

1. 地域概要

| | |
|--------------------|--|
| 計画名 | 大月市における富士山観光に係るオーバーツーリズムの未然防止・分散・抑制による持続可能な観光推進事業対策計画 |
| 対象エリア | 大月市 |
| 実施主体 | 大月市 |
| 年間観光客数 (令和5年) | 約27万人（うち外国人未集計） |
| 年間延べ宿泊客数 (令和5年) | 約7万人（うち外国人未集計） |
| 主な観光資源 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 名勝猿橋 ・ 矢立の杉 ・ 笹一酒造 ・ 追分の人形芝居 ・ 秀麗富嶽十二景（市内山々） |



● 観光ビジョン

Otsuki Gateway City to Mt.Fuji Day Trip from Tokyo

- ・ 富士山周辺観光に訪れる訪日外国人旅行者の多くは、大月駅を経由して目的地まで行き来している。地域としては、市内滞在の促進により分散化を図りたい反面、訪日客を受け入れることに対して抵抗があったり、取組みがイメージできていない状況。
- ・ それらの障壁を一つずつ解消し、既存の観光資源を磨き上げながら、オーバーツーリズムを未然に抑制・分散させる事業に取り組む。同時に、事業者のみが対策を講じるのではなく、地域に住む人たちとの協働により持続的な取組みを開始したい

● 推進体制（協議の場）

課題解決における地域関係者

- ・ 地域採択以降、当該関係者が参加する地域協議会を3回開催（8月～9月）
- ・ 地域の声は、地域に根差した団体が協議会に参加する他、個別にヒアリング等を実施

| 行政機関 | | 住民関係者 | |
|-----------------------|----------|---------------|--|
| 大月市 | 大月区 | 大月商店街 協同組合 | |
| | 御太刀区 | | |
| 事業者 | | | |
| 大月市観光協会 | 富士山麓電気鉄道 | 富士急バス | |
| 笹一酒造 | 大月タクシー | 山梨中央銀行大月支店 | |
| 東横イン富士山大月駅 | 富士急ハイヤー | かんだし | |
| J R 東日本 大月営業統括センター | | | |

2. 課題

● 主な課題

| | 主な現状・問題点 | 影響を受けている主な対象 |
|-----------------------|---|--------------|
| 1. 大月駅構内の混雑 | <ul style="list-style-type: none">首都圏～富士山間を行き来する際、JRと富士山麓電気鉄道の乗り換え客が駅構内に滞留春から秋にかけて週末の混雑度は増し、地域住民が人込みをかきわけて乗車するような状況が発生している | 住民・観光客 |
| 2. 市内観光資源への波及効果が限定的 | <ul style="list-style-type: none">観光客の大半は駅構内に滞留しており、市内での観光消費が少ない駅前の一部商店や笹一酒造等一部スポットに来訪者はいるものの、市内周遊に繋がられていない | 地域経済・住民 |
| 3. 外国人観光客の受入環境が整っていない | <ul style="list-style-type: none">各種案内板や掲示板、飲食店のメニュー等の多言語表記が進んでいない観光資源に関する説明等について付加価値のある取組みが見いだせていない | 観光客 |

1.大月駅構内の混雑



JR大月駅構内で滞留する観光客



JRから富士急行線へ乗り換える観光客

2.限定的な波及効果



駅の混雑とは、対照的に駅周辺観光客は少ない

3. 背景・要因

● 課題の背景・要因

主な背景・要因

1. 大月駅構外へ出る、動機付けができていない

- ・ 駅構内の待合所やコンコースに掲示物等を設置し、富士山や大月市内観光資源に対する情報提供を行っているが、具体的な誘導につながらっていない
- ・ 滞在時間に応じた過ごし方や体験内容を提示できておらず、また、駅周辺の店舗営業状況も分かりにくいいため観光客が外に出る後押しができていない

2. 大月市内観光の認知およびコンテンツが未整備

- ・ 富士山観光の出発前に、富士山エリアの玄関口である大月の魅力を周知できていない
- ・ Webコンテンツ等は、単なる情報掲載にとどまり、誘客力を高めるための情報の整理や大月に関する情報へ正確にたどり着ける導線づくりが十分ではない

3. 観光客受入に向けた機運を醸成できていない

- ・ 外国人旅行者を誘客したいという事業者ニーズはあるものの、具体的な取組イメージが湧いていない
- ・ 住民組織より観光ガイドやりたいといった声もあるが、地域ガイドを育成するプログラムがない

1. 駅構外への動機づけの必要性

| 時刻 | 河口湖行 for Kawaguchiko |
|----|---------------------------------|
| 6 | 32 |
| 7 | 03 24 55 (ホームスタンディング) |
| 8 | 19 40 (特急 富士回廊) 50 |
| 9 | 16 42 (特急 富士回廊) |
| 10 | 00 20 42 (特急 富士回廊) |
| 11 | 01 (ホームスタンディング) 36 (特急 富士回廊) 54 |
| 12 | 18 41 (ツタワザ回廊) |
| 13 | 00 45 (富士回廊) 55 (ホームスタンディング) |
| 14 | 22 44 |
| 15 | 26 50 |
| 16 | 29 (ホームスタンディング) 52 (ツタワザ回廊) |
| 17 | 07 37 (富士回廊) 46 |
| 18 | 30 |
| 19 | 09 41 |
| 20 | 09 49 |
| 21 | 11 43 |



- ・ 電車の運行本数は確保されており、乗り継ぎ待ち時間を地域滞在に活用できる
- ・ 出所：富士急行線HPより抜粋

- ・ 過去、大月駅前で開催した阿波踊りの様子
- ・ 大月駅前、外国人観光客が関心を持ちやすいイベントを開催することで、一定の効果があった

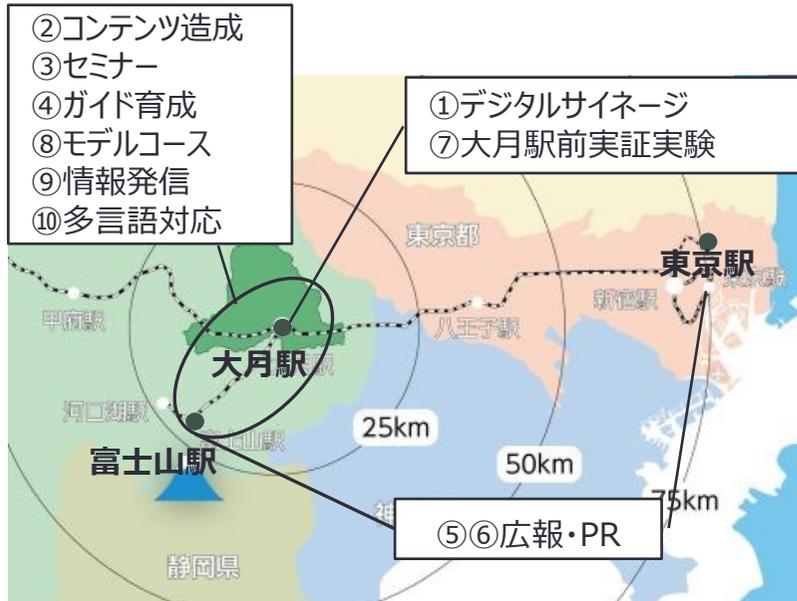
2. コンテンツ整備



- ・ 市内においても、観光ポテンシャルの高いスポットは多数存在している
- ・ 笹一酒造の酒遊館は、広い試飲スペースがあり、観光客からの人気も高い
- ・ 出典：笹一酒造公式HPより抜粋

4. 対策の概要

- ・ 顕在化しているオーバーツーリズム問題として、首都圏から富士山観光を目指す外国人観光客が大月を経由することにより、大月駅構内で局所的な混雑が発生
- ・ そのため本事業では、大月駅構内の混雑解消を図ると同時に、富士山広域でのオーバーツーリズムの未然防止・分散・抑制に資する取組を目指す
- ・ 具体的には、駅構内で滞留する観光客に対して、富士山観光関連の適切な情報提供や大月市内で過ごせる新たな時間・体験を整備することで、現在富士山に集中する観光客の分散や抑制を図る。
実施においては、各取り組みに際して、地域住民や事業者との協業を重視し、市内での受入環境整備や観光ガイド育成等も同時並行で進めていく



受入環境の整備・増強

- | | |
|------------|---|
| 取組み | ①デジタルサイネージの設置 |
| 内容 | ・ 駅構内にデジタルサイネージを設置し、富士山観光の適切な情報提供と市内への誘導な円滑を図る |
| 取組み | ②大月市における新たな観光コンテンツの造成 |
| 内容 | ・ そもそも外国人観光客が町にでてきていない状況であるため、観光コンテンツと絡めたスタンプラリーやカプセルトイを実施し、滞在動機を提供 |
| 取組み | ③地域事業者向けセミナー |
| 内容 | ・ 外国人観光客の誘客ニーズのある事業者を集め、心構えや案内方法やトラブル対応といった必要な情報のインプットを図る |
| 取組み | ④地域観光ガイドの育成 |
| 内容 | ・ 地域住民が主体となった取組の開始と観光客の満足度向上 |

観光客の分散・平準化

- | | |
|------------|---|
| 取組み | ⑤首都圏エリア⑥富士山エリアでの情報発信 |
| 内容 | ・ 富士山観光に訪れる観光客に対して、富士山観光の玄関口である大月で得られる価値を発信し、大月へ立ち寄る動機付けを図る |
| 取組み | ⑦大月駅周辺の実証実験 |
| 内容 | ・ 大月駅周辺地域の観光資源体験できる取組を企画し、大月を通過予定であった観光客を駅周辺地域へ誘導する施策を実施する |
| 取組み | ⑧モデルコースの整備 |
| 内容 | ・ 市内誘導を目的とし、滞在時間別のモデルコースを作成する |
| 取組み | ⑨大月市の観光に係る情報発信に関する環境整備 |
| 内容 | ・ WEBコンテンツの改修および新設と、情報発信のためのルール作り |
| 取組み | ⑩多言語化対応支援 |
| 内容 | ・ 地元事業者の店頭案内やメニュー等の多言語化対応支援 |

5. 主な取組み（詳細）

課題

大月駅周辺で時間を過ごす可能性がある外国人観光客に対して、滞在時間の有効活用を促すための施策を打ち出せていない

取組み

外国人観光客の大月市内への誘導を目的としたモデルコースの整備

- ・ 実施期間：令和6年11月～令和7年2月
- ・ 実施主体：大月市

事業内容

外国人観光客の大月市内への誘導を目的としたモデルコースの整備

- ・ 対象エリアは大きく4つに設定（猿橋エリア／大月エリア／笹子エリア／富士山広域エリア）する
- ・ モデルコースの整備にあたっては、対象エリアのほか、目的・時間・予算を検討の軸とする

モデルコースイメージ



名勝猿橋



既存の観光資源に付加される価値



矢立の杉

モニターツアーでの様子



笹一酒造の試飲体験



寺院での座禅体験



寺院でのお茶体験

成果及び今後に向けて

令和6年度事業の目標

- A : モデルコースを計4パターン作成する**
 (→時間的制約から、**2ルートに絞り実施**)
- B : モデルコースのモニターツアーにてアンケートを実施し、満足度60%以上を目標として事業実施期間内にモデルコースの磨き上げを行う**
 (→サンプル数が限定的であることから、満足度計測ではなく、**旅程全体及び訪問先について参加者の声を収集した**)

事業の成果／目標の検証結果

- A・B :**
- 訪日外国人旅行者の目線から、交通手段や多言語表記といった受入環境や、魅力を感じたスポット、ツアーの内容・行程の時間配分などについて率直な意見を受けた
 - 取組みの成果を定量的に把握するまでには今回の取組みでは至らなかった。

成果詳細

モデルコース2ルートによるモニターツアー内容

| | | | |
|-----------------|------------------------------------|--------|-------|
| A: 笹子ルート | 令和7年1月23日開催 所要時間：120分 移動手段：タクシー | | |
| 大月駅 | → 矢立の杉 | → 笹一酒造 | → 大月駅 |

- 樹齢千年超といわれる「矢立の杉」の見学
- 近接する「笹一酒造」にて、日本酒造りの説明・試飲体験

1/23 【参加者】 : 3名 (県内在住：2名 都内在住：1名)
 【国籍】 : ブラジル・中国・イギリス

| | | | |
|-----------------|---------------------------------------|------|-------|
| B: 猿橋ルート | 令和7年1月24日・30日開催 所要時間：90分 移動手段：タクシー | | |
| 大月駅 | → 妙楽寺 | → 猿橋 | → 大月駅 |

- 「妙楽寺」の見学および座禅体験・お茶体験
- 「猿橋」の見学を実施

1/24 【参加者】 : 3名 (県内在住：1名 都内在住：2名)
 【国籍】 : ブラジル・イギリス・ベトナム

1/30 【参加者】 : 2名 (県内在住：2名)
 【国籍】 : インドネシア・イギリス

利用者・運営側の声

【参加者の声】

- 交通の不便さを感じた。工夫できるとよい
- 「矢立の杉」をみるだけでなく、軽食等をとりたい
- タクシー料金を含めてツアー料金を算出すべき

【地域側の振り返り】

- 移動時間が長く、ガイド等で移動にも価値提供が必要
- 「矢立の杉」と組み合わせる体験コンテンツが必要
- 事業者側の受け入れのメリットの設計が必要

【参加者の声】

- 座禅含めた初めての体験や、地域情報が得られよかった
- もう少し時間的猶予や、お土産を購入できる場がほしい
- 英語表記の案内が欲しい

【地域側の振り返り】

- 寺院での体験への反響がよく、見学のみならず住職とのコミュニケーションを含め、もう少し時間が必要
- 受入施設側の多言語化対応や、消費意欲を高めるルートの見直しが必要
- 発電施設の水路橋等思わぬところで価値を感じる場面があり、こういった風景が喜ばれるか精査が必要

令和6年度の取組みから見えてきた課題

- ・市内の観光スポットが広域となるため、移動にかかる時間的制約や料金設定における課題感がみえた
- ・体験価値には、訪日外国人旅行者を引き付けるポテンシャルのある観光スポットであることは間違いないが、多言語対応や、訪問時に提供できる「食」や「土産」といった消費行動につなげる設計の継続検討が必要

1 二次交通の利便性向上

- ・タクシー移動が前提であるが、移動時間が長く、移動中の価値提供に課題
- ・現状のコンテンツでは、5,000円ならという意見があったが、交通費のみで往復5,000円を超える懸念がある

2 体験コンテンツの充実化

- ・寺院での体験は反響がよく時間が足りなかった
- ・今回提供したコンテンツにおいて、「食」「土産」といった要素が欠けていた

3 顧客属性による嗜好の相違への対応

- ・欧米・南米地域の方は、体験重視。中国の方は、写真映えを重視している傾向にあった。
- ・中には、思わぬポイントで価値を感じていたこともあり、価値提供スポットの探索が必要

令和7年度以降に取り組むべきと考えること

- ・令和6年度は初の試みであったが、取り組むべき優先課題の可視化ができた
- ・現状のモデルルートにおいても、ガイドの育成等各種追加コンテンツの検討が必要不可欠であり、地域事業者との継続的な協議の場を持ち、と大月市ならではの体験ツアーとして、昇華していきたい

1 移動そのものへの付加価値提供

- ・移動時間が長期化することは物理的にやむを得ないため、移動中のガイド提供等を検討したい
- ・移動時間に価値を付与することで、タクシー料金に納得感を持たせる工夫が必要

2 大月市ならではのコンテンツ設計

- ・別事業で実施した人形劇等も反響がよかったため、モデルルートに組み込む等、追加の価値提供が必要
- ・既存観光スポットにおいても、多言語化対応や、別コンテンツとの連携を検討する

3 来訪者属性の調査・分析

- ・今回の事業では幅広くモニターツアーに参加いただき、初期的な声を収集できた
- ・今後、駅設置のデジタルサイネージなどで来訪者属性にかかる情報も追加取得予定であり、継続的に検討を行う