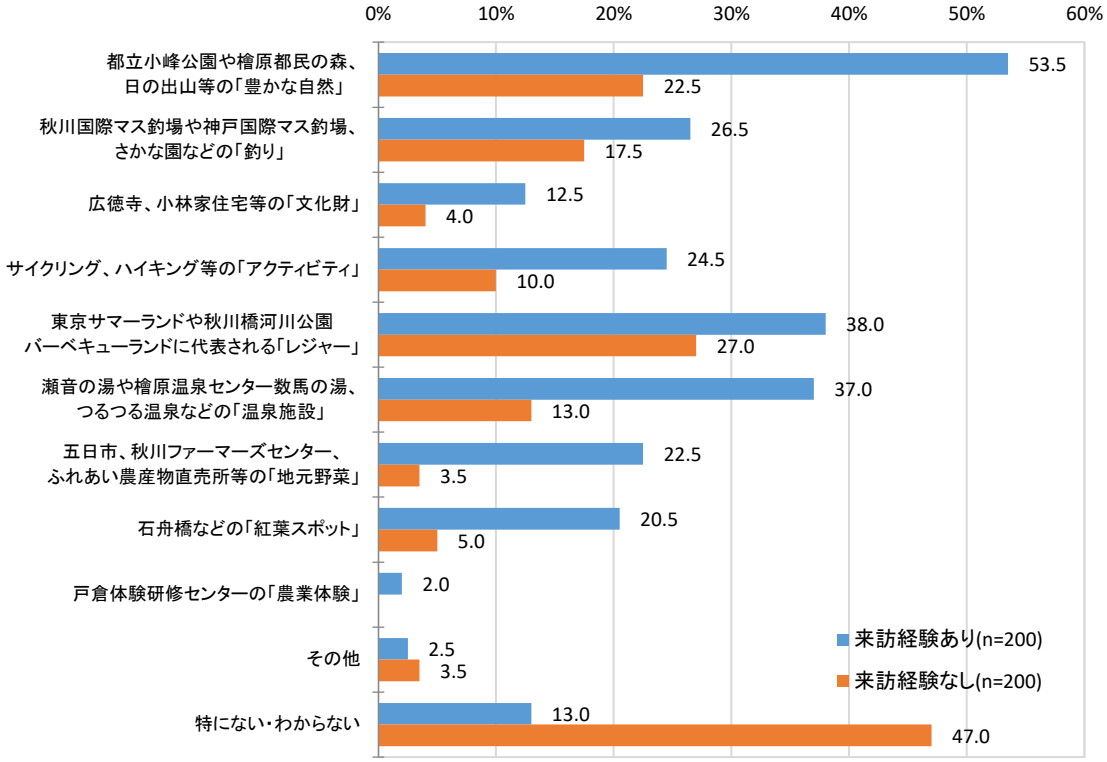


図-15(2)　来訪経験別のあきる野市・檜原村・日の出町の印象

② 観光資源の認知度

・「東京サマーランド」の認知度は約 9 割（86.5%）と非常に高い。3 市町への来訪未経験者の中でも認知度が 8 割（80.5%）を超えており、認知度の高さが確認できる。

・その他の施設の認知度は半数以下となり、「秋川国際マス釣場」が 42.0%、「秋川橋河川公園バーベキューランド」が 38.3%、「秋川渓谷瀬音の湯」が 37.0%と続く。

・あきる野市内の観光資源が上位に挙がっているが、来訪未経験者に絞ると、「東京サマーランド」以外の認知度は 3 割未満となっている。

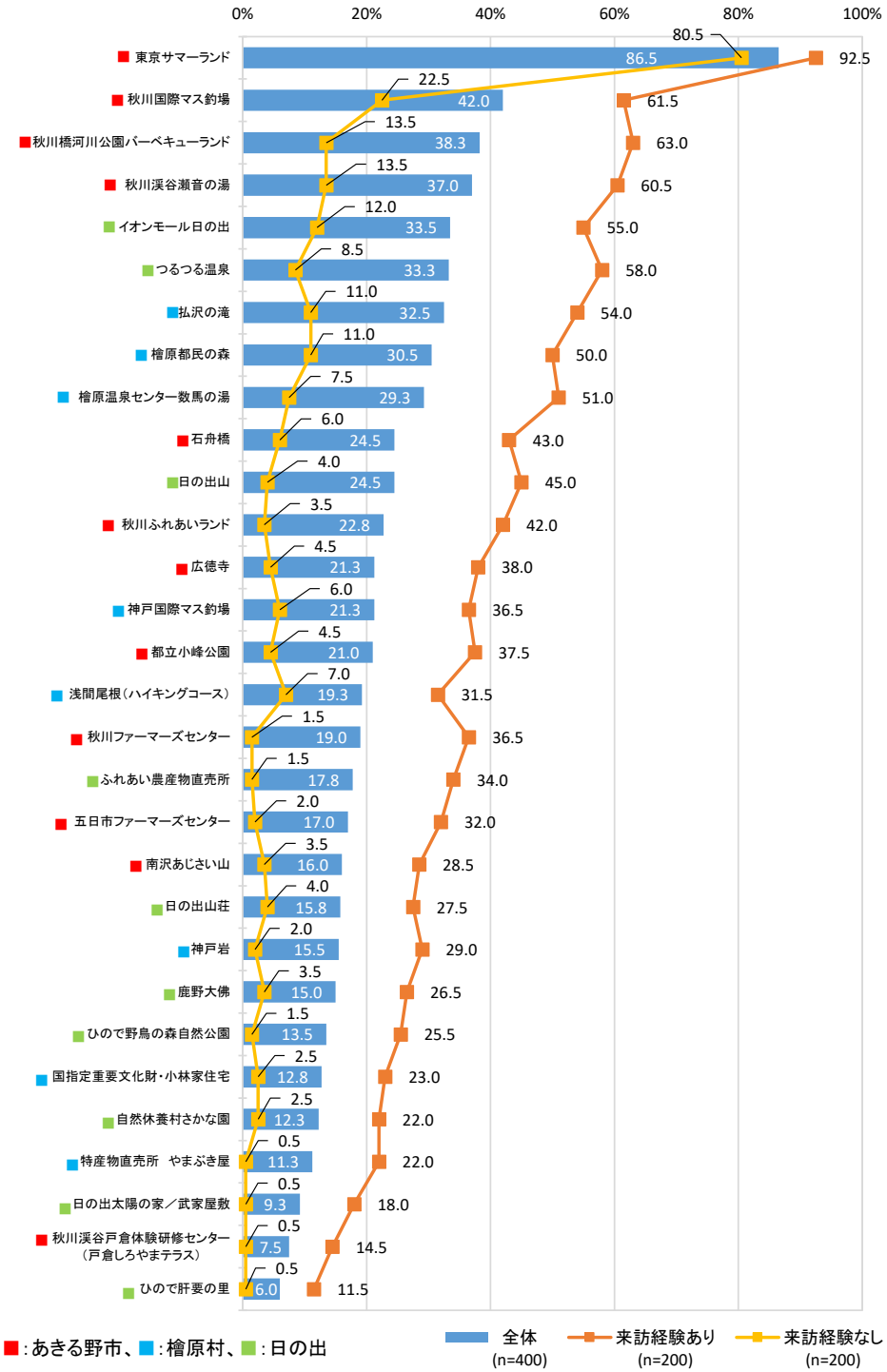
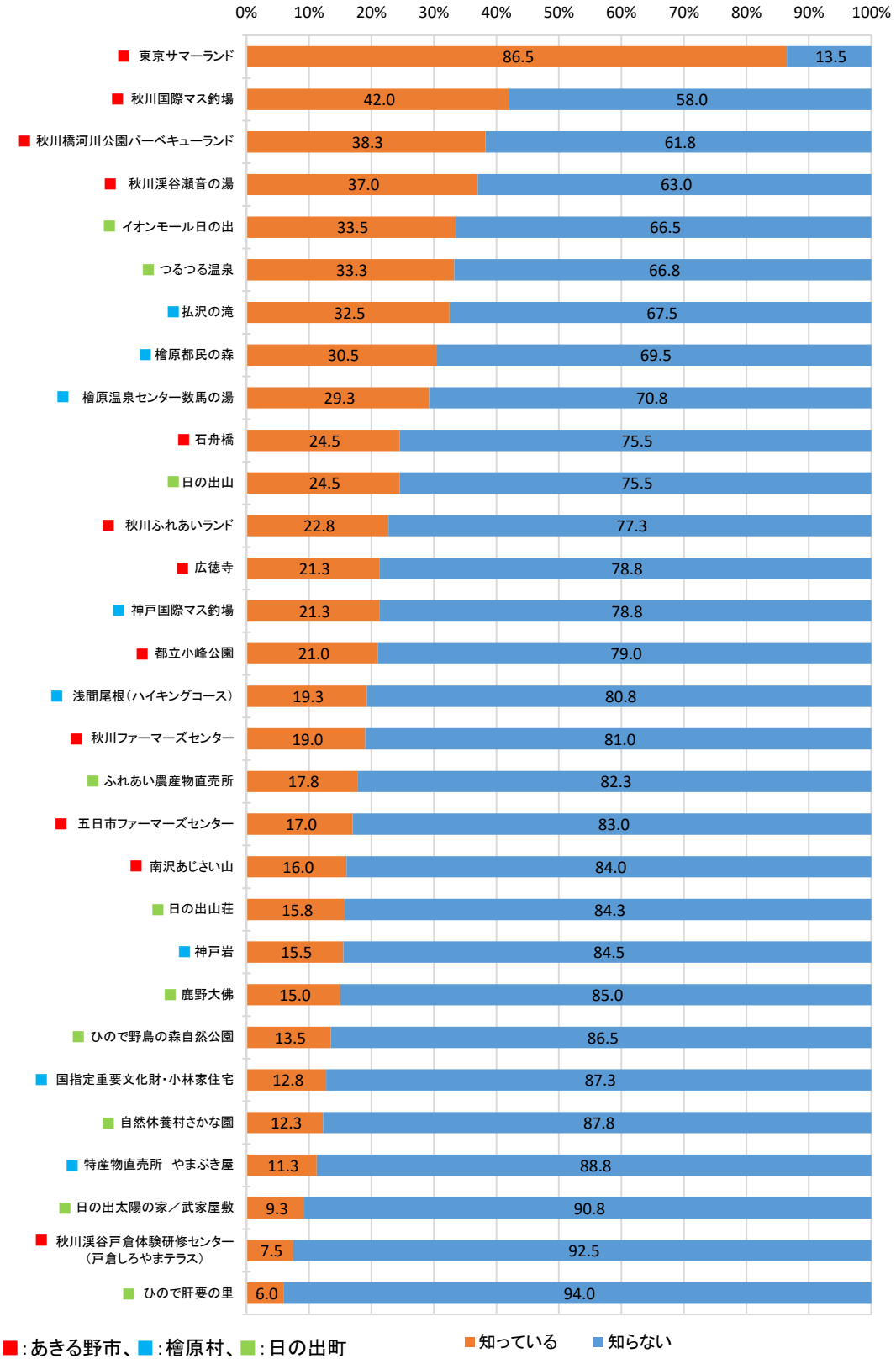
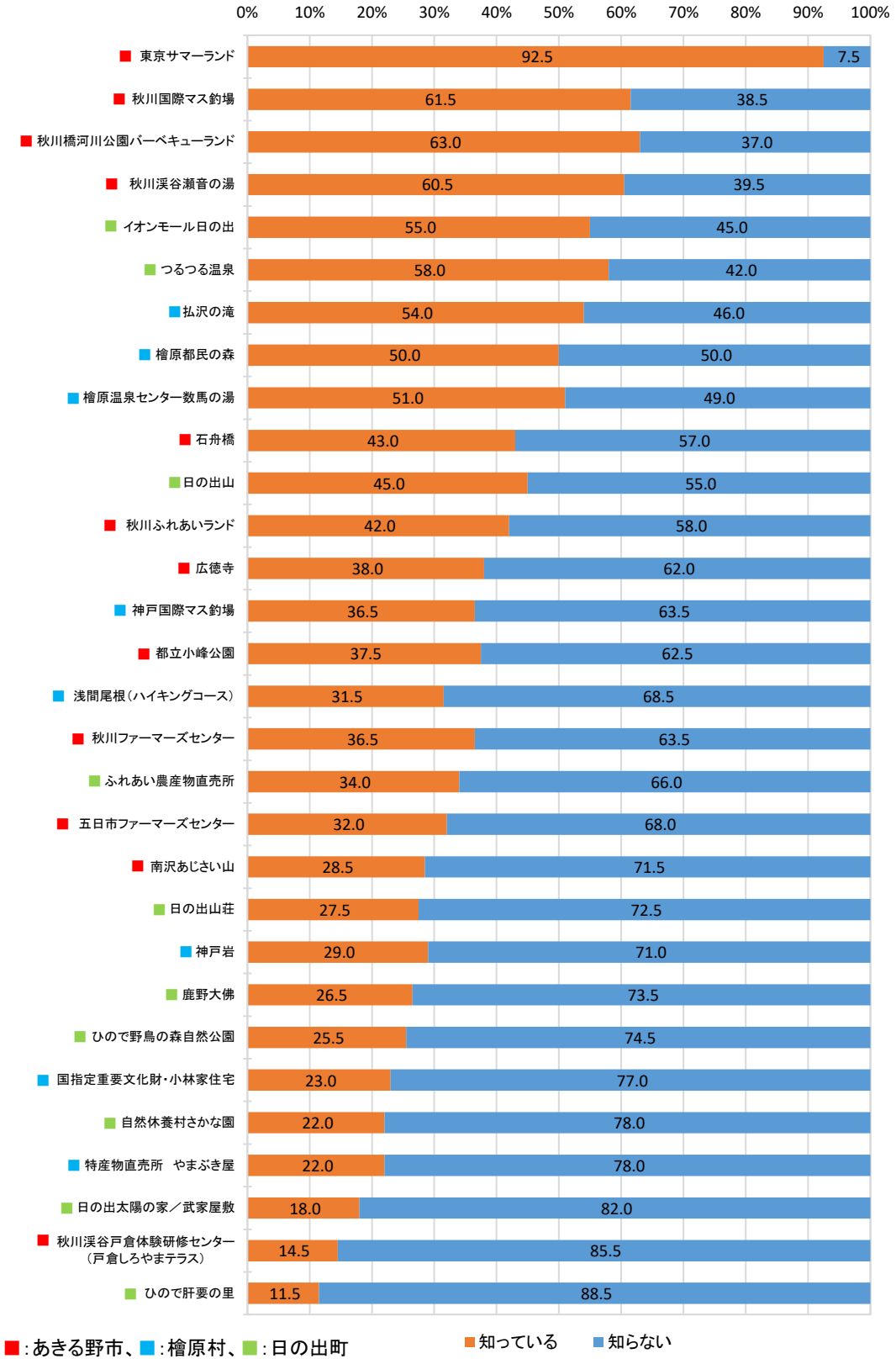


図-16(1)　観光資源の認知度



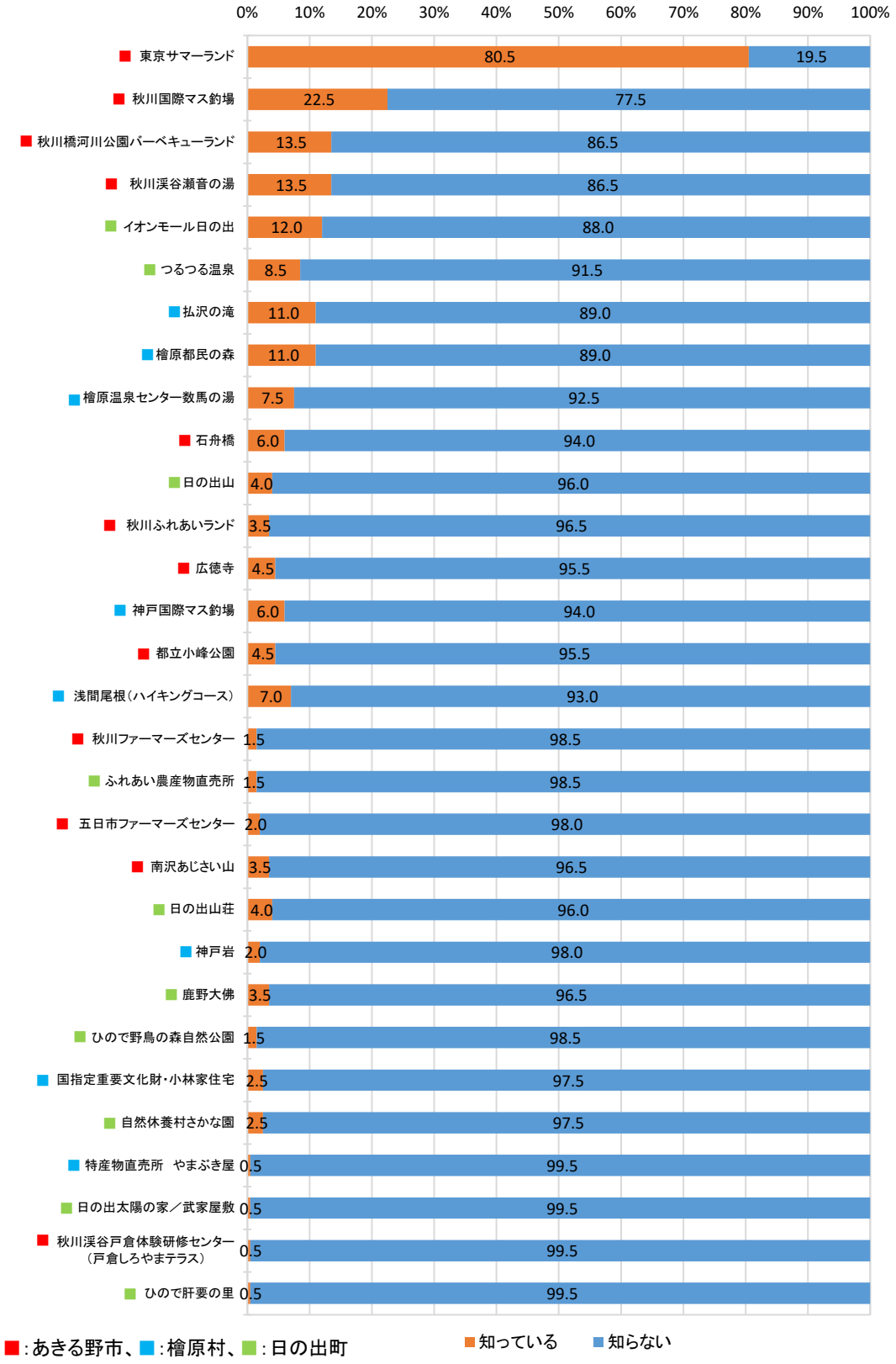
（n=400）

図-16(2)　観光資源の認知度（全体）



（n=200）

図-16(3)　観光資源の認知度（来訪経験あり）



(n=200)

図-16(4)　観光資源の認知度（来訪経験なし）

③ 観光資源の魅力度

・魅力度は、「秋川渓谷瀬音の湯（69.5%）」、「払沢の滝（64.0%）」、「つるつる温泉（63.0%）」、「檜原温泉センター数馬の湯（62.3%）」、「石舟橋（60.5%）」が上位に挙がっており、温泉施設や自然・景観資源への期待が高い。

・来訪経験別にみると、評価が高い施設に大きな差はないが、来訪経験者の方は魅力度の評価が高い傾向にある。

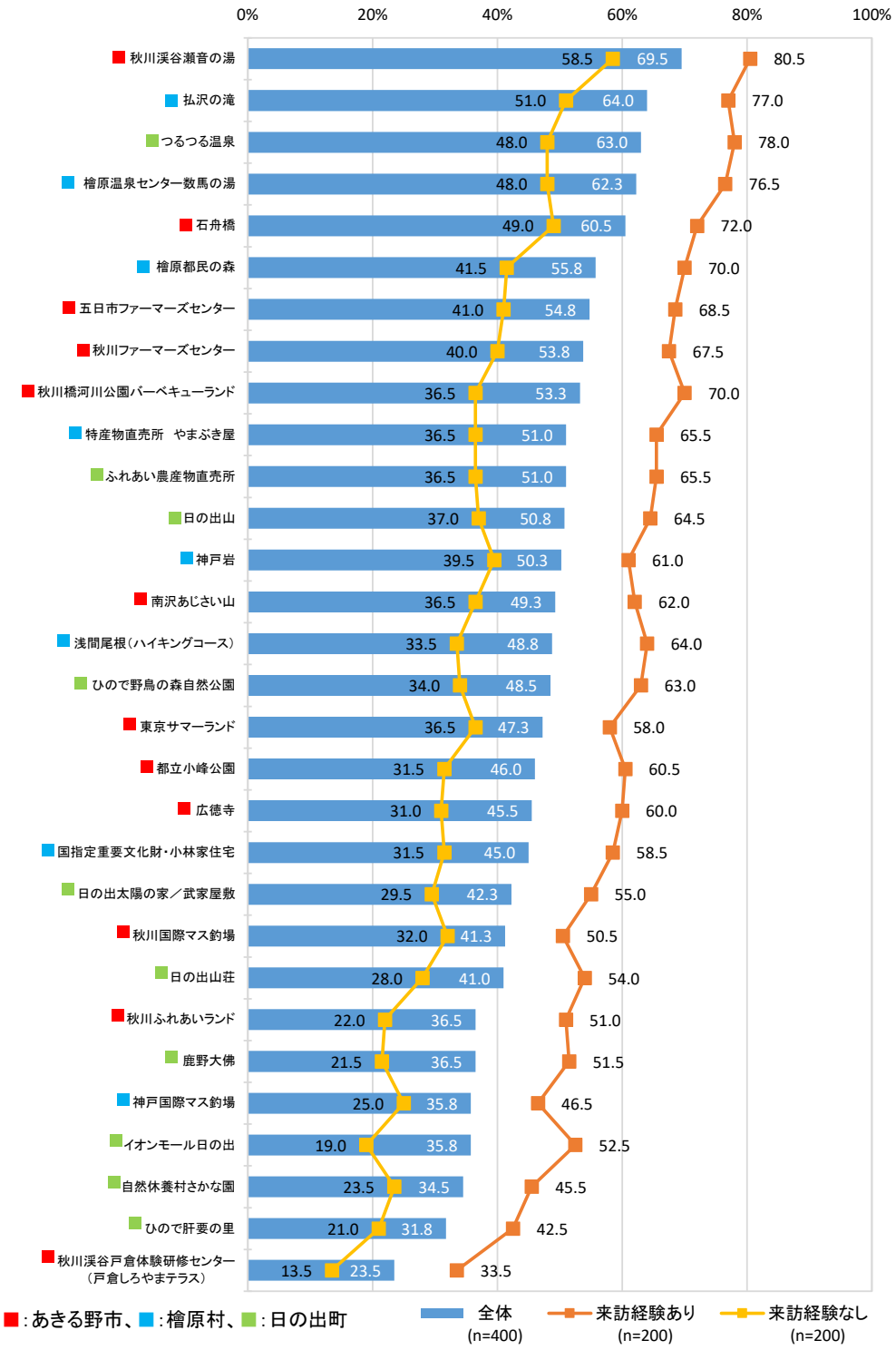
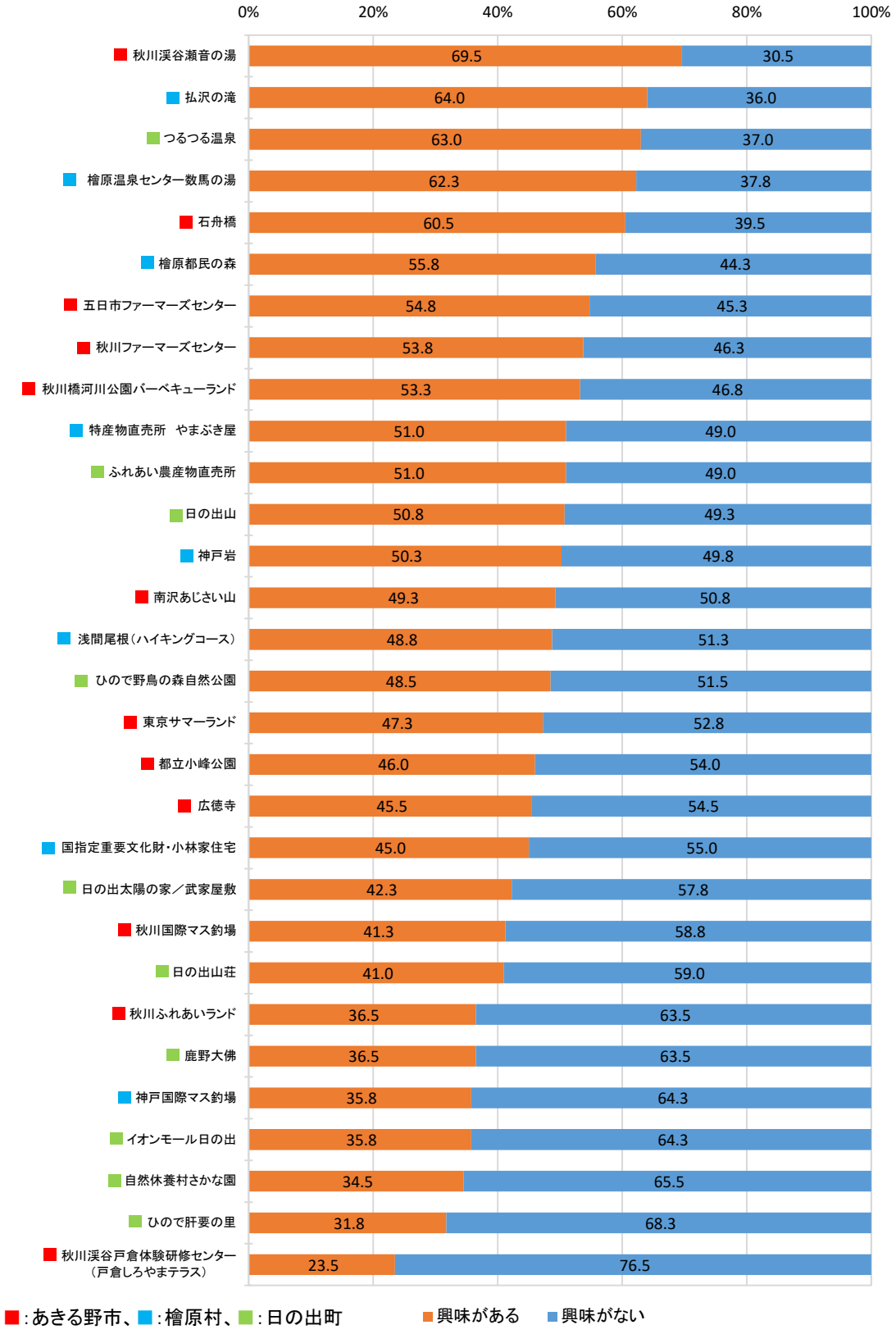
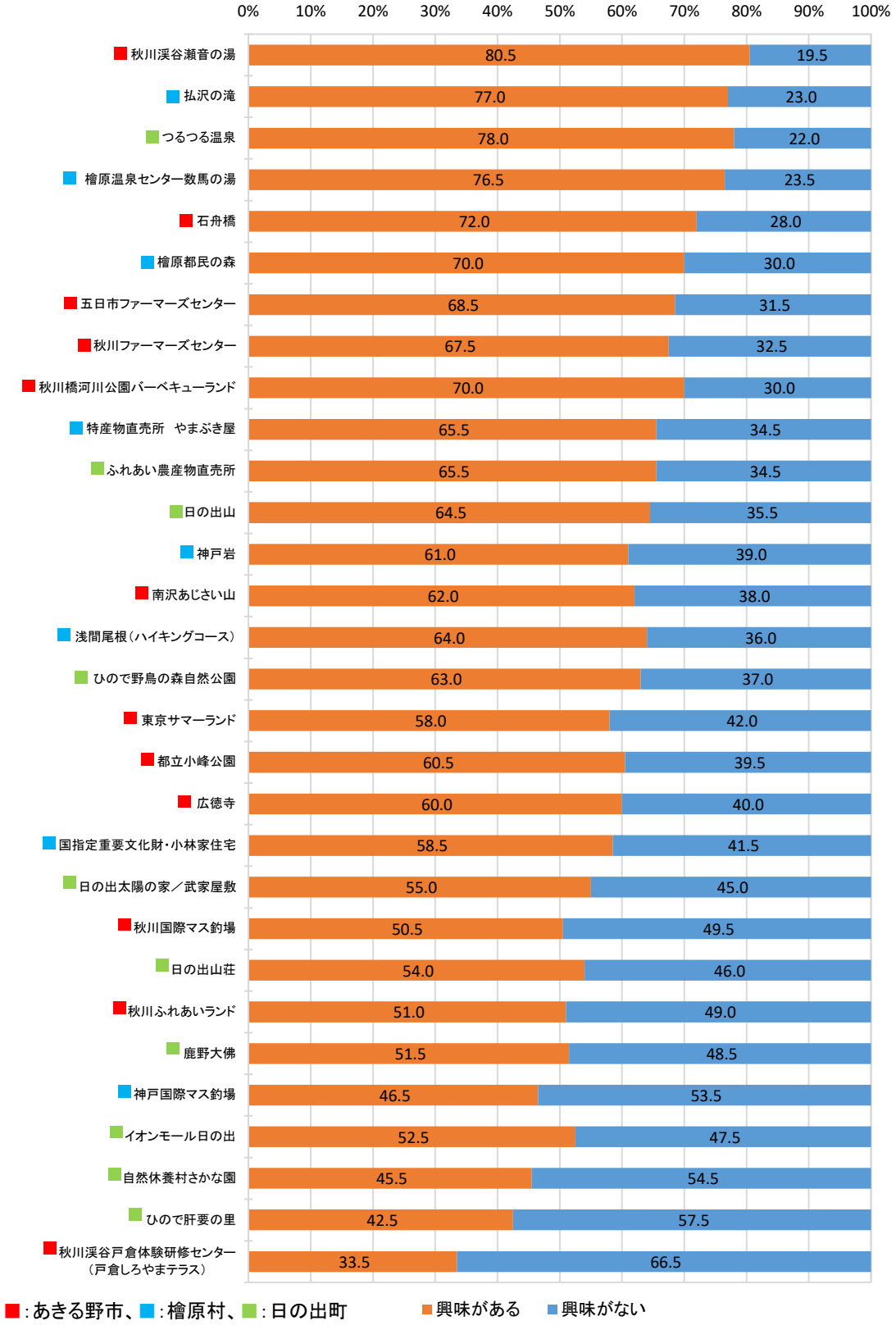


図-17(1)　観光資源の魅力度



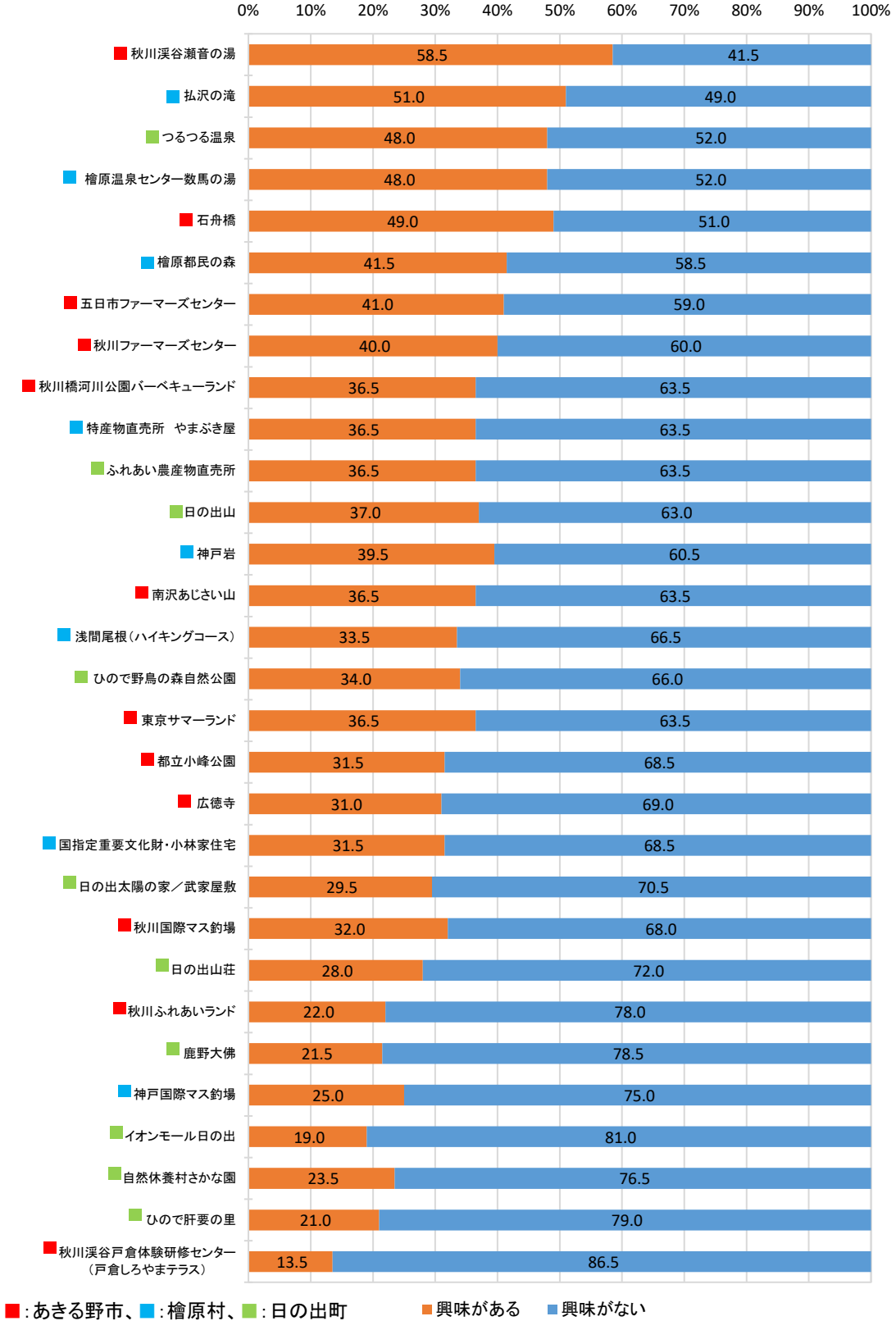
（n=400）

図-17(2)　観光資源の魅力度（全体）



（n=200）

図-17(3)　観光資源の魅力度（来訪経験あり）



(n=200)

図-17(4)　観光資源の魅力度（来訪経験なし）

④ 観光資源の認知度と魅力度

・観光資源の認知度と魅力度を見ると、「東京サマーランド」は認知度・魅力度ともに高く、現在の秋川渓谷の主要な観光資源のひとつと捉えることができる。

・「秋川渓谷瀬音の湯」、「払沢の滝」、「つるつる温泉」、「檜原温泉センター数馬の湯」、「石舟橋」などは、認知度はそれほど高くないが、魅力度は一定程度あることから、今後の活用や情報発信によって集客が期待できる観光資源だと考えられる。

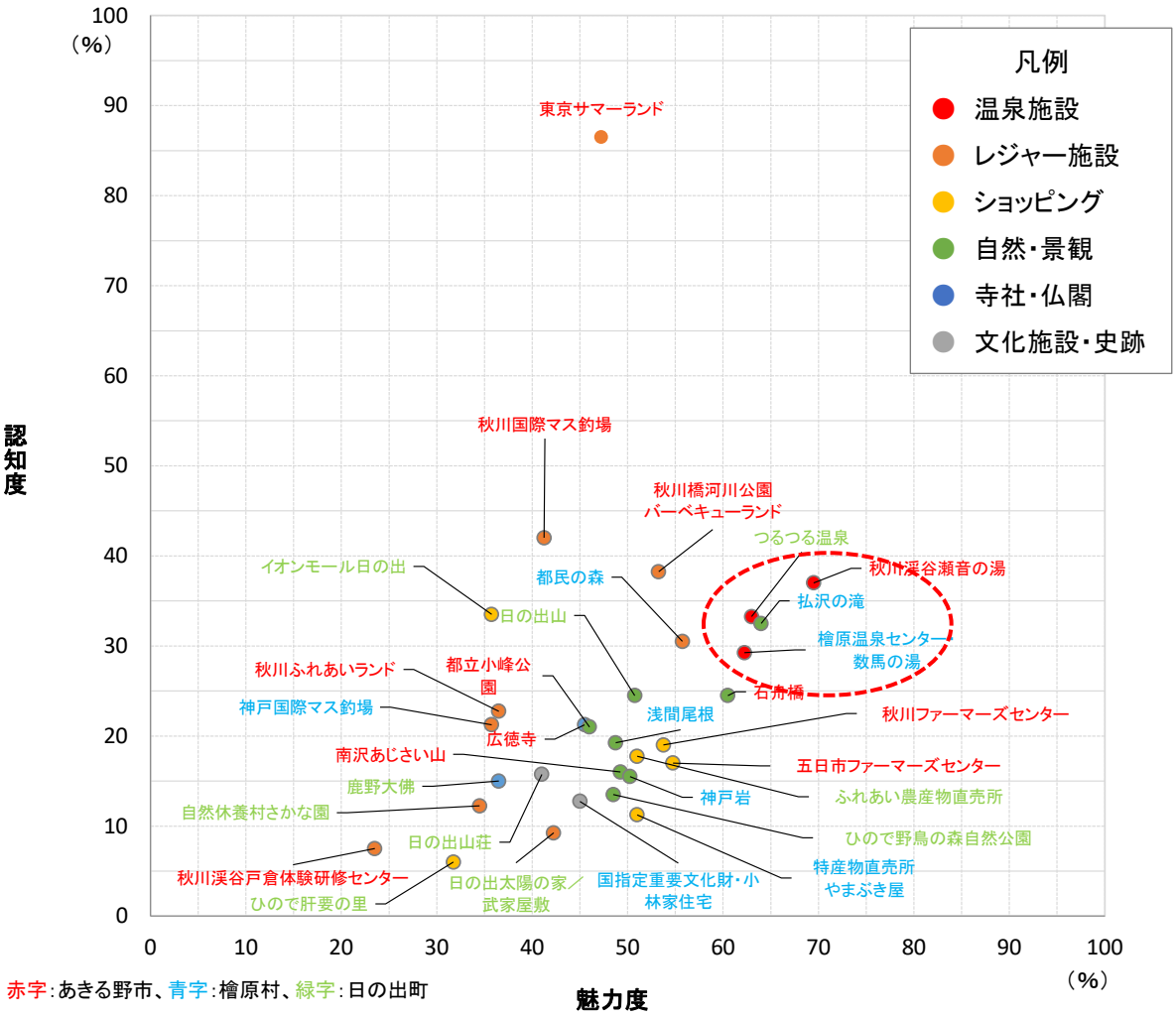


図-18　観光資源の認知度と興味度

⑤ 来訪したいと思える観光商品

・秋川渓谷に求めることは、「山や森、紅葉など自然を活かした観光商品」と回答した割合が 61.0%と最も多く、「温泉を活かした観光商品」が 58.5%と続く。

・「地元農作物や農業体験など農業を活かした観光商品」を求める回答が 34.8%とやや高く、地域内のファーマーズセンターや農作物直売所も今後の活用による集客が期待できる施設であると考えられる。

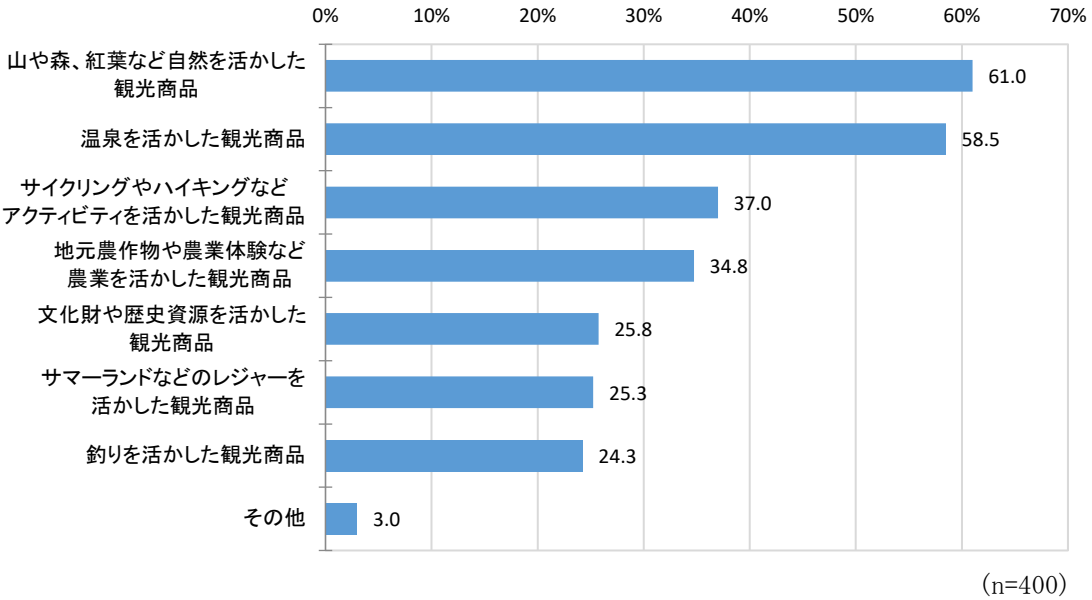


図-19(1)　期待する観光商品

【その他の回答】

ファミリー向け観光商品、工芸品などを自分で作れる体験型商品、野鳥観察に必要な装備のレンタル

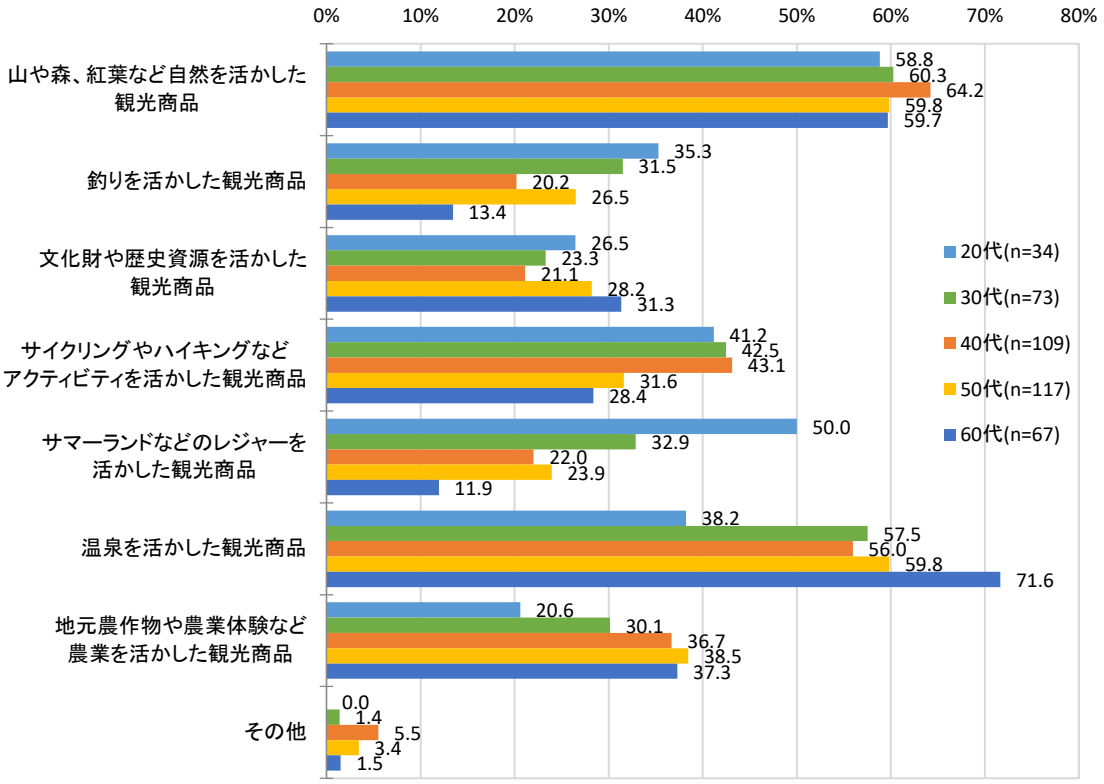


図-19(2)　年齢別の期待する観光商品

⑥ 観光の課題

・観光の課題は、「交通機関・移動手段の充実」と回答した割合が 46.0%と最も多く、次いで「宿泊施設の充実」が 30.0%、「道路や駐車場の整備」が 29.5%、「HP やメディア等を活用した情報発信の拡充」が 25.3%と続く。

・移動手段や宿泊施設等のハード面の整備を課題として挙げる回答が多い中で、それに続く課題として、情報発信の不足が指摘されている。

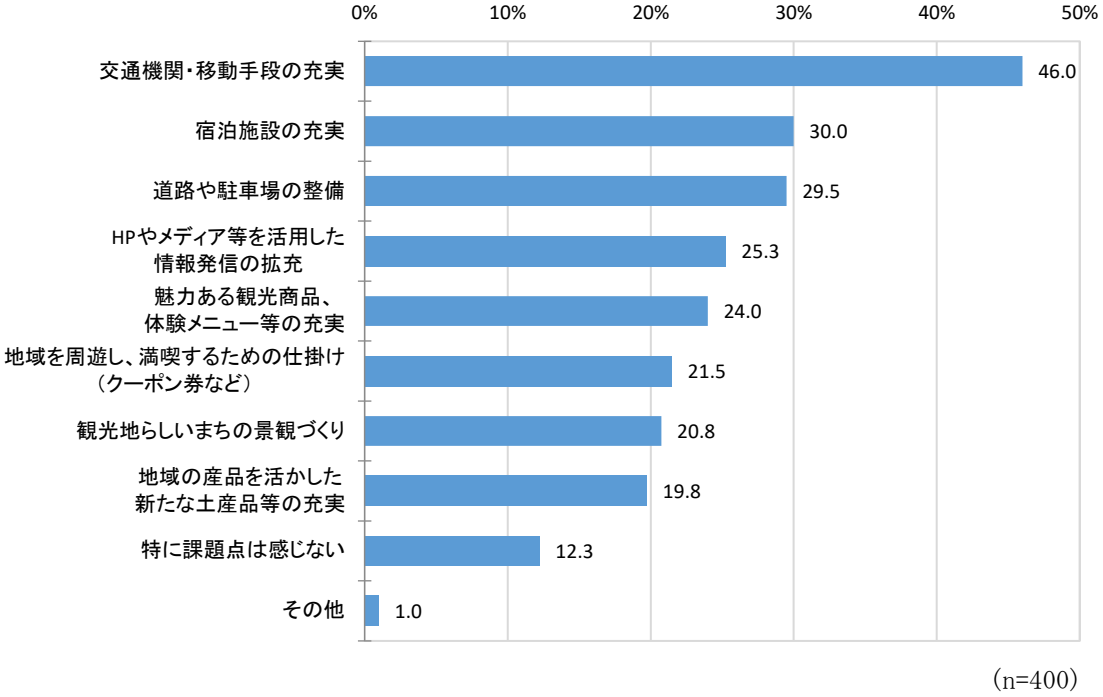


図-20　観光の課題

【その他の回答】

キャンプ場

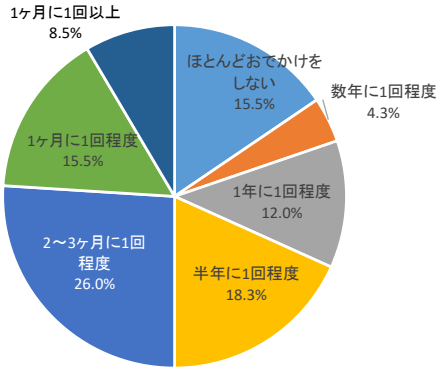
⑦ あきる野市・檜原村・日の出町の観光全般に関する意見・感想等（自由記述）

［自然］
・魅力的な自然を維持してほしい
・自然を生かした観光地づくりをしてもらいたい
［施設］
・豊かな自然を生かしたレジャー施設を作ってほしい
・キャンプ場・バーベキュー場・宿泊施設を増やしてほしい
・駅周辺に飲食店やコンビニ、土産店等があれば、電車の待ち時間を有効に使える
・バーベキュー場の予約システムや混雑状況がわかるシステムがあるとよい
［交通］
・道がデコボコで走りにくい
・車がないと行きづらいイメージがあり、旅行の候補地になりにくい
・公共交通で移動すると時間が限られるため、行くのを諦めてしまう場所が多い
・車の渋滞が緩和されるとよい
・バスで周遊できるコースがあったらよい
・無料駐車場があるとよい
［買物］
・地元産の野菜を使った漬物がほしい
・地元を代表するようなお土産で、おいしいスイーツがあるとよい
［情報発信］
・知名度が低い
・魅力的な観光スポットがあるのに、情報の発信が少ない
・広告にタレントを起用し、メディアを使ってアピールするとよい
・全国的に知られるようなアピールポイントがあるとよい
・ネットで話題になるような、特産品・名産品を作るとよい
・公共交通を使ったモデルコースがあるとよい
［その他］
・アウトドアブランドとコラボした企画などがあると魅力的
・ファミリープラン、女子旅プラン、貸し切りタクシーのプランなど、様々なプランやモデルコースがあるとよい
・サイクリスト向けのイベントや、他にもいろんなイベントを行ってほしい
・クーポンや割引などの特典があるとよい
・興味を持てない

(4) 普段のおでかけ

① 観光目的でのおでかけ頻度

・観光目的のおでかけ頻度は、「2～3 ヶ月に 1 回程度」と回答した割合が 26.0%と最も多く、次いで「半年に 1 回程度」が 18.3%、「ほとんどおでかけをしない」が 15.5%、「1 ヶ月に 1 回程度」が 15.5%と続き、年に数回、観光を目的としたおでかけをする人が多い。



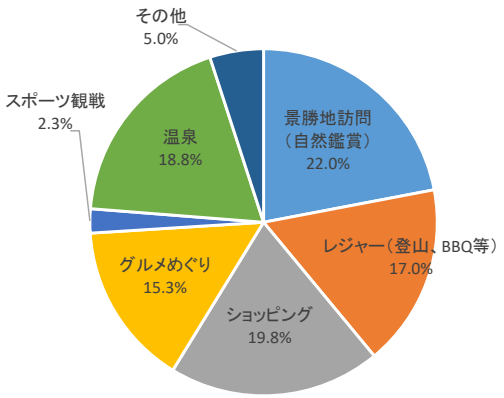
(n=400)

図-21　おでかけの頻度

② 普段のおでかけの主なテーマ

・普段のおでかけのテーマは、回答が分散しているが、「景勝地訪問（自然鑑賞）」が22.0%、「ショッピング」が19.8%、「温泉」が18.8%となっている。

・来訪経験別では、来訪経験者は「レジャー（登山、BBQ 等）」を主なテーマとしている割合が高い傾向にあり、一方で、来訪未経験者は「ショッピング」を主なテーマとしている割合が高い。



(n=400)

図-22(1)　おでかけの主なテーマ

【その他の回答】

城跡巡り、神社仏閣参詣、博物館、美術館、動物園、観劇、ゴルフ、リフレッシュ、特に決めてない

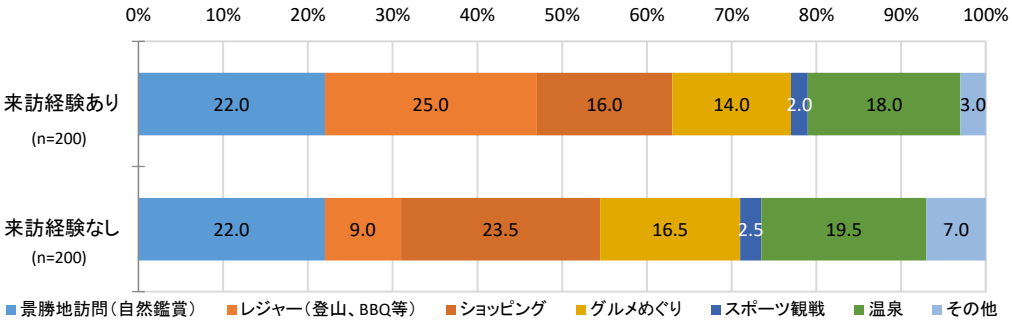
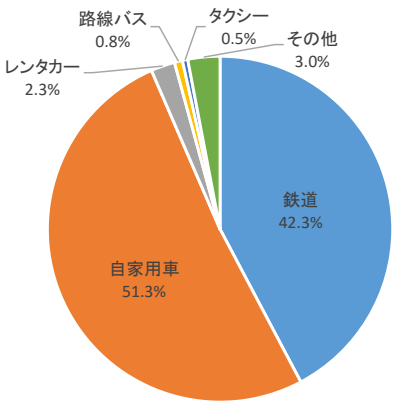


図-22(2)　来訪経験別のおでかけの主なテーマ

③ 普段のおでかけの主な交通手段

・交通手段は、「自家用車」と回答した割合が 51.3%と 5 割を占め、「鉄道」が 42.3%と続く。

・来訪経験別では、来訪未経験者は、普段「鉄道」を主に利用しておでかけをしている割合が高い傾向にある。



(n=400)

図-23(1)　おでかけ時の主な交通手段

【その他の回答】

バイク、シェアカー、飛行機、決めていない、コロナ禍なので外出していない

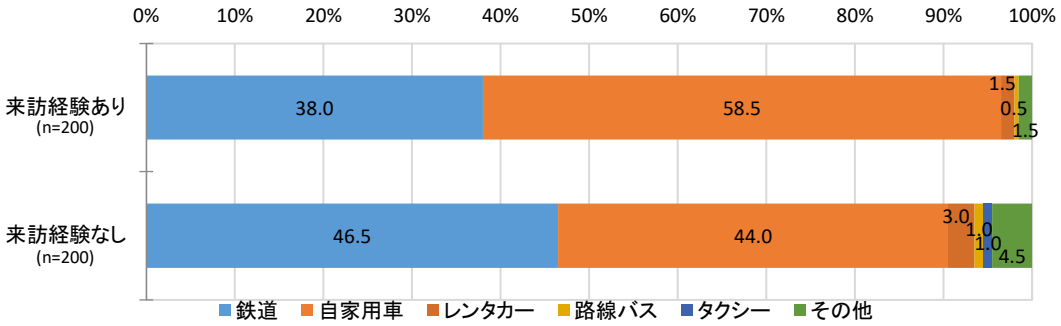


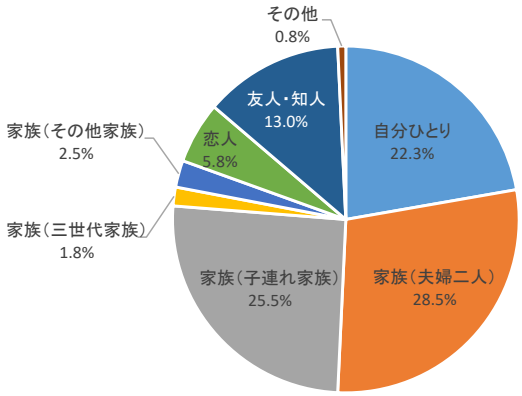
図-23(2)　おでかけ時の主な交通手段

④ 普段のおでかけの主な同行者

・同行者は、「家族（夫婦二人）」と回答した割合が 28.5%と最も多く、次いで「家族（子連れ家族）」が 25.5%、「自分ひとり」が 22.3%と続く。

・家族と回答した割合は、「家族（夫婦二人）」が 28.5%、「家族（子連れ家族）」が 25.5%、「家族（三世代家族）」が 1.8%、「家族（その他家族）」が 2.5%あり、全体の約 6 割を占める。

・秋川渓谷へ来訪した際の同行者と比べると、「家族（夫婦二人）」が 6.0 ポイント、「自分ひとり」が 3.8 ポイント多く、「友人・知人」が 5.5 ポイント少ない。



(n=400)

図-24　おでかけ時の主な同行者

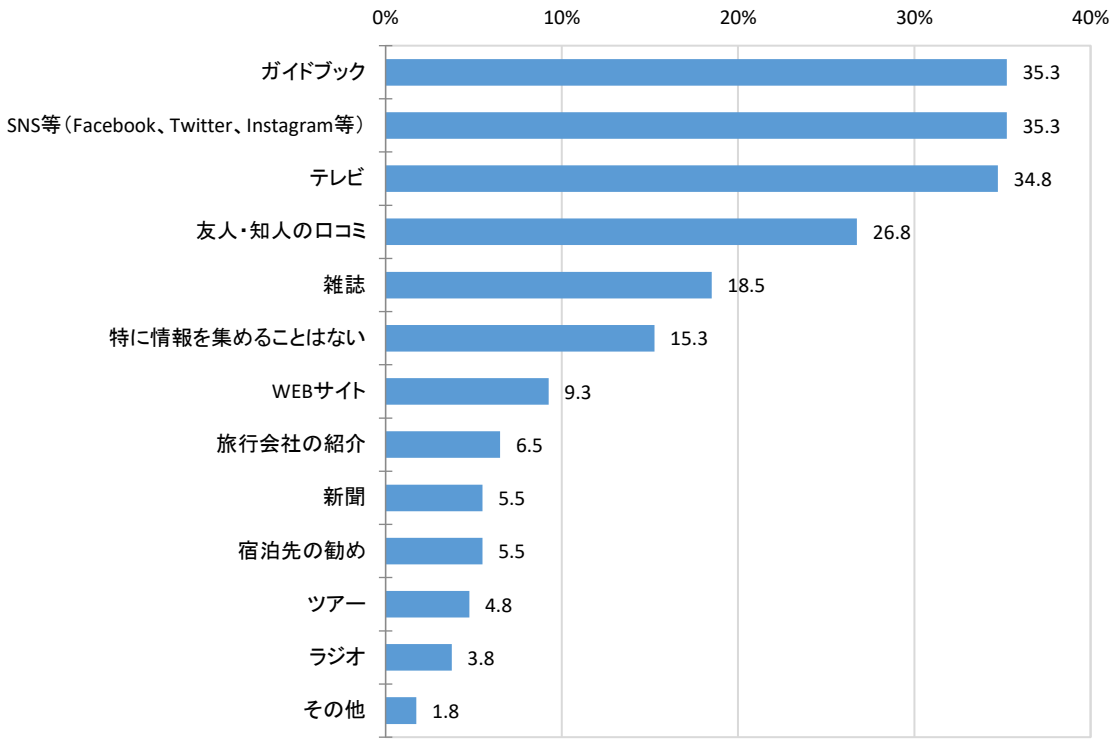
【その他の回答】

ペット、コロナ禍なので外出していない

⑤ 普段のおでかけの行先を決める際の情報源

・普段おでかけ時に利用している情報源は、「ガイドブック（35.3%）」、「SNS 等（35.3%）」、「テレビ（34.8%）」、「友人・知人の口コミ（26.8%）」が上位にあり、SNS 等やメディアを活用している割合が比較的多い。

・年齢別では、若い世代であるほど「SNS 等」の割合が高く、20 代は 6 割以上（64.7%）、30 代は半数以上（54.8%）となっている。



（n=400）

図-25（1）　情報源

【WEB サイトの回答】

楽天トラベル、一休、Yahoo、Google、YAMAP、じゃらん、大人の休日倶楽部、食べログ

【その他の回答】

YouTube、夫が決める

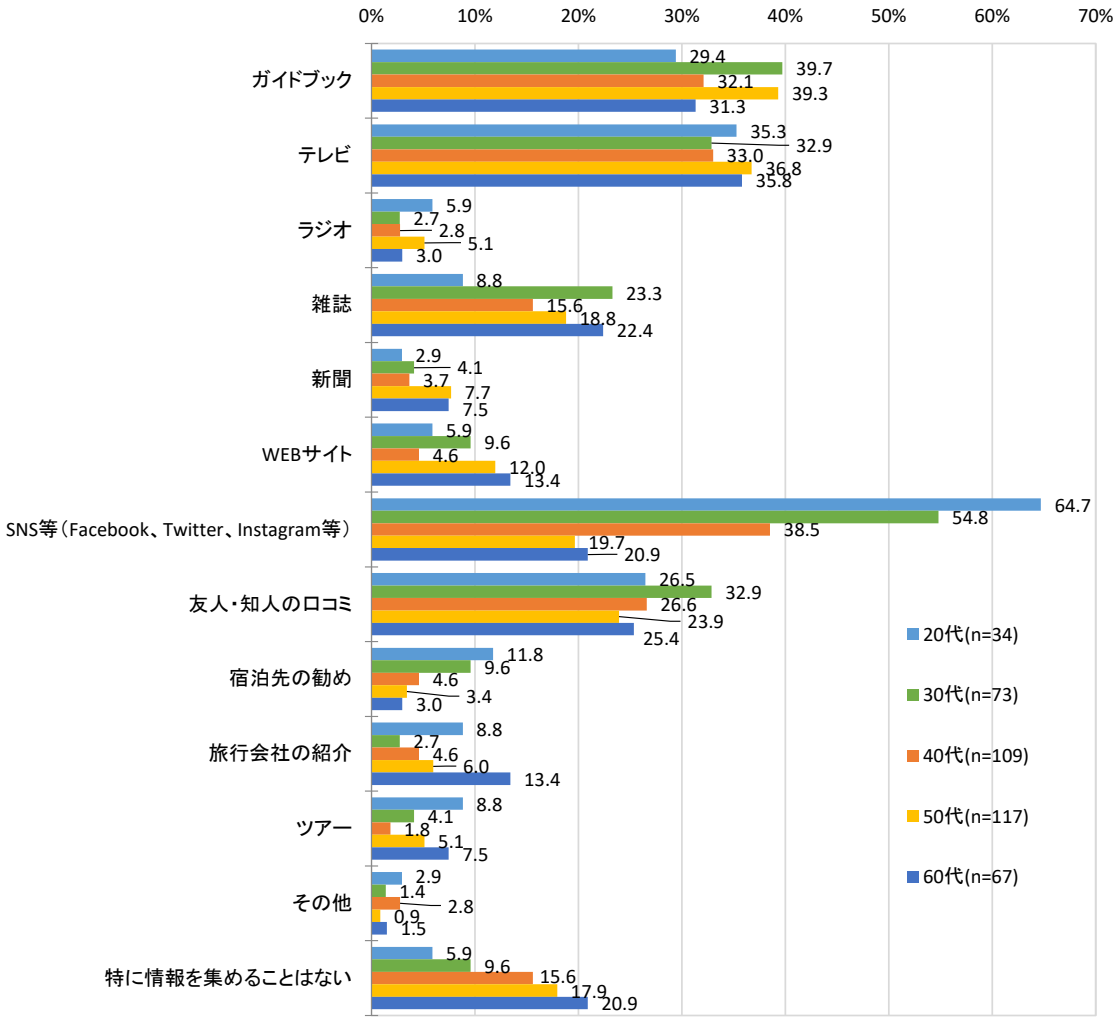
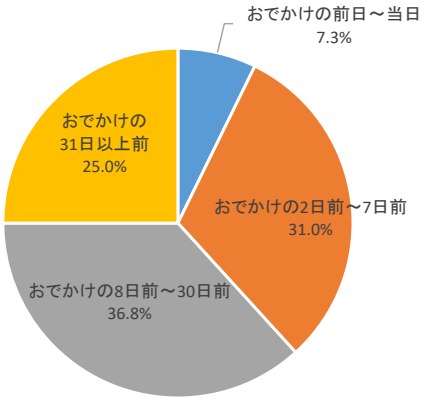


図-25(2)　年齢別の情報源

⑥ 普段のおでかけを決める時期

・おでかけを決める時期は、「8 日前～30 日前」と回答した割合が 36.8%、「2 日前～7 日前」が 31.0%と続き、1 か月以内の割合が 7 割以上を占める。



(n=400)

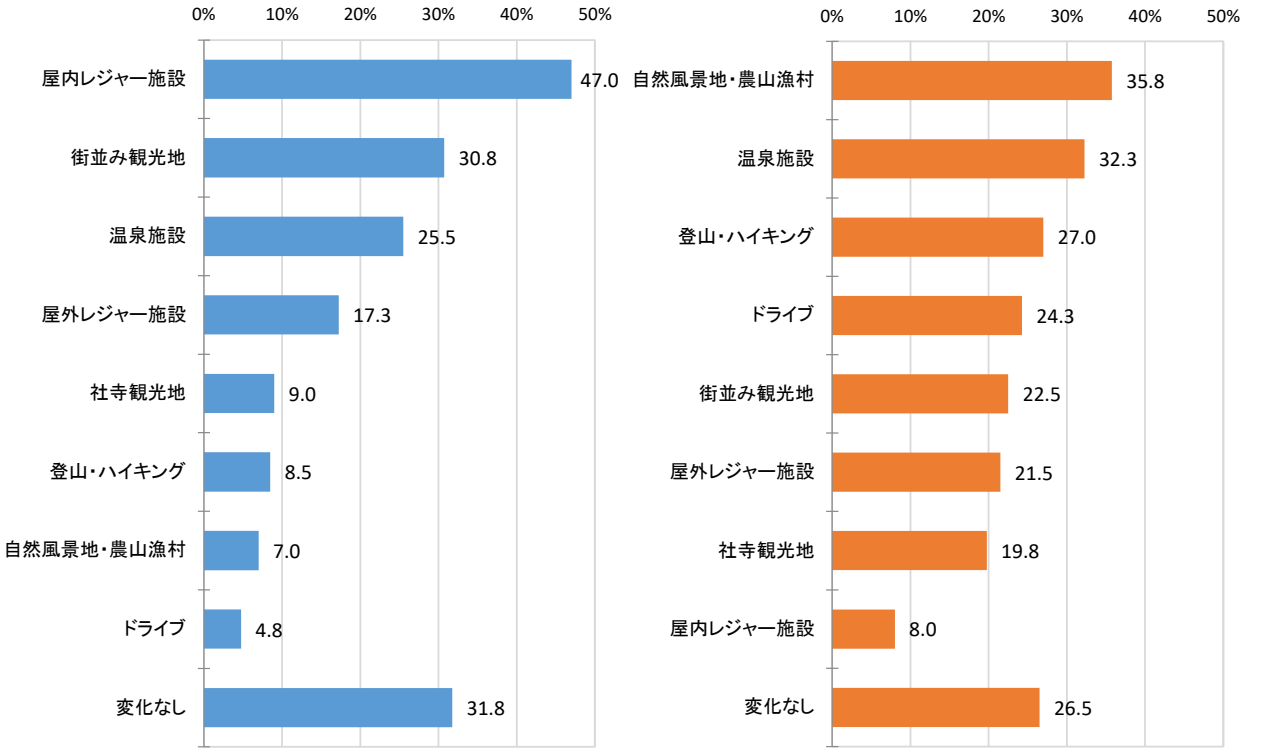
図-26　おでかけを決める時期

⑦ コロナ禍における観光への意識

・新型コロナウイルス感染拡大後「避けたい」観光地及び体験は、「屋内レジャー施設」と回答した割合が 47.0%と最も多く、次いで「街並み観光地」が 30.8%と続き、屋内の人が多く集まる施設を避ける意識がみられる。

・新型コロナウイルス感染拡大後「行きたい」観光地及び体験は、「自然風景地・農山漁村」と回答した割合が 35.8%と最も多く、次いで「温泉施設」が 32.3%、「登山・ハイキング」が 27.0%と続き、屋外の密を避けることができる施設を回答する割合が多い。

・一方で、どちらも「変化なし」という回答が 3 割程度あった。



(n=400) (n=400)

図-27　コロナ禍での観光に対する意識(左「避けたい」、右「行きたい」)

秋川渓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

秋川渓谷観光経済統計調査連絡会

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

〒190-0164　東京都あきる野市五日市 411 番地

TEL：042-595-1135　　FAX：042-595-1141