令和5年度/令和6年度 補正予算

オーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な観光推進事業

取組み事例集

- ✓ 地域一体型（R6年度補正予算）
- ✓ 先駆モデル地域型（R5年度補正予算）

国土交通省 観光庁

令和８年４月　第二版

本事例集について

昨今、我が国における観光は力強い回復を見せ、2025年の訪日外国人旅行者数は約4,268万人と、初めて4,000万人を突破し、過去最高となりました。また、訪日外国人の消費額もコロナ前の約２倍となる、約9.5兆円を記録しました。観光産業は、自動車産業に次ぐ日本第２位の輸出産業へと急成長しております。また、国内観光についても、日本人の国内延べ旅行者数は前年を上回る約5.5億人となり、日本人の国内旅行消費額も約26.8兆円と過去最高を記録しました。観光は今や地域の活性化・日本経済の発展に不可欠な産業へと発展しています。

このように、観光の社会的・経済的な存在感・インパクトが大きくなってきた一方で、依然として、都市部を中心とした地域への観光客の偏在傾向が見られ、また、特定の場所や時間帯においては、過度の混雑やマナー違反により、住民生活に支障が生じています。こうした課題に対応するため、観光庁では、「オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策パッケージ」（令和5年10月18日観光立国推進閣僚会議決定）に基づき、令和５年度補正予算及び令和６年度補正予算「オーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な観光地域づくり事業」（以下「本事業」といいます。）を活用しながら、地域の実情に応じた取組を支援して参りました。本事例集は、令和5年度補正予算の「先駆モデル地域型」、令和6年度補正予算の「地域一体型」にて採択された地域について、地域の取組と成果をとりまとめたものです。本事業の実施・本事例集のとりまとめにご協力いただいた皆様に改めて感謝申し上げるとともに、本事例集が、今後、地域において対策を講じる際の一助になればと考えております。

地域が抱える観光課題は、過度の混雑対策、マナー違反対策、地域住民との協業など、地域の状況に応じて多種多様であると考えております。観光庁・地方運輸局では、本事例集も活用しながら、地域の皆様のご相談に応じて参りますので、お気軽にご相談いただければと思います。また、本事業の後継事業としては、国際観光旅客税を活用し、令和８年度予算「オーバーツーリズムの未然防止・抑制をはじめとする観光地の面的受入環境整備促進事業」を当初予算により措置するとともに、中長期的な視点から安定的・持続的に支援できるよう、複数年にわたる取組についても支援する仕組みを新たに講じることとしております。

観光庁では、こうした新たな支援措置も活用しながら、オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策を一層強化し、観光客の戦略的な誘客と住民生活の質の確保との両立を図り、持続可能な観光の実現を図ってまいります。

令和8年4月　観光庁

目次（1/4）

※事業実施年度にあわせ、下記のように掲載しています
令和5年補正予算事業＝令和6年度実施（R6）
令和6年補正予算事業＝令和7年度実施（R7）

No	地域（実施エリア）	実施主体	実施期間	計画名	主な取組	ページ
1	**北海道札幌市**（定山渓エリア）	北海道札幌市	R7	定山渓エリアにおけるオーバーツーリズム解消の「実証モデル」実施計画	◇ 観光客専用バスの実証運行 ◇ バス乗車位置での整理員配置	P.6
2	**北海道小樽市**（小樽市）	北海道小樽市	R7	小樽市における「観光がもたらす恩恵」と「市民の安心快適な暮らし」の両立による持続可能な観光地域づくり実施計画	◇ 需要の分散・平準化に資する早朝のコンテンツ造成 ◇ 旅マエ旅ナカにおけるSNSを活用した注意喚起・マナー啓発	P.18
3	**北海道釧路市**（阿寒湖温泉エリア）	特定非営利活動法人阿寒観光協会まちづくり推進機構	R7	阿寒湖温泉エリアにおけるオーバーツーリズム解消の「実証モデル」実施計画	◇ ネイチャーガイドの新規人材獲得と育成 ◇ 阿寒の自然を守るマナーの啓蒙	P.34
4	**北海道帯広市**（帯広市）	北海道帯広市	R7	とかち帯広空港への国際定期便就航に伴うオーバーツーリズム対策	◇ とかち帯広空港から十勝川温泉への連絡バス実証運行 ◇ 訪日観光客への情報発信に向けた多言語案内板（デジタルサイネージ） 設置	P.46
5	**北海道倶知安町**（倶知安・ニセコエリア）	一般社団法人倶知安観光協会	R7	ニセコモデル二次交通プロジェクト	◇ 交通渋滞及び駐車場不足解消のための従業員輸送の取り組み ◇ ニセコエリアにおけるタクシー不足改善対策	P.58
		北海道倶知安町	R6	倶知安・ニセコエリアにおける二次交通改善対策	◆ 冬季におけるタクシー不足解消「ニセコモデル」実施 ◆ 「ひらふ無料循環バス」の運行	P.68
6	**北海道美瑛町**（美瑛町）	北海道美瑛町	R7	美瑛町エリアにおけるオーバーツーリズム対策計画	◇ 観光地混雑・侵入検知カメラ設置と情報発信 ◇ 観光スポットの警備による注意喚起と安全確保	P.75
			R6	美瑛町エリアにおける交通渋滞緩和事業計画	◆ 白金青い池のトイレ増設による混雑・交通渋滞の解消 ◆ セブンスターの木駐車場改修	P.91
7	**北海道弟子屈町**（弟子屈町）	北海道弟子屈町	R7	北海道・弟子屈町における、地域住民協働によるサステナブルな観光地域づくり事業	◇ 弟子屈町観光振興計画の磨き上げ ◇ 人流データの収集及びデータの活用促進	P.96
8	**北海道鶴居村**（鶴居村）	北海道鶴居村	R7	鶴居村釧路湿原エリアのオーバーツーリズム対策及び未然防止計画	◇ ビッグデータを活用した人流分析調査 ◇ 宮島岬エリアの入口環境整備	P.110
9	**青森県**（奥入瀬エリア）	青森県	R6	オーバーツーリズムがない"未来の奥入瀬"実現事業	◆ マイカー規制にあわせたシャトルバスの運行 ◆ シャトルバスの運行にあわせた臨時バス停の設置	P.120
10	**宮城県蔵王町**（遠刈田温泉エリア）	宮城県蔵王町	R7	蔵王ジオパークを活用した「宮城オルレ　蔵王・遠刈田温泉コース」におけるオーバーツーリズム未然防止による満足度向上推進モデル事業	◇ オルレを通した地域住民と観光客の交流イベント実施 ◇ 遠刈田温泉街手ぶら観光によるストレスフリーな受入整備	P.133
11	**山形県山形市**（蔵王温泉エリア）	山形県山形市	R7	エリア全体での観光客の適切な需要管理による世界に誇れるスノーリゾート"世界の蔵王"の推進事業	◇ 蔵王ロープウェイ山麓駅舎前の客だまりスペースの造成 ◇ 高湯通りの空き家における飲食及び物販店舗の整備	P.145
			R6		◆ 蔵王ロープウェイの混雑緩和施策	P.157
12	**山形県尾花沢市**（銀山温泉エリア）	山形県尾花沢市	R7	「GINZAN is an Art Museum」持続可能な観光地づくり計画	◇ パーク＆ライドと温泉街への流入調整を組み合わせたマイカー規制の実証 ◇ 「銀山温泉での過ごし方のルールづくり」を通じたレスポンシブルツーリズムの推進	P.163
			R6		◆ パーク＆ライドと組み合わせたマイカー規制の実証	P.175

※事業実施年度にあわせ、下記のように掲載しています
令和5年補正予算事業＝令和6年度実施（R6）
令和6年補正予算事業＝令和7年度実施（R7）

目次（2/4）

No	地域（実施エリア）	実施主体	実施期間	計画名	主な取組	ページ
13	**山形県飯豊町**（飯豊町）	山形県飯豊町	R7	白川湖の水没林　持続可能な観光推進事業	◇ 白川湖岸公園の魅力発信、コンテンツ造成による需要分散 ◇ 空間的分散に向けた対岸エリア調査	P.182
14	**埼玉県川越市**（川越市）	埼玉県川越市	R7	川越市におけるオーバーツーリズム対策事業	◇ 川越の新たな魅力の開発、ナイトタイムエコノミーの推進による観光客の分散化 ◇商店街等の環境美化活動に対する活動補助事業	P.197
			R6		◆ 適切な交通規制等のあり方の検討 ◆ ごみポイ捨て防止対策の支援によるまちの環境美化	P.209
15	**埼玉県秩父市**（秩父地域）	埼玉県秩父市	R6	地域住民と観光客が共存した持続可能な山間地域を目指す”三峰駐車場の混雑分散化事業”	◆ AIカメラを活用した混雑の予測、混雑情報の発信 ◆ まちなか夜間イベントの実施と観光行動のデータ分析	P.218
16	**東京都台東区**（浅草）	東京都台東区	R6	台東区浅草地区における持続可能な観光地づくり事業	◆ ごみの目視・組成調査 ◆ ごみ拾いイベントによるポイ捨て防止の啓発活動	P.231
17	**神奈川県鎌倉市、藤沢市**（鎌倉市・藤沢市）	神奈川県鎌倉市、藤沢市	R7	鎌倉市・藤沢市エリアにおけるオーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な観光推進事業	◇ 鎌倉高校前1号踏切道周辺における来訪者誘導等 ◇ ポイ捨て防止のマナー啓発	P.243
			R6		◆ 鎌倉観光混雑マップ・鎌倉観光公式ガイドの改修による情報発信の充実 ◆ 混雑駅への誘導員配置による滞留解消と安全確保	P.258
18	**神奈川県箱根町**（箱根町）	一般財団法人箱根町観光協会	R7	箱根エリアにおける地域一体となった持続可能な観光地域づくり推進事業	◇ SNSを活用した観光スポット分散プロモーション ◇ 手ぶら観光の推進実証	P.271
		神奈川県箱根町	R6	箱根エリアにおける混雑平準化および道路渋滞緩和推進事業	◆ 手ぶら観光（キャリーケースの配送）サービスの整備 ◆ 路線バス車内のラゲージスペースの整備 ◆ 箱根ロープウェイにおける時間指定事前予約システムの導入	P.285
19	**新潟県新発田市**（月岡温泉エリア）	一般社団法人新発田市観光協会	R7	月岡温泉を中心とした新発田市の持続可能な観光地域づくり事業	◇ シャトルバス実証運行による混雑緩和及び周遊促進 ◇ 月岡温泉・新発田市の周遊観光の魅力発信“	P.296
20	**新潟県佐渡市**（佐渡島）	新潟県佐渡市	R6	持続可能な佐渡観光の推進に向けた受入環境整備事業	◆「相川周遊バス」運行による人流増加対策 ◆「ライナーバス」運行及びパーク＆ライドの推進	P.308
21	**山梨県**（富士山吉田口）	山梨県	R6	富士山吉田口における安全登山環境確保に関する事業計画	◆ 富士山登山の規制等による安全の確保	P.318
22	**山梨県大月市**（大月駅周辺地域）	山梨県大月市	R7	富士山観光の「Gateway City OTSUKI」におけるオーバーツーリズム対策事業	◇ 大月駅周辺における外国人観光客誘導のための実証 ◇ 地域観光ガイドの育成	P.329
			R6	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	◆ 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	P.341
23	**長野県野沢温泉村**（野沢温泉エリア）	一般社団法人野沢温泉マウンテンリゾート観光局	R7	野沢温泉オーバーツーリズム対策計画	◇ 村内のスキー場シャトルバスの混雑状況の可視化と情報提供 ◇ オーバーツーリズムの解消・緩和に向けた交通状況や村民意向の現状診断	P.345
24	**岐阜県高山市**（高山市）	岐阜県高山市	R6	「住んでよし、訪れてよし」の持続可能な地域の実現に向けた観光課題対策事業	◆ 市民生活と観光振興の調和を図るためのマナー周知・啓発 ◆ 災害時の観光客対応に関する体制の構築	P.357

※事業実施年度にあわせ、下記のように掲載しています
令和5年補正予算事業＝令和6年度実施（R6）
令和6年補正予算事業＝令和7年度実施（R7）

目次（3/4）

No	地域（実施エリア）	実施主体	実施期間	計画名	主な取組	ページ
25	**岐阜県下呂市**（下呂温泉エリア）	一般社団法人下呂温泉観光協会	R7	オーバーツーリズム未然防止に地域一体で取り組み、ウェルビーイング向上を目指す「下呂モデル」の構築	◇ 観光客・観光従事者・地域住民のありたい姿を追求した「三方良しの未然防止策」の策定 ◇ 受入体制整備と喫食需要への対応を目的とした飲食店調査	P.371
26	**岐阜県白川村**（白川村）	岐阜県白川村	R7	続白川郷観光最適化デザイン計画	◇ せせらぎ公園駐車場の料金設定システム改修 ◇駐車場予約システムの開発	P.381
		岐阜県白川村	R6	白川郷観光最適化デザイン計画	◆混雑情報の配信サイトの開設 ◆マルチ決済に対応した全自動料金精算機を導入	P.393
27	**静岡県**（富士山富士宮口、御殿場口、須走口）	静岡県	R6	富士山（富士宮口、御殿場口、須走口）における安全登山環境確保に関する事業計画	◆「静岡県富士登山事前登録システム」の導入と試行 ◆ 山頂付近への安全誘導員の配置	P.401
28	**静岡県熱海市**（熱海駅周辺エリア）	静岡県熱海市	R7	熱海駅周辺エリアにおける交通渋滞緩和事業	◇ 熱海駅周辺エリア交通渋滞状況調査及び混雑状況の配信 ◇ 熱海駅前ロータリースペース改良	P.409
29	**静岡県河津町**（河津町）	静岡県河津町	R7	「河津桜まつり」渋滞・駐車場問題緩和による、地域一体で創る観光地計画	◇ 河津桜まつりにおける駐車場状況の可視化による混雑緩和事業 ◇ 河津桜まつりにおける人流調査、分析による持続する観光地経営	P.421
30	**三重県明和町**（明和町）	一般社団法人明和観光商社	R7	「祈りのみやこ斎宮」におけるオーバーツーリズム未然防止＆持続可能な観光地づくり計画	◇ 住民向け観光レポートの作成・発行による観光に関する住民理解の促進 ◇ 環境配慮型周遊モビリティの多言語対応等による運行体制強化と魅力向上	P431
31	**京都府京都市**（京都市）	京都府京都市	R7	市民生活と調和した「持続可能な京都観光」の実現に向けた観光課題対策推進事業	◇ 観光地最寄りのバス停留所における案内・誘導 ◇ 市民向けウェブサイトの活用による「観光効果の見える化・観光への市民共感」促進	P.444
			R6		◆ 嵯峨嵐山エリアにおける回遊ルート誘導実証事業 ◆ 観光に便利な系統の新設等と利用促進 ◆ 観光客による「京都観光モラル」宣言促進、市民に対する観光効果の見える化	P.458
32	**京都府南丹市**（美山エリア）	一般社団法人南丹市美山観光まちづくり協会	R7	かやぶきの里における持続可能な受入環境整備事業	◇ かやぶきの里駐車場の管理システム導入に向けた検討 ◇ 地域全体の観光地域づくりに対する協議会運営および対策計画の磨き上げ	P.473
33	**兵庫県洲本市**（洲本市）	兵庫県洲本市	R7	洲本市 中心市街地におけるオーバーツーリズム解消・未然防止対策推進事業	◇ 温泉街と繁華街等を結ぶ自動運転バスの観光コンテンツ化 ◇ ストリートカルチャーやミューラルアート(壁画)による新たな賑わい等の創出	P.485
34	**奈良県**	奈良県	R7	世界遺産登録を見据えた「飛鳥・藤原の宮都」におけるオーバーツーリズム未然防止対策	◇ 電動モビリティ等を活用した周辺地域からの来訪促進及び域内周遊促進 ◇ 景観・自然・生活環境等との調和・共生に関する意識醸成及び公共交通による来訪促進	P.501
			R6	「奈良公園」及び「山の辺の道」エリアにおけるオーバーツーリズム対策事業計画	◆ 奈良公園における混雑可視化、スマートごみ箱の設置 ◆「山の辺の道」エリアにおける受入環境整備、地域活動参加型ツーリズムの実施	P.512
35	**和歌山県高野町**（高野山エリア）	和歌山県高野町	R6	聖地高野山の交通渋滞の緩和や持続的な参拝観光地の創出に向けた取り組み	◆ 駐車場混雑情報の発信 ◆ 地域における財源の確保に向けた検討、中心部駐車場の有料化	P.518

目次（4/4）

※事業実施年度にあわせ、下記のように掲載しています
令和5年補正予算事業＝令和6年度実施（R6）
令和6年補正予算事業＝令和7年度実施（R7）

No	地域（実施エリア）	実施主体	実施期間	計画名	主な取組	ページ
36	**島根県松江市**（松江城周辺）	島根県松江市	R7	松江城周辺の混雑状況緩和及び周遊観光促進による持続可能な観光地づくり推進事業	◇ 松江城周辺駐車場におけるピーク時の利用実態調査 ◇ 松江城周辺の駐車場ガイドマップの改訂	P.529
37	**島根県出雲市**（出雲大社周辺エリア）	島根県出雲市	R6	出雲大社周辺エリアにおける渋滞対策及び持続可能な観光推進事業	◆ ETC2.0プローブデータを用いた交通情報の分析 ◆ 駐車場有料化に向けた交通対策協力金の実施	P.541
38	**広島県廿日市市**（宮島・宮島口エリア）	広島県廿日市市	R7	宮島・宮島口エリアにおけるサステナブル・スマート観光推進事業計画	◇ 宮島口周辺における観光情報の効果的な発信による混雑緩和・快適性向上 ◇ スタンプラリーの実施等による観光客の分散・平準化	P.553
			R6		◆ デジタルマップにおける混雑状況可視化とお薦めルート情報の一元化 ◆ 観光客も参画するマナー啓発イベント等の実施	P.565
39	**香川県土庄町、小豆島町**（小豆島）	一般社団法人小豆島観光協会	R7	「観光により持続できる島、小豆島」を実現するための環境整備	◇ EVモビリティの導入とシェアリングモデル（運営の無人化）に向けた実証 ◇ 既存の交通手段と融合した観光客向けマルチモーダルサービス（小豆島PASS）の開発	P.572
		香川県小豆島町	R6		◆ エンジェルロード駐車場の整備・有料化 ◆ 新モビリティ(EVバイク) 導入による二次交通の充実	P.584
40	**愛媛県大洲市**（大洲市）	一般社団法人キタ・マネジメント	R7	肱南地区における「周遊促進による文化財保護と住民環境改善のためのデジタルマップ及びサイン整備事業」	◇ 肱南地区のデジタルマップ整備 ◇ AIカメラのモニタリングによる地域協議計画の策定	P.590
41	**高知県いの町**（にこ淵エリア）	高知県いの町	R7	にこ淵の時間分散による渋滞緩和と駐車場整備事業	◇ 旅前における混雑予測情報提供による時間分散の促進 ◇ 協議会の運営とにこ淵活用観光計画の磨き上げ	P.602
			R6	にこ淵を中心とした仁淀川流域のオーバーツーリズム対策	◆ にこ淵における遊歩道・ビューポイントの新設 ◆ 地域資源を活用した新たな観光コンテンツの造成	P.614
42	**熊本県阿蘇市**（阿蘇市）	熊本県阿蘇市	R7	阿蘇カルデラで過ごす持続可能な分散型受入れ環境モデル実装計画	◇ はな阿蘇美の遊休施設等を活用した体験コンテンツ創出 ◇ JR豊肥本線各駅周辺を起点とした地域住民向けワークショップの開催	P.622
			R6	「サステナブルな阿蘇」で旅行者も地域も潤う環境トライアル	◆ 自然エリアでのアクティビティ整備による混雑の分散 ◆ 地域住民向け体験会の実施による観光の意義の発信 ◆ 多言語モニター設置による観光施設の混雑状況の見える化	P.634
43	**鹿児島県出水市**（出水市）	鹿児島県出水市	R7	オーバーツーリズムに備え、観光と地域住民が共生するまちづくり事業	◇ 地域住民・観光事業者を対象としたおもてなし、異文化コミュニケーションセミナーの開催 ◇ 観光マナー啓発を目的とした観光ピクトグラムの設置	P.645
44	**沖縄県**（首里杜地区）	沖縄県	R7	首里杜地区を中心とした暮らしと観光が両立した住みやすく魅力的なまちづくり	◇ 首里杜地区周遊ルートの作成および周知 ◇ 首里城公園における時間制チケットの導入	P.655
			R6	令和８年の首里城正殿復元を契機とした、首里杜 地区を中心とした暮らしと観光が両立した住みやすく魅力的なまちづくり	◆ 駐車場混雑情報の発信、バス予約システム構築 ◆ 持続可能な観光ガイドラインに基づく関係者の体制構築	P.667
45	**沖縄県竹富町**（西表島）	沖縄県竹富町	R6	西表島における立入制限エリア導入を核とした持続可能な自然体験型観光推進計画	◆ エコツーリズム法に基づく観光客の入域管理システムの整備	P.675

※令和6年度補正予算にて採択された山形県西川町と広島県府中市については、年度途中で事業取り下げの意向があったため、本事例集には掲載しておりません。

1. 北海道札幌市

1．地域概要

対象地域	北海道札幌市南区定山渓エリア
申請主体	札幌市
計画名	定山渓エリアにおけるオーバーツーリズム解消の「実証モデル」実施計画

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	1,558	1,289	1,283
- 国内	-	941	934
- 訪日外国人旅行者	-	348	349

地域の特徴・観光資源等

- 支笏洞爺国立公園内の温泉「札幌の奥座敷」。
- 札幌市中心部と国道230号で結ばれており車で1時間の距離にある温泉街。温泉街近くから続く自然散策路や、スキー場、2箇所に点在するダムが人気スポットとなっており、近年は紅葉や雪景色と温泉を目的に訪日外国人旅行者の増加が激しい。

協議体制

協議の場

定山渓の持続可能な観光を考える協議会

- 地域コンセプトの実現に向けたロードマップ策定に向けてデータと現場の知見を融合させ、全員で合意した持続可能な観光計画を策定することが目的

参加者

行政機関等

- 札幌市
- 定山渓観光協会

住民関係者

- 定山渓連合町内会

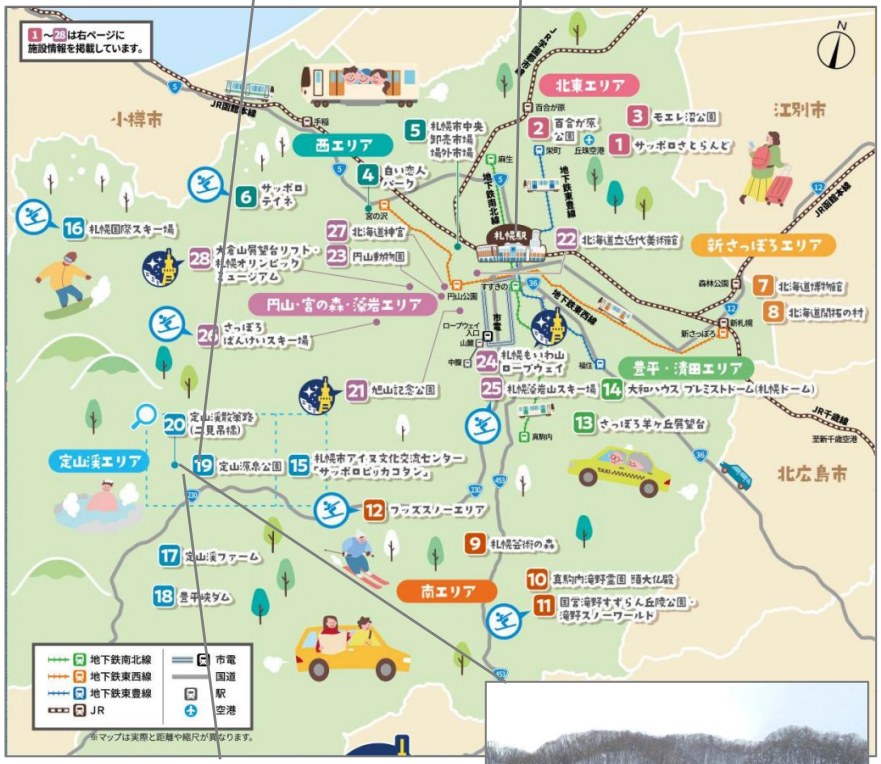
事業者

- 定山渓温泉旅館組合
- (株)シズナイロゴス
- (株)じょうてつ

エリアマップ

定山渓温泉

札幌市中心部と定山渓温泉をつなぐバス



定山渓で体験できるカヌー（秋）

定山渓三笠スキー場

2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**公共交通の混雑**	• 路線バスの減便に加え、訪日外国人旅行者の個人旅行化により、公共交通機関による入込みが増加し、車内混雑が激化している。 • また、訪日外国人旅行者が持ち込む大型手荷物により、路線バスの輸送能力が低下し、沿線住民の乗り残しが発生している。	住民・観光客
2.	**特定の時間帯への集中**	• チェックイン・アウトに合わせた特定の時間帯に訪日外国人旅行者が集中し、バス停・バス車内の過度な混雑を招いている。	住民・観光客
3.	**マナー問題・人手不足**	• 路線バス乗車時や乗車中のマナーについて、運転手だけでは多言語での案内ができておらず、乗車効率の低下や定時運行に悪影響を与えている。	住民・観光客 地域事業者

1 公共交通の混雑

札幌市中心部と定山渓温泉をつなぐバスの混雑

2 特定の時間帯への集中

チェックイン・チェックアウト時の集中

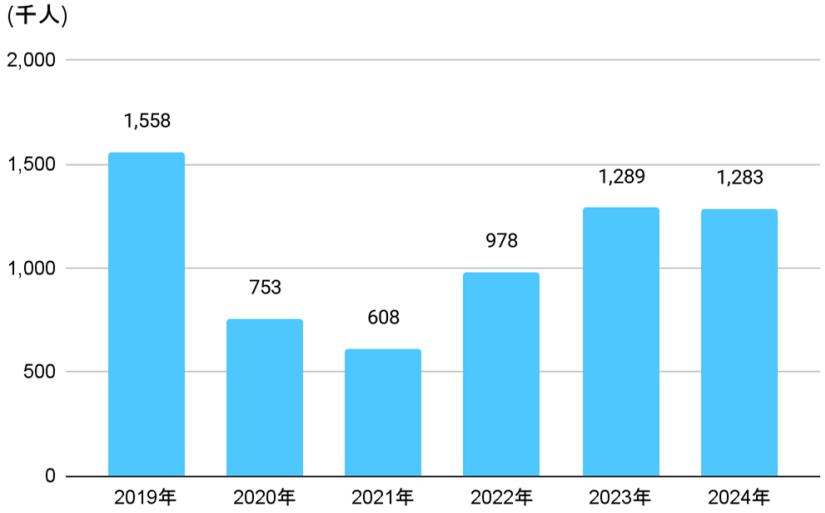
3 マナー問題・人手不足

現地での多言語対応の困難

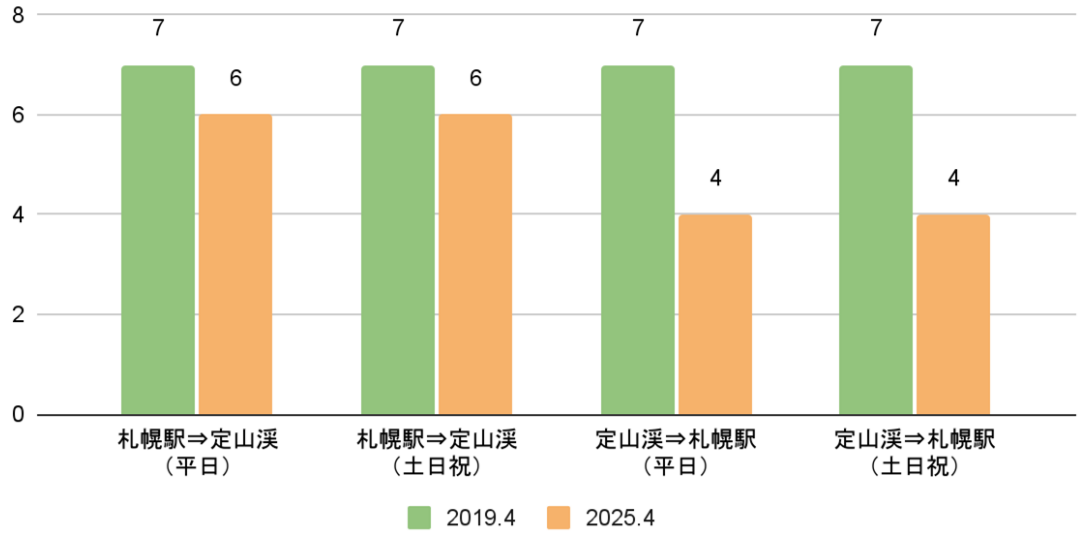
3．背景・要因

主な背景・要因		
1.	**コロナ禍による 観光需要の停滞～回復**	• 新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、観光需要が大きく停滞。 • その後の５類感染症への移行・収束を機に、全国的に観光需要が回復。 • 定山渓エリアについては、コロナ禍以前に近い水準まで回復してきている。（令和6年時点）
2.	**旅行形態の変化**	• コロナ禍を経て、観光客の旅行形態のトレンドが団体旅行から個人旅行へ変化（FIT化）。 • 個人旅行が増加すると、公共交通機関を利用して移動する観光客が増加。
3.	**路線バスの減便**	• コロナ禍の観光需要停滞に伴い、札幌中心部～定山渓間のバスの運行本数が減少。 • バス運転手の人材不足や、2024年問題等の影響で、直ちに運行本数を回復させることは困難な状況。 • 前述の観光客の移動需要の増加に対応できていない。

定山渓エリアの観光客入込数の推移

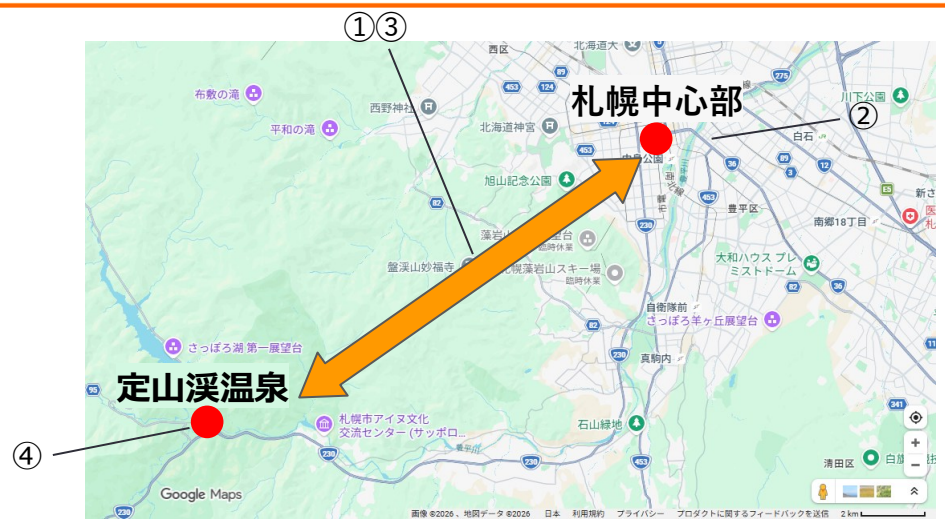


札幌駅～定山渓間を運航する路線バス（かっぱライナー号）のコロナ禍前後の運行本数比較



4．対策の概要

目指す姿	**全ての観光客が「国立公園」を味わい、堪能できるとともに、地域経済への効果が最大化され、地域住民の快適な生活が守られた定山渓温泉**
KGI	**（指標）観光客満足度、市民満足度** 現状値：観光客：100%　市民：41%（令和7年度事業開始前 ※本事業にて把握（観光客8人、地域住民12人、事業者9社） 目標値：観光客：道外客90.0%、海外客97.0% 市民：70.0%（令和14年度） ※札幌市類似アンケートを基に本事業開始前時点で設定



■補助事業の実施概要

受入環境の整備・増強

① 観光客向け手荷物当日配送事業

【背景・課題】

- コロナ禍の観光需要の停滞により、札幌市中心部～定山渓エリア間の直行バス・路線バスが減便され、路線バスでは訪日外国人旅行者が携行する大型のスーツケース等が車内スペースを圧迫し混雑を助長していたため、観光客と手荷物の分離を図るべく、令和6年度に札幌中心部の2か所の拠点と定山渓温泉内ホテルを繋ぐ手荷物配送サービスを実施

【事業内容】

- 令和7年度は市内中心部のホテルから定山渓のホテルへの配送ルートの設計を検討
- 利用者獲得の為にプロモーションを強化
- 最終的な自走化を想定し、繁忙期である秋～冬季に実証。効果検証実施

受入環境の整備・増強 / マナー違反の防止・抑制

② バス乗車位置整理員配置事業

【背景・課題】

- 訪日外国人旅行者が多く利用する札幌中心部及び定山渓内のバス停において、混雑・混乱が発生し、運行遅延も生じている

【事業内容】

- 中心部（札幌駅・大通・すすきの）及び定山渓内のバス停に整理員を配置し、待機列整理とマナー啓発を実施

需要の分散・平準化

③ 観光客専用バス運行事業

【背景・課題】

- 直行バス（かっぱライナー：予約制）が連日満席となり、路線バスに訪日外国人旅行者が流入

【事業内容】

- 観光客専用バスを運行することで市内中心部～定山渓の輸送力を向上し、観光客と市民の分離を図る

地域住民と協働した観光振興

④ 定山渓の持続可能な観光計画策定事業

【背景・課題】

- 札幌市では、平成27年3月に「定山渓観光魅力アップ構想」を策定。様々な観光施策を講じているが、オーバーツーリズムに関する詳細のロードマップや具体策の検討が出来ていない状況

【事業内容】

- 令和6年度に策定する「次期定山渓観光魅力アップ構想」では、持続可能な観光地づくりの視点を盛り込んだ計画を策定
- 札幌市の現状の課題整理やあるべき姿を考える地域協議会の継続開催
- 持続可能な観光地づくりの為に令和7年度以降の長期的かつ具体的なロードマップ策定
- 観光客・地域住民・関係事業者向けアンケートを実施（KGIの現状値把握及び事業実施後の効果測定を実施）

【本地域における取組マップ】

KGI：観光客満足度、市民満足度

- 測定手法：定山渓観光客・地域住民アンケート(WEB＋紙)
- 現状値：観光客：100%　市民：41%（令和7年度事業開始前）　※本事業にて把握
- 目標値：観光客：道外客90.0%、海外客97.0%、市民：70.0%（令和14年度）※札幌市類似アンケートを基に本事業開始前時点で設定

- **訪日外国人旅行者の個人旅行化により、公共交通機関による入込みが増加し、バスの車内混雑が激化している。また、訪日外国人旅行者が持ち込む大型手荷物により、路線バスの輸送能力が低下し、沿線住民の乗り残しが発生している**
- **チェックイン・アウトに合わせた特定の時間帯に訪日外国人旅行者が集中し、バス停・バス車内の過度な混雑を招いている**
- **路線バス乗車時や乗車中のマナーについて、運転手だけでは多言語での案内ができておらず、乗車効率の低下や定時運行に悪影響を与えている**

5-①. 主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業①	**観光客向け手荷物当日配送事業**		
事業目的	観光客の増加に伴う市民生活への影響の軽減や、観光客の満足度向上を目的に、手ぶら観光の推進を図るため		
実施主体	（株）シズナイロゴス	**実施期間**	令和7年10月～令和8年2月

【背景・課題】

- コロナ禍の観光需要の停滞により、札幌市中心部～定山渓エリア間の直行バス・路線バスが減便。
- 観光需要回復後、秋～冬の時期のバス利用者が増加し、直行バス（かっぱライナー号：予約制）が連日満席となる。
- 路線バスに訪日外国人旅行者等が流入することで、車内が著しく混雑し、沿線住民の乗り残しも発生。
- 直行バスは観光客の利用を想定した大型車両だが、路線バスは一般的なバス車両であるため、
  訪日外国人旅行者が携行する大型のスーツケース等が車内スペースを圧迫し、混雑を助長している。
  ⇒ 観光客と手荷物の分離が課題

【手荷物配送区間】

【事業内容】

- スーツケース等の手荷物を市内のホテルでお預かりし、当日中に目的地のホテルへ配送することで手ぶら観光を推進する。
- サービス期間（補助事業対象期間）
  令和7年10月11日（土）～令和8年2月25日（水）
- 配送区間
  札幌市中心部の各ホテル（約150施設）～定山渓地域の各ホテル（約20施設）
- 利用料金
  手荷物１個につき1,650円（税込）

【推進ポイント】

- 本年1～2月にも同様の実証事業を実施したが、その際の札幌市中心部側の配送拠点は２か所のみ。
- 今回の事業では、中心部のホテル約150施設が対応。
- 定山渓を訪れる観光客は、札幌市中心部に宿泊後に移動する割合が多いため、観光客のニーズに対応し、利便性向上となることを期待。

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	観光客向け手荷物当日配送事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	手荷物の配送個数

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 15個/日（令和7年度）	• 3.4個/日（合計81個）※配送を実施した日の平均個数

成果の詳細

・令和6年度の実績（8個/日）や目標値を大きく下回る結果となった。
・同様のスキームで実施している新千歳空港⇔札幌市中心部やその他の区間の実績と比較して利用が伸びていない状況を踏まえ、今回の結果の要因として下記２点が考察される。
①料金設定：
昨年550円／個→今年1650円／個（自走化に向けた値上げによる利用数減）
②周遊観光の需要の伸び悩み：
札幌市中心部から定山渓温泉へ向かう場合、手荷物を預けて周遊観光を行うよりも、まずは温泉宿にチェックインする観光客が多く、手ぶら観光の需要が顕在化していない。

定山渓での路線バスの待機列

今年度事業を踏まえた継続課題

1 **料金の設定**
- 自走化に向けて料金は昨年550円／個から今年1650円／個に値上げされたことによって利用数が減少したと思われる

2 **PR・広告**
- WEB広告の対象国を「訪問者の多さ」ではなく「個数の多いファミリー層」にすべきであった。（最大９個／人の実績あり、訪問数の多い韓国・台湾ではなく、一団体の人数が多いタイ等）
- 二次交通の混雑緩和だけでなく、徒歩の利便性向上（雪道における宿泊施設～バス停間の大変さ）もアピールすべきであった

次年度以降の方針

1 **料金設定の見直し**
- 料金設定の見直しを検討する

2 **PR・広告のターゲットの検討**
- 宿泊施設だけでなく、冬場はスキー場も考慮した配送網の構築を検討する

5-②. 主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強 / マナー違反の防止・抑制

補助事業②	**バス乗車位置整理員配置事業**		
事業目的	観光客の増加に伴う市民生活への影響の軽減や、観光客の満足度向上を目的に、バス待機時の利便性を高めるため		
実施主体	（株）じょうてつ	**実施期間**	令和7年10月～令和8年1月31日

【背景・課題】

- 訪日外国人旅行者が多く利用する札幌中心部（札幌駅・大通駅・すすきの駅）及び定山渓内のバス停で混雑・混乱が発生し、運行遅延が生じている。

【事業内容】

- 札幌市内中心部（札幌駅～すすきの）や定山渓温泉内の各バス停に整理員を配置
- 実施期間：令和7年10月1日～令和8年1月31日（人員配置期間）

＜スケジュール＞

- 令和7年9月～　　本事業計画着手
- 令和7年10月～1月　本事業運用（整理員配置）
- 令和8年2月　　効果測定

バスに乗れない市民の待機列

整理員が説明しスムーズな乗車に繋がる

【推進ポイント】

- 紅葉時期や春節・さっぽろ雪まつり開催時期に訪日外国人旅行者が増加するため、令和7年10月～令和8年1月の期間で実施を行う。
- バス停の混乱・混雑の解消するために、整理員を配置し待機列を行うとともに訪日外国人旅行者向けのマナー啓発を実施し、周辺の悪影響の緩和も同時に図る。
- 元々運転手が実施していた予約名簿の管理を整理員に行ってもらい、誤乗車防止と受付の円滑化を図る。また、荷物運搬のサポートを担うことで、利用者・運転手負担の軽減、待機列の整理、乗降動線の確保につなげる。

札幌駅前の整列乗車の様子

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業②	バス乗車位置整理員配置事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	バスの定刻発車割合

令和7年度に掲げた目標値

- 45%（令和7年度）

事業の成果/目標の検証結果

- 48.9%（事業完了時）

成果の詳細

・整理委員を配置したことで、乗車列の整理や誘導が円滑に行われ、停留所での乗降時間が安定した。
その結果、発車遅れの抑制につながり、定時出発の確保に寄与した。
・本事業における総運行回数は852回で、そのうち定時に出発できた便は417回となり、定時出発率は48.9%であった。
※令和7年1月～2月測定値が31%であったため、本事業前と比較し約17ポイント向上した。

＜参考値＞
・1分遅れ：218回　・2分遅れ：62回　・3分遅れ：24回　・4分遅れ：18回　・5分遅れ：16回　・5分以上の遅れ：97回

・定時出発が確保できたことにより、利用者に対して安定した輸送サービスを提供できた点は大きな成果である。
バスが予定時刻どおりに出発することで、乗継利用者の利便性向上につながるとともに、移動計画を立てやすくなることから、
利用者満足度の向上にも寄与したものと考えられる。
（従来は発車遅れ等により、直接お客様から対応改善を求める声が多くあったが、実施期間中に同様のケースは無かった）

今年度事業を踏まえた継続課題

1. **人員確保の困難やコスト増**
   - 多言語対応が可能な人材の確保とそれに係るコストの増加が課題となっている
2. **お客様対応のスキルのばらつき**
   - 運転手ごとに外国語やお客様対応のスキルにばらつきがあるため、教育や配置体制の見直しが必要である

次年度以降の方針

1. **遅延要因の分析と運用体制の見直し**
   - 今後は、遅延要因の分析と運用体制の見直しを行い、定時性のさらなる向上に取り組んでいく

5-③. 主な取組（詳細）

需要の分散・平準化

補助事業③	観光客専用バス運行事業		
事業目的	観光客の増加に伴う市民生活への影響の軽減や、観光客の満足度向上を目的に、移動の利便性を高めるため		
実施主体	（株）じょうてつ	実施期間	令和7年10月～令和8年2月

【背景・課題】

- コロナ禍の観光需要の停滞により、札幌市中心部～定山渓エリア間の**直行バス・路線バスが減便**。
- 観光需要回復後、秋～冬の時期のバス利用者が増加し、**直行バス（かっぱライナー号：予約制）が連日満席**となる。
- **路線バスに訪日外国人旅行者等が流入**することで、**車内が著しく混雑**し、**沿線住民の乗り残し**も発生。
- **定山渓への輸送力が不足している一方で、バス運転手の人材不足や2024年問題等の影響で、直ちに運行本数を回復させることが困難。**
  ⇒ **輸送力の向上**が課題

【事業内容】

- 観光客専用バスを運行することで札幌市中心部～定山渓エリア間の輸送力を向上し、観光客と市民の分離を図る。
- 運行実施日
  令和7年10月10日（金）～令和8年2月19日（木）
- 運行区間
  札幌市中心部（札幌駅、すすきの）～定山渓地域（3停留所、走行距離約27km）
- 利用料金
  大人4,800円、小人3,800円（往復・税込）
  ※定山渓観光を楽しんでもらうための特典付き（定山渓温泉のロゴ入りオリジナルタオルや、定山渓エリア内の路線バスの一日周遊フリーパスを配布）

【観光客専用バス運行区間】

【推進ポイント】

- 路線バスとして運行する場合、様々な制約が発生するが、**貸切バス（募集型企画旅行）として運行**することで対応。
  ⇒ 貸切バスの場合、**自由に料金設定が可能**なため価格転嫁が容易なほか、
  他のバス事業者と共同運行とすることで繁忙期の**バス運転手不足にも対応**可能。

5-③. 成果及び今後に向けて

補助事業③	観光客専用バス運行事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	観光客専用バス乗客数

令和7年度に掲げた目標値

- 10,000名（令和7年度）

事業の成果/目標の検証結果

- 652名（令和7年度（10月～2月の合計乗客数））

成果の詳細

- かっぱライナー号の増便等の影響等により、目標値を下回る結果となった。
- 月別予約では1泊2日の利用者が少なく、紅葉シーズン期間の伸長は得られなかった。
- 予約者の約6割程度は滞在中の旅ナカ予約で、旅行者のリアルタイムな動機づけができた。
- Meta広告とチラシの配架を組み合わせた施策により、訪日外国人旅行者層への効果的なアプローチができた。

今年度事業を踏まえた継続課題

1 PR・広告

- 事業構築の検討に時間を要した結果、事業周知開始が事業開始の直前となるなど、事業のPR面では改善の余地もあったのではないかと考えられる

2 観光客専用バス運行事業の再検討

- 本事業の目的は、路線バスの混雑や乗り残しの対策として、同区間の輸送力を強化するものであるが、令和7年12月からのダイヤ改正(※)により、路線バスの乗り残し問題が改善傾向にある。そのため、本事業としては目標を下回ったが、本来の目的は達成しつつある
  ※札幌中心部～定山渓間の直行バス（かっぱライナー号）が増便
  上記以外の移動経路は、札幌市中心部から中間交通結節点（真駒内駅）までを地下鉄、真駒内駅から定山渓までは路線バス、と棲み分けすることで、路線バスの運行本数が増加

次年度以降の方針

1 混雑・乗り残し状況の注視と事業の再検討

- 路線バスの混雑・乗り残しの状況等を注視し、事業の必要性について検討する

（単位/人）

		大人	小人	小計	合計
10月	日帰り	173名	3名	176名	368名
	1泊2日	8名	0名	8名	
11月	日帰り	60名	0名	60名	120名
	1泊2日	0名	0名	0名	
12月	日帰り	86名	5名	91名	274名
	1泊2日	46名	0名	46名	
1月	日帰り	93名	3名	96名	288名
	1泊2日	46名	2名	48名	
2月	日帰り	66名	3名	69名	204名
	1泊2日	33名	0名	33名	
		635名	17名	652名	

令和7年度の月別乗客数の実績

2. 北海道小樽市

1．地域概要

対象地域	北海道小樽市
申請主体	小樽市
計画名	小樽市における「観光がもたらす恩恵」と「市民の安心快適な暮らし」の両立による持続可能な観光地域づくり実施計画

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	6,991	7,612	8,068
- 国内	791	903	983
- 訪日外国人旅行者	200	213	282

地域の特徴・観光資源等

- 小樽市は明治以降の歴史の面影を色濃く残す街並みが今も残り、多くの観光客が訪れる国内有数の観光都市
- 小樽は、海、港、山、坂、運河と倉庫群、歴史的建造物、食文化など豊富な観光資源に恵まれた街
- 運河論争などの歴史的背景から、市民のまちづくり意識が高く、官民連携し様々な取組を進めてきた（民の力）
- 宿泊施設の開業により宿泊キャパシティーが向上したほか、民泊施設も増加傾向にある

協議体制

協議の場

小樽市オーバーツーリズム対策連絡協議会

参加者

行政機関等
- 小樽市
- 北海道運輸局
- 北海道開発局
- 北海道後志総合振興局
- 小樽警察署

住民関係者
- 総連合町会

事業者
- (一社)小樽観光協会
- 小樽商工会議所

有識者
- 北海道旅客鉄道㈱
- 北海道中央バス㈱

エリアマップ

おたる水族館

小樽運河

小樽天狗山
ロープウェイ・スキー場

朝里川温泉

2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**公共交通や観光地の混雑**	• JR函館線（小樽～札幌）や市内バス路線（天狗山ロープウェイ線、祝津線、朝里川温泉線）において、観光客の急増により、住民や観光客が「バスに乗れない」、「大きな荷物が占領しておりJRを利用しづらい」など、過度の混雑が生じている。	観光客・地域住民
2.	**道路の渋滞や混雑**	• 道道小樽港線（小樽運河付近）において、観光バス駐車場への入場待ちのバス列が路肩に駐車することにより、住民や観光客等の車の通行に支障が出ており、過度の混雑が生じている。	観光客・地域住民
3.	**マナー問題**	• 一部地域において、路上での写真撮影や他人の土地への無断侵入、ごみのポイ捨てなどの迷惑行為が生じている。 • 令和7年1月23日には朝里駅周辺の鉄道敷地内に入り写真撮影していた観光客が列車に轢かれ死亡した事故が発生した。	地域住民

1 公共交通や観光地の混雑

観光客等により混雑する
市内路線バスの停留所

2 道路の渋滞や混雑

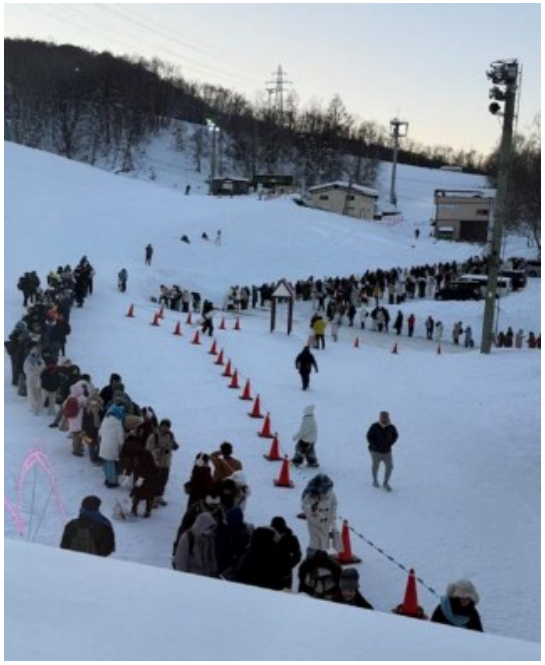
観光バス駐車場入場待機する
観光バスの列

3 マナー問題

車道を塞いで写真撮影する観光客

3．背景･要因

主な背景･要因		
1.	**国内外観光客等の急増**	• コロナ禍以降、本市を訪れる観光客が増加している。令和6年度の観光入込客数は7年ぶりに800万人を突破した。 • 宿泊客数も増加しており、特に訪日外国人旅行者の宿泊客数は過去最多を記録した。主に下期に宿泊客数が増加。これにより、一部地域におけるマナーやルールの逸脱などが冬期間に顕著に発生している。
2.	**映画ロケ地やSNS等での人気スポット**	• 本市で撮影された映画等のロケ地やSNS等での人気スポットへの来訪者が増加している。 • これにより、現地の混雑、マナーやルールの逸脱などが発生している。

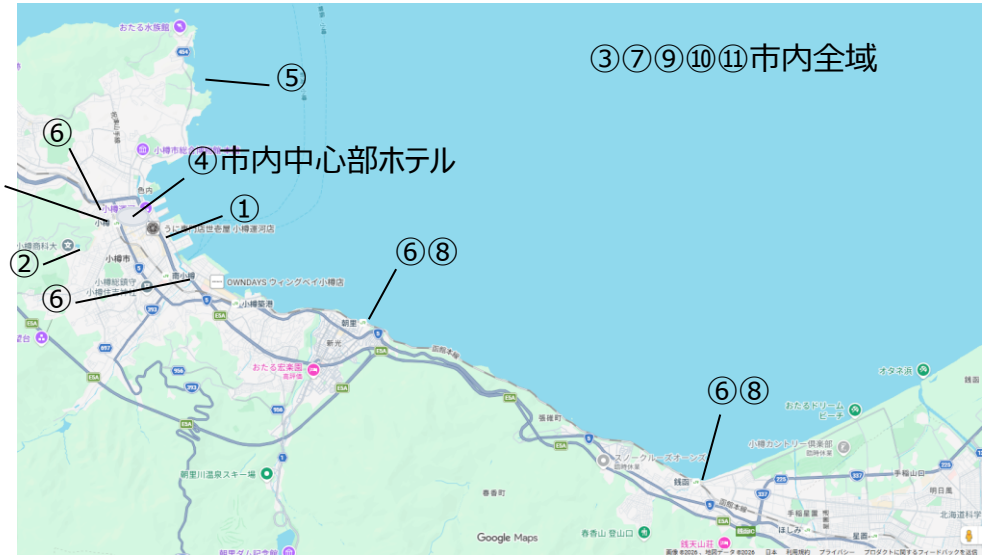


人気スポットの様子

4．対策の概要

目指す姿	「観光がもたらす恩恵」と「市民の安心快適な暮らし」の両立による持続可能な観光地域づくり
KGI	（指標）観光都市であることに魅力や活力を感じている市民の割合
	現状値：47.4%（令和5年度） 目標値：50.0%超（令和9年度）

- 令和7年2月小樽市オーバーツーリズム対策連絡協議会を設置。地域一体の体制で現状、課題の整理、地域住民や事業者へのヒアリングを行い、対策を協議し、令和7年度施策を取りまとめ補助事業を実施



■補助事業の実施概要

受入環境の整備・増強

① 堺町観光バス駐車場周辺の路上駐車対策のための警備員配置及び除排雪

【背景・課題】

- 観光バスが駐車場への入場を待機するため路肩に駐車することから渋滞や混雑が生じている。

【事業内容】

- 冬期間におけるバスの待機場所を別に確保し、待機場所での警備員の配置及び除排雪を実施。

② 小樽駅前ターミナル及びバス停留所混雑緩和事業

【背景・課題】

- 小樽駅前ターミナルや市内バス停留所（天狗山、おたる水族館）において混雑が生じている。

【事業内容】

- カメラ及びスピーカーを設置し、混雑状況把握や増便対応アナウンス、誘導員の配置などを実施。

③ インバウンド対策多言語化環境改善事業

【背景・課題】

- 小樽駅前ターミナルや市内各バス停留所における多言語対応不足のため混雑が生じている。

【事業内容】

- ディスプレイや翻訳機、デジタルサイネージを設置し多言語表示対応、バス停の多言語表記を実施。

受入環境の整備・増強

④ 手ぶら観光の推進実証事業

【背景・課題】

- 新千歳空港・小樽間の公共交通機関への大型手荷物持込みによる混雑が生じている。

【事業内容】

- 専用車による新千歳空港・小樽間の手荷物輸送体制構築及び手荷物配送を実施。

需要の分散・平準化

⑤ 需要の分散・平準化に資するコンテンツ造成支援（早朝、北運河ほか）

【背景・課題】

- 人気スポットの昼間の時間帯の混雑が生じている。

【事業内容】

- 早朝に楽しめるコンテンツや北運河方面への回遊性を高めるコンテンツを盛り込んだツアー造成支援を実施。

４．対策の概要

目指す姿	「観光がもたらす恩恵」と「市民の安心快適な暮らし」の両立による持続可能な観光地域づくり
KGI	（指標）観光都市であることに魅力や活力を感じている市民の割合
	現状値：47.4%（令和5年度） 目標値：50.0%超（令和9年度）

- 令和7年2月小樽市オーバーツーリズム対策連絡協議会を設置。地域一体の体制で現状、課題の整理、地域住民や事業者へのヒアリングを行い、対策を協議し、令和7年度施策を取りまとめ補助事業を実施

■補助事業の実施概要

マナー違反の防止・抑制

⑥ 旅ﾅｶにおける注意喚起・ﾏﾅｰ啓発（地域住民等への注意喚起ﾎﾟｽﾀｰ配布、注意喚起看板設置、街頭放送による注意喚起・ﾏﾅｰ啓発、船見坂等への警備員配置）

【背景・課題】

- 道路上で写真撮影する等車の通行を妨げる行為や他人の土地に無断で入る行為など観光客等によるマナー違反・迷惑行為が生じている。

【事業内容】

- 注意喚起ﾎﾟｽﾀｰを地域住民へ配布、注意喚起看板の設置や街頭放送での注意喚起・マナー啓発、警備員配置を実施。

マナー違反行為の防止・抑制

⑦ 旅ﾏｲ旅ﾅｶにおける注意喚起・マナー啓発（SNS・インフルエンサー）

【背景・課題】

- 道路上で写真撮影する等車の通行を妨げる行為や他人の土地に無断で入る行為など観光客等によるマナー違反・迷惑行為が生じている。

【事業内容】

- SNSやインフルエンサーを活用し、注意喚起・ﾏﾅｰ啓発、WEB広告による旅ﾏｲ旅ﾅｶにおけるマナー等の認知、周知を実施。

マナー違反行為の防止・抑制

⑧ インバウンド旅客の安全確保・マナー対策（銭函・朝里・小樽駅の警備員配置）

【背景・課題】

- 訪日外国人旅行者によるマナー違反や危険行為が生じている。

【事業内容】

- ホームにおける注意喚起・マナー啓発、駅構内の旅客流入コントロールのための警備員配置を実施。

⑨ 注意喚起・マナー啓発用PR動画の制作・発信

【背景・課題】

- 道路上で写真撮影する等車の通行を妨げる行為や他人の土地に無断で入る行為など観光客等によるマナー違反・迷惑行為が生じている。

【事業内容】

- 旅マエ旅ナカにおける注意喚起・マナー啓発PR動画の制作、SNS等での発信・拡散を実施。

地域住民と協働した観光振興

⑩ 観光が地域に与える影響を地域で共有する取組

【背景・課題】

- オーバーツーリズムが地域住民の暮らしに影響を与え、観光客が来ることにネガティブな印象になりかねない状況が生じている。

【事業内容】

- 観光が地域にもたらす恩恵を見える化し、地域住民等に説明する資料の作成・周知等を実施。

調査・分析

⑪ デジタル技術活用オーバーツーリズム実態調査

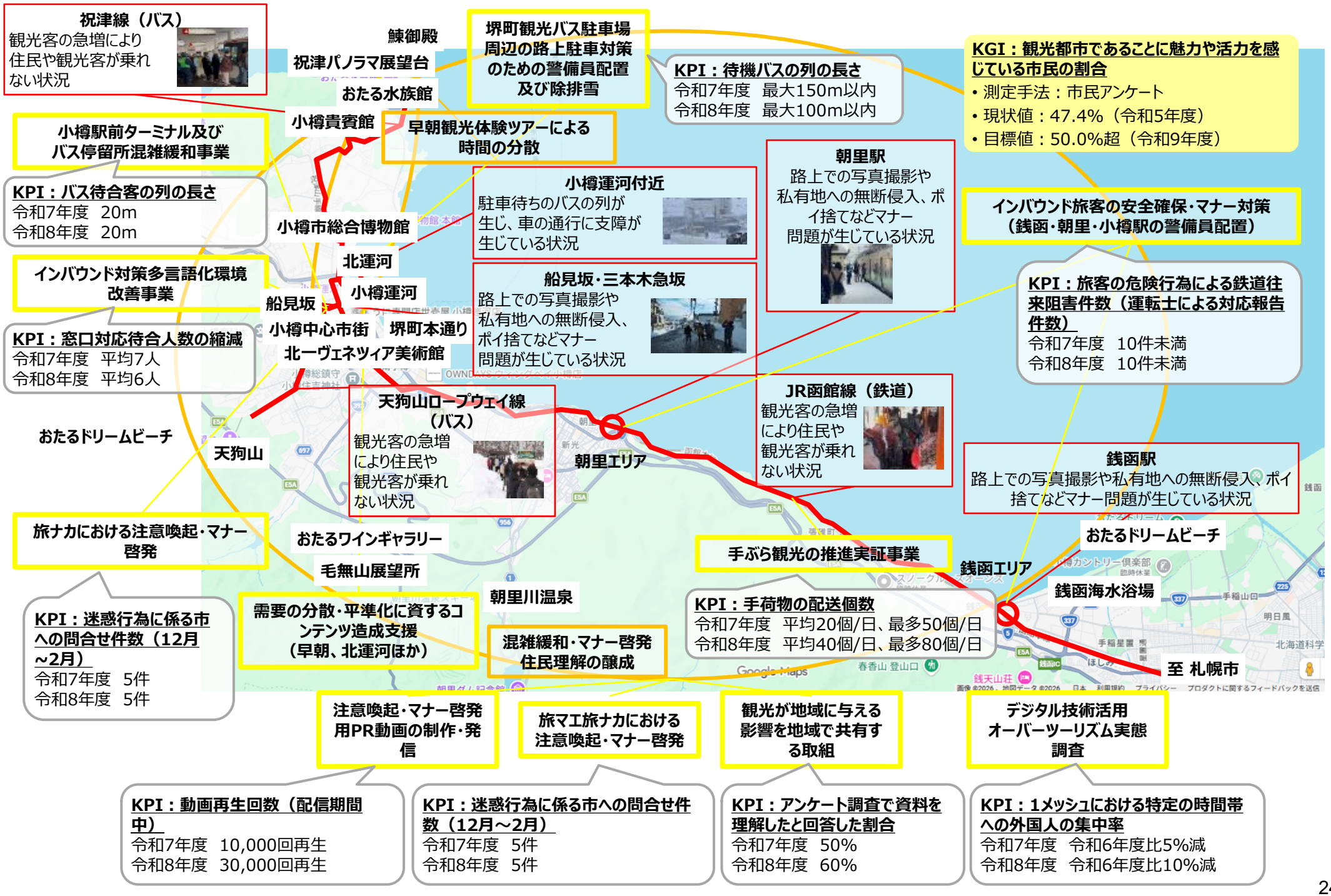
【背景・課題】

- オーバーツーリズム対策の協議・検討にあたり、市全域を時空間的に網羅し混雑状況等を可視化したデータの活用（EBPM）が重要である。

【事業内容】

- GPS人流ﾃﾞｰﾀを活用し、混雑状況を可視化し、オーバーツーリズムの実態や対策後の効果を詳細に把握するほか、分散誘導施策や協議会での検討等に活用し、オーバーツーリズム対策を実施。

【本地域における取組マップ】



5-①. 主な取組（詳細）

需要の分散･平準化

補助事業⑤	**需要の分散･平準化に資するコンテンツ造成支援（早朝、北運河ほか）**		
事業目的	需要の分散･平準化		
実施主体	小樽市	実施期間	令和7年6月～令和8年2月

【背景･課題】
- 小樽運河周辺等、人気スポットの昼間の時間帯に混雑が生じている。

【事業内容】
- 展望台からの景観や人気食堂での朝食など早朝に楽しめるコンテンツ、旧北海製罐前でのガイドや田中酒造本店での試飲等、北運河方面への回遊性が高まるコンテンツを盛り込んだツアー造成支援を実施する。
- 早朝に楽しめるコンテンツや北運河方面への回遊性を高めるコンテンツを盛り込んだ次の２ツアーの造成を支援し、販売を行った。
  ①手宮･祝津コース（計87名参加）
  7:00に小樽駅改札口付近に集合し、バス又はタクシーで神社の参拝や展望台などを巡る
  ②北運河コース（計92名参加）
  7:30に小樽駅改札口付近に集合し、バス又はタクシーで展望台や試飲を楽しむ

【推進ポイント】
- 民間事業者による自走やガイド育成を含めた事業のあり方を想定し、令和7年9月から10月の間で実証する。
- その際、早朝に楽しめるサービスや景色、小樽での朝食の楽しみ方など改めて整理し、ツアー参加者の満足度や協力事業者にアンケート調査を実施し、その結果を協議会や民間事業者で共有し、今後の取組について協議･検討する。

訪問先①祝津パノラマ展望台

訪問先②小樽市鰊御殿

訪問先③青塚食堂（朝食）

早朝観光プラン（モーニングツアー）パンフレット

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業⑤	需要の分散・平準化に資するコンテンツ造成支援（早朝、北運河ほか）

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	早朝観光プラン参加利用者数

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 200人	• 179人（事業終了時）

成果の詳細

- 時間帯・観光エリアの分散により混雑が少ない状態での観光に関する付加価値、朝活への肯定的意見や午後の時間を有効活用できる点から、約8割の参加者からオーバーツーリズムの観点で有効性があるとの意見を得た。
- 市内ガイドがコースの考案から参画し、ツアーにも帯同して案内を行ったことから、今まで知られていなかった潜在的観光エリアの発見、宿泊への誘客の可能性がある点などが好意的に評価された。

今年度事業を踏まえた継続課題

1 販売価格

- 参加者アンケート結果から、ツアーの販売価格3,000円～5,000円が目安となることがわかった。
- 受託事業者によると、10名参加の場合の損益分岐点は14,624円である。
- 持続的に事業化していくための目安として、利益率が20%となる販売額を算出すると、19,000円となる。

2 ツアー内容

- 事業化に向けては、より実現性が高い内容（単価に見合うプレミアム感、安価で参加しやすいツアーなど）とする必要がある。

次年度以降の方針

1 需要に基づいたツアーの造成

- 本事業の検証結果について、関係者や事業者に横展開を行い、需要の分（参加者の満足度が非常に高い一方で、事業化に向けては料金体系やターゲットの設定など、より実現可能性が高い内容とする必要がある）散化に寄与するツアーの造成・参入促進につなげていく。

天狗山山頂からの景色を楽しむツアー参加者

5-②. 主な取組（詳細）

マナー違反行為の防止・抑制

補助事業⑦	**旅マエ旅ナカにおける注意喚起・マナー啓発（SNS・インフルエンサー）**		
事業目的	旅マエ旅ナカにおける観光客等に対する注意喚起やマナー啓発		
実施主体	小樽市	実施期間	令和7年6月～令和8年2月

【背景・課題】
- 道路上で写真撮影する等車の通行を妨げる行為や他人の土地に無断で入る行為など観光客等によるマナー違反・迷惑行為が生じている。

【事業内容】
- SNSやインフルエンサーを活用し、注意喚起・マナー啓発、WEB広告による旅マエ旅ナカにおけるマナー等の認知、周知を実施する。

【推進ポイント】
- 令和7年10月から令和7年12月の期間で実証する。
- 旅行者やHP等の閲覧者に対しアンケートを実施し、認知率の数字の確認を行いその結果を協議会や民間事業者で共有し、今後の取組について協議・検討する。

マナー啓発専用WEBサイトの画像

SNSで発信の様子

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業⑦	旅マエ旅ナカにおける注意喚起・マナー啓発（SNS・インフルエンサー）

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	迷惑行為に係る市への問合せ件数（12月～2月）

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 5件	• 10件（事業終了時）

成果の詳細

- 12月から2月における苦情件数が令和6年度31件に対して、令和7年度においては10件と大幅に減少した。
- 4カ国のインフルエンサーを起用し、総再生回数433万回再生（目標：50万回）と目標を大幅に超えることに成功した。
- マルチプラットフォーム戦略によって、単一のSNSに依存せず市場に合わせて複数の媒体で同時展開したことで、死角のない情報発信を実現した。
- 「マナー啓発」という堅苦しくなりがちなテーマを、インフルエンサーの個性を活かした「旅の楽しみ方」の中に自然に組み込むことで、視聴者の受容性を高めた。

国	チャンネル名	総再生回数	発信媒体数
日本	炭火倶楽部	401,000回	3種類
台湾	Zoebitalk肉比頭	89,000回	1種類(長尺動画)
中国	匠游	3,289,705回	9種類
韓国	kcw.96	551,000回	1種類
合 計		4,330,705回	

今年度事業を踏まえた継続課題

1 市場間の成果の偏り

- 中国市場の成果が突出した一方、台湾市場などのデータ貢献度が相対的に低くなった。市場ごとの媒体特性に合わせた企画の見直しが課題である。

次年度以降の方針

1 季節に特化した動画作成

- インフルエンサーによる冬季版動画を製作する。冬期Ver.のマナー啓発（私有地侵入、道路歩行など）を実施する。

2 効果拡大化のための取組実施

- 関連サイトへリンク設置、各インフルエンサーにシェア依頼、WEBサイトへの流入を強化する。

5-③. 主な取組（詳細）

マナー違反行為の防止・抑制

補助事業⑨	**注意喚起・マナー啓発用PR動画の制作・発信**		
事業目的	旅マエ旅ナカにおける観光客等に対する注意喚起やマナー啓発		
実施主体	Otaru Next100実行委員会	実施期間	令和7年6月～令和8年2月

【背景・課題】
- 道路上で写真撮影する等車の通行を妨げる行為や他人の土地に無断で入る行為など観光客等によるマナー違反・迷惑行為が生じている。

【事業内容】
- オーバーツーリズムを“深刻な問題”として重く扱うのではなく、小さな”思いやり”の積み重ねで、小樽市民・観光客がお互いの印象を変える・変わるというポジティブなメッセージを、動画とダンスで表現する「PR動画（ミュージックビデオ）」を制作・発信し、ルールやマナーの啓発を図ることを目的に実施する。
- 地域の若者世代（地元高校生を含む）約20名がメンバーの中心となり、目的に即した「PR動画（MV）」を企画。同メンバーが出演する形で撮影・編集を行い、動画タイトル『ひとつの海、ひとつの街』を作成する。
- TikTok・YouTube・Instagram（リール動画）を活用し配信する。
- 制作したPR動画の周知・啓発を図るためのリーフレットを作成し、さっぽろ雪まつり、小樽雪あかり等のイベント開催時、特に訪日外国人旅行者が多く訪れる時期を狙って情報発信を行う。
- 上記取組を推進するため、以下のステップで推進した。
  - ✓ 令和7年12月13日(土)・14日(日)：動画撮影
  - ✓ 令和8年1月10日(土)：動画公開
  - ✓ 令和8年2月14日(土)まで：KPI達成の為のPR実施期間
- 動画撮影場所は、小樽運河・北運河、小樽港、堺町通り商店街 他である。

リーフレット

【推進ポイント】
- 地元の高校生などの地域に住む若い世代が中心となり、マナー啓発をダンスで表現するといった
- 他事業と一線を画した手法により話題性を高め、地元メディアに対してもPRしていく。

リーフレットのQRコード

YouTubeのイメージ

5-③. 成果及び今後に向けて

補助事業⑨	注意喚起・マナー啓発用PR動画の制作・発信

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	動画再生回数（配信期間中）

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 10,000回	• 44,500回（TikTok:24,000回・YouTube:2,500回・Instagram（リール動画）:18,000回再生）　※令和8年2月14日時点

成果の詳細

- 本事業において配信したPR動画の総閲覧数は「計44,500回」（※令和8年2月14日現在）で、計画時目標値以上の結果を出すことができた。
- 取組についての記事を、北海道新聞朝刊（全道紙面）でも紹介いただき、SNS上だけではない幅広い層にも訴求できた。
- 地域の若者世代が主体的に取り組む姿を通じて、訪れる観光客や地域住民に対し、“思いやり”というメッセージを発信することができた。
- 地元の高校生から観光客まで気軽に閲覧できるSNS「TikTok」を軸に動画配信を展開し、様々な層に対してメッセージを伝えることができた。
- 地域の若者世代が、オーバーツーリズムという地域課題に対して、自分ごととなって考え、自分たちのできるアプローチで主体的に取り組むことができた。
- この事自体が一つのストーリーであり、目標値を上回る成果（閲覧数）に繋がったものと考えられる。

今年度事業を踏まえた継続課題

1 地域住民と観光客の相互理解未実現

- 地域住民と観光客の相互理解（互いのリスペクト）については簡単に実現できるものではないと考えられるが、より大きく拡散に繋がる企画内容の検討や継続した取り組み、着実な積み重ねが必要である。

2 効率的な訴求

- 訪日外国人旅行者へ効果的に訴求するための工夫（映えの意識や多言語対応等）も必要である。

次年度以降の方針

1 事業の拡大

- 本事業をきっかけに開設したTikTokをはじめとするSNSツールを活用しながら、若者視点という特長を活かして、オーバーツーリズムに係るルールやマナー啓発の周知や、需要の分散化を目指した夜間観光の魅力発信等について取り組んでいきたい。

5-④. 主な取組（詳細）

地域住民と協働した観光振興

補助事業⑩	**観光が地域に与える影響を地域で共有する取組**		
事業目的	観光の意義や効果に係る地域住民の理解・認知向上		
実施主体	小樽市	実施期間	令和7年6月～令和8年2月

【背景・課題】
- オーバーツーリズムが地域住民の暮らしに影響を与え、観光客が来ることにネガティブな印象になりかねない状況が生じている。

【事業内容】
- 観光が地域にもたらす恩恵を見える化し、地域住民等に説明する資料の作成・周知等を実施する。
- 小樽市の現状、観光による経済効果、くらしやまちづくりと観光、市民へのインタビュー、小樽観光の課題と対策、市長からのメッセージ、アンケートを掲載したリーフレット「市民のくらしと小樽観光」を作成する。
- 新聞折込、町会回覧のほか、市内全中学校12校、市内全高校7校に市役所及び出張所、その他市有施設計13か所にてリーフレットを配布する。
- 上記取組を推進するため、以下のステップで推進した。
  - ✓ 令和7年8月～11月：掲載内容の打ち合わせ、作成
  - ✓ 令和7年11月：市有施設、学校での配布、新聞折込
  - ✓ 令和7年12月：町会回覧
  - ✓ 令和7年12月末：アンケート回答締切
  - ✓ 令和8年1月～2月：アンケート集計、報告書作成

【推進ポイント】
- 令和7年12月から令和8年2月の期間で実証する。
- オーバーツーリズムの問題が大きくなる12月よりも前に、地域住民等への周知を行う。

リーフレット

5-④. 成果及び今後に向けて

補助事業⑩	観光が地域に与える影響を地域で共有する取組

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	アンケート調査で資料を理解したと回答した割合

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 50.0%	• 78.1% （令和8年度市民アンケート実施時）

成果の詳細

- アンケート調査にて、本事業が観光振興に対する市民理解の促進に繋がったことが分かった。
- アンケート調査の記述回答にて、オーバーツーリズム、交通、インフラ整備関連の意見や提言が多くあがり、市民意識の向上に繋がった。
- 小樽の現状を国政調査、国立社会保障・人口問題研究所の推計、総務省の家計調査、北海道観光入込調査のほか、小樽市で行っている観光客動態調査、観光基礎調査などの統計資料を用いて現状を数値化したことで、観光が地域にもたらす恩恵を見える化し、市民と共有することができた。

今年度事業を踏まえた継続課題

1. **最新情報の不足**
   - 統計資料の情報が古く、使用できないデータがあった。
2. **取り巻く環境の変化に伴ったデータ収集が困難**
   - 観光を取り巻く環境変化はスピードが速いので、タイムリーな数値を共有することは難しい。

次年度以降の方針

1. **調査事業の開始**
   - 令和8年度事業において調査を実施し、経済波及効果等を最新のデータに更新する。
   - 地域住民への共有は令和9年度以降に実施する。
2. **データ収集方法の再検討**
   - タイムリーなーデータを取得できる調査方法に変更する。
   - GPSを用いた調査を実施し、滞在時間等の正確なデータを取得する。

観光ピクトグラムを活用したマナー啓発
【持続可能な観光の推進・普及啓発に向けた調査事業】

【事業概要】

①JR北海道/札幌管内
- 線路付近のマナー(JR北海道作成)と、観光地でのマナー(観光庁作成)のピクトグラムを組み合わせたポスターを作成
- 札幌管内のJR各線区の車両において上記ポスターB3判、各線区の有人駅において上記ポスターB1判を掲示
- 有人駅の壁面貼りと各車両内の中吊り広告によって、観光ピクトグラムやマナーに関するポスターを掲示

ポスター

中吊り広告

②小樽市/朝里・銭函・船見坂・三本木急坂エリア
- 銭函駅周辺に、観光ピクトグラムを使用した看板を設置
- 小樽市の住民・事業者に、上記看板と同内容のポスターA2判を配布し、店舗、民家等で掲示
- 小樽市のHPで観光ピクトグラムやマナーに関する情報発信を実施※非予算

撮影の際は周りに注意　私有地への立入り禁止　踏切で立ち止まって撮影禁止　ポイ捨て禁止　駐車禁止

観光ピクトグラム

銭函駅周辺

船見坂周辺

朝里駅周辺

観光ピクトグラム設置場所

3. 北海道釧路市

1．地域概要

対象地域	北海道 釧路市 阿寒温泉エリア
申請主体	特定非営利活動法人阿寒観光協会まちづくり推進機構
計画名	阿寒温泉エリアにおけるオーバーツーリズム解消の「実証モデル」実施計画

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	1,527	1,222	1,208
- 宿泊者延数	525	423	412
- 訪日外国人宿泊者延数	98	92	105

地域の特徴・観光資源等

- 阿寒湖温泉は北海道東部にある阿寒摩周国立公園内に位置し、阿寒湖の南側に温泉街がある
- 国の特別記念物「マリモ」と国内最大の「アイヌコタン」
- 阿寒湖周辺には手つかずの原生自然と釧路湿原国立公園があり、豊かな自然で楽しむアクティビティとアイヌ文化の体験ができ、滞在型の長期宿泊が可能な地域
- 欧米の富裕層に人気の「アドベンチャートラベル(体験型観光)」構築を進め高付加価値な滞在プログラムづくりに取組んでいる

協議体制

協議の場

阿寒観光協会まちづくり推進機構
オーバーツーリズム事業協議会

参加者

行政機関等
- 釧路市
- 阿寒観光協会まちづくり推進機構

事業者
- 阿寒アドベンチャーツーリズム
- 阿寒湖温泉旅館組合
- 前田一歩園財団
- 阿寒アイヌ工芸協同組合
- 自然公園財団

住民関係者
- ㈱ホテル御前水
- 鶴雅リゾート㈱
- ニュー阿寒ホテル

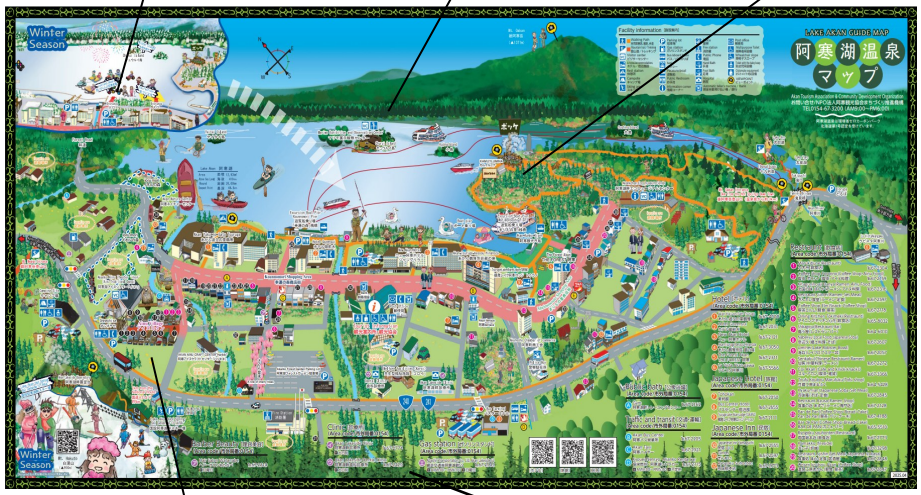
住民関係者
- 釧路信用金庫
- 阿寒観光汽船㈱
- 阿寒湖郵便局

エリアマップ

冬季
氷上ワカサギ釣り

プロガイド
湖北の森

新規ガイド
ボッケ遊歩道



夜のアイヌコタン

ガイド共通白湯山展望台

2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**人手不足**	• ネイチャーガイド不足により、事前の予約などガイドツアー体験のハードルが高い • プロガイドの人材に加え、ローカルガイド、ネイチャーガイドといったライト層向けのガイドも不足している • 上記によって、観光地として提供できるコンテンツの幅が限定的になり、特定の観光地(温泉街)への観光客の集中が見られている	観光客
2.	**マナー問題**	• 観光客が、観光エリアを訪れる野生動物(小鹿等)に餌付けすることで、野生動物が山に戻れなくなり、生態系へ悪影響を及ぼし、追いかけられる、噛みつかれる等住民とトラブルになっている • 夜間など、危険な湖畔に近づき湖へ落下する観光客が存在 • 世界自然遺産を目指すまりもの絶滅危機など環境保全への理解が浅い • ごみのポイ捨て問題が発生（観光客・地域住民共に）	観光客・住民
3.	**二次交通問題**	• 阿寒湖温泉の大きな課題である二次交通をはじめ受入環境を整えていく為の持続可能な観光計画の具体的なロードマップの策定が出来ていない状況	住民・観光客 地域事業者

1 **多様な訪日外国人旅行者へのガイド対応**

阿寒ガイド

2 **環境汚染によるまりもの減少・小型化**

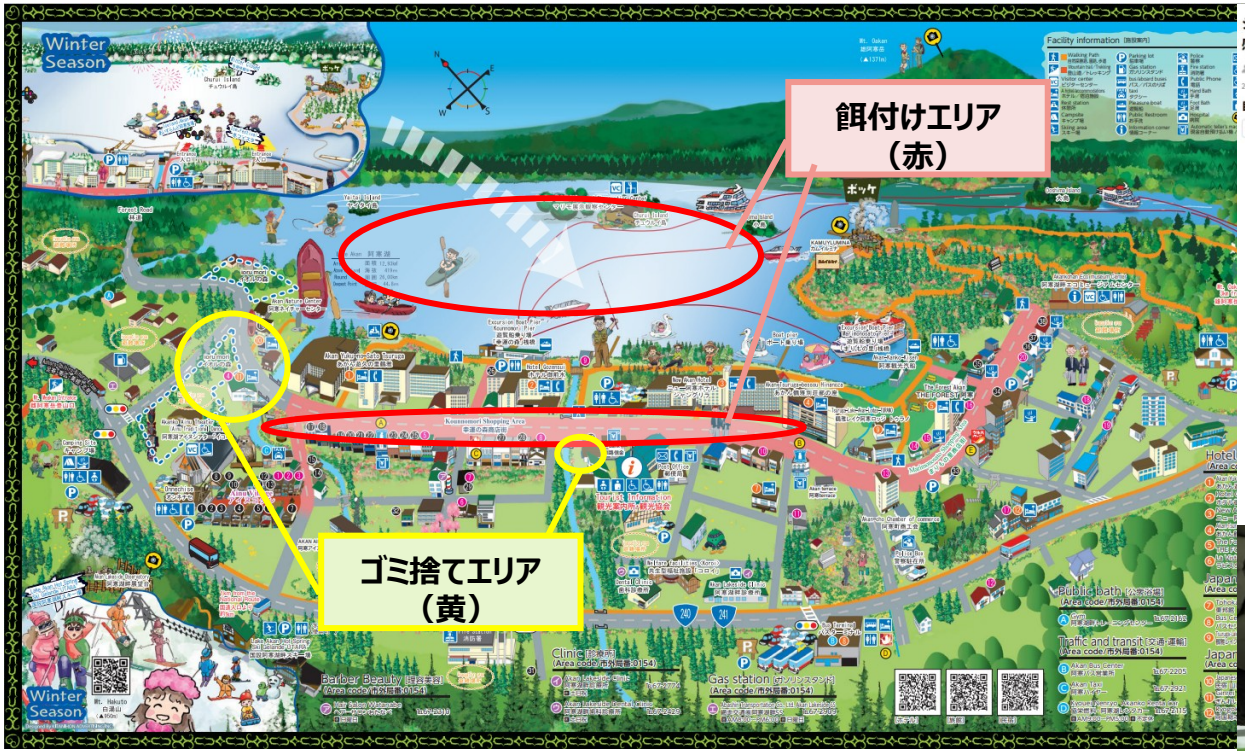
阿寒湖のまりも

3 **野生動物への接触**

角に漁網が絡み気性の荒くなったエゾシカ

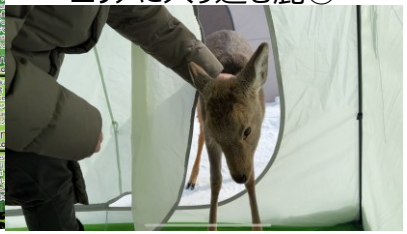
3．背景・要因

主な背景・要因		
1.	**ガイド人材の獲得の仕組み・育成環境の整備不足**	• 新規でガイド人材を獲得する仕組みや、新規/既存ガイドに向けて講座を提供する等、ガイドを育成するための環境整備が不十分である
2.	**観光客のマナーの欠如**	• 観光客の間で、野生動物への餌付けが生態系に悪影響を及ぼす行動であるということが十分に理解されていない
3.	**ゴミ問題**	• 阿寒湖畔に設置していたゴミ箱を、処理代の高騰やコロナ禍を経て「ゴミを宿泊施設に持ち帰っていただく運用」となったことから撤去したため、町中にゴミ箱の数が少ない • ゴミを宿泊施設に持ち帰っていただくという運用が観光客に周知されていない



▼阿寒湖温泉街に降りてきた鹿が問題になったニュース記事

▼人が寝泊まりするキャンプエリアに入り込む鹿①



▼人が寝泊まりするキャンプエリアに入り込む鹿②

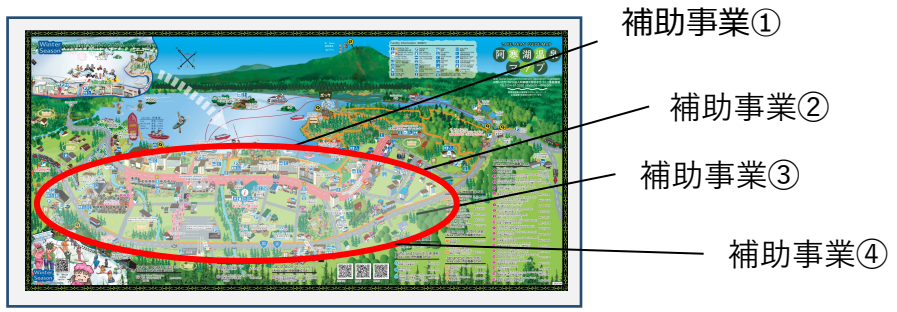
▼人が寝泊まりするキャンプエリアに入り込む鹿③

▼人が釣ったワカサギを狙う鹿

4．対策の概要

目指す姿	観光客・地域住民・事業者が相互的に支えあう世界・日本を代表する国立公園の温泉観光地（阿寒湖温泉）
KGI	（指標）「観光客と地域の関係性が良好と感じる」、「環境被害(獣害含む)・負荷がコントロールされていると感じる」来訪者満足度・市民満足度・事業者満足度
	目標値： － 来訪者満足度：18%(R7年度) /21.5%以上(R8年度)、 － 市民満足度：60%(R7年度) / 70%以上(R8年度)、 － 事業者満足度：60%(R7年度) / 70%以上(R8年度) 実績値：来場者満足度20.4%（R5年度）

- 阿寒の自然を守りつつ、観光の受入を行うための事業を設計
- 観光客へのマナー啓発体制を強化し、受入環境の整備を図る



■補助事業の実施概要

マナー違反行為の防止・抑制

①阿寒の自然を守る啓蒙事業

【背景・課題】

- 観光客が、観光エリアを訪れる野生動物へ餌付けすることにより、小鹿が山に戻れなくなり、生態系へ悪影響を及ぼし、追いかけられる、噛みつかれる等住民とトラブルになっている
- 夜間など、危険な湖畔に近づき湖へ落下する観光客が存在
- 世界自然遺産を目指す「まりも」の絶滅危機など環境保全への理解が浅い

【事業内容】

- 観光客へのマナー周知としてのPR活動を検討。マナー啓蒙のポストカードの制作と配布。

地域全体の観光地域づくりに関わる事業

②阿寒湖の持続可能な観光策定事業

【課題・背景】

- DMOの取組における優先課題として、「国立公園にふさわしい受入環境整備」と「二次、三次交通（ラストマイル）の整備」を掲げているが、現状は協議検討が出来ていない状況

【内容】

- 阿寒観光協会として策定中の"阿寒湖温泉2030"に加えて、阿寒湖温泉地区が持続可能な観光魅力向上に繋げるために、持続可能な観光地づくりの視点を入れ込んだ具体的なロードマップの策定や具体施策の詳細を計画
- 上記の実施に向けて現状の課題整理やあるべき姿を考える地域協議会の継続開催
- 上記の実施に向けて観光客・地域住民・関係事業者向けアンケートを実施

需要の分散・平準化

③ネイチャーガイドの新規人材獲得と育成事業

【背景・課題】

- 阿寒湖温泉には観光協会協会員のプロガイドが6人、内訳はフリーガイドが2人、宿所属ガイドが4人のため、年間約60万人以上の観光客をご案内するのが厳しい状況。そのため、事前予約の競争率の高さや、ガイド実施が可能な日時などの柔軟性が失われていることから、ツアー参加できる観光客の数が限られてしまい、観光客増加に伴うツアー需要の増加には耐えられないと予測される。

（内容）

- 阿寒プロガイド・知床財団による①野生動物への配慮研修,②阿寒湖地区ガイド研修の実施。
- 新規獲得・育成したガイドが実施する汎用性が高い募集型ツアーの開催数の増強。
- ツアー内での、国の特別天然記念物である「まりも」等、希少な阿寒の自然についての啓蒙実施。

需要の分散・平準化

④ネイチャーガイド専属プロガイドのスキルアップ事業

【課題・背景】

- 阿寒湖温泉には観光協会協会員のプロガイドが6人、内訳はフリーガイドが2人、宿所属ガイドが4人という状況。年間約60万人以上の観光客が来訪し、ラグジュアリー層など"質"を求める観光客も増加することが想定されるが、現状は多種多様なニーズに応じた対応もできない状況。

【内容】

- ①JALから学ぶおもてなし研修　②JALから学ぶ異文化コミュニケーション　の２講習の実施
- 本格的なネイチャーガイドを求める観光客に対して満足度の高い、最適なガイドを行うことで、高単価でのツアー催行を行い、多くの観光客を抱えなくとも今と売り上げが変わらない持続的な観光地経営を目指し、オーバーツーリズムを防ぐ。(参加者が少人数でも地域経済が成立すれば、人為的な要因で起こる自然破壊が軽減でき、季節や地域を分散することにより、更なる自然保護に寄与することができる。)

【本地域における取組マップ】

凡例：
- OT抑制・未然防止が必要な現状・問題点
- 現状・問題点が発生している箇所
- 現状・問題点への対応策
- 対応策を実施する箇所
- 本地域における取組（補助事業名）

- **プロガイドにより、これまで対応ができていなかった季節/地域/国籍いずれかに対してのツアーを実施する**
- **新規ガイドを育成・全体数を増やし、より多くの観光客にツアー参加してもらう。ツアーでマナーを周知し、地域ルールを守って観光できる人を増やす**

KGI：「観光客と地域の関係性が良好と感じる」、「環境被害(獣害含む)・負荷がコントロールされていると感じる」
①来訪者満足度、②市民満足度、③事業者満足度
測定手法：アンケート
現状値：来場者満足度20.4%（令和5年度）
- 目標値：
  ①21.5%以上（令和8年度）
  ②70%以上（令和8年度）

- **夜間など、危険な湖畔に近づき湖へ落下する観光客が存在する**
- **世界自然遺産を目指すまりもの絶滅危機など環境保全への理解が浅い**

人流（観光客）の分散化を実施

ネイチャーガイド専属プロガイドのスキルアップ事業

KPI：本格ネイチャーガイドの実施件数・参加人数
令和7年度　5件・10名
令和10年度　1000名

ネイチャーガイドの新規人材獲得と育成事業

KPI：マナー啓蒙や環境保全に関する説明を受けてガイドツアーに参加した観光客数/ツアーを実施したガイドの稼働人数
令和7年度　20名/4名
令和10年度　2,000名/40名

阿寒の自然を守る啓蒙事業

KPI：
①マナー理解度(to 観光客)
令和7年度　25%以上
令和8年度　50%以上
②啓蒙ポストカードの配布数
令和7年度　15万枚
令和8年度　15万枚

- **観光客へ野生動物や自然に対するマナー周知活動（啓蒙ポストカード配布等）を実施する（実施位置は本枠＋小さいオレンジ枠箇所）**

- **ローカル/プロガイドの不足により、事前の予約などガイドツアー体験のハードルが高い。そのため、観光地として提供できるコンテンツの幅が限定的になり、特定の観光地(温泉街)への観光客の集中が見られる**
- **観光客が、観光エリアを訪れる野生動物に餌付けし、戻れなくなった野生動物による住民被害が発生している**
- **二次交通をはじめ受入環境を整えていく為の持続可能な観光計画の具体的なロードマップの策定が出来ていない**

阿寒湖の持続可能な観光策定事業

KPI：計画策定状況・事業実施
令和7年度　計画の策定完了（100%）
令和8年度　「阿寒の自然を守る啓蒙事業」の観光客理解度目標値の達成

5-①. 主な取組（詳細）

マナー違反の防止・抑制

補助事業①	**阿寒の自然を守る啓蒙事業**		
事業目的	阿寒湖温泉のある国立公園の自然を未永く、自然に近い状態で守り、継続的に観光客の方に堪能してもらえること		
実施主体	株式会社北海道博報堂	実施期間	令和7年9月～令和8年2月

【背景・課題】
- 観光客が、観光エリアを訪れる野生動物へ餌付けすることにより、小鹿が山に戻れなくなり、生態系へ悪影響を及ぼし、追いかけられる、噛みつかれる等住民とトラブルになっている
- 夜間など、危険な湖畔に近づき湖へ落下する観光客が存在
- 世界自然遺産を目指す「まりも」の絶滅危機など環境保全への理解が浅い

【事業内容】
- 自然動物・まりも・湖への立ち入りなど阿寒湖温泉での過ごし方のルールが分かるポストカードの作成。
- ルールの詳細：①野生動物に触れることや餌付けをすることの禁止、②ポイ捨ての禁止
- ルール設定の背景：
  ①令和６年度に、山から下りてきた小鹿に対し、観光客が餌付け等を行うことで、小鹿が人慣れして山へ帰らなくなり、人の手で捕獲することとなった事象があった
  ②地域内にゴミ箱が少ないこともあり、ごみのポイ捨て問題が発生。湖の中にもゴミが浮かんでいることがあり、生態系に悪影響を及ぼしている
- 日本語・英語・繁体字・韓国語多言語対応できるよう制作
- 理解度確認のためアンケート調査を実施

【推進ポイント】
- 野生動物による被害が減少し、ゴミのポイ捨てなどによる自然や生態系への影響が減少することによって本来の自然が戻り、三者の満足度が向上すると共に、住民生活の問題点が緩和される。
- 効果測定手法:①観光客向けアンケートにて実施、②当該補助事業者にて取りまとめ
- 測定時期：①②両方9月～2月想定

観光エリアに降りてきた小鹿

人馴れしている様子の小鹿

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	阿寒の自然を守る啓蒙事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	①マナー理解度(to観光客)/②啓蒙ポストカードの配布数

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• ①25%以上/②20万枚	• ①100%/②13万枚（令和8年2月時点）

成果の詳細

- 来訪者が阿寒の自然の価値と保全の必要性を学べる導線（ポストカード）を20万枚整備し、13万枚配布できた。
- 配布方法1では、直接配布する際にポストカードに関するWEBアンケートを実施できた（QRコードを印刷・設置し、カード配布時に声掛け）。
- マナーの周知・誘導策を多言語で展開できた。
- 観光協会だけでなく、地域事業者等の関係者間の連携体制を整え、啓蒙活動の実施を事業者間で共有・推進できた。
- 自然への負荷低減と来訪者満足度の向上に資する状態を実現できた。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1 ポストカードの継続配布

- マナー啓蒙の手段として、令和7年度事業はポストカードを作成・配布したが、より多くの観光客にマナー啓蒙するためにはポストカードという形が適切なのか、また、ポストカード等を配布する場合はどのタイミング・場所（イベント等を含む）が適切なのか検討が必要

ポストカードに使用した画像イメージ1

ポストカードに使用した画像イメージ2

令和8年度以降の方針

1 マナー啓蒙の在り方検討

- マナー啓蒙は阿寒湖として永続的に実施していくべき事項という認識のため、ポストカードの配布等の手法検討も含め、マナー啓蒙の在り方を検討する

2 レスポンシブルツーリズムに関する情報周知

- レスポンシブルツーリズムに関するHPや動画を作成する

3 マナーの事前周知に関する検討

- 旅マエ強化の観点で、宿泊予約時からマナー周知を行う周知導線を整備する

4 訪日外国人旅行者向けのマナー周知施策の検討

- 予約完了画面もしくは確認メールに、自然保護とマナーの要点を簡潔に表示し、詳細ガイドへリンクする多言語の専用ページを用意する

5-②. 主な取組（詳細）

地域全体の観光地域づくりに関わる事業

補助事業②	**阿寒湖の持続可能な観光策定事業**		
事業目的	地域の目指す姿の実現に向けて、観光客の更なる増加に備えたデータをもとにした持続可能な観光計画の策定と地域協議会の運営の実施		
実施主体	株式会社北海道博報堂	**実施期間**	令和7年9月～令和8年2月

【背景・課題】

- DMOの取組における優先課題として、「国立公園にふさわしい受入環境整備」と「二次、三次交通（ラストマイル）の整備」を掲げているが、現状は協議検討が出来ていない状況

【事業内容】

- 優先課題である「国立公園にふさわしい受入環境整備」と「二次、三次交通（ラストマイル）の整備」を含め、地域として取り組むべき課題を再度整理し、取組方針の検討を実施
- 阿寒観光協会として策定中の“阿寒湖温泉2030”に加えて、阿寒湖温泉地区の持続可能な観光魅力向上に繋げるために、持続可能な観光地づくりの視点を入れ込んだ具体的なロードマップの策定や具体施策の詳細を計画
- 上記の実施に向けて観光客・地域住民・関係事業者向けアンケートを実施

地域協議会の実施

【推進ポイント】

- 地域協議会の開催や観光客・地域住民・関係事業者向けのアンケートの実施を通じて持続可能な観光計画を策定することにより、関係者から地域住民まで納得できる持続可能な観光の将来像を実現することができ、地域住民と観光客、地域事業者の満足度向上につながる 。

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業②	阿寒湖の持続可能な観光策定事業

令和7年度事業の目標（KPI）	
指標名	計画策定状況・事業実施

令和7年度に掲げた目標値

- 計画の策定完了（100%）

事業の成果/目標の検証結果

- 3回に及ぶ協議会実施、持続可能な観光計画やロードマップの策定完了（100%）

成果の詳細

- 本事業の主軸である「地域協議会」は3カ月ごとに計3回実施した。
- アンケートでは観光客1名、地域住民6名、事業者4事業者の回答があった。
- 「飲食店不足」、「住居不足」と「マナー問題（ごみのポイ捨てや痩せ動物の餌やり）」の内容が主に上がり、供給サイド（人・住居）など課題を認識でき、それを踏まえて協議会にて意見を交わし、阿寒の持続可能な観光計画書に反映することができた。
- 事業当初は、課題である「国立公園にふさわしい受入環境整備」および「持続可能な観光地づくり」について協議が未着手であった。
- ３回の協議会を通じて、課題を各関係者間で理解が深まり、共通認識を持つことができ、方向性と役割の明確化により推進体制を確立した。
- さらに、持続可能な観光に資する施策を含む9の施策案と短・中・長期の実行ロードマップを策定し、令和８年度に向けた合意形成を完了した。
- これにより、協議不能状態を解消し、持続可能な観光実現に向けた具体的な実行準備が整った。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1. **取組の予算・資金等の検討**
   - 計画内で記載した取組を実装する段階における、予算・資金関係の検討余地が残る

令和8年度以降の方針

1. **計画内で置いた施策・取組案の実現性・優先度の検討**
   - 分野別分科会にて、本協議会で取りまとめた施策・取組案を基礎資料とし、各施策案の実現性および優先度の検討を進める
2. **協議体の継続活用**
   - 本事業で整備した協議体と施策の蓄積を活用し、令和８年度以降の具体的なオーバーツーリズム対策の実装へ結び付ける

5-③. 主な取組（詳細）

需要の分散・平準化

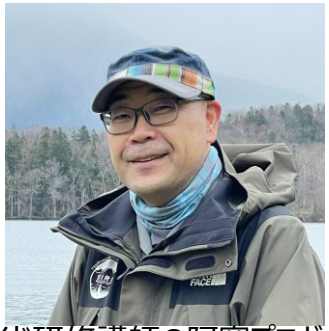
補助事業③	**ネイチャーガイドの新規人材獲得と育成事業**		
事業目的	観光客に阿寒湖温泉周辺の自然を堪能してもらう為のガイドを増強し、多種多様なニーズや更なる観光客の増加に耐えうる体制を構築。 ネイチャーガイドの増強により、阿寒湖温泉周辺の新たなコンテンツ創出つなげる。よって、地域内でのコンテンツの偏りを防ぎ、観光客の受入分散を促進し、受入環境の強化に繋げる。		
実施主体	株式会社北海道博報堂	実施期間	令和7年9月～令和8年2月

【背景・課題】
- 阿寒湖温泉には観光協会協会員のプロガイドが6人、内訳はフリーガイドが2人、宿所属ガイドが4人のため、既存ガイドの出番が集中し、年間約60万人以上の観光客をご案内するのが厳しい状況。そのため、観光客増加に伴うツアー需要の増加には耐えられないと予測される
- 事前予約の競争率の高さや、ガイド実施が可能な日時などの柔軟性が失われていることから、ツアー参加できる観光客の数が限られてしまっている

【事業内容】
- 阿寒プロガイド・知床財団による①野生動物への配慮研修、②阿寒湖地区ガイド研修の実施を通じた新規ガイドの育成
- JTBツーリズム事業本部地域交流チーム担当マネージャー、内閣府地域活性化伝道師の鈴木守氏やATTAアンバサダーのSIRI高田茂氏を招聘して講習実施

【推進ポイント】
- 汎用性が高い募集型のツアーを開催。より多くの観光客を温泉街から外に分散させることができる
- ガイドツアー参加者を増やすことで、国の特別天然記念物である「まりも」等、希少な阿寒の自然について理解が深まり環境問題への貢献や、観光客の国立公園に対する理解が深まり、KGIに結びつく

ガイド研修講師の知床財団


ガイド研修講師の阿寒プロガイド

講習チラシを作成し、個別の声かけ等も実施

5-③. 成果及び今後に向けて

補助事業③	ネイチャーガイドの新規人材獲得と育成事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	マナー啓蒙や環境保全に関する説明を受けてガイドツアーに参加した観光客数／ツアーを実施したガイドの稼働人数

令和7年度に掲げた目標値

- 20名/4名

事業の成果/目標の検証結果

- 22名/2名（令和8年2月時点）

成果の詳細

- 新規ガイド養成として実施した研修に4名が参加し、内2名がガイドとして稼働、22名の観光客がガイドツアーに参加した。
  (研修に関するお声がけ先：宿泊施設（各施設にてオリジナルの簡易ツアーを実施しているケースがあるため）、阿寒湖エリアの地域おこし協力隊)
- 外部講師（JTB、ATTAアンバサダー等）の知見を取り入れ、ガイドに必要な知識と阿寒湖温泉周辺におけるガイドの現状を講習を通じて共有したことで、新規ガイドの育成に資する環境を整備した。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1 継続的な研修の開催・ガイドになるまでの仕組みの整備

- 初回講習後の定期研修、OJT、などの継続的な品質管理の構築があるとより安定的なガイド供給が可能と考える

研修講師の様子①

研修講師の様子②

令和8年度以降の方針

1 研修参加者の増強に向けた工夫検討

- 新規ガイド向けの講習を定期的に開催し、レベルに応じて内容を選択できるようにするなど、より多くの方が参加しやすい工夫を行う

2 研修受講者のフォローアップ体制の整備

- 初回講習後のフォローアップを実施し、講習→OJT→試験の流れを構築するとともに、評価基準の一覧（講習の理解度やガイドとしての説明力(専門用語をかみ砕いで言い換えられるか)等を自身/第3者が評価できる評価軸となる資料）やチェックリストを整備する

4. 北海道帯広市

1．地域概要

対象地域	帯広市を中心とする北海道十勝地域
申請主体	帯広市
計画名	とかち帯広空港への国際定期便就航に伴うオーバーツーリズム対策

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	-	-	-
- 国内（入込客数）	10,265	11,446	11,595
- 訪日外国人旅行者（延べ宿泊者数）	163	145	185

地域の特徴・観光資源等

- 北海道・十勝地域は農業が盛んで、小麦や大豆、じゃがいも、ビートなど、多彩な農産物が栽培されている。また酪農も非常に盛んで、地元の食材を活かしたソウルフード、スイーツに定評がある。
- 十勝の気候は、夏は湿度が低いため過ごしやすく、冬は晴天の日が多い。四季折々の景色と美しい景観が観光客を惹きつけ、季節や時間を問わず楽しめる魅力がある。
- 十勝の中核都市である帯広市の南東部に位置する「とかち帯広空港」において、韓国との国際定期便が令和7年5月より就航しており、今後訪日外国人旅行者の増加が見込まれている。

協議体制

協議の場

帯広市が参画する、とかち観光誘致空港利用推進協議会

- アンケート調査による地域住民の声を共有し、構成員間で課題認識を共有。
- 訪日外国人旅行者増加に対応するための今後の方向性について意見交換を行い、持続可能な観光振興を見据えた事業展開を検討。

参加者

行政機関等
- 帯広市
- 音更町

住民関係者
- 地域住民

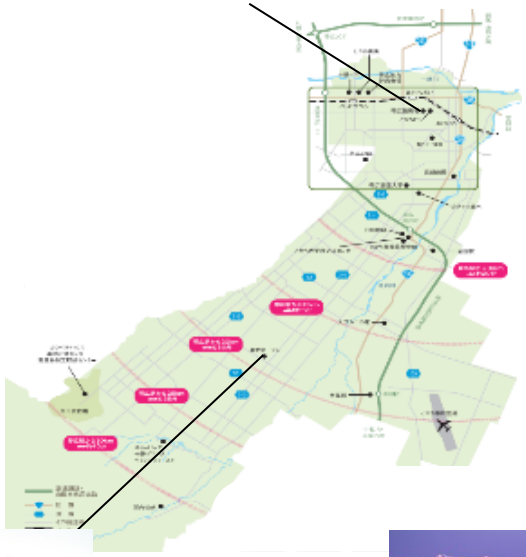
事業者
- 十勝バス株式会社
- 北海道拓殖バス株式会社
- (一社)帯広観光コンベンション協会
- (一社)音更町十勝川温泉観光協会

エリアマップ

・スイーツ
農業王国十勝では、小豆・小麦・砂糖・生クリームなど、スイーツにおける原材料の多くが揃う

・ばんえい競馬
体重１トンを超える馬が、最大１トンにもなる鉄ソリを曳く、世界で唯一のばんえい競馬

・モール温泉
北海道遺産にも登録されている植物性温泉で、美人の湯と言われている



・ガーデン（紫竹ガーデン）
十勝ならではの気候を生かした個性・魅力に溢れた観光庭園

・日高山脈襟裳十勝国立公園
陸域では日本最大の広さを誇る国立公園

2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**国際定期便就航時の二次交通**	• 国際定期便就航の際に、既存の空港連絡バスの運行のみでは、座席数の不足が見込まれることからオーバーツーリズムが発生し、訪日外国人旅行者の満足度低下や、地域住民の移動手段への影響に伴う利便性の低下が想定される。 • 帯広エリアの主要観光地である「十勝川温泉」までの移動手段が、帯広駅からの路線バスのみであるため、同エリアへのアクセスに課題がある。	訪日外国人旅行者・地域住民
2.	**訪日外国人旅行者向け受入環境整備**	• 空港を始め、中心市街地を中心としたエリアにおける多言語対応等の整備がされておらず、訪日外国人旅行者の受入環境整備が必要である。	訪日外国人旅行者

① 国際定期便就航時の二次交通

出発便 FOR TOKACHI OBIHIRO AIRPORT

帯広市内 ⇒ とかち帯広空港 行き Obihiro city → To Tokachi Obihiro Airport

transit stops 通過停留所									fare 運賃
Tokachi Obihiro Airport とかち帯広空港	8:08	9:03	12:48	13:03	14:23	18:18	19:03	…	*****
航空便接続 備考(航空／バス共通)									
Flight number 便名	ADO62 ANA4762	JAL570	JAL572	ADO66 ANA4766	JAL574	ADO68 ANA4768	JAL576		
Tokachi Obihiro とかち帯広 Departure Time 出発時刻	9:00	10:00	13:40	13:55	15:15	19:10	19:55		
Destinations 目的地 Arrival Times 到着時刻	Tokyo 東京 10:45	Tokyo 東京 11:45	Tokyo 東京 15:25	Tokyo 東京 15:40	Tokyo 東京 17:00	Tokyo 東京 20:55	Tokyo 東京 21:35		

JAL:日本航空　ADO:エアドゥ　ANA:全日空

とかち帯広空港初の国際定期便であり、国際定期便に対応した空港連絡バスが運行していないため、帯広市内等へのアクセスに課題がある

② 訪日外国人旅行者向け受入環境整備

令和6年度の国際チャーター便就航時には、多言語対応等の整備が不十分であったため、訪日外国人旅行者における二次交通に関する案内に課題が残った

3．背景・要因

主な背景・要因	
1． **とかち帯広空港における 国際定期便就航による 訪日外国人旅行者増加**	• 令和6年度の国際チャーター便就航の際に、運行ダイヤに合わせて空港連絡バスを運行。バス乗り場を探す訪日外国人旅行者の姿や、空港内における混雑による課題が残ったほか、当該運行期間において大雪による空港連絡バスの急な運休があった際に、訪日外国人旅行者に向けた情報発信の脆弱性を露呈した。 • 令和6年度の国際チャーター便運航の際に、十勝川温泉エリアに向かう訪日外国人旅行者の荷物（ゴルフバッグ等）が多く、路線バス内が窮屈となり、地域住民の移動に支障が生じた。 • 令和7年5月21日に就航したとかち帯広空港初の国際定期便によって、今後訪日外国人旅行者の増加が見込まれることから、オーバーツーリズムの未然防止に向けた対策が急務となっている。

国際定期便就航に関するポスター

空港内の混雑の様子

4．対策の概要

目指す姿	**受入環境の整備、増強により来勝者の満足度や利便性を高め、十勝が多くの旅行者に目的地として選ばれると共に、地域が一体となって観光客を快く受入られる地域**
KGI	**（指標）とかち帯広空港利用訪日客の帯広市・音更町における移動に係る満足度**
	現状値：数値なし 目標値：50.0%（令和11年度）

- とかち帯広空港への韓国定期便の就航を契機に訪日外国人旅行者の増加が見込まれるが、受入環境が整備されておらず、観光客のみならず地域住民へオーバーツーリズムによる影響が生じる可能性が高い。
- 音更町や十勝川温泉活性化協議会との協議を踏まえ、十勝川温泉までの空港連絡バスの運行、多言語案内板の設置、人流データ調査の・分析を実施する。

■補助事業の実施概要

受入環境の整備・増強

① とかち帯広空港から十勝川温泉への連絡バス運行

【背景・課題】

- 国際定期便就航の際に、既存の空港連絡バスの運行のみでは、座席数の不足が見込まれることからオーバーツーリズムが発生し、訪日外国人旅行者の満足度低下や、地域住民の移動手段への影響に伴う利便性の低下が想定される

【事業内容】

- 従来の東京線ダイヤ分の空港連絡バスに加え、国際定期便に合わせた空港連絡バスを運行
- とかち帯広空港利用者の中でも、主要目的地の1つである「十勝川温泉」まで路線を延長
- 空港連絡バス内における韓国語対応（アナウンス及び掲示）を実施

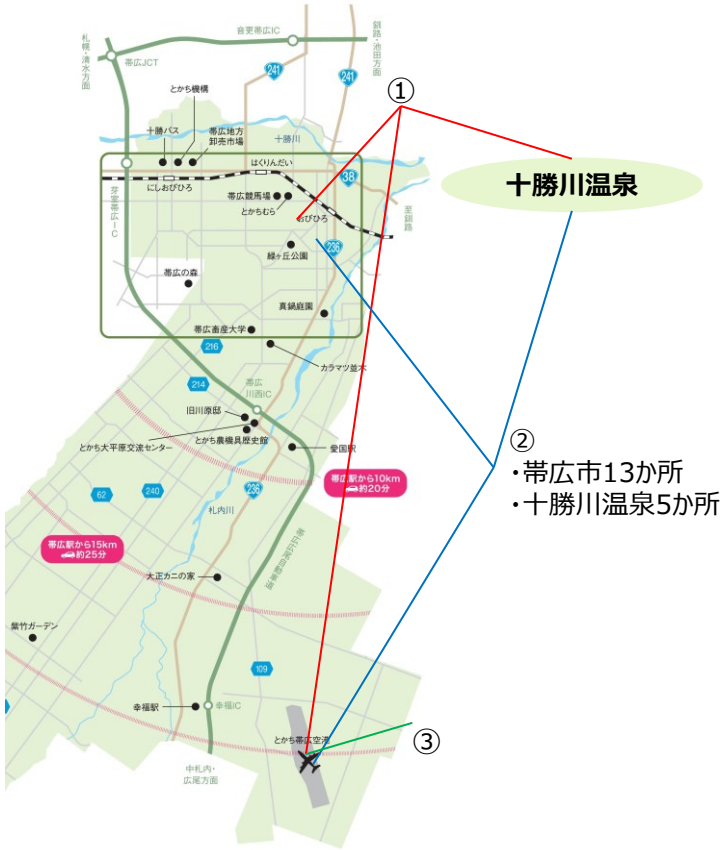
② 多言語案内板（デジタルサイネージ）設置

【背景・課題】

- 空港を始め、中心市街地を中心としたエリアにおける多言語対応等の整備がされておらず、訪日外国人旅行者の受入環境整備が必要

【事業内容】

- 多言語案内板（デジタルサイネージ）を空港内及び空港連絡バス停留所（帯広市街地ホテル等）に計18台設置
- 多言語案内板（デジタルサイネージ）の設置により訪日外国人旅行者の受入態勢を整備し、利便性の向上とともに、二次交通等に関する情報提供を通じて交通結節点における人流の滞留防止を図る



需要の分散・平準化

③ とかち帯広空港利用者（国際定期便）の人流データ調査・分析

【背景・課題】

- 今後訪日外国人旅行者の増加が見込まれることから、オーバーツーリズムの未然防止に向けた対策が急務となっている

【事業内容】

- 携帯電話の位置情報をもとに、どの国・地域から来訪し、入出国の間にどのエリアを訪問したのか等の動態統計を収集する人流データサービスを活用
- とかち帯広空港利用者（国際定期便）の行動パターンを分析し、二次交通の混雑緩和及び今後の受入環境整備等、観光振興施策に活用

【本地域における取組マップ】

KGI：とかち帯広空港利用訪日客の帯広市・音更町における
移動に係る満足度
- 測定手法：北海道運輸局による訪日客に対するアンケート調査
- 現状値：数値なし
- 目標値：50.0%（令和11年度）

多言語案内板（デジタルサイネージ）設置

KPI：多言語案内板が空港から/への移動にあたって「役に立った」と回答した訪日客の割合
令和7年度　60.0%
令和11年度　80.0%

- **空港を始め、中心市街地を中心としたエリアにおける多言語対応等の整備がされておらず、訪日外国人旅行者の受入環境が整っていない。**

- **受入環境の整備・強化**
- **需要の分散・平準化**
- **地域住民の生活への影響緩和**

とかち帯広空港利用者（国際定期便）の人流データ調査・分析

令和7年度KPI：定期期便就航期間中/後の訪日客の動態調査レポートの作成完了
令和11年度KPI：空港内のオペレーション改善や観光施策の検討に活用された件数
令和7年度　作成完了
令和11年度　3件/年

- **国際定期便就航時、帯広駅からの路線バスに、訪日外国人旅行者と地域住民が乗車することになるため訪日外国人旅行者の受入に慣れていない地域住民から苦情等が発生する。**
- **地域住民の交通手段に影響がでるため、地域住民より不満が生じる。**

とかち帯広空港から十勝川温泉への連絡バス運行

KPI：定期便就航期間中の連絡バスの乗車人数
令和7年度　4,160件
令和11年度　8,320件

- **空港からの二次交通は空港連絡バス、タクシー、レンタカーに限定されており、国際定期便就航の際は空港連絡バスの運行本数が不足している。**
- **帯広市街地等目的地への移動がスムーズにできないことにより空港内が混雑するなど、来訪満足度の低下につながる。**

5－①．主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業①	**とかち帯広空港から十勝川温泉への連絡バス運行**		
事業目的	とかち帯広空港利用者の利便性向上		
実施主体	帯広市	実施期間	令和7年9月～令和8年1月

【背景・課題】
- 空港からの二次交通は空港連絡バス、タクシー、レンタカーに限定されており、国際定期便就航時には、空港連絡バスの運行本数不足が課題である。
- オーバーツーリズムの発生に伴い、地域住民の交通手段に影響が出るため、国際定期便就航時における地域住民の利便性低下が懸念される。
- とかち帯広空港利用者の中でも、主要な目的地の１つである「十勝川温泉」について、帯広駅からの交通手段が路線バスのみのため、訪日外国人旅行者と地域住民が混在することとなるため、訪日外国人旅行者の受入に慣れていない地域住民から苦情等が発生する。

【事業内容】
- 空港を利用する訪日外国人旅行者の利便性向上を目的として、空港連絡バスの運行体制を強化する。
- これまで東京線の発着ダイヤに合わせて運行していた空港連絡バスに加え、国際定期便のダイヤにも対応した新たな便を運行することで、海外からの利用者に対するアクセスを大幅に向上させる。
- 空港利用者の主要な目的地の一つである「十勝川温泉」まで路線を延長し、空港と目的地を直接結ぶことで、国際定期便利用者の周遊拡大を図る。
- 増便は２社で対応し、十勝川温泉行きだけでなく、帯広市内ホテルへの運行を実施する。
- バス車内のアナウンスおよび案内掲示の韓国語対応を通じて、韓国人旅行客が安心して利用できる環境を整備する。
- 空港アクセスにかかる利便性向上を通じて、国際線利用者数の増加が見込まれるとともに、地域住民との移動の分離を図り、オーバーツーリズムの抑制につなげる。

【推進ポイント】
- 事業終了後における民間事業者による自走を想定し、実証運行を行う。

連絡バス

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	とかち帯広空港から十勝川温泉への連絡バス運行

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	定期便就航期間中の連絡バスの乗車人数

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 4,160人	• 8,803人（令和7年9月9日から令和8年1月31日）

成果の詳細

- 韓国定期便の就航に合わせて空港連絡バスを運行したことで、訪日外国人旅行者が空港から市街地・宿泊施設等へ円滑に移動できる二次交通環境を整備することができた。特に、レンタカーを利用しない訪日外国人旅行者に対し、公共交通による移動手段を提供できたことで、訪日外国人旅行者受入態勢の強化につながった。
- 運行においては、既存の東京線接続便と比較しても多くの利用がみられ、韓国定期便利用者における空港連絡バスの需要があることを確認することができた。就航初期において一定の利用実績を確保できた点は、本施策の有効性を示す結果である。
- 韓国定期便就航に合わせて空港連絡バスを運行したことにより、航空会社や関係機関、利用者に対し、地域として受入環境が整っていることを示すことができ、路線定着に向けた初動対応として一定の効果があった。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1 事前周知の不足

- 十勝川温泉への延線分については、想定していたほど乗車数が伸びなかった。
- 事前周知の不足により利用につながらなかった可能性があるため、今後は宿泊施設や旅行商品と連動した周知方法等の検討が必要である。

2 バスの定員超過

- 一部の便においては、乗車数が定員を超過する状況が生じた。

令和8年度以降の方針

1 周知方法の検討

- 事業期間（令和7年9月19日～令和8年1月31日）を終え、バス事業者による自主運行を行っている。
- 同事業者のみならず、帯広市及び音更町等により当該空港連絡バスの更なる周知を検討する。

2 体制の検討

- 韓国定期便の利用状況を踏まえ、繁忙時間帯や特定便における輸送体制の確保について、バス会社及び空港運営者と連携を図りながら検討する必要がある。

5-②. 主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業②	多言語案内板（デジタルサイネージ）設置		
事業目的	とかち帯広空港を利用する訪日外国人旅行者の利便性向上		
実施主体	帯広市	実施期間	令和7年9月～令和8年2月

【背景・課題】
- 韓国定期便の就航による訪日外国人旅行者の急増を見込んでいるが、空港を含む中心市街地エリアにおいて、多言語対応可能な人材の配置や多言語表記の看板の設置等、訪日外国人旅行者の受入環境が整っておらず、それらのエリアにおける訪日外国人旅行者の滞留が予想され、地域住民における移動に悪影響を及ぼす可能性がある。
- この対策として、訪日外国人旅行者の受入態勢を整え、利便性の向上を図るとともに、交通等に関する情報収集に時間を要することによる人の滞留等を防ぐ必要がある。

【事業内容】
- 訪日外国人旅行者に対し、円滑で快適な移動環境を提供することを目的として、多言語対応型のデジタルサイネージを整備する。
- 設置箇所は、とかち帯広空港のほか、空港連絡バスの停留所となる駅、ホテルなど計18か所とする。
- 空港到着後から市内滞在中まで一貫した情報提供を実現し、訪日外国人旅行者の移動や観光行動を支援する。
- 掲載内容は、空港連絡バスの運行時刻や運行状況、観光情報等とする。
- 表示言語は、日本語・英語・韓国語・中国語（繁体字・簡体字）の5言語とし、利用者の多様なニーズに対応する。
- 本取組により、訪日外国人旅行者が必要な情報を迅速に得られる環境を整備し、滞留や混雑の緩和を図り、オーバーツーリズムの抑制につなげる。

【推進ポイント】
- 多言語案内板（デジタルサイネージ）の運用に際しては、設置箇所における土地所有者との連携を図る必要がある。

多言語案内板

多言語案内板画面

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業②	多言語案内板（デジタルサイネージ）設置

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	多言語案内板が空港から/への移動にあたって「役に立った」と答えた訪日客の割合

令和7年度に掲げた目標値

- 60%

事業の成果/目標の検証結果

- 85%（数値取得期間：令和8年1月23日、26日、27日、28日、30日）（サンプル数：100件）

成果の詳細

- 空港等に多言語案内板（デジタルサイネージ）を設置し、５か国語（日本語・英語・韓国語・中国語（簡体字・繁体字））で空港連絡バスの運行時刻や運行状況、観光情報等の放映をできたことで、訪日外国人旅行者に対し、多言語による情報提供環境を構築することができた。これにより、訪日外国人旅行者到着後の移動や観光行動に関する不安の軽減につながった。
- 多言語案内板（デジタルサイネージ）を活用することで、静的な掲示物と比べて視認性が高く、利用者の目に留まりやすい形で情報発信を行うことができた。また、画像やアイコンを用いた放映コンテンツにより、直感的に理解しやすい案内を提供することができた。
- 韓国定期便の就航に併せて、多言語案内体制を整備したことにより、今後の訪日外国人旅行者誘客に向けた初動施策として一定の効果があった。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1. **更新作業にかかるリソース**
   - 放映内容はクラウドによる一括管理ではなく、各機器を直接操作して更新を行う必要があることから、更新作業に一定の手間及び時間を要している。
2. **効果検証不十分**
   - 多言語案内板の閲覧状況や利用者の反応を定量的に把握することが難しく、実際の活用状況を十分に検証できていない。
3. **設置場所の非最適**
   - 設置場所によっては、訪日外国人旅行者の動線と合致していない可能性があり、十分な情報提供をできていないケースも想定される。

令和8年度以降の方針

1. **運営体制および更新方法の検討**
   - 効率的かつ迅速な情報更新が行えるよう、運用体制や更新方法の検討が必要である。
2. **効果検証手法の検討**
   - 表示内容や設置場所の検討に活かすため、利用実態を把握する手法の検討が必要である。
3. **設置場所および表示内容の検討**
   - 利用者の動線や滞留状況を踏まえ、より効果的な設置場所や表示方法について検討を行う必要がある。
   - 空港運営者等と協議を行い、訪日外国人旅行者観光客の行動の一助となるよう、二次交通情報等の充実を図る。

5－③．主な取組（詳細）

令和7年度実施事業

需要の分散･平準化

補助事業③	**とかち帯広空港利用者（国際定期便）の人流データ調査･分析**		
事業目的	とかち帯広空港利用者（国際定期便）の人流データ調査･分析		
実施主体	帯広市	実施期間	令和7年9月～令和8年2月

【背景･課題】
- 韓国直行便の就航による訪日外国人旅行者の急増を見込んでおり、訪日外国人旅行者の滞留や、特定の観光地への人の集中等が考えられるが、帯広市では、これらの抑制･解消に向けた検討に必要な観光客の動向調査をこれまで実施していない。

【事業内容】
- 国際定期便の就航に伴い増加が見込まれる訪日外国人旅行者の動向を的確に把握し、今後の受入環境整備や交通対策、観光施策の検討に資する基礎データを収集する。
- データ取得手法としては、携帯電話の基地局情報をもとに匿名化･統計化された位置情報データを活用し、とかち帯広空港を利用した訪日外国人旅行者（特に国際定期便利用者）の滞在傾向を分析する。
- 分析内容としては、旅行客数、宿泊客数、平均訪問滞在日数のほか、入国･出国空港などを把握することで、観光客の行動パターンを可視化して、帯広市における混雑時期を明確にする。
- 得られたデータを既存の観光統計や交通実績と組み合わせて分析することで、季節･イベントごとの来訪傾向や、訪日外国人旅行者の回遊性･滞在特性を定量的に把握する。これにより、今後の観光地整備、効果的なプロモーション戦略の立案などへの活用、また、二次交通の最適な運行計画等、受入態勢の改善方策検討を可能とし、オーバーツーリズムの抑制につなげる。

【推進ポイント】
- 対象者にアンケート回答等の負担を求めない手法を採用することで、協力率に左右されない客観的かつ広域的な人流データの取得を実現する。

5-③. 成果及び今後に向けて

補助事業③	とかち帯広空港利用者（国際定期便）の人流データ調査・分析

令和7年度事業の目標（KPI）	
指標名	定期便就航期間中/後の訪日客の動態調査レポート作成完了

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• レポート作成完了	• レポート作成完了（事業終了時）

成果の詳細

- 帯広市における訪日外国人旅行者を対象に人流データの調査・分析を行ったことで、旅行客数、宿泊客数、平均訪問滞在日数のほか、入国・出国空港など、これまで把握ができていなかった行動実態を可視化することができた。
- 韓国定期便就航による韓国人観光客は顕著に増加しており、十勝・帯広への誘客及びとかち帯広空港利用促進に大きな貢献が見られるほか、令和7年５月から８月にかけては宿泊施設の混雑が確認できるなど、これまで定性的な情報に頼ることが多かった訪日外国人旅行者の動向について、客観的なデータに基づく分析を行ったことで、今後の観光施策をより効果的に検討するためのデータを取得することができた。

令和7年度事業を踏まえた継続課題	令和8年度以降の方針
調査サンプル数の不足 • 韓国定期便の就航初期であったことから、調査対象となる利用者数が限定的であり、分析結果の汎用性には一定の制約があった。	**継続的なデータ収集** • 継続的なデータ蓄積により、分析精度の向上を図る必要がある。

5. 北海道倶知安町

1．地域概要

対象地域	北海道虻田郡倶知安町・ニセコ町　ニセコエリア
申請主体	（一社）倶知安観光協会
計画名	ニセコモデル二次交通プロジェクト

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	4,028	3,209	3,504
訪日外国人旅行者延泊数（千人泊）	552	492	739

地域の特徴・観光資源等

- 国際的なスキーリゾートであり、ピークシーズンには多くの訪日外国人旅行者で賑わい、近隣宿泊施設は常に満室となる
- さらに、シーズナルスタッフとしてニセコエリアで働く外国人も増加している（通勤による渋滞が顕著になっている）
- スキー場へは徒歩で向かうことが難しい宿泊施設が多く、エリア内は車やタクシーでの移動が基本となっている
- 現在北海道新幹線の延線工事が進められており、倶知安駅に新幹線が開通すれば、駅からニセコエリアへの二次交通の強化が必須となる

協議体制

協議の場

観光地経営会議

- 行政、地域DMO、地域団体、町内の主要企業や主要施設の代表を務める当協会の理事らが集まり、マスタープランに沿って町内の観光業について幅広い議題で議論する。

参加者

行政機関等

- 倶知安町総合政策課
- ニセコ町企画環境課

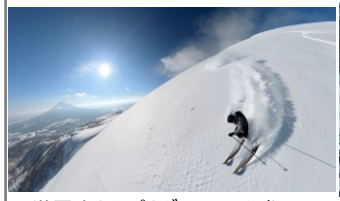
住民関係者

- 一般住民

事業者

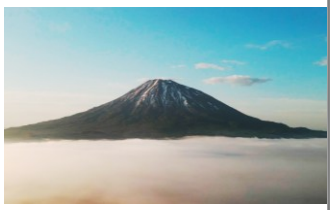
- 倶知安観光協会
- 四辻自動車株式会社
- ヤマト運輸株式会社
- Go株式会社
- ニセコ観光圏協議会

エリアマップ

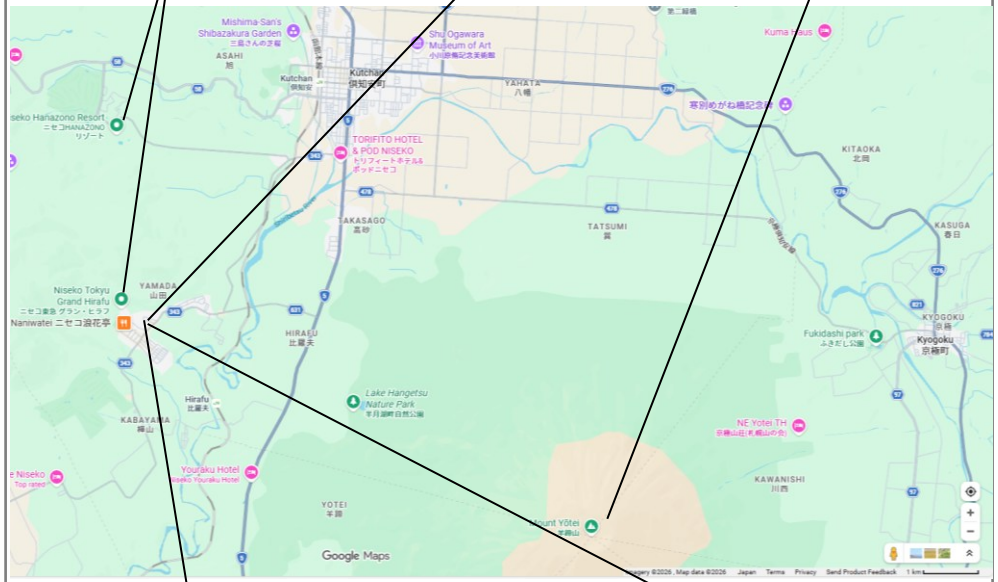


世界中からパウダースノーを求めてスノースポーツ愛好家が訪れる2つのスキー場

世界各国のゲストを迎え入れる数多くの高級宿泊施設



日本百名山にも名を連ねる羊蹄山



スキー客で賑わうスキー場

駐車場が不足しており、路上駐車が散見される

2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**交通渋滞**	• 倶知安町市街地に住居があり、スキーリゾートエリアであるひらふエリア周辺に職場がある住民がほとんどを占めており、朝および夕方の通勤時の交通渋滞が深刻な問題となっている。 • また、市街地からひらふエリアへの道路は国道5号線の1つしかなく、5号線は隣接する地域とを結ぶ主要な道路であるため、その影響は近隣市町村にも及んでいる • さらに、交通渋滞により、緊急車両の交通にも支障が出ており、緊急搬送の遅れに繋がっている。	住民
2.	**駐車場不足**	• ひらふエリアでは駐車場の不足が深刻な問題となっており、観光客だけではなく各事業者の従業員の駐車場も足りていない現状である。 • 違法駐車や路上駐車等によるトラブルも発生しており、大きな事故に繋がる恐れがある。	住民・地域事業者
3.	**タクシー不足**	• 夏季・冬季で繁閑差の大きいニセコエリアでは年間を通しての地元交通事業者の雇用が難しくなっている。そのため、多くの観光客が訪れる冬季にはタクシーが不足し、観光客の利便性や満足度の低下につながってしまっている。 • また、リゾートエリアにタクシーが取られてしまうため、通院や買い物にタクシーを利用する住民（特に高齢者）の死活問題となっている。	住民・観光客

① **交通渋滞**

市街地とリゾートエリアを繋ぐ道路の混雑状況
（夕方）

② **交通渋滞**

市街地とリゾートエリアを繋ぐ道路の混雑状況
（朝）

③ **タクシー不足**

タクシー待ちをする長蛇の列

3．背景・要因

主な背景・要因		
1.	**季節による繁閑ギャップと訪日外国人旅行者の急増**	• 数十年前よりJapowと評されるほどの良質な雪を求め、世界中から倶知安・ニセコエリアにスノースポーツ愛好家が訪れようになったが、コロナ禍の終了と共に訪日外国人旅行者が急増した • 近年では特に、これまでの欧米人中心の客層から、東南アジアからの訪日外国人旅行者がスキー人気の高まりとあわせて、冬季を中心に観光客数が増加している。これにより、従来の交通インフラやサービスでは需要に対応しきれない状況が発生している
2.	**公共交通機関の利便性**	• 広域にわたるリゾートエリアが広がる地域において、鉄道やバスなどの公共交通機関の本数や路線網が十分に整備されていない • 従って、観光客や地元住民の多くが自家用車やレンタカー、タクシーに依存せざるを得ない状況が発生している

市街地とリゾートエリアを繋ぐ道路の混雑状況
スキー場へ続く道は1つしかなく、多くの車で渋滞が発生している

スキー場エリアにおけるバス待ちの様子
大きな荷物を抱えた観光客がバス待ちの行列を作っている

4．対策の概要

目指す姿	地域住民が国際的スキーリゾートである地元に誇りを持ち、かつ、オーバーツーリズムによって生じる負荷を渋滞緩和や乗り入れ車両減により国際リゾートに相応しい交通体系を実現することで、滞在期間中の満足度と利便性を向上させ、移動のストレスを減らすことで更なる周遊を促し、経済活性及び滞在期間の延長に繋げるなど、持続可能な観光地域づくりを目指していく。また、地域住民自らがJapowの雪文化に親しみ、その結果地域住民が観光客にとって生涯忘れられない体験価値を提供する
KGI	（指標）①住民満足度 / ②来訪者満足度 目標値：①55.0%（令和7年度）、②90.0%（令和7年度）｜実績値：①67.8%（令和6年度）、②95.4%（令和6年度）

■補助事業の実施概要

需要の適切な管理

① 交通渋滞および駐車場不足解消のための従業員輸送の取組（パークアンドバスライド）

- スキーリゾートエリアであるひらふエリア周辺に出勤する住民が多く、朝および夕方の通勤時は主要幹線道路の交通渋滞が深刻な問題となっており、隣接地域にも大きな影響を及ぼしている。
- 市街地からリゾートエリアまで通勤する従業員に向けて、毎日6便ずつ、市街地からリゾートエリアを運行する「パークアンドバスライド」を実施することで通勤車両を減らす。
- 乗客の自家用車を停車するフリンジ駐車場をより市街地に近く、かつ、主要道路である国道5号線沿線に設けることにより、利便性を上げ、利用客の増加に貢献する。

左：フリンジ駐車場の様子

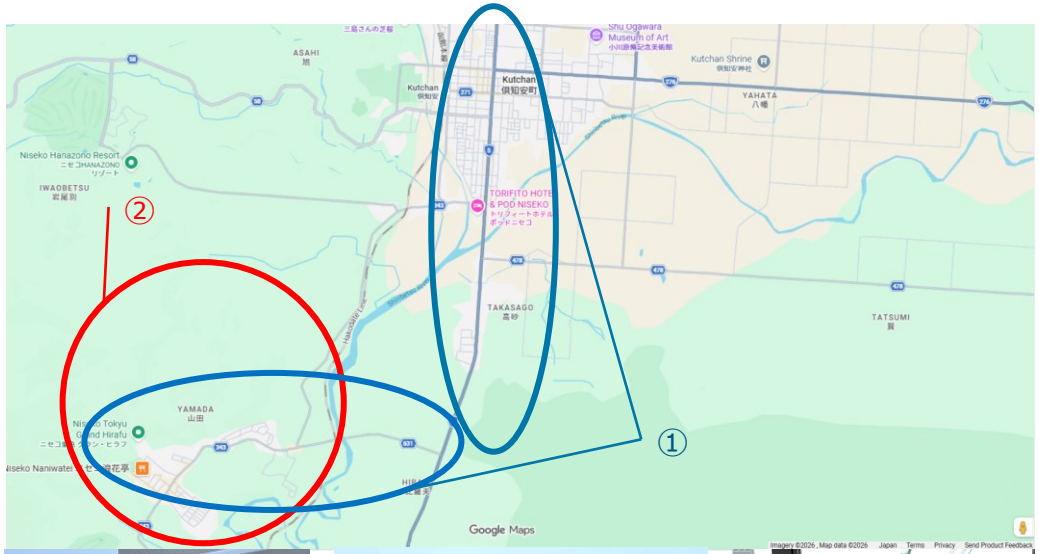
右：パークアンドバスライド運行の様子

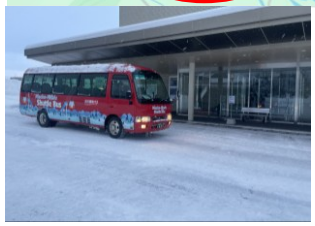
受入環境の整備・増強

② ニセコエリアにおけるタクシー不足改善対策事業（ニセコモデル）

- 繁忙期の冬季にはタクシーが不足し、観光客の利便性や満足度の低下に繋がっているとともに、リゾートエリアにタクシーが集中し、地域住民（特に高齢者）の生活に影響が生じている。
- ニセコエリア限定でタクシーの営業区域外旅客運送と遠隔点呼の仕組みを活用し、他営業圏のタクシー事業者から応援隊派遣を行うことで、ニセコエリア内の発着となるタクシーアプリ『GO』の注文のみで営業を実施し供給力強化を図る。
- タクシーアプリ『GO』の導入メリットとしては、①運行エリアを縛ることができること、②利用者の詳細なデータを取得できることの2点があげられる。

東京や札幌、青森から応援車両と運転手を派遣。
地元車両の配車アプリ搭載も進んでいる

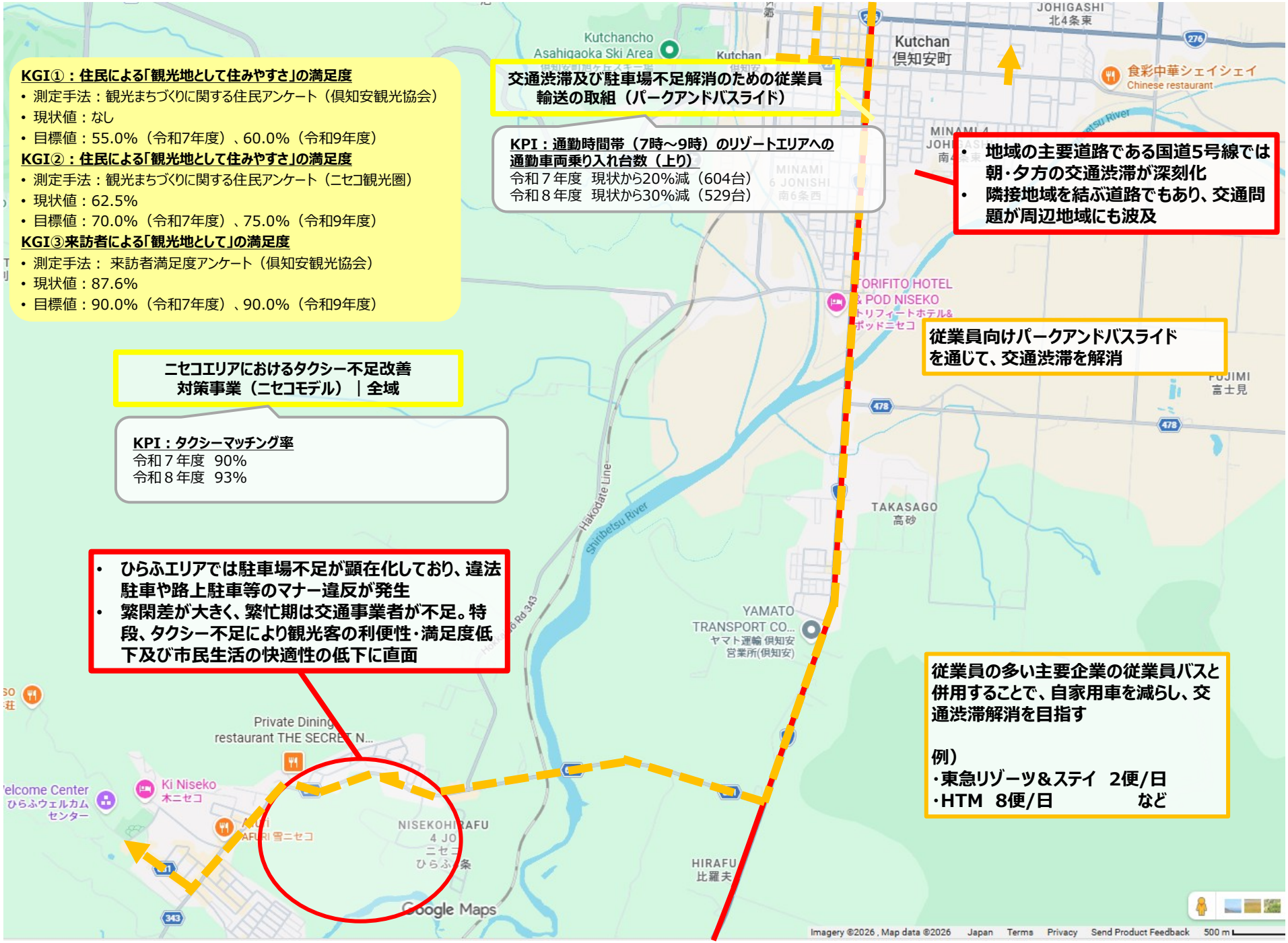




①パークアンドバスライドの取組に係る様子

②令和7年度のニセコモデルの様子

【本地域における取組マップ】



5-①．主な取組（詳細）

需要の適切な管理

補助事業①	**交通渋滞および駐車場不足解消のための従業員輸送の取組（パークアンドバスライド）**		
事業目的	スノーリゾートエリアで勤務する従業員の通勤車両を削減し、交通渋滞および駐車場不足を解消する		
実施主体	一般社団法人倶知安観光協会	実施期間	令和7年10月～令和8年2月

【背景・課題】

- 倶知安町市街地に住居があり、スキーリゾートエリアであるひらふエリア周辺に職場がある住民がほとんどを占めているため、**朝および夕方の通勤時の交通渋滞が発生**している。**夏季は15分の通勤時間が冬季は1時間以上**になるとの声もあがっており、住民の日常生活を脅かす深刻な問題となっている。また、市街地からひらふエリアへの道路は国道5号線の1つしかなく、5号線は隣接する地域とを結ぶ主要な道路であるため、その影響は近隣市町村にも及んでいる。
- また、ひらふエリアでは駐車場不足も深刻な問題となっている。観光客に加え、1シーズンあたり約3,000人のシーズナルワーカーが流入するため、各事業者の**従業員用駐車場も不足**している状況である。違法駐車や路上駐車等によるトラブルも発生しており、大きな事故に繋がる恐れがある。
- 上記2点の問題を解消するため、市街地からリゾートエリアまで通勤する従業員に向けて「パークアンドバスライド」を実施する。

【事業内容】

- 市街地からリゾートエリアまで通勤する従業員に向けて毎日6便ずつ、市街地からリゾートエリアを運行する「パークアンドバスライド」を実施する。

【推進ポイント】

- 前年度の取組では、パークアンドバスライドの取組の肝となるスノーリゾートエリアへの車の流入を抑制するために市街地の周辺部に設置されたフリンジ駐車場が市街地から離れていたため、利用者が限定的であったことが課題に挙げられたため、今回の取組では**フリンジ駐車場をより市街地に近く**、かつ、**主要道路である国道5号線沿線に設ける**ことにより、利便性を上げ、利用客の増加を図る。
- さらに、市街地からの車通勤者を見込み、市街地の主要施設（役場や駅など）に停留所を設けることで、フリンジ駐車場を利用しない従業員の利用向上も目指す。
- フリンジ駐車場の利用促進にあたっては、（一社）倶知安観光協会内の会議体に加えて、観光地経営会議やひらふ渋滞対策会議の会議体や当協会SNS等でのプロモーションにも注力し、従業員への認知向上及び利用意欲の醸成を図っていく。
- なお、観光地経営会議は倶知安町や（一社）倶知安観光協会の業務執行理事、ニセコひらふエリアマネジメント、索道会社を包括している。また、ひらふ渋滞対策会議は警察、消防、救急、後志総合振興局等も包括しており、ひらふエリア周辺を勤務地とする企業やその他重要ステークホルダーを的確に巻き込みながらプロモーションを推進する。

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	交通渋滞および駐車場不足解消のための従業員輸送の取組（パークアンドバスライド）

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	通勤時間帯のリゾートエリアへの通勤車両乗り入れ台数

令和7年度に掲げた目標値

- 目標値：604台　（令和7年度）
  483台　（令和8年度）　※通勤時間帯である7時～9時の交通量

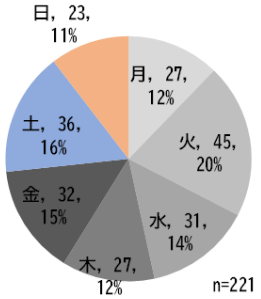
事業の成果/目標の検証結果

- 989台（令和7年度）　※通勤時間帯である7時～9時の交通量

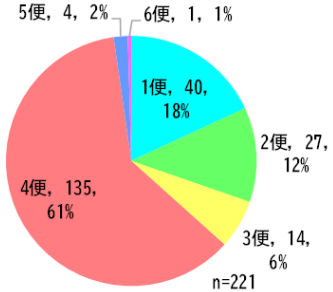
成果の詳細

- パークアンドバスライドシャトルバスの延べ利用者数は、221件であり、最も利用が多かった日は、2月17日（火）の15件であった。
- 便別では当初想定において従業員の通勤時間帯と主たる範囲と重複し混雑が予想されたため予約が必要な「第４便」の利用が多く、約6割となっている。
- 乗車場所は「スーパーラッキー」が108件、降車場所は「ひらふウェルカムセンター」が170件で最も多くなっている。フリンジ駐車場を設置したヤマト運輸倶知安営業所は、15件となった。

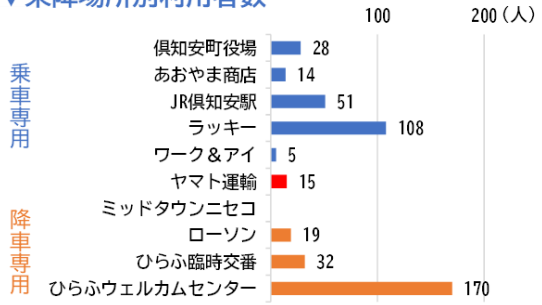
▼曜日別利用者数



▼便別利用者数



▼乗降場所別利用者数



令和７年度事業を踏まえた継続課題

1 地域事業者との役割分担の明確化

- 同エリア内の事業者も従業員送迎用の専用バスを運行していたため、当初想定よりもパークアンドバスライドの効果が低かった。

令和8年度以降の方針

1 早期からの地域事業者向け情報発信

- 令和７年度はパークアンドバスライドの仕様が固まるまでに一定期間を要したため、情報発信が遅れてしまった。令和8年度は夏季より地域事業者とのすり合わせを開始し、可能な限り早い段階で地域事業者及び従業員向けの情報発信を図る。

2 ニーズに即した運行時間の設定

- パークアンドバスライドとしての利用より、市街地からのバス利用が圧倒的に多かったため、令和8年度以降もバス利用を見込んだ停留所を設定する。
- 4便の利用が最も多かったことから、遅い時間帯の運行を検討する。

受入環境の整備・増強

補助事業②	**ニセコエリアにおけるタクシー不足改善対策事業（ニセコモデル）**		
事業目的	ニセコエリア限定でタクシーの営業区域外旅客運送と遠隔点呼の仕組みを活用し、他営業圏のタクシー事業者から応援隊派遣を行い、ニセコエリア内の発着となるタクシーアプリ『GO』の注文のみで営業を実施し供給力強化を図る		
実施主体	ニセコ観光圏協議会	実施期間	令和7年12月～令和8年2月

【背景・課題】

- 広域にわたるリゾートエリアが広がる地域において、鉄道やバスなどの公共交通機関の減回等もあり、**本数や路線網が十分に整備されていない。**
- 従って、観光客や地元住民の多くが自家用車やレンタカー、タクシーに依存せざるを得ない状況が発生している。
- タクシー事業者は利用者の季節による繁閑差から通年で運転手を雇用することが難しく、**ウインターリゾートである当町は冬季に訪日外国人旅行者をはじめ多くの観光客が訪れることでタクシー不足が顕在化する。**
- 冬季の訪日外国人旅行者利用として空港までの長距離利用などでエリア内車両が減少し、**生活利用にも影響を与えている。**

【事業内容】

- ニセコエリア限定でタクシーの営業区域外旅客運送と遠隔点呼の仕組みを活用し、他営業圏のタクシー事業者から応援隊派遣を行い、ニセコエリア内の発着となるタクシーアプリ『GO』の注文のみで営業を実施し供給力強化を図る。

【推進ポイント】

- 冬季のニセコエリアにおけるタクシー不足を解消するため、ニセコ観光圏協議会・蘭越町・ニセコ町・倶知安町・北海道ハイヤー協会と連携し、東京・札幌・青森の事業者から車両及びタクシー乗務員をニセコエリアへ派遣・運行する「ニセコモデル」事業を実施する。
- 乗務員用の宿泊施設使用料について、一般社団法人北海道ハイヤー協会からの請求に基づきニセコ観光圏協議会が負担する。

2025 年 12 月 16 日
一般社団法人北海道ハイヤー協会
倶知安町
ニセコ町
蘭越町
GO 株式会社

PRESS RELEASE

冬季繁忙期の交通課題解消に向けたタクシー活用『ニセコモデル』
3 年目は合計 19 社 54 台が稼働
最繁忙時は隣接交通圏からも応援隊派遣予定

一般社団法人北海道ハイヤー協会(会長：平島 誉久)、北海道虻田郡倶知安町(町長：文字一志)、北海道虻田郡ニセコ町(町長：田中 健人)、北海道磯谷郡蘭越町(町長：金 秀行)、GO 株式会社(代表取締役社長：中島 宏)は、倶知安町・ニセコ町・蘭越町からなるニセコエリアにおいて、冬季期間・繁忙期の交通課題解決の一手として 2023 年度より『ニセコモデル』を展開しています。今年度は札幌・青森・東京に加え、隣接交通圏事業者の協力のもと、14 社 27 台 63 名の応援隊と地元事業者 5 社 27 台の合計 19 社 54 台が、2025 年 12 月 16 日(火)から 2026 年 3 月 15 日(日)の期間中、ラストワンマイルの足を確保するべく稼働いたします。

| 昨年度は期間中 5 万件以上の乗車を記録、3 年目となる今年度は 19 社 54 台が稼働

ニセコエリアに多くの観光客が集まる冬季期間中、ラストワンマイルの足としてタクシー供給強化を行う『ニセコモデル』は 2023 年度より取り組みを開始し、今年が 3 年目となります。『ニセコモデル』では、タクシーの営業区域外旅客運送と遠隔点呼の仕組みを活用し、他営業圏のタクシー事業者から応援隊を派遣の上、ニセコエリア内発着となる『GO』アプリ注文のみで営業を行います。タクシーの供給強化を行う本取り組みは、2023 年度は 2 万件以上、2024 年度は前年比約 3 倍となる 5 万件以上のご乗車と実績が増加しています。約 9 割がインバウンドで、82 の国と地域のお客様にご利用いただきました。今年度は、応援隊と地元事業者合わせて最大 19 社 54 台が稼働予定です。

| さらなるマッチング向上に向けて関係各所協力のもと効率営業を目指す

3 年目となる今冬は、例年通り倶知安町・ニセコ町の観光協会や商工会議所、プロモーションボードなどの関係各社や全国ハイヤー・タクシー連合会の協力に加え、一部運行エリアに係る蘭越町も連携協定に参画し、更なる協力体制のもと供給強化を図ります。

報道関係のお問い合わせ先　GO 株式会社 広報担当 TEL: 090-2760-2489 MAIL: pr@goinc.jp

昨年協力をいただいた地元事業者、札幌・青森・東京の事業者に加えて、今年は隣接交通圏である岩内会市圏の事業者にも参画いただきます。昨年度、稼繁忙となる年末年始や旧正月、特定の曜日や時間帯においての供給力向上が課題であることがわかったため、新たな対策として、ピーク時間帯に岩内会市圏の 2 社最大 7 台が、宿泊を伴わない形での応援隊稼働を行います。またこれまでの実績を踏まえ、緊急時対応などで初年度より稼働いただいていた地元タクシー事業者様 1 社にも、新たにアプリ導入をいただくことができました。『ニセコモデル』稼働期間中は、全体として効率の良い稼働ができるよう、シフト調整や待機場所の工夫なども行ってまいります。

北海道ハイヤー協会　倶知安町 Kutchan　NISEKO　蘭越町　GO

【それぞれの役割】
- 北海道ハイヤー協会 / 全国ハイヤー・タクシー連合会：運輸局への要請・全体スキーム構築
- 倶知安町 / ニセコ町 / 蘭越町：廃業員宿舎提供やニセコモデル実施における全体進行など
- 倶知安観光協会 / 倶知安商工会議所 / ニセコリゾート観光協会 / ニセコ町商工会 / ニセコプロモーションボード：交通拠点や宣伝などでのインバウンドマーケティング協力・乗務員の待機所提供など
- 応援隊参画事業者：ニセコエリアへの車両と乗務員派遣・運行管理
- 地元タクシー事業者：車両機動・緊急時の初動対応など
- GO 株式会社：システム提供とスキーム構築

【参画予定タクシー事業者】※1 は新規事業者、50 音順
- ニセコエリア： 株式会社アイビーエスリムジン / Niseko International Transport 株式会社 / 株式会社八力タクシー* / 有限会社協内交通 / 有限会社平田ハイヤー
- 隣接交通圏： 小樽つばめ交通株式会社(合市支店)* / Niseko International Transport 株式会社(岩内営業所)
- 札幌： 興亜第一交通株式会社 / 昭和交通株式会社 / 新雪交通株式会社 / ダイコク交通株式会社 / TAXI NEXT 株式会社 / つばめ自動車株式会社 / 東邦交通株式会社 / はまなす交通株式会社 / 明星自動車株式会社
- 青森： 北星交通株式会社 / 成長タクシー株式会社
- 東京： 日本交通株式会社

| ニセコモデルにおけるタクシーアプリ『GO』概要
- 期間　：2025 年 12 月 16 日(火)から 2026 年 3 月 15 日(日)まで運行予定
- エリア　：倶知安町・ニセコ町・蘭越町の一部、集車地・降車地の両方を対応エリア内で事前指定、詳細はアプリでご確認ください
- 言語　：日本語・英語
- 機能　：即時注文のみ、事前予約不可
- 決済　：GO Pay 決済(クレジットカード・d 払い・PayPay)のみ、車内決済不可
- 料金設定　：通常運賃に加え地域交通振興料 1100 円とアプリ手配料 100 円、
通常運賃には冬季割増が有、迎車料金は無
※住民の方はマイナンバーカード等の提示により地域交通振興料免除
- 車両　：シエンタやアルファードなど 14 社 27 台 63 名の応援隊と地元事業者 5 社 27 台の合計 19 社 54 台合計 27 台　※一部車両はルーフキャリア付き

| タクシーアプリ『GO』概要
- アプリ名　：GO　https://go.goinc.jp/
- 対応エリア　：全国 47 都道府県　https://go.goinc.jp/area
- アプリ機能　：1.タクシーなどの配車(今すぐ/予約/乗前確定運賃/AI 予約/複数台など)
2.お支払い手段の事前登録による配車時及び車載タブレットでの GO Pay
3.電子領収書発行

報道関係のお問い合わせ先　GO 株式会社 広報担当 TEL: 090-2760-2489 MAIL: pr@goinc.jp

令和7年度の取組に係るプレスリリース

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業②	ニセコエリアにおけるタクシー不足改善対策事業（ニセコモデル）

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	タクシーマッチング率

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 目標値：90.0%	• 実績値：84.8%（令和7年12月16日～令和8年2月5日、前年同時期83.0%）

成果の詳細

【令和7年度の取組】（※令和7年12/16～令和8年2/5の期間）

- 令和6年度は東京や札幌、青森から運転手45名、車両20台の応援と、地元事業者25台が参加してニセコエリアにおけるタクシー不足改善対策事業を実施したが、令和7年度は令和6年度よりも少し規模を拡大し、東京や札幌、青森から運転手45名、車両20台の応援と、地元事業者27台に加えて隣接事業者からも7台の応援があった。

【令和7年度の成果】

- 配車依頼数・実車数については、12月の少雪傾向や一部地域からの旅行者減少による影響が懸念されたが、配車依頼数45,162件（前年同時期44,360件）、実車数32,449件（前年同時期32,041件）を記録した。
- 令和6年度実績から、クリスマス時期及び春節時期に配車需要が供給を上回る動きが見られており、令和7年度も事業開始した12/16から1/10の間で需要が増加し、1日1,200件を超える配車依頼数を記録（前年度最高配車依頼数809件/日）した。
- 配車依頼が増加したが車両供給台数の増加もあり、前年度課題であった繁忙期の需要に対応することが可能となった。
- マッチング率は84.8%（前年同時期83.0%）となり、繁忙期となったクリスマス～1月2週には82.4%（前年同時期79.4%）と8割以上の水準を維持できた。3月までに比率向上が期待される。
- 昨年同様に外国人利用が多い（実車件数の内88%）が、1日平均12件程度の地元住民利用もあり「地元の足」としての機能も果たしている。
- 乗車ポイントを見るとスキー場周辺と倶知安駅近辺での利用が多く、傾向として前年度と同様の動きを示している。

令和７年度事業を踏まえた継続課題

1 交通事業者の安全管理及び離脱防止

- 年末年始に降雪が増加したため車両事故・故障が発生し、離脱する時期があった。修理のため札幌に戻る事例もあり、離脱が長期化するパターンも見られた。

2 ニーズに即した最適なタクシー台数の設定

- 令和６年度実績から見られたクリスマスから春節の期間に迎える最初の配車ピークにおいて、今回から導入した隣接事業者からの応援車両が車両供給の底支えに繋がったが応援隊宿泊施設数に限りがあること、地元事業者との共存が必要であることから応援車両の適正台数、増加には協議が必要である。

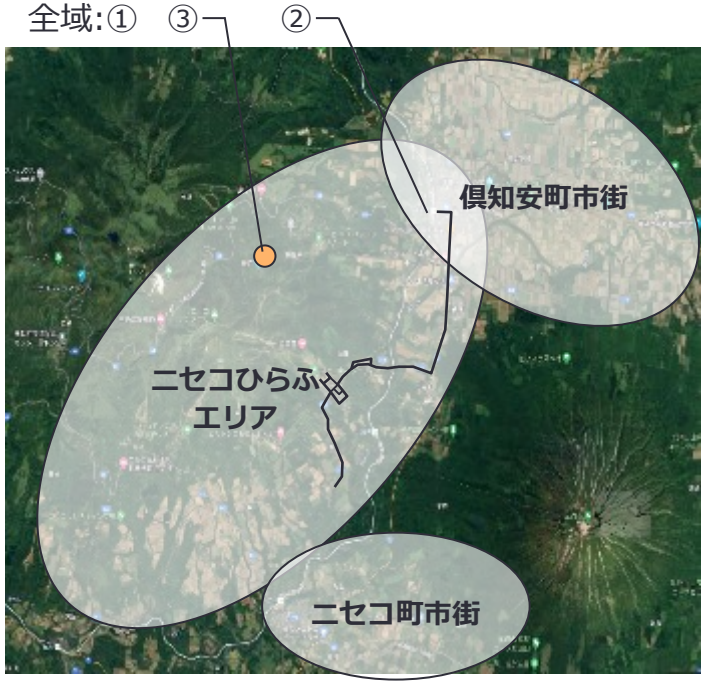
令和8年度以降の方針

1 地域事業者との更なる連携の促進及び緊急時の対応の明確化

- 「ニセコモデル」が一定程度周知され、需要規模も見えてきており、応援車両と地元車両、隣接事業者のバランスをとった運用を進める。
- 事故・故障の発生は避けられないが、事前回避・予防策や発生後の対応などを関係者協議のうえ整理していく。

４．対策の概要

- 当エリアでは二次交通不足の課題が顕在化しており、令和５年度より実施中のニセコモデル(域外タクシー事業者の協力を得た増強)と併せて、大型輸送力をもったバス事業の増強・再整理により、公共交通ネットワークの最適化を図る
- 訪日外国人旅行者が多いという地域特性から、タクシー事業については、アプリを使用して予約する形をとることで、対応を簡素化。また、バス事業については、海外のスキーリゾートにならい無料シャトルバス運行を目指し、運行経路ならびダイヤ等の最適化を図る
- 上記交通事業とあわせ、マナー違反対策にも着手し、観光地としての質の向上を目指す



受入環境の整備・増強

取組み ①冬季のタクシー不足解消（ニセコモデル）

背景
- 冬季に観光客が集中しニセコ圏内においてタクシー不足が生じ、観光客の利便性・満足度の低下や、住民が通院や買い物等の日常利用ができないといった社会問題が発生している

内容
- ニセコ観光圏協議会・倶知安町・ニセコ町・北海道ハイヤー協会・GO株式会社と連携し、2024年12月から2025年3月まで、札幌等の事業者から車両及びタクシー乗務員をニセコエリアへ派遣・運行する

取組み ②ひらふ無料シャトルバス運行（循環バス＆ナイト号統合・再編・強化）

背景
- 観光客の移動において、ゲレンデ・宿泊施設・市街地が主たる動線となるが、二次交通不足からマイカー・レンタカー移動が集中し、交通渋滞が発生

内容
- 倶知安観光協会で運行しているニセコひらふ無料循環バス（4系統）とくっちゃんナイト号（1系統）を統合しワンブランドで5系統の運行とする。
- 統合に伴いダイヤを再編し、ニセコひらふ無料循環バスの一部系統での運行頻度増強とナイト号との接続強化、ナイト号の運行頻度増強と無料化により利便性向上を図る。特にナイト号は、無料化と本数増によりリゾートエリアであるニセコひらふ地区から倶知安町市街地のアクセスを強化し、マイカー利用低減による交通混雑抑制と市街地飲食店利用による夕食難民対策を行う

取組み ③スマートごみ箱設置事業

背景
- バスやタクシー停留所等、観光客が滞留する場所では、交通渋滞等から待ち時間が増加し、その間にごみのポイ捨て等が発生し、町の景観を損ねており、住民からも不満の声が寄せられていた

内容
- かつてテロ対策でごみ箱の撤去が進められていたが、リゾートとしての質を高めるため、スマートごみ箱を設置、広場や通りの美化、観光客の環境保全の意識啓発を図る

５-①．主な取組み（詳細）

課題	取組み
冬季に観光客が集中することで、ニセコ圏内でタクシー不足が発生	**冬季のタクシー不足解消（ニセコモデル）** • 実施期間：令和6年12月～令和7年2月(3月迄運行) • 実施主体：一般社団法人北海道ハイヤー協会、倶知安町、ニセコ町、GO株式会社

事業内容

■ **ニセコモデル**

- **冬季期間・繁忙期の、広域でのタクシーの需給調整事業**（札幌等の事業者から車両及びタクシー乗務員をニセコエリアへ派遣・運行）
  - 期間： 2024年12月から2025年3月まで
  - 関係者：ニセコ観光圏協議会・倶知安町・ニセコ町・北海道ハイヤー協会・GO株式会社と連携
  - 規模：12社20台45名の応援隊協力、4社25台の地元事業者協力
- **雪道運転での事前講習の実施**
  - 派遣された地域に不慣れなドライバーに対して雪道運転での事前講習等を実施。ドライバーの運転スキル向上について対応
- **マッチングの仕組みの導入**
  - GOアプリでの予約を必須として、 予約時点で観光客か地元住民か等利用者属性情報を習得し、それら情報をもとに、ドライバーをマッチングする仕組みを導入。例えば、訪日外国人旅行者（英語対応が必要）な場合は地元事業者等対応に慣れた事業者が対応を行う

事業周知

出発式

出発式テープカット

5-①. 最終成果

令和６年度事業の目標

- **来訪者満足度の向上**
- ニセコ観光圏協議会で冬期・夏期に実施している「来訪者満足度調査」における、「来訪者満足度」の項目数値の上昇を目指す

事業の成果／目標の検証結果

- **来訪者満足度目標値：93%達成見込み**
  ※本事業期間をカバーする満足度調査は結果は令和7年6月に集計予定。
- **取組みに係る実績値：**
  「ニセコモデル」利用件数：2万件(令和６年度) → **5.5万件**(５年度)
  待ち時間：平均11.9分(令和６年度) → **平均８分**(５年度)

成果詳細

ニセコモデルにおけるタクシーの稼働状況

ニセコモデル運行状況（概数：令和６年度数値3月16日時点）

	令和６年度	５年度累計	備考
実車数	**54,695件**	20,000件	地元事業者を含む数
稼働台数/日	**最大45台**	最大11台 ※応援隊のみ	地元事業者を含む数

ニセコモデル運行体制（域内車輌含む：運行開始12/16~）

	６年度総数	内応援隊	５年度総数
運行者数	**16社**	12社	8社
タクシー台数	**45台**	20台	11台
登録運転手数	**105名**	45名	25名

約2倍の運行体制を構築

- 令和６年度より、道外からの応援車以外（域内タクシー）にもGOアプリを実装し運行することで、**よりスムーズな配車や決済を実現**
- 通常運賃・アプリ手配料に加え、**地域交通振興料1,180円を徴収**し、**一部を協力会社に拠出することで持続的な運行体制を構築**

利用者満足度

【利用実績】

- 開始1ヶ月時点で17,938件と、**前年同期間比2.9倍のペースで乗車利用があった**
- 迎車～乗車時間が平均8分と、**５年度に比べて平均3.9分短縮されたなど効率化が実現**しており、結果的に大晦日には過去最高となる758件の乗車があった
- **利用者の87%が訪日外国人旅行者**となっており、５年度の1.2倍となる65の国と地域の利用が見られている

【2月9日までの利用者を対象とした乗車体験アンケート結果】

- **「良い」約80%** ・「悪い」約2% ・「評価無し」約18%

⇒全体的に良い評価をいただいている

- 訪日客の利用が多いが、地元住民利用も見られる
- 車輌数の増加により、**迎車～乗車時間の短縮に繋がったことで、キャンセル数の減少**も見られる
- **利用者からの評価は高く**、エリアの足として認知されはじめている

５-①．成果及び今後に向けて

令和６年度の取組みから見えてきた課題

- ニセコエリア全域の観光客は増加傾向。令和６年度タクシー台数・人員の増強を行ったが、配車の依頼数も増加しており、適切な運行を実施
- 道外からの派遣ドライバー受入のため、令和６年度は民間の宿泊施設を利用。５年度以上に快適な受入環境を整備を行った
- 上記により、体制強化が図れた反面、新たな課題が可視化された

1 ドライバー不足への対応

- 令和５年度実績から、観光客のタクシー利用ニーズは非常に高く、台数不足が発生していたため、５年度より約２倍の応援体制を実現したが、更なる運用体制の検討が必要ともいえる状況である

2 利用者満足度の向上

- 域内事業者もGOアプリを使用し、ナビルートを用いることで、効率的な運行が実現できた
- 一方で、交通事故等日々変動する要因におけるルート変更等に対し、利用者への丁寧な説明が求められる

3 派遣ドライバーへの施設利用方法周知

- 今期、道外からの派遣ドライバーが長期滞在するための拠点として、民間の宿泊施設の利用を実施
- 宿泊施設ごとに利用ルール等が異なることから、滞在者に対する利用方法の事前周知を丁寧にする必要がある

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

- ５年度に開始したニセコモデルを増強することで、高い利用率や高い満足度を得ることができた。そのためニセコモデルの持続性確保にむけて運行体制の強化に向けて、ハード・ソフト両面での運用体制強化を図る
- 他方、タクシー増強は有効な施策でありながらも、台数を増やしすぎると、交通渋滞に繋がる可能性もあることから、台数上限等の見定め等を今後進めていく

1 域外事業者との継続的な協力体制の構築

- 観光客数や利用者ニーズ等を踏まえ、今後も継続的なタクシーの運行体制の増強が必要であるが、当面は地元事業者だけでは台数・ドライバー共に不足することから、継続的な関係構築が不可欠。また台数の見極めも重要

2 タクシー運行にかかる教育プログラムの拡充

- 渋滞発生時や事故発生時等に、乗客に対するルート変更やそれに伴う料金への影響等の説明方法の作成
- 乗務員に対するニセコモデルの運用ルールの徹底

3 宿泊等協力事業者との継続的な協議の実施

- 今後も継続的に域外からの事業者を受入る場合、それら関係者が快適に過ごせる体制構築が不可欠
- 宿泊事業者と協議し、滞在者向けの利用案内やマニュアルなどを整備する

5-②. 主な取組み（詳細）

問題	対策事業
・多くの観光客が自家用車（レンタカー）やタクシーで移動することにより、交通渋滞が発生 ・長期滞在する訪日客が、夕方・夜間に飲食のため移動する際の交通手段が不足し、いわゆる「夕食難民」も発生	**ひらふ無料循環バス運行** • 実施期間：令和6年12月～令和7年2月 • 実施主体：（一社）倶知安観光協会

事業内容

■ ひらふ無料循環バス・くっちゃんナイト号の運行

- 訪日外国人旅行者増加の現況を鑑み、バス事業について、ルート・ダイヤ変更・無料化により抜本的な再編を行う

【背景】

- **＜ひらふ無料循環バス＞**
  2021年度、スキー場まで徒歩移動が困難な宿泊施設とスキー場間をつなぎ、マイカーやレンタカーでの来場を抑制する目的で導入。導入以降利用者は増加し、**2023年度は当初の12倍の乗車人数となりニーズが非常に高まっており、増強が急務**となっている。
- **＜くっちゃんナイト号＞**
  平成5年に日本人スキー客の市街地飲食店への誘客を目的に運行開始。有料運行であったが、近年では訪日外国人旅行者の利用が増加。**訪日客**にとっては**小銭での支払いが難しい**ことから、**遅延やバス停での長時間滞留**が生じ、むしろ**道路混雑を悪化させかねない**状況にある。
- 近年はニセコひらふ地区の**ベッド数が飲食店席数を大幅に超過する状況**に至り、**夕食場所のを見つけるのが難しい来訪者**が多く発生。**倶知安町市街地に所在する飲食店を活用するニーズ**も高まっている。

【目的】

- 先進的なスキーリゾートを目指すと共に、マイカー・レンタカー渋滞の緩和や市街地飲食店の活用拡大によるいわゆる夕食難民の減少を目指す。

2024-25運行マップ

ひらふ無料循環バス

５-②．成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

A：バスの利用者の増加
B：来訪者満足度の向上
C：来訪者満足度（食事･飲食店）
＜B、Cの評価方法＞
ニセコ観光圏協議会で冬期･夏期に実施している「来訪者満足度調査」における、「来訪者満足度」「食事･飲食店」の項目数値の上昇を目指す

事業の成果／目標の検証結果

A：バス利用者の増加（目標達成）
バス利用者：**76,528人→87,770人**
B：来訪者満足度：93%
※本事業期間をカバーする満足度調査は結果は６月に集計予定。
C：食事･飲食店（大変満足スコア）：24.0Pt（達成見込み）
食事･飲食店：**21.7Pt⇒24.0Pt**

成果詳細

無料シャトルバスの稼働状況

シャトルバス運行状況（令和６年度数値）

ルート	乗客数	備考
①HIRAFY EAST LINE	**19,738名**	
②KABAYAMA LINE	**12,966名**	
③MIDDLE LINE	**29,676名**	運行上の都合により一括して集計
④LOWER LINE		
⑤DOWNTOWN LINE	**25,390名**	

■ ルート･ダイヤ再編、認知度向上における工夫点
- ⑤DOWNTOWN LINEは、くっちゃんナイト号をブランド統合･再編。
- バス車両イメージも統一し認知度向上に寄与
- **再編したDOWNTOWN LINEは、無料化し市街地飲食店へ送客す ることで、夕食難民対策**としても貢献
- ひらふ坂のデジタルサイネージも活用して認知度向上を図っている

- 特に**DOWNTOWN LINE**は、**利用ニーズが極めて高く、乗車定員を超えるような状況も発生**したため、増車対応をしている
- 無料化により気軽な利用を促すとともに、訪日客が不慣れな小銭支払に手間取ることでバス停で長時間停車することも防止し、**渋滞対策にも貢献**

利用者･事業者の反響

【利用者の声】
- リゾートの循環バスは無くてはならないインフラです。
- 運転手の休憩が必要なのは分かるが、切れ目ないダイヤで運行してほしい（利用のニーズが高いことを示す要望）

【地元事業者の声】
- 循環シャトルがあるので、個社で送迎をしなくてもよくなった。結果的にリゾート内を走る車両の低減に繋がっていると思います。
- DOWN TOWN LINEの利用が多く、満車になることが多いので、翌年度の車両大型化や頻度増などの運行強化を希望します。

- 2024-25シーズンは、倶知安町市街地の**空き店舗を活用した飲食店の新規出店が相次いだ**。利用が盛況な**「DOWN TOWN LINE」が、新規出店にも後押し要因**となっているとも言え、飲食店の供給も相まっていわゆる**夕食難民対策につながった**

5-②. 成果及び今後に向けて

令和６年度の取組みから見えてきた課題

- 従来の無料シャトルバスの増強・再編により、特に無料化したDOWN TOWN LINEで期待を上回るバス利用につながっている。
- 一方で、バス事業については、やむを得ない運転手の欠員等も発生し、体制の見直しが必要となる場面も生じている

1 ドライバー不足への対応

- ルートの統合・再編、一部増便を実施しても足りないほど利用ニーズが大きく、現状でも便数が不足している状況
- 今シーズンもやむを得ないドライバーの欠員により、一部ルートを統合する期間が生じてしまっている
- 一方で、運送業界全体でドライバー不足が顕著であり、運行体制増強には限界がある

2 市街地飲食店の増加に伴う移動ニーズへの対応

- 近年市街地の飲食店などが増加しており、その結果バスの利用者も増加するという相乗効果が生まれていると思われる。また、今後もその傾向が続くと想定される
- 日本では、空き店舗やシャッター街が課題になることが多いが、倶知安町では閉店した菓子店や本屋が飲食店として利活用され、観光客増加の効果が地域全体に波及

3 従業員の通勤による混雑への対応

- 交通混雑の大きな要因として従業員による市街地からの通勤が挙げられる
- 今シーズンは、従業員によるDOWN TOWN LINEの利用が確認され、結果的に観光客が乗れない事態も発生
- 一方で道内の路線バスは運転手不足から減少が続いており、通勤向けの路線バス増加を期待することは難しい

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

- ドライバーの確保が事業継続に直結するため、ドライバーの雇用方法等から検討を進めていく必要がある
- 当事業の他にも、通勤者の対応等別の交通政策もあることから、多面的に事業を評価し、継続的に公共交通ネットワークの構築を図っていく

1 ドライバーの通年雇用

- ウィンターシーズンのみの季節労働では、ドライバー確保が難しいことから、夏に利用者が少なくとも、通年で運行を図る等してドライバーの確保が必要

2 定期的なルートやダイヤの見直し

- 今後も訪日客需要の高まりから、宿泊施設や飲食等観光関連施設の増加も見込まれる。そのため、町全体での受入体制を鑑み、ルート・ダイヤの見直しを行っていく

3 通勤向けバスなどの検討

- 通勤向けの路線バス増加が難しいことから、無料循環バス開始前の回送を活用した通勤向けバスやパーク＆バスライドの推進を検討する必要

現状について

- 令和7年度は、地域一体型として事業を実施。

6. 北海道美瑛町

1．地域概要

対象地域	北海道美瑛町エリア
申請主体	美瑛町
計画名	定山渓エリアにおけるオーバーツーリズム解消の「実証モデル」実施計画

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	2,419	1,062	2,387
- 国内（千人）	2,392	1,062	2,363
- 訪日外国人旅行者（千人）	26	0.1	24

地域の特徴・観光資源等

- 美瑛町は、北海道のほぼ中央に位置し、小麦、馬鈴薯、豆類などの畑作を中心とした農業を基幹産業としている。平成初期から農業景観を訪れる観光客の増加に伴い、観光業が発展している。
- 波状丘陵地帯の農村景観をはじめ、白金青い池、セブンスターの木、クリスマスツリーの木など各観光スポットを巡る観光客が大勢訪れている。

協議体制

協議の場

美瑛町オーバーツーリズム対策協議会

参加者

行政機関等
- 美瑛町商工観光交流課

有識者等
- 北海道大学大学院

事業者
- 美瑛町観光協会
- びえい白金温泉観光組合
- 美瑛町商工会

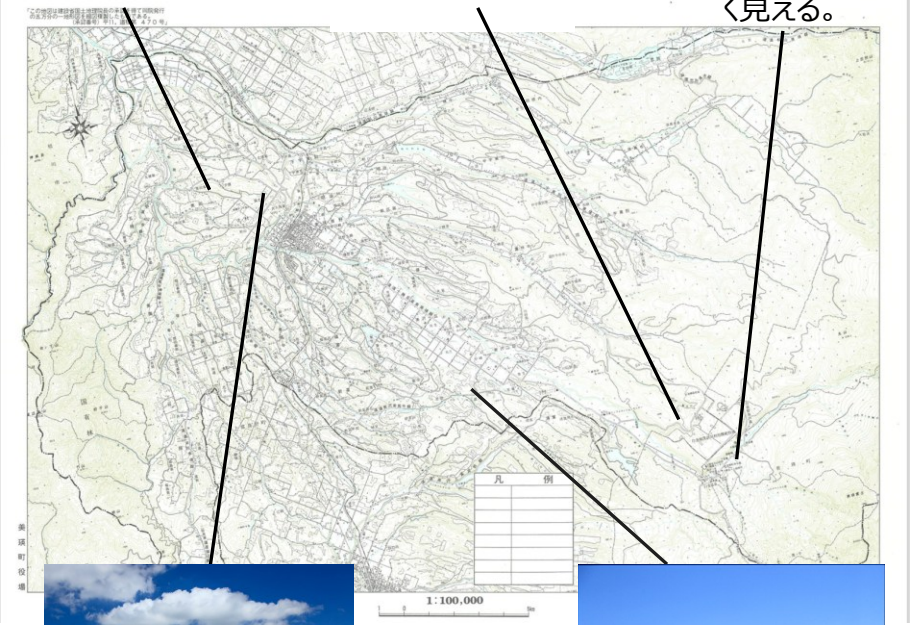
住民関係者
- 美瑛町写真映像協会
- ブラウマンの空庭。（畑看板プロジェクト）農業者
- 美瑛町農業協同組合

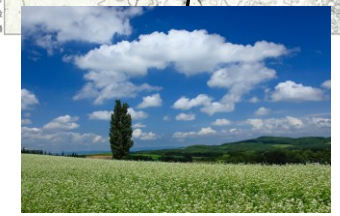
エリアマップ

美瑛町の農業景観
小麦、馬鈴薯等の輪作体系で畑がパッチワークのような色彩となっている。

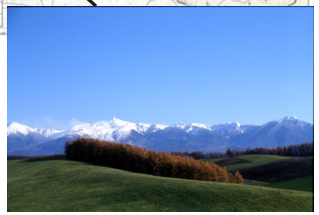
白金青い池
美瑛川にアルミニウム成分等を含む河川が混ざり、光の反射で青く見える。

白ひげの滝
美瑛川にアルミニウム成分等を含む河川が混ざり、光の反射で青く見える。





ケンとメリーの木
農村景観に映える車のCMで有名になったポプラの木



十勝岳連峰と丘の風景
晩秋のカラマツ林と農村景観

2．課題

	主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1. **道路等の混雑**	• 白金青い池駐車場は、特に夏の観光シーズンに大型バスや乗用車による駐車場出入口での渋滞が発生し、その影響が周辺道路にまで波及し、白金地区への定期バス、救急自動車などが渋滞に巻き込まれ、地区住民の生活及び観光に支障をきたしている。 • 美瑛町は、観光スポットが町内に点在し、その観光スポットを周遊する観光が主流となっていることから、各観光スポットごとに観光客や観光車両による道路や駐車場の渋滞が発生し、地区住民の生活に支障をきたしている。	地域住民・観光客
2. **マナー問題**	• 観光スポットのうち、セブンスターの木、ケンとメリーの木、新栄の丘展望公園などは、農地に隣接していることから、観光客の農地への立ち入りが絶えず、農業経営に支障をきたしている。 • 観光客が道路中央で座り、決まったポーズで写真撮影を行うことで、交通安全面や道路の通行に支障をきたしている。	地域住民・観光客

① 道路等の混雑

クリスマスツリーの木
狭い道路に観光車両が集中し地域住民の通行が妨げられる。

青い池駐車場・道路の渋滞
青い池の駐車場入口の混雑によりピーク時には道路が約3キロ渋滞し、定期バスや救急車両等の運行や地域住民の生活に影響を及ぼしている。

千代田公園駐車場の混雑
千代田公園のトイレ待ちなどによりバス駐車場が満車となり、バスが近隣道路に駐車し、住民生活に影響が出ている。

② マナー問題

観光地における農地立ち入り
農地に面した観光地において、観光客が無断で農地に侵入し、写真撮影を行うなど地域農業者の営農に支障が出ている。

道路中央での写真撮影
観光客が道路中央で座り、決まったポーズで写真撮影を行うことで、交通安全面や道路の通行に支障をきたしている。

3．背景・要因

主な背景・要因		
1.	**観光エリアと生活エリアの重複**	• 観光地化しているクリスマスツリーの木・セブンスターの木や周辺の農地は私有地であるものの、それを知らない観光客が無断で立ち入ってしまう • 観光地周辺の道路に観光客や観光バス、車両があふれ、車両のすれ違いが難しい程狭く、車両滞留が起きやすい
2.	**貸切バスやレンタカー移動が主流の観光地**	• 主要な観光地間の距離が遠い一方で、公共交通機関が発達していないため、貸切バスやレンタカーでの来訪者が多い • そのため、一定の観光地に観光客が集中することにより、観光地の駐車場やトイレが混雑し、駐車場に入りきらないバスやレンタカーによる路上駐車が増加
3.	**SNS等を背景とした観光客急増**	• 美瑛町は美しい自然景観が写真家やSNSで取り上げられることにより近年国内外からの観光客数が急増 • そのため、特に訪日外国人旅行者はツアー型の大型貸切バスでの来訪が多く、特定の場所・時間に大勢の観光客が集中しやすい

1. 観光エリアと生活エリアの重複

クリスマスツリーの木
地域住民が使う狭い生活道路に
大量の観光客が集まり交通に支障

2.貸切バスやレンタカー移動が主流の観光地

観光バスが駐車場に入りきらず
路上駐車し、地域住民の生活に支障

出典：地理院タイルに観光地名と図形を追記して掲載

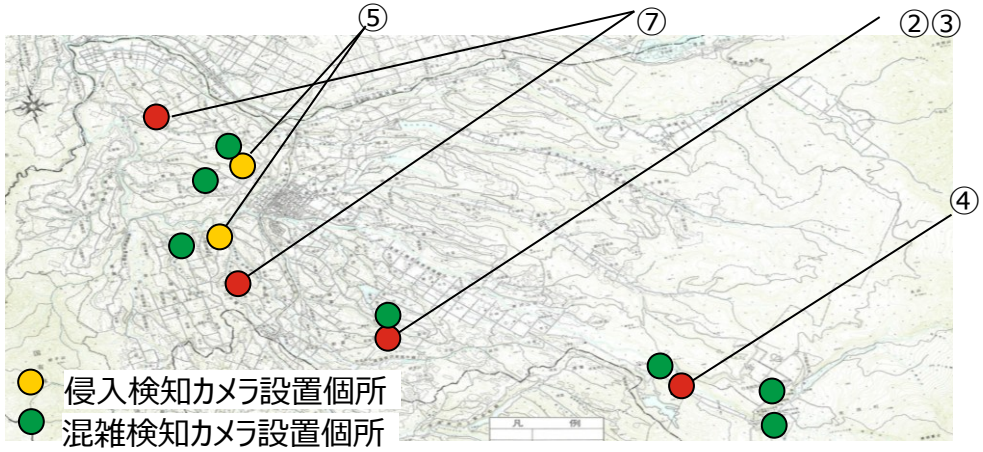
3. SNS等による観光客急増

青い池駐車場
訪日外国人旅行者を中心に
特定の観光地に集中

青い池
訪日外国人旅行者を中心に
特定の観光地に集中

4．対策の概要

目指す姿	**美瑛町の観光を観光客の「数」から観光の体験の「質」の追及へ、観光客まかせの巡り方から、地域がデザインした巡り方へ、そして「有名木」を見る観光から、「くらし」を体感する観光へ、住民のくらしと観光の融合による魅力あるまちづくりを目指す。**
KGI	**（指標）地域住民のオーバーツーリズム緩和の意識** 目標値：10%(令和7年度)、30%(令和9年度) 実績値：3.7%(令和7年度)（地域住民に対するオーバーツーリズム対策に係るアンケートより）



■補助事業の実施概要

受入環境の整備・増強

① 観光マスタープランに係る観光動態調査
- 令和9年度の観光マスタープラン策定に向けて、町の現状把握及びオーバーツーリズム対策等持続可能な観光地の実現に向けた有効な施策の検討に活用する観光動態調査を実施する
- 町内3箇所の調査地点で対面式により消費額、立ち寄り地点、観光マナー認識等の観光動態調査を実施し、有効なオーバーツーリズム対策を含めたマスタープランの基礎資料とする

受入環境の整備・増強 / マナー違反の防止・抑制

② 千代田公園駐車場改修事業
- 千代田公園駐車場は、人気の観光施設拓真館に隣接し、また、クリスマスツリーの木と同一観光ルート上にあることから時期的に観光客が集中し、駐車場が混雑することで、大型バスの路上駐車が発生している
- 千代田公園駐車場の駐車スペースを増設する（バス6台→12台、乗用車10台→14台）

③ 千代田公園公衆トイレ改修事業
- 千代田公園公衆トイレは、人気の観光施設拓真館に隣接し、また、クリスマスツリーの木と同じ観光ルート上にあることから時期的に観光客が集中し、特に訪日外国人旅行者に和式トイレが敬遠され、トイレの混雑が発生している
- 公衆トイレを改修し、和式トイレの洋式化改修（男性用1、女性用1）及び多目的トイレを新設（男性用1、女性用1）し、トイレの混雑解消と利便性の解消を図る

④ 青い池駐車場出入口増設事業
- 青い池駐車場は、観光ピーク時の夏期に観光客が集中することで駐車場の出入口が混雑し、それが原因で隣接する道路の渋滞が発生し、地域住民の生活に影響を及ぼしている
- 駐車場の出入口を増設（普通車入口1か所、出口1か所を増設）し、青い池の交通渋滞の緩和を図る

需要の分散・平準化

⑤ 観光地混雑・侵入検知カメラ設置事業
- 町内の主な観光スポットで混雑や交通渋滞が発生しており、また、観光客が観光スポットに隣接する農地等に無断で侵入する事例が発生しているため、混雑、渋滞情報の発信による混雑、交通渋滞の緩和と観光客の農地等への無断立ち入りの防止が課題となっている
- 混雑検知カメラの増設：7か所（北西の丘展望公園、ケンとメリーの木、新栄の丘展望公園、拓真館、白金温泉公共駐車場、白ひげの滝、青い池町道美望ヶ原ビルケ線）
- 侵入検知カメラの増設：2か所（ケンとメリーの木、新栄の丘展望公園）

調査・分析

⑥ オーバーツーリズム対策立案におけるデータ活用事業
- オーバーツーリズム対策の実施にあたり、現状ではデータに基づく分析による対策ができていないため、データに基づいた分析により、より効果的にオーバーツーリズム対策を講じる必要がある
- 人流データや公共交通利用等のデータを活用した分析を行い、観光地ごとの観光客の滞在時間、混雑時間帯などを踏まえ、観光客の流れを円滑にするオーバーツーリズ対策を立案する

需要の適切な管理

⑦ 観光スポット警備事業
- 観光スポットの中でも季節的に観光客が集中する特定の観光スポットでは、道路の渋滞や路上駐車、農地への立ち入りなどにより地域住民の営農活動や生活に大きな支障をきたしており、地域住民から改善を求める声が上がっている
- 観光スポットの中でも特に季節的に観光客が集中する特定の観光ポイントに絞り期間を限定し、警備員を配置し、地域住民の通行や農作業をスムーズに行えるようにする

【警備員の配置個所及び時期】セブンスターの木：7月～9月｜クリスマスツリーの木：12月～2月

【本地域における取組マップ】

オーバーツーリズム対策立案におけるデータ活用事業

KPI：人流データ等を活用した効果的なオーバーツーリズム対策の立案
令和7年度　データ収集の実施
令和9年度　データ活用による効果的なオーバーツーリズム対策の立案

セブンスターの木

- 観光客が観光スポットに隣接する農地に無断で立ち入る事案が発生しており、地域住民による農地経営に支障が生じている

KGI：地域住民のオーバーツーリズム緩和の意識
- 測定手法：地域住民へのアンケート
- 現状値：10.0%（令和7年度）
- 目標値：30.0%（令和9年度）

セブンスターの木周辺農地へ立ち入る観光客

- 観光スポットが町内に点在し、その観光スポットを周遊する観光が主流となっていることから、各観光スポットごとに観光客や観光車両による混雑により道路や駐車場の渋滞が発生し、地区住民の生活に支障をきたしている

ケンとメリーの木

- 観光スポットにおける車両受入キャパシティの拡大及び受入環境の整備
- 周辺道路の混雑緩和
- 観光客のマナー違反の減少
- 観光スポットにおける混雑状況の可視化

観光地混雑・侵入検知カメラ設置事業

KPI①：観光ピーク時（7～9月）の観光地混雑状況MAPのページビュー数
令和7年度 260,000ビュー
令和9年度 270,000ビュー
KPI②：美瑛町の主要な観光スポットにおけるカメラ設置の割合
令和7年度 100%

北西の丘展望公園

- 白金青い池駐車場は、特に夏の観光シーズンに大型バスや乗用車が駐車場出入口において渋滞が発生し、その影響により周辺道路が渋滞し、白金地区への定期バス、救急自動車などが渋滞に巻き込まれ、地区住民の生活及び観光に支障をきたしている

観光スポット警備事業

KPI①：観光マナー110番通報件数
令和7年度 2件
令和9年度 1件
KPI②：観光客によるマナー違反件数
（夏）｜令和7年度 56件（現状値5割減）
令和9年度 22件（現状値8割減）
（冬）｜令和7年度 68件（現状値5割減）
令和9年度 27件（現状値8割減）

拓真館

千代田公園駐車場改修事業

ビルケの森

白金温泉白ひげの滝

KPI：観光ピーク時（12月～1月）大型バス路上駐車台数
令和7年度、令和8年度　0台

千代田公園公衆トイレ改修事業

白金温泉公共駐車場

KPI：観光ピーク時（12月～1月）のトイレ行列平均
令和7年度 10名
令和8年度 5名

クリスマスツリーの木

望岳台

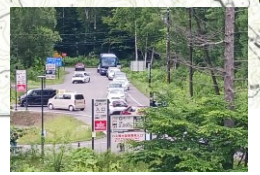
観光マスタープランに係る観光動態調査

KPI：観光動態調査の実施により有効なオーバーツーリズム対策を含めたマスタープランの策定
令和7年度　観光動態調査を実施し、観光客の動向、マナー認識等を明らかにする
令和8年度　観光動態調査分析の結果を活用したマスタープランの策定・公開

青い池駐車場出入口増設事業

白金青い池

KPI：①観光ピーク時（7月～9月）の3連休の日平均駐車場待機車両数
※工事次期により令和7年度取得不可
KPI：②観光ピーク時における1時間あたりの駐車場の入出庫台数
令和7年度 冬｜80台
令和8年度 夏｜300台、冬｜80台


白金青い池駐車場出入口の渋滞

白金青い池駐車場出口に並ぶ車列

5-①. 主な取組（詳細）

地域全体の観光地域づくりにかかわる事業

補助事業①	**観光マスタープランに係る観光動態調査**		
事業目的	2027年の観光マスタープランの策定に向けて、美瑛町の現状把握及びオーバーツーリズム対策等の持続可能な観光地の実現に向けた有効な施策の検討に活用する観光客の動態調査を実施する		
実施主体	美瑛町	実施期間	令和7年8月～令和8年2月

【背景・課題】
2027年の観光マスタープランの策定にあたって、対面式による観光動態調査を実施することで、観光客から町内観光における動態を把握し、有効的なオーバーツーリズム対策を含めた持続可能な観光目的地を目指すマスタープランを策定する。

【事業内容】
調査内容：対面調査
調査項目：国籍、性年代、町内における施設・サービス利用等に関する実態および満足度、再訪・推薦意向、消費額、美瑛町に対するイメージ、オーバーツーリズムに関する認識等
調査方法：紙の調査票を用いた対面聞き取り調査（調査票は日本語、英語、簡体字・繁体字、韓国語の4カ国5言語対応、調査員は日本語、英語、中国語、韓国語のマルチリンガル調査員 6名）
調査件数：国内187件、インバウンド252件　計439件
調査実施個所：白金青い池、美瑛選果、四季の情報館（観光案内所）
調査実施日：5日（令和8年1月23日（金）、1月24日（土）、1月25日（日）、1月31日（土）、2月1日（日）
調査結果：
旅行満足度においては、インバウンドが国内旅行者より高い満足度を得ている。また、道内からの観光客の約32%、道外からの観光客の約39%がオーバーツーリズムは発生していないと回答したのに対し、インバウンドは72%がオーバーツーリズムは発生していないと回答した。
このことから、多くのインバウンド客は、地域の混雑や負荷を課題として認識しておらず満足度が高い傾向にあると言える。

【推進ポイント】
美瑛町と包括連携協定を締結している北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院に委託した。（2020年のマスタープラン策定時に実施した動態調査も同様に対応しており、美瑛町の実情を深く理解している。）
観光客目線で町の現状把握を実施し有効な施策の検討に活用する。

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	観光マスタープランに係る観光動態調査

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名：観光動態調査の実施により有効なオーバーツーリズム対策を含めたマスタープランの策定

令和7年度に掲げた目標値

- 目標値：観光動態調査を実施し、観光客の動向、マナー認識等を明らかにする（500件のサンプル確保）（1月～3月分）（事業年度内）

事業の成果/目標の検証結果

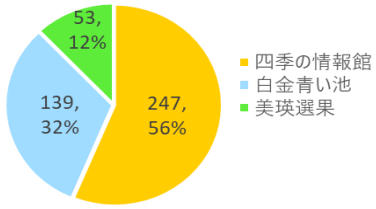
観光動態調査を実施し、観光客の動向、マナー認識等を明らかにする（439件のサンプル確保）（1月～3月分）（令和8年2月時点）

成果の詳細

➢ 令和9年度の観光マスタープランの策定に向けた対面による観光動態調査を実施し、次期観光マスタープランにおけるオーバーツーリズム対策等の基礎調査として活用を図る。

調査地点名	回答数	構成比（%）
四季の情報館	247	56.30%
白金青い池	139	31.70%
美瑛選果	53	12.00%
合計	439	100.00%

サンプル数、構成比



観光動態調査票（表面）

観光動態調査票（裏面）

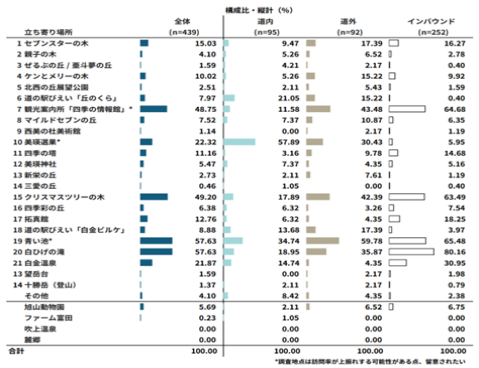


図1. 町内の立ち寄り先（複数回答／%）

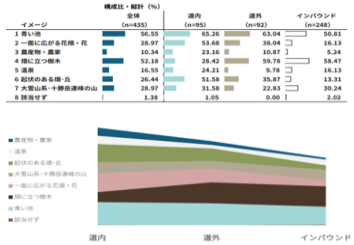


図5. 有機的イメージの構造（複数回答／%）

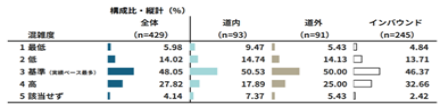


図7. クリスマスツリーの木に対する混雑度認識（単数回答／%）

【改善点】

➢ 調査の実施により観光客の動態（訪問地、滞在時間、訪問ルート等）を把握するとともに、オーバーツーリズムの実感、観光消費額など有効な対策立案に結びつけるための調査が実施できた。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

- 令和７年度は、１月～３月期の動態調査として実施したため、調査期間中の荒天による観光客の一時的な減少により目標のサンプル数（500サンプル）に届かなかった。

令和8年度以降の方針

観光マスタープランの策定

- 令和８年度は、観光動態調査の令和8年4月～12月分を3回に分けて実施することでサンプル数を担保するとともに、観光動態調査の結果を反映した観光マスタープランの策定に取り組む。

5-②. 主な取組（詳細）

需要の分散・平準化

補助事業⑤	**観光地混雑・侵入検知カメラ設置事業**		
事業目的	美瑛町エリアの観光スポット及び青い池周辺の町道に混雑検知カメラを設置し混雑状況や渋滞情報を発信することで観光スポットを訪れる観光客数の平準化を目指すとともに、侵入検知カメラを設置して観光客の農地等への無断侵入を防止する。		
実施主体	美瑛町	**実施期間**	令和7年9月～令和8年2月

【背景・課題】

- 令和5年度に混雑検知カメラを観光スポット4か所に設置し混雑状況を発信することで観光客の平準化を図るとともに、侵入検知カメラを観光スポット2か所に設置し農地等への無断侵入防止に努めてきた結果、Web上の観光地混雑状況MAPのページビュー数の増加による観光客の行動変容、農地等への無断侵入の減少等の効果が見られた。
- しかしながら、混雑状況を発信している観光スポットは4か所にとどまっており、観光スポットの選択肢が少ないこと、侵入検知カメラを設置している2か所以外にも頻繁に農地への無断侵入が見られる観光スポットが存在することが課題となっている。

【事業内容】

- 混雑検知カメラは、混雑状況を発信し、多くの町内観光スポットに設置することで観光客が混雑の状況を把握し、行動変容を促すことで観光地における観光客を平準化するため、新たに観光スポット7か所に設置する。
- 侵入検知カメラは、令和6年度の設置で農地への侵入が減少する大きな効果が認められたため、観光客の農地への侵入が多く、地域住民からも苦情が多い観光スポット2か所に設置することで、農地への無断侵入を防止する。
- 混雑検知カメラは主な観光ポイント及び混雑が発生している観光ポイントに、侵入検知カメラは観光客の農地侵入が頻繁に発生している観光ポイントとして以下にそれぞれ設置する

＜混雑検知カメラ設置（7か所）＞
北西の丘展望公園、ケンとメリーの木、新栄の丘展望公園、拓真館、白金温泉公共駐車場、しらひげの滝、青い池周辺町道美望ヶ原ビルケ線

＜侵入検知カメラ設置（2か所）＞
ケンとメリーの木、新栄の丘展望公園

令和5年設置済
混雑検知カメラの画像
青い池（令和7年8月）

令和5年設置済
侵入検知カメラの画像
クリスマスツリーの木
（令和6年2月）

【推進ポイント】

- 事業を円滑にかつ効率的に実施するため、増設カメラを既存システムに接続・設置する。

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業⑤	観光地混雑・侵入検知カメラ設置事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名：美瑛町の主要な観光スポットにおけるカメラ設置の割合

令和7年度に掲げた目標値

- 混雑検知カメラ　必要個所12か所中設置12台100%（年度内）
- 侵入検知カメラ　必要個所5か所中設置　5台100%（年度内）

事業の成果/目標の検証結果

- 混雑検知カメラ　必要個所12か所中設置11台 91.7%（令和8年2月時点）
- 侵入検知カメラ　必要個所5か所中設置4台 80%（令和8年2月時点）

成果の詳細

- 混雑検知カメラの設置により、各観光スポットの混雑状況を町及び観光協会ホームページで確認し、観光地の混雑平準化に努めた。
- 観光スポットに設置しているサイネージにより混雑状況をお知らせするとともに観光マナーの改善につなげることができた。
- 侵入検知カメラの設置により、観光客の農地への侵入の防止効果があった。

しらひげの滝
混雑検知カメラ映像
（令和8年1月）

千代田公園
混雑検知カメラ映像
（令和8年1月）

混雑検知カメラ及び
侵入検知カメラ

ケンとメリーの木侵入
検知カメラ映像
（令和8年1月）

令和7年度事業を踏まえた継続課題

- **セブンスターの木の景観に配慮したカメラの設置**
  - 観光地混雑・侵入検知カメラの設置については、令和7年度で設置必要個所の整備が完了する予定であった。しかし予定していたセブンスターの木への設置が景観上の理由で見送りとなった。

令和8年度以降の方針

- **セブンスターの木へのカメラ設置**
  - 令和8年度でのセブンスターの木への設置に向け、条件整備をしたうえで、検討したい。

5-③. 主な取組（詳細）

調査・分析

補助事業⑥	**オーバーツーリズム対策立案におけるデータ活用事業**		
事業目的	町内における観光客の移動データを分析し、現状の課題の把握と移動需要が賄えていないエリアや時間帯を特定し、より効果的なオーバーツーリズム対策の立案を目指す。		
実施主体	美瑛町	実施期間	令和7年8月～令和8年2月

【背景・課題】

- オーバーツーリズム対策の実施にあたり、現状ではデータに基づく分析による対策ができていないため、データに基づいた分析により、より効果的にオーバーツーリズム対策を講じる必要がある。

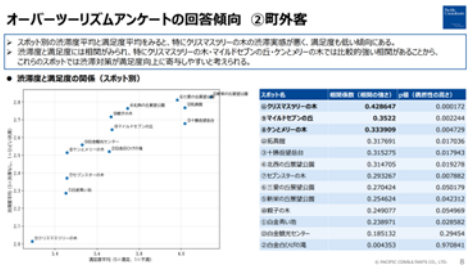
【事業内容】

- 現状においては、町内における観光客の移動や滞在時間などの動向に関する詳細データがないことから、人流データや公共交通利用等のデータを使用し、美瑛エリアの来訪者の移動、属性、関心、滞在時間等の把握など詳細な分析を行い、現状のオーバーツーリズムの課題と移動需要、混雑時間等を把握し、より効果的なオーバーツーリズム対策の立案につなげる。

〈個別分析〉

- 人流データ、公共交通利用等のデータを活用
- 観光ポイント、観光施設、店舗等への立ち寄り、滞在時間の把握
- 観光客の流れ、訪問観光地点、観光地点ごとの滞在時間の把握

人流データ（例）



オーバーツーリズム対策アンケートの分析

〈データを活用した改善施策検討〉

- 移動需要が賄えていないエリア、時間の特定による改善施策の立案
- 観光客の流れを円滑にするオーバーツーリズム対策の立案
- 観光客の観光ポイント、観光施設ごとの滞在時間、混雑時間帯を踏まえたオーバーツーリズム対策の立案

【推進ポイント】

- 人流データ、検索データ、公共交通関連オープンデータなど各種データを重ね合わせることで、公共交通需要の実態と町が認識している需要とのギャップを可視化し、それによりオーバーツーリズムによる交通への影響を緩和させるために必要な具体の運行時間帯、車両サイズ、運行ルート、運行頻度などを明らかにするとともに、町内における観光客の来訪、滞在、周遊の実態を網羅的かつ多角的に把握し、より効果的なオーバーツーリズム対策の立案につなげる。

5-③. 成果及び今後に向けて

補助事業⑥	オーバーツーリズム対策立案におけるデータ活用事業

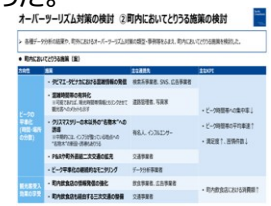
令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	人流データ等を活用した効果的なオーバーツーリズム対策の立案

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• データ収集・分析（年度内）	• データ収集・分析（令和8年2月時点）

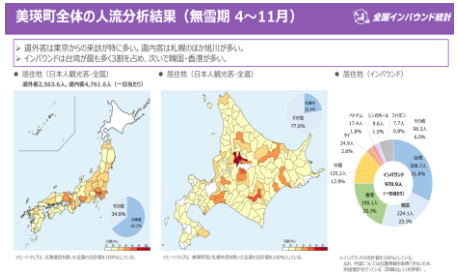
成果の詳細

- 町全体及び各観光ポイントごとの訪日外国人旅行者を含めた性年代別、無雪期・積雪期別の人流データの分析に加え、検索データ分析による来訪者、非来訪者別の検索語の解析によって、より詳細な統計データを取得でき、より効果的なオーバーツーリズム対策等が可能となった。
- 昨年実施した町民・観光客アンケートのクロス集計による深掘りにより、観光地における渋滞度と満足度の相関関係が明らかになるとともに町民アンケートでは、観光地周辺におけるオーバーツーリズムの実感に加え、市街地部分においてもマナー、交通ルールなどへの改善提案などの意見の分析ができた。
- 町の各種計画や町民・観光客へのオーバーツーリズムアンケート結果などを町と事業者が共有したことで、本町の状況を把握したデータ分析ができたことで、より有効なオーバーツーリズム対策に結び付ける提案立案がされた。

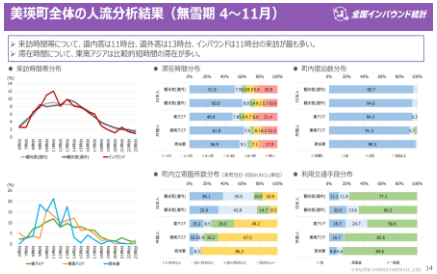


オーバーツーリズム対策立案の内容

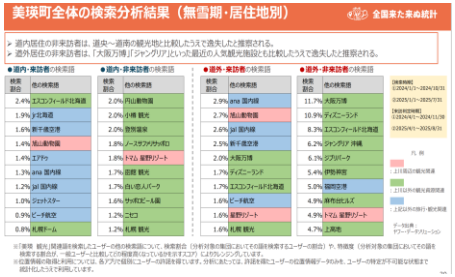
オーバーツーリズム対策アンケートの分析



美瑛町全体の人流分析結果（1）



美瑛町全体の人流分析結果（2）



美瑛町全体の検索分析結果

令和7年度事業を踏まえた継続課題

- オーバーツーリズムは町全体ではなく、特定の「場所・時期・時間」で発生していることが明らかになったが、これまでは特定の「場所・時期」に限定した取組に留まっていた。観光客が観光スポットの集中する「時間」も鑑みた打ち手の検討が肝要である。

令和8年度以降の方針

令和7年度のデータ分析結果の活用

- 令和7年度事業の人流データ等の分析により、本町にとってより効果的なオーバーツーリズム対策立案の提案された内容について検討する。
- その上で、予算への反映ができる令和9年度以降、より効果的なオーバーツーリズム対策に取り組みたい。

5-④. 主な取組（詳細）

需要の適切な管理

補助事業⑦	**観光スポット警備事業**		
事業目的	美瑛町エリアの特に混雑する観光スポットに警備員を配置、交通整理や観光客への注意喚起を実施し地域住民の車両通行及び観光客の安全確保を目指す		
実施主体	一般社団法人　美瑛町観光協会	実施期間	令和7年7月～令和8年2月

【背景・課題】

- 美瑛町エリアには複数の観光スポットが点在しているが、観光客が特定の観光スポットに集中することで周辺道路が混雑するとともに、多くの観光客が道路上で写真撮影をすることにより、地域住民の通行や周辺農地における農作業に支障をきたしており、交通事故の発生も懸念される。
- 町内観光スポットの中でも特に混雑が顕著な観光スポットであるセブンスターの木、クリスマスツリーの木は、夏期と冬期に観光客が集中し、車両やバス、観光客の整理が必要な状況である。昨年（令和6年度）警備員を配置し効果が発揮されたため、観光客が集中する期間に限定し、警備員を配置することで、効果的に地域住民や観光客の安全確保を図る。

【事業内容】

- 観光スポット警備員配置
  観光スポットの中でも特に観光客で混雑する時期に警備員を配置し交通整理及び観光客への注意喚起を実施し、地域住民の通行や周辺農地における農作業をスムーズに行えるよう努める。また、地域住民及び観光客の安全確保に努める。

＜警備員配置時期＞
セブンスターの木　　7月～9月
クリスマスツリーの木　12月～2月

【推進のポイント】

- 事業を円滑にかつ効率的に実施するため、地域住民及び観光客の安全を確保できる人数を配置する。

セブンスターの木における
警備員誘導状況
（令和7年7月）

5-④. 成果及び今後に向けて

補助事業⑦	観光スポット警備事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名

夏：セブンスターの木における観光アドバイザーが観光客にマナー違反を注意した件数
冬：クリスマスツリーの木における監視カメラが観光客のマナー違反を検知した件数

令和7年度に掲げた目標値

- 警備員配置前（令和5年）に比べて５割減（年度内）

事業の成果/目標の検証結果

- セブンスターの木
  警備員配置前（R5）113件
  警備員配置後（R7）16件
  ※85.8%減
- クリスマスツリーの木
  R5.12月～R6.1月　137件
  R7.12月～R8.1月　7件
  ※94.9%減

成果の詳細

- 警備員の配置により、観光ピーク時における路上駐車が減少し、営農活動（麦刈り等）や地域住民の交通への影響が極力抑えられた。
- 警備員の配置により、観光ピーク時における道路横断時の交通安全の呼びかけ等により交通安全の向上が図れた。また、道路上で座り込んでの写真撮影が減少し、撮影マナーの改善が図られた。

セブンスターの木における
警備員誘導状況
（令和7年7月）

セブンスターの木付近の道路
中央で写真を撮る観光客
（令和7年7月）

セブンスターの木における
警備員配置状況
（令和7年9月）

クリスマスツリーの木における観光客による
道路混雑の状況
（令和8年1月）

クリスマスツリーの木における
警備員配置状況
（令和8年1月）

令和7年度事業を踏まえた継続課題

クリスマスツリーの木における混雑

- クリスマスツリーの木における混雑状況については、令和7年度は訪日外国人旅行者が増加しており、改善には至っていない。

令和8年度以降の方針

警備員配置期間の短縮と取組の継続

- セブンスターの木における混雑状況については、前年度より改善がみられるため、令和8年度以降は警備員配置期間の短縮を検討したい。
- クリスマスツリーの木について、地域住民生活への影響を考慮し、令和8年度以降も継続した取組が必要である。

【オーバーツーリズム対策・観光マナー啓発実証事業】
美瑛の地域特性に合わせたピクトグラムによる農地侵入防止対策事業

1．実施背景

- 観光集中に伴う駐車場および道路混雑の課題
  夏の観光シーズンには、「白金の青い池」「セブンスターの木」などの観光地において駐車場が大型バスや乗用車で混雑し、この影響は周辺道路にも及び路線バスや緊急車両の運行、農業生産にも支障をきたしており、地域住民の生活の妨げとなっている。また、冬の観光シーズンには、「クリスマスツリーの木」に外国人観光客が集中し、幅の狭い町道が観光客で埋め尽くされている状況が続き、道路の混雑や大型バス等の車両の路上駐車により、周辺道路の通行が困難な状況にあり、地域住民の生活に支障をきたしている。
- 観光客による農地侵入と農業経営への影響
  「セブンスターの木」「ケンとメリーの木」「クリスマスツリーの木」といった観光スポットは農地に隣接している。残念ながら、一部の観光客による農地への無断立ち入りが後を絶たない。これは、農作物の損傷や土壌汚染のリスクを高めるだけでなく、農家の方々の農業経営に直接的な支障をきたす深刻な問題となっている。

青い池駐車場出口の渋滞

青い池駐車場入口の渋滞

クリスマスツリーの木における観光客による道路混雑の状況

6．その他

【オーバーツーリズム対策・観光マナー啓発実証事業】
美瑛の地域特性に合わせたピクトグラムによる農地侵入防止対策事業

2．実施概要

➢ **マナー啓発看板の設置**

観光による混雑が特に著しい観光地の「セブンスターの木」「クリスマスツリーの木」にピクトグラムのマナー啓発看板を設置した。

実証事業で活用したピクトグラム

勝手にえさをやらないで

私有地への立入禁止

撮影の際は周りに注意

「セブンスターの木」

事業開始時 令和7年11月

事業終了時 令和8年1月

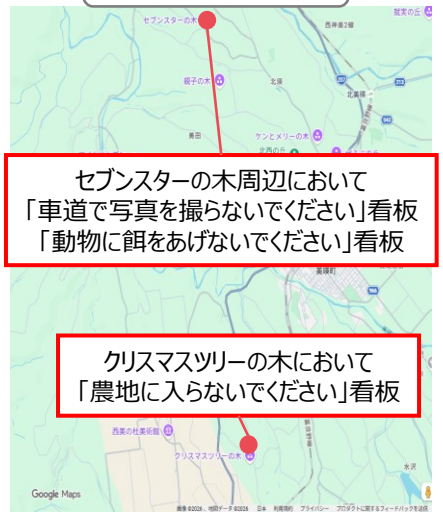
「クリスマスツリーの木」

事業開始時 令和7年11月

事業終了時 令和8年1月

JR富良野線エリア

美瑛エリア



➢ JRにおける広報

- JR富良野駅の車両内に、観光ピクトグラムやマナーに関する車内広告を提示した。
- JR旭川駅、美瑛駅、上富良野駅、富良野駅の構内に、観光ピクトグラムやマナーに関するポスターを掲示した。

3．実施結果

➢ 農地侵入件数と道路混雑の発生件数の減少

観光客による農地（クリスマスツリーの木）への立ち入り行為の発生件数は令和6年度比25%に抑制された。また、セブンスターの木周辺で車道で写真を撮る行為の発生件数も前年度比36%に抑制された。

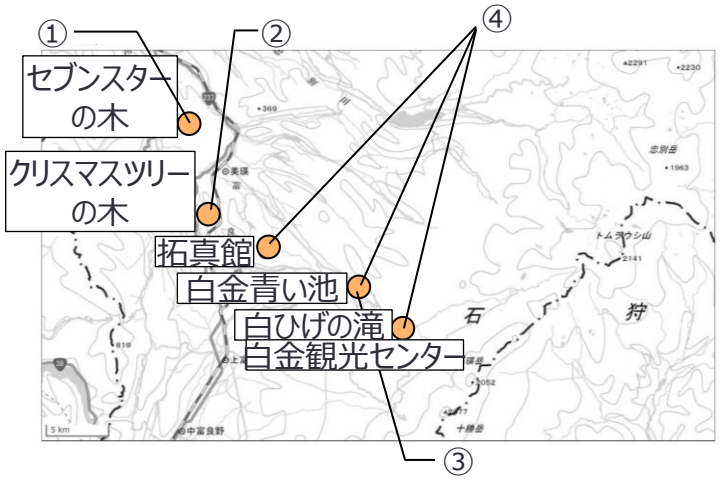
➢ ピクトグラムの視認性

以前の看板は文字情報が多く、読まないと内容が伝わりにくいという課題があったが、今回の実証で、イラストやピクトグラムを中心としたデザインは、特に外国人観光客にとって一目で意図が伝わりやすく、非常に効果的であると再確認した。

４．対策の概要

- 地域住民・農家の生活エリアと観光エリアが重複しているため、観光客によるマナー違反行動や交通渋滞が、**住民の生活や交通に直接の影響**をもたらしている
- **地域住民からの要望**を受け、町を中心に**「美瑛町オーバーツーリズム対策協議会」**を発足
- 地域関係者や有識者との協議を踏まえ、**町内の交通渋滞緩和を目的としたハード整備やソフト面の取組み**（駐車場改修・トイレ増設・交通整理・混雑状況可視化カメラ増設のための調査）、また、**マナー啓発の取組み**（デジタルサイネージの設置）を行うことになった

美瑛町対策エリア



出典：地理院タイルに観光地名と図形を追記して掲載

受入環境の整備・増強

取組み ①セブンスターの木駐車場の改修

背景
- バスの駐車スペースが少なく、同一時間帯にバスが集中することで、6,7台のバスが路上駐車することなどにより、頻繁に道路が混雑。近隣農家の通行に支障をきたしている

内容
- 駐車場を改修し、バス駐車可能台数を増やすことで、特に大型観光バスの集中による路上駐車や交通渋滞の抑制、周辺エリアの混雑緩和を目指す

取組み ②クリスマスツリーの木周辺への警備員配置

背景
- 周辺道路はもともと生活道路であり非常に狭く、車両間の行き違いが難しい。加えて、特定の時期・時間帯に観光客の車両が集中することで道路の混雑が発生。近隣農家の作業や地域住民の通行に支障をきたしている

内容
- 冬季の繁忙期において、クリスマスツリーの木周辺に警備員を配置し、交通整理を実施することで、周辺道路の混雑解消を目指す

取組み ③白金青い池のトイレ増設（増設工事中は仮トイレを設置）

背景
- 来訪観光客数に対し極端にトイレの数が少なく、ピーク時には100人ほどの行列が発生。駐車場の車両滞留時間が長くなり満車状態が続くため、周辺道路に入場待ちの車両が列をなし、交通渋滞が生じている

内容
- トイレ待ちの滞留解消による駐車場の回転率向上と周辺の交通渋滞緩和を目指す

マナー啓発

取組み ④美瑛町における観光マナーを表示するデジタルサイネージを観光拠点3か所（拓真館、青い池、白金観光センター）に増設

背景
- 観光マナーが十分に浸透しておらず、農地に無断立ち入りをしたり、道路の真ん中で写真撮影をする観光客が増加している

内容
- デジタルサイネージを増設し、観光客のマナー行動遵守を促進

調査・分析

取組み ⑤混雑状況可視化カメラ増設検討のための調査

背景
- 特定のスポットに観光客が集中する一方で、町内に点在する他観光スポットは混雑していない状況。観光客をこうしたエリアに誘導する情報発信を目的とし、増設が必要

内容
- 混雑状況を可視化できるカメラの適切な設置場所を特定するための調査を実施する

5-①. 主な取組み（詳細）

課題

- 白金青い池のトイレ不足により、駐車場における車両の滞留時間が長くなり周辺道路に交通渋滞が生じている

取組み

白金青い池のトイレ増設
実施期間：令和6年7月～令和7年2月
実施主体：北海道美瑛町

事業内容

■ **トイレ増設**

- 白金青い池の来訪者向けトイレを増設する

【背景】

- 白金青い池のトイレは来訪観光客数に対し極端に数が少なく、ピーク時には100人ほどの行列が発生。駐車場における車両の滞留時間が長くなり満車状態が続くため、周辺道路に入場待ちの車両が列をなし、交通渋滞が生じている

【目的】

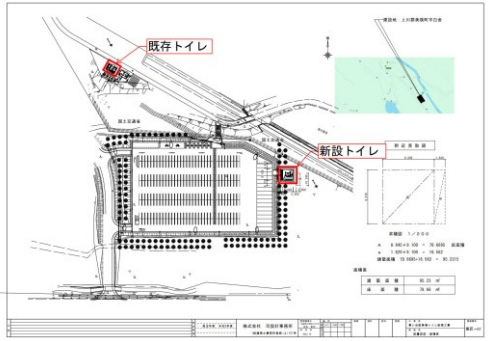
- トイレを増設することで、観光客数に合った受入環境を整え、滞留解消による駐車場の回転率向上と周辺の交通渋滞緩和を目指す
  なお、増設工事中は仮設トイレを設置
- 既存トイレ：男性個室小３大１、多目的１，女性３
- 新設トイレ：男性個室小３大１、多目的１，女性８

【その他取り組み】

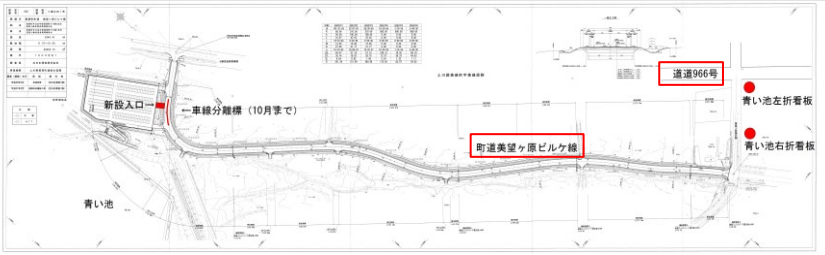
- 北海道の協力のもと、従来の青い池駐車場入り口から約1㎞手前の道道に青い池への左折看板を設置し、青い池に向かう車両を町道へ誘導。その結果ほとんどの車両が左折し道道の渋滞は大幅に解消した（令和6年7月）
- 上記のとおり誘導しても従来の青い池駐車場入り口から左折し強引に右折入庫する車両がいたため、駐車場入口付近の町道のセンターラインに車線分離標を設置（観光ピーク時のみ）し右折入庫不可とした。その結果右折入庫待ち車両による道道の渋滞がほぼ解消した（令和6年8月）

整備前：トイレ待ちの列と、周辺道路における駐車場待ちの交通渋滞

整備語：新設したトイレ



青い池周辺の道路状況



5-①. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

A：トイレ待ち滞留の解消

B：トイレ待ちの滞留解消が周辺交通渋滞の軽減に寄与するか特定

事業の成果／目標の検証結果

A：トイレ滞留は解消

- トイレ待ち平均人数： **80人から10人以下**に減少

B：他の対策(車両誘導方法の変更)も併せて実施したことにより、**周辺交通渋滞は緩和。**

- 青い池周辺の道路のバス平均遅延時間
  12分（最大遅延時間54分）から5分（同19分）に減少

令和６年度の取組みから見えてきた課題

- トイレ待ちの滞留解消により、新たなボトルネック（駐車場入出庫時の渋滞）も表出

1 駐車場入出庫をスムーズにする施策の検討

- トイレの滞留が解消され駐車場内の回転率が向上したことにより、入口における駐車券受け取り、出口における精算に時間を要する車両が多いことが判明した
- そのため、駐車場内で出庫待ち渋滞と町道で入庫待ちの渋滞が発生
- 入出庫をスムーズにする新たな施策の検討が必要

2 対策を上回る観光客の増加

- トイレの混雑は減ったものの、観光客（特に訪日外国人旅行者）が急増していることから、駐車場に来た後の対策だけでは、周辺渋滞対策として不足することが分かった

令和７年以降に取り組むべきと考えること

- 青い池やその駐車場に来た後だけでなく、来る前の対策を講じていく

1 出入口の増設

- 普通自動車入口と出口各１ヶ所ずつ増設することを検討
- 出入スムーズ化に向けた既存の取組：事前精算機の導入（出る前に清算可）、入出時のチケット受け取りの場所に、スタッフの配置

2a 周辺道路 渋滞情報の発信

- 既に発信している青い池駐車場・ビューポイントだけでなく、青い池周辺の道路の渋滞情報も併せて、デジタルサイネージや町ウェブサイトで発信することを検討

2b 非混雑エリアへの誘客

- 観光客の車両移動情報を分析し、観光地間をつなぐ2次交通の改善策や、青い池以外の非混雑エリアへの誘導動線を検討
- 2aの渋滞情報の発信と併せて、青い池に集中する観光客を分散させ、青い池並びに周辺道路の混雑緩和を目指す

5-②. 主な取組み（詳細）

課題

- 大型観光バスの路上駐車が引き起こす道路混雑により、近隣農家の作業に支障をきたしている

取組み

セブンスターの木駐車場改修（バス駐車可能台数増）
- 実施期間：令和6年8月～11月
- 実施主体：北海道美瑛町

事業内容

■ 駐車場改修

- 駐車場を改修し、大型バススペースを4台から10台に増やす

【背景】

- セブンスターの木は、大型観光バスの駐車スペースが少なく、同一時間帯にバスが集中することで、駐車場に入りきらないバスが発生。そのため、バスが6~7台周辺道路に路上駐車することで、頻繁に道路が混雑し、近隣農家への作業に支障をきたしている（農業機械が通れなくなる等）

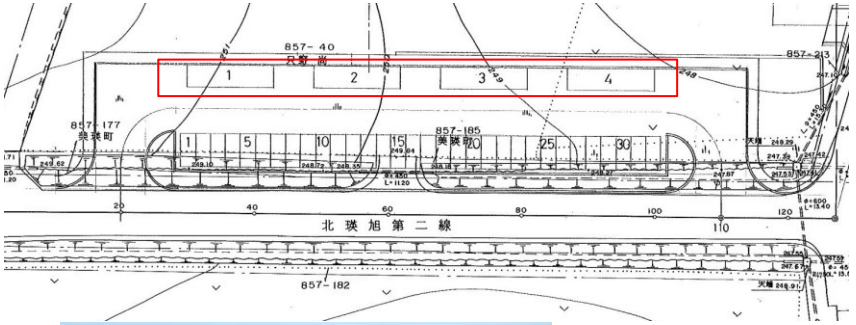
【目的】

- 駐車場を改修することで、限られたスペース内でバス駐車可能台数を増やし、観光大型バス集中による周辺道路の路上駐車や混雑の緩和を目指す

【その他取り組み】

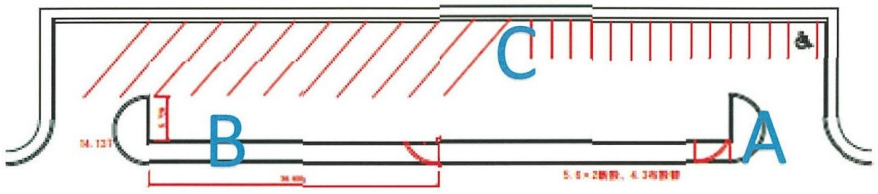
- 北海道警察と連携し、セブンスターの木周辺の町道を駐車禁止にする規制を実施。その結果、警察による定期巡回も実施され路上駐車はほぼなくなった（令和6年7～8月）
- 農繁期（6～8月）に観光協会において、セブンスターの木周辺道路に警備員を2名配置。その結果、交通整理により地域住民及び周辺農家の車両が安全に通行できた（令和6年6～8月）

実施前：大型バス4台駐車スペース（縦列）



◀大型バスの縦列駐車

実施後：大型バス10台駐車スペース（斜め駐車の線を作る）



A	舗装版撤去、路盤材転圧	2日	施工順番　2
B	舗装版撤去、路盤材転圧	3日	施工順番　1
C	路面標示	2日	施工順番　4
A+B	舗装敷設	2日	施工順番　3

5-②. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

A：大型観光バスの路上駐車を解消する

B：近隣農家の生活環境を保全する

事業の成果／目標の検証結果

A：大型観光バスの路上駐車は解消

大型観光バスの路上駐車台数：**6台から0台**に減少

B：近隣農家の生活環境保全は、課題が残った

バスの路上駐車は無くなったが、バスから下車した**観光客のマナー違反は依然として発生**している

令和６年度の取組みから見えてきた課題

- 大型観光バス車両については規制の効果もあり改善がみられたが、観光客によるマナー違反行為は続いており、観光客を対象とした取組みが必要

1 観光客の農地立ち入りへの対応

- セブンスターの木は農地に囲まれており、バスから降りた観光客が農地に立ち入ってしまう事象が引き続き起こった
- 車両だけでなく観光客を対象とした対策が必要

2 路上での写真撮影による滞留への対応

- 観光客が道路の真ん中で写真撮影を行い、約100人規模で滞留
- 周辺農家にとって生活道路であり、滞留が通行の妨げとなる。クラクションを鳴らしても無視され、対処が困難
- 道路での滞留がマナー違反であることの周知と、滞留解消のための具体的施策が必要

令和７年以降に取り組むべきと考えること

- マナー違反に対して、周知や啓発にとどまらず、現場でのアラート発信や違反行為を禁止事項として規則化するなど、直接的かつ強力な対策を検討していく

1 侵入検知カメラの設置

- 現在青い池・クリスマスツリーの木にあるカメラをセブンスターの木付近にも設置
- 人が侵入したときに、音声4か国語（英・中・韓）で警告音声を流し、その場でのマナー違反行動に直接アプローチ

2 路上での撮影を禁止にする規制の導入

- 現行のデジタルサイネージ等でのマナー周知では不足
- 美瑛は再訪する外国人観光客が少なく、ルールを知らないことによる違反ではなく、個人のモラルによるものが多い可能性
- 路上での撮影行為を禁止するなど、より強力な手段を検討

現状について

- 令和7年度は、地域一体型として事業を実施。

7.　北海道弟子屈町

1．地域概要

対象地域	北海道弟子屈町
申請主体	弟子屈町
計画名	地域住民協働によるサステナブルな観光地域づくり事業

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	887	700	740
- 国内	781	646	658
- 訪日外国人旅行者	106	54	81

地域の特徴・観光資源等

- 弟子屈町は町域の65%が阿寒摩周国立公園に位置し、屈斜路湖や摩周湖など国内有数の自然を擁する観光地で、カヌーやトレッキングなどの体験ツアーが豊富である。
- 日本で初めて、エコツーリズム推進全体構想に基づく立ち入り制限区域を設けるなど、持続可能な観光を推進している。

協議体制

協議の場

てしかがえこまち推進協議会

参加者

行政機関等
- 弟子屈町役場 観光商工課
- 弟子屈町教育委員

有識者
- 北見工大
- 観光カリスマ 山田 桂一郎 氏

事業者
- 地域DMO 摩周湖観光協会
- 弟子屈町振興公社
- 弟子屈町商工会
- 手摩周湖農業協同組合

住民関係者
- 弟子屈町自治会連合会
- てしかが郷土研究会

エリアマップ

屈斜路湖

硫黄山

道の駅摩周温泉

摩周湖の雲海

2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**公共交通機関内の混雑**	• JR釧網線に接続する形で運行している、摩周・屈斜路周遊バスは、夏と冬の期間は「弟子屈えこパスポート」として、乗り放題のチケットを販売しているが、訪日外国人旅行者を中心とした混雑が生じている。	観光客・住民
2.	**景勝地の混雑**	• 令和5年にリニューアルした摩周湖カムイテラスでは、人気スポットであり日中多くの観光客が訪れ、混雑が生じている。	観光客
3.	**マナー問題**	• 道路上のごみのポイ捨てが大変多く、解消を目的として「道の駅摩周温泉」において、旅行者のゴミを回収する事業を開始したが、認知度が低く、依然として路上のごみも減っていない状況が続いている。	住民

1 公共交通機関内の混雑

摩周・屈斜路周遊バス

2 景勝地の混雑

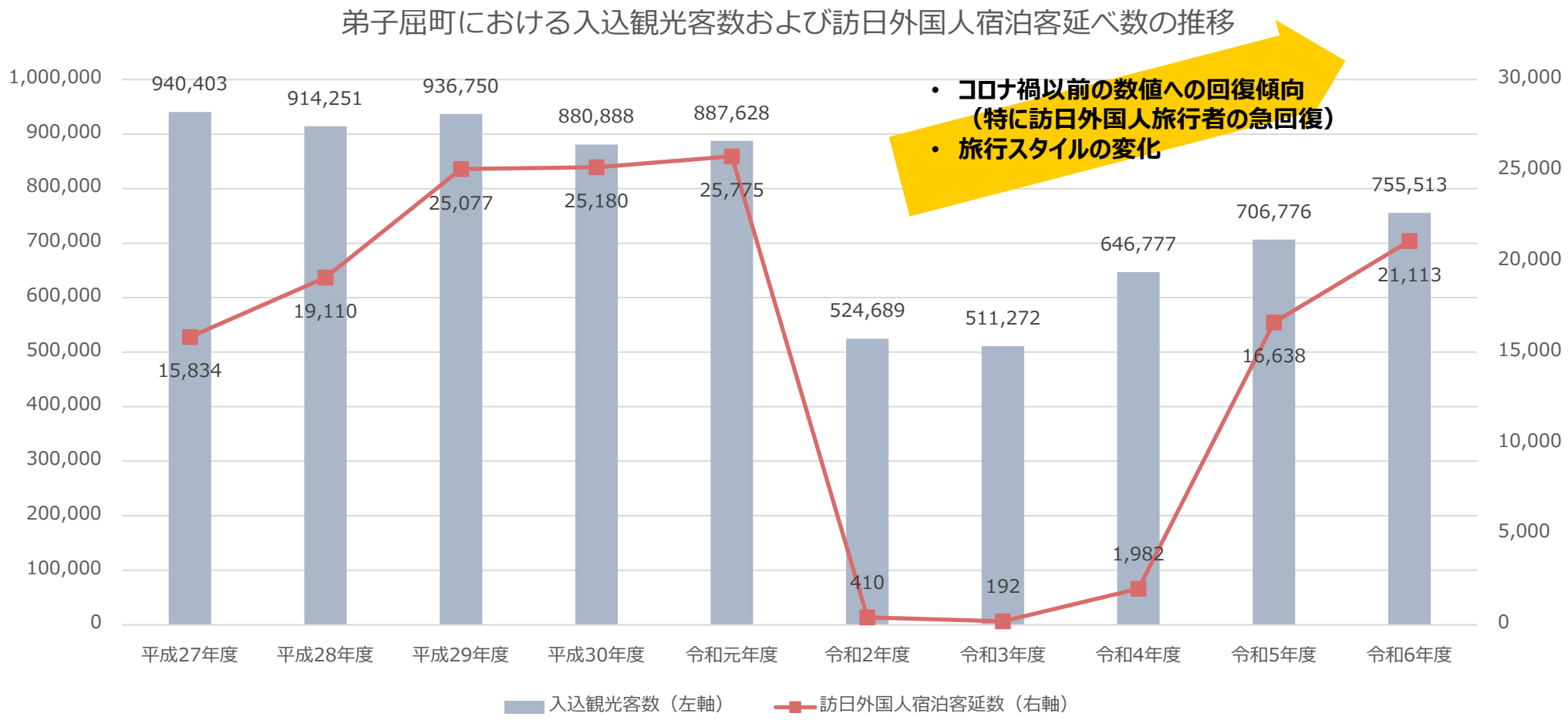
早朝の摩周湖の雲海

3 マナー問題

道の駅摩周温泉で実施されたゴミ拾い

3．背景･要因

主な背景･要因		
1.	**観光客の増加**	• コロナ禍後、観光客が増加しコロナ禍以前の数値に回復傾向にある。 • 観光目的のほかに、アクティビティ（トレッキングやサイクリング）等を目的とした訪日外国人旅行者が増えてきていることや団体ツアーではなく、レンタカーを借り、個人で来る観光客が増加している。



4．対策の概要

目指す姿	**住民誰もが自慢し、誰もが誇れるまち。 旅行者にとっても「行きたい」として「生きたい」まち。**
KGI	**（指標）住民満足度** 現状値：43.0%（令和6年度） 目標値：50.0%（令和9年度）

■補助事業の実施概要

需用の適切な管理

① 公共交通機関のキャッシュレス導入事業

【背景・課題】

- 訪日外国人旅行者の増加に伴い、公共交通での旅行者が増えており、今後もバス利用者の混雑が懸念されている。

【事業内容】

- 混雑緩和に備え、摩周・屈斜路周遊バスチケットにキャッシュレス決済を導入。
- 混雑時のバス乗車時間中の満足度向上を図るため、車内ガイドの養成・おもてなし講座を実施。

需要の分散・平準化

② 産官学連携での早期体験プログラム開発による需要の分散化事業

【背景・課題】

- 摩周湖は雲海発生の景勝地として知られており、多くの観光客が訪れることで日中を中心に混雑が生じている。雲海発生を予測する基礎データである気象計による観測は実施されていない。

【事業内容】

- 産官学連携により、気象計の設置と発生予測の検証、データの公開を行い、日中に集中する訪問者の時間帯の分散を実施。

マナー違反の防止・抑制

③ ポイ捨て防止のためのマナー啓発ポスター及び看板設置事業

【背景・課題】

- 道の駅「摩周温泉」で実施している旅行者によるポイ捨てが深刻化しており、関係者や周辺住民によるゴミ拾い活動を実施しているが、ゴミの数は減らず、利用者数が伸び悩んでいる。

【事業内容】

- 旅行者のゴミを有料で捨てられる事業について、ポスターやリーフレットによる周知を実施。
- ポイ捨て防止を目的とした看板を設置。

調査・分析

④ 人流データの収集及びデータ活用促進事業

【背景・課題】

- 冬季における周遊バスは、令和6年対比293%の乗車人数となるなど、今後も訪日外国人旅行者の増加により混雑が懸念される。泊食分離が進む中で夕食難民の問題も顕著化している。
- いずれも旅行者の足取りが不明確で特にひがし北海道の３空港（女満別・中標津・釧路）の中間地に位置しているが、これまで旅行者の動向調査は実施していない。

【事業内容】

- DMO及び地域の観光事業者が人流データを十分に活用し、需要の平準化を図り、旅行者の満足度及び消費額向上のため、主要景勝地における人流データの調査を実施。

⑤ Green Destinations Standardを用いた観光地アセスメント事業

【背景・課題】

- 地域の現状診断としてJSTS-Dを用いたアセスメントを実施しているが、あくまで自己判断。

【事業内容】

- 第三者認証機関による審査を受けることで、進捗を確認するとともに、審査後の受賞により、持続可能性を国内外に示すことができる。これにより、地域の観光事業者及び旅行者の意識醸成に繋げ、サステナビリティの向上に繋がっていくことが期待される。

地域全体の観光地域づくりに関わる事業

⑥ 弟子屈町観光振興計画の磨き上げ事業

【背景・課題】

- オーバーツーリズムの未然防止・抑制において最も重要である、観光地管理計画の策定が必要。

【事業内容】

- 前期期間が令和7年度で終了するため、前期の達成状況を検証し、後期のアクションプラン策定し、地域の持続可能性を高め、未来図を描く。

【本地域における取組マップ】

KGI：住民満足度（大変満足・満足の割合）
- 測定手法：住民アンケート調査
- 現状値：43.0%（令和6年度）
- 目標値：50%（令和9年度）

人流データの収集及びデータ活用促進事業

KPI：データ活用事業者割合
令和7年度　19.6%
令和9年度　50.0%

公共交通機関のキャッシュレス導入事業

KPI：キャッシュレス決済利用割合
令和7年度　30.0%
令和9年度　50.0%

ポイ捨て防止のためのマナー啓発ポスター及び看板設置事業

KPI：ゴミ有料サービス利用件数
令和7年度　70件
令和9年度　100件

Green Destinations Standard を用いた観光地アセスメント事業

KPI：参考判定Aの数
令和7年度　38
令和9年度　45

KPI：町民の理解度
令和7年度　15.0%
令和9年度　20.0%

産官学連携での早朝体験プログラム開発による需要の分散化事業

KPI：該当ページのPV数
令和7年度　6,000回
令和9年度　25,000回

摩周湖カムイテラス
観光客による混雑が生じている

5-①. 主な取組（詳細）

需要の適切な管理

補助事業①	公共交通機関のキャッシュレス導入事業		
事業目的	摩周・屈斜路周遊バスの混雑緩和と満足度向上		
実施主体	（一社）摩周湖観光協会	実施期間	令和7年10月～令和8年2月

【背景・課題】
- 訪日外国人旅行者の増加に伴い、公共交通での旅行者が増えている。夏季と冬季に町内の臨時周遊バスを走らせているが、令和6年の冬季は乗客が増えており、令和7年度以降も乗り切れない可能性が出てきている。
- 今後もバス利用者の混雑が想定されることから、受付窓口混雑解消のための運賃支払方法の案内スキル及び訪日外国人旅行者の対応の向上を図る必要がある。

【事業内容】
- 周遊バスチケットにキャッシュレス決済を導入して、混雑の緩和を図るため、機器の導入を行う。
- 混雑時のバス乗車時間内の満足度の向上と受付時のトラブル解消を図るため、ガイドや受付対応者のおもてなし講座を行う。
- 上記取組を推進するため、以下のステップで推進した。
  - ✓ 令和8年1月　キャッシュレス決済を導入した周遊バスの運行を開始
  - ✓ 令和8年1月　初級編と訪日外国人旅行者向けのおもてなし講座を開催

【推進ポイント】
- これまで周遊バスに乗車する場合のチケットは現金販売のみであった。キャッシュレス決済に対応することで、受付時の時間短縮になるとともに、訪日外国人旅行者の対応も効率化する。
- 訪日外国人旅行者向けのおもてなし講座は日本航空（JAL）の客室乗務員が担当する。日頃より訪日外国人旅行者とコミュニケーションを取っている人に講義してもらうことで、ガイドや観光事業者の自信に繋げる。

摩周・屈斜路周遊バス

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	公共交通機関のキャッシュレス導入事業

令和7年度事業の目標（KPI）	
指標名	キャッシュレス決済利用割合

令和7年度に掲げた目標値

- 30.0%

事業の成果/目標の検証結果

- 38.0%(臨時周遊バスの運行期間中のため、令和8年1月30日～2月10日の12日間で測定)

成果の詳細

- キャッシュカードでのチケット購入が可能となったため、利用者の利便性が高まった。
- 以前は現金での販売のみであったため窓口での受付処理等で利用者を3-5分程度待たせていたが、キャッシュレスを導入したことにより受付処理が無くなったため、待ち時間なくチケットを購入できるようになった。
- 受付処理やチケットの印刷が無くなり、事務的な負担が軽減した。
- 訪日外国人旅行者のキャッシュレス利用が多く、言語に不安のあった販売者側の負担が軽減された。
- おもてなし講座を実施することで、外国人対応の不安を軽減できた。
- おもてなし講座の受講が、これまでの講習等を受講したことのない観光事業者の自信につながった。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1. **財源不足**
   - ガイド研修は今後も継続して行う必要があり、財源等が課題である。
2. **訪日外国人旅行者対応への不安**
   - おもてなし講座において、訪日外国人旅行者への対応方法を悩んでいるとの意見があがった。

令和8年度以降の方針

1. **財源確保**
   - 財源を確保できるよう検討し、継続できるよう努める。
2. **事業の継続**
   - 令和7年度事業のおもてなし講座で、訪日外国人旅行者への対応方法を共有することができたため、観光事業者のスキルアップや訪日外国人旅行者に対応できる人材の増加を目的に、令和8年度以降継続して行う必要がある。

受入環境の整備・増強

補助事業②	**産官学連携での早朝体験プログラム開発による需要の分散化事業（雲海発生の見える化による情報発信強化）**		
事業目的	雲海の発生予想のための気象計導入による情報発信強化		
実施主体	弟子屈町振興公社	実施期間	令和7年6月～令和8年2月

【背景・課題】
- 摩周湖は雲海発生の景勝地として知られており、多くの観光客が訪れることで日中を中心に混雑が生じている。
- 雲海発生を予測する基礎データである気象計による観測は実施されていない。

【事業内容】
- 産官学連携により、気象計の設置と発生予測の検証、データの公開を行い、日中に集中する訪問者の時間帯の分散を図る。
- 上記取組を推進するため、以下のステップで推進した。
  - ✓ 令和7年6月～令和7年10月　気象計を設置、気象状況を分析
  - ✓ 令和7年7月～令和8年2月　WEBサイトでの情報発信
  - ✓ 令和7年10月～令和8年2月　データを分析

【推進ポイント】
- リアルタイム情報により訪問者が観光計画を立てやすくなり、摩周湖への興味関心を促進する。
- 北見工業大学と連携したデータ解析により、地域特有の自然情報気象現象を科学的に解明する。
- ホームページのPV数増加により、認知度向上を図る。

KPI

掲載場所	PV数
当社ウェブサイト	356

その他媒体も含めたリーチ数

メディア媒体	リーチ数	備考
北海道新聞	1,700,987	購読者数
釧路新聞	117,524	購読者数
SNS発信(X6回、IG3回)	7814	当社運用ＳＮＳ

KPIおよびリーチ数

ホームページの様子

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業②	産官学連携での早朝体験プログラム開発による需要の分散化事業（雲海発生の見える化による情報発信強化）

令和7年度事業の目標（KPI）	
指標名	摩周湖カムイテラス・硫黄山MOKMOKベースのWEBページでの該当ページPV数

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 6,000PV	• 786PV（令和7年10月から12月）

成果の詳細

- 気象計の設置に関する記事が北海道新聞や釧路新聞に掲載されたことをきっかけに、興味を示す人数が増加し、令和8年の雲海時間（早朝5時～9時）に関心を持つ来訪者が多少増えると考えられる。
- 令和7年10月にWEBページを開設し、10月から12月のPV数は789PVであり、目標値を達成できなかった。
- 一方で、気象情報という専門性の高い内容にもかかわらず、継続的な閲覧が確認でき、今後の情報発信の方向性を検討するための基礎データを得ることができた。
- 摩周湖の気象状況を確認できる環境を整備したことで、来訪者が訪問季節を検討するための情報提供が可能となった。
- 訪問時間の分散効果は限定的であったものの、事業目的の達成に向けた基礎整備を行うことができた。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1. **KPI未達**
   - 情報発信による周知不足により、KPIの目標値を達成できなかった。
2. **時間分散効果が限定的**
   - 日中やオンシーズン（6月～8月）に来訪者が集中しており、時間帯の分散の効果は限定的であった。
3. **データサンプル数の不足**
   - 雲海の発生予測については、さらなるデータ蓄積と分析精度の向上が必要である。

令和8年度以降の方針

1. **情報発信方法の検討**
   - 情報発信の頻度や内容の工夫が必要である。
2. **データ公開の継続**
   - WEBページでの収集データ公開は引き続き継続する。
3. **データ活用方法の検討**
   - 雲海の発生条件を解析し、雲海を観光コンテンツとして確立させる。
   - 樹霜の発生メカニズムも解析し、冬の観光客集客に活用する。

5-③. 主な取組（詳細）

調査・分析

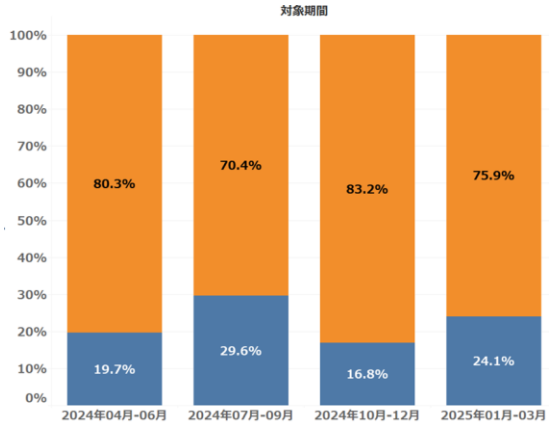
補助事業④	**人流データの収集及びデータ活用促進事業**		
事業目的	地域事業者の活用しやすいデータの収集と活用促進		
実施主体	（一社）摩周湖観光協会	**実施期間**	令和7年10月～令和8年2月

【背景・課題】
- 冬季における周遊バスは令和6年対比293%の乗車人数となるなど、今後も訪日外国人旅行者の増加により混雑が懸念される。また泊食分離が進む中で夕食難民の問題も顕著化している。しかし旅行者の足取りが不明確であることから、人流把握を行う必要がある。
- 弟子屈町はひがし北海道の3空港（釧路、女満別、中標津）の中間に位置しているが、これまで旅行者の動向調査は行われていなかった。
- 地域の観光事業者が人流データを十分に活用することで、需要の平準化を図り、旅行者の満足度及び消費額向上につなげる。

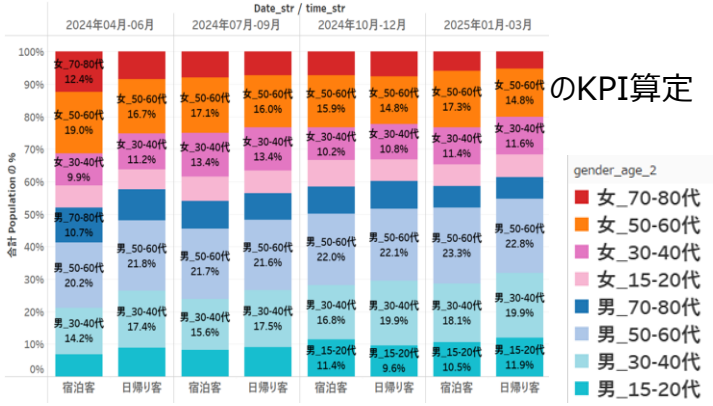
【事業内容】
- 民間調査機関による主要景勝地等における人流データの調査を実施する。
- 地域の観光事業者を対象として、データ活用促進を目的としたセミナーを開催する。
- 地域にとって必要なデータの取得方法や活用方法についての検証を行う。
- 上記取組を推進するため、以下のステップで推進した。
  - ✓ 令和7年10月～令和8年1月　マーケティングの実証実験を実施
  - ✓ 令和7年11月～令和8年1月　分析、示唆だし
  - ✓ 令和8年1月　事業者向けのセミナーを開催
  - ✓ 令和8年2月　報告会を開催

【推進ポイント】
- 弟子屈町観光振興計画後期アクションプランの基礎データとしても活用する。

訪日外国人旅行者・宿泊別構成比



国内観光客の性年代別構成比



のKPI算定

5-③. 成果及び今後に向けて

補助事業④	人流データの収集及びデータ活用促進事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	データを事業運営に活用する事業者の割合

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 50.0%	• 100.0%（セミナー実施時）

成果の詳細

- モバイル空間統計を活用して、町内のスポットのデータを取ることができた。
- 来訪者のペルソナ分析を行い、年齢や性別などの区分が明らかになり、今後ターゲットとなるべき層の輪郭が見えてきた。
- 今後とるべき施策内容を検討できた。
- セミナーの参加者アンケートにて参加者全員から「データを自らの業務に生かしたい」と回答し、事業者のデータ活用に関する意識が高まった。

人流データセミナーの様子

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1. **サンプル数の不足**
   - 今回活用した人流データ収集のシステムの対象が滞在時間1時間以上のユーザーであったため、一部のスポットはサンプル数が少ない状況になった。
2. **人材リソース不足**
   - データの分析を委託等の外部に頼ることになり、内製化の人材育成が課題である。

令和8年度以降の方針

1. **継続的なデータ取得**
   - 継続的にデータを取得し、十分なサンプル数確保に努める。
   - 町内事業者のデータ活用に関する知識や意識の向上に努める。
2. **地域事業者の育成**
   - 町内事業者のデータ活用に関する知識や意識の向上に努める。

地域全体の観光地域づくりに関わる事業

補助事業⑥	**弟子屈町観光振興計画の磨き上げ事業**		
事業目的	国際基準に基づく適合性検証の実施弟子屈町観光振興計画の後期アクションプランの策定		
実施主体	弟子屈町	実施期間	令和7年8月～令和8年2月

【背景・課題】
- 令和4年に策定した「弟子屈町観光振興計画」は令和4～令和7年度が前期期間であり、令和7年度末までに前期の検討を行い後期のアクションプランを制定することとしている。
- オーバーツーリズムの未然防止・抑制において最も重要である観光地管理計画の策定により、地域の持続可能性を高め、未来図を描く。

【事業内容】
- 弟子屈町観光振興計画後期計画のアクションプランを策定する。

【推進ポイント】
- 前期計画同様に、持続可能な観光の国際基準GSTCと日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）に沿って、現在の弟子屈町において必要とされるべきことをアクションプランとして盛り込む。
- 地域住民との合意は、観光を基軸としたまちづくり組織「てしかがえこまち推進協議会」があり、策定委員会も基本的には同協議会の枠組みの中で実施し、地域合意を図る。

弟子屈町観光振興計画の後期計画

弟子屈町観光経済戦略会議

5-④. 成果及び今後に向けて

補助事業⑥	弟子屈町観光振興計画の磨き上げ事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	観光振興計画に対する町民の理解度

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 15.0%	• 44.3%（令和7年度LINEアンケート実施時）

成果の詳細

- 前期の施策、各アクションプランの達成度を整理した。各関係団体にもアンケートを実施し、事業等の実施状況を整理できた。
- 整理したものを後期に向けて、各関係団体に確認のうえ、「新規」「継続」「廃止」を検討した。
- それらを含めて、「基本施策」「各アクションプラン」「各アクションプランのKPI」を再設定した。
- 弟子屈町観光経済戦略会議にて、後期計画が承認された。

※弟子屈町観光経済戦略会議とは、観光業の振興を図り、弟子屈町全体で稼ぐことを目的に観光に関する各種指標やKPI、経済団体の保有する経済情報や具体的な振興策等の情報共有を行い、今後進む劇方向性や連携の意思決定等を実施するもの。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1. **他団体との協力体制**
   - 観光分野の団体のみならず、商工会や農業協同組合など多方面の団体の協力が必要である。
2. **進捗管理体制未整備**
   - 各事業のアクションプランに設定したKPIを基に進捗状況の把握が必要である。

令和8年度以降の方針

1. **計画の実施**
   - 後期計画で設定した各アクションプランを実施する。
   - 事業実施にあたり、所管団体を中心に各団体と連携を図る。

8. 北海道鶴居村

1．地域概要

対象地域	北海道　鶴居村　釧路湿原周辺エリア
申請主体	鶴居村
計画名	鶴居村釧路湿原エリアのオーバーツーリズム対策及び未然防止計画

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	354	434	459
- 国内	353	432	457
- 訪日外国人旅行者	1	1	1

地域の特徴・観光資源等

- 鶴居村は、冬季には特別天然記念物タンチョウが村内２ヶ所の給餌場を中心に100～200羽見られ、他にも釧路湿原国立公園を生息域にするエゾフクロウ等の野鳥等を求め、国内・訪日外国人が数多く集まっている。
- 北海道釧路周辺の交通の要となるたんちょう釧路空港から自動車で約40分、道東自動車道釧路空港ICから約30分とアクセスしやすい。

協議体制

協議の場

鶴居村釧路湿原観光コンテンツ創出協議会

- 当協議会で7月及び11月に実施するプロジェクト会議の場で、適宜意見を徴する。

参加者

行政機関等
- 鶴居村役場 産業振興課・企画財政課
- 鶴居村教育委員会

有識者等
- 村外旅行会社

事業者
- 株式会社むらづくり鶴居
- 鶴居村観光協会

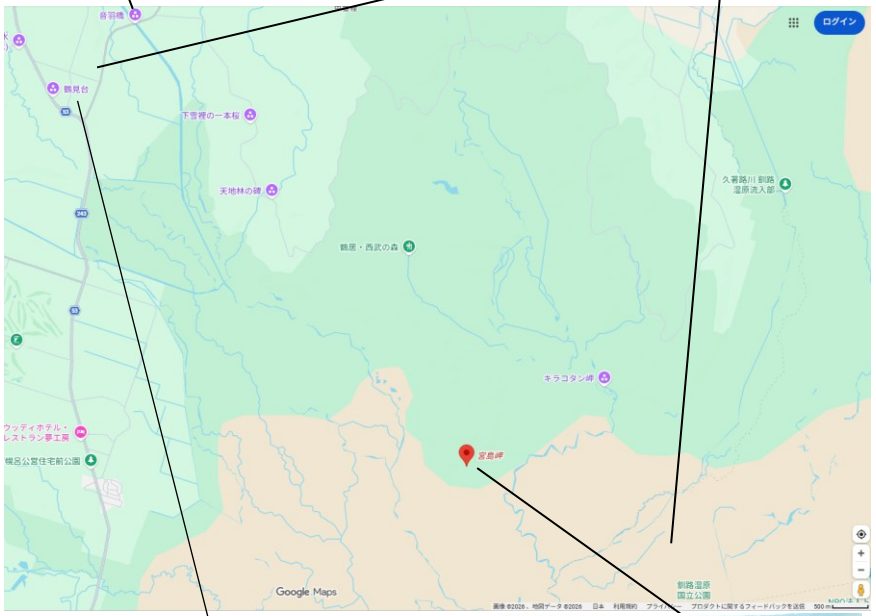
住民関係者
- 村内ガイド

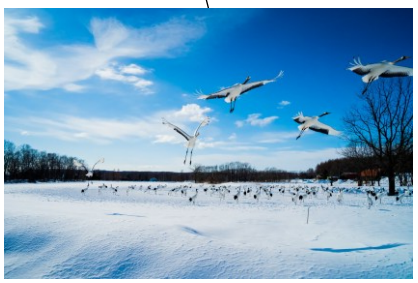
エリアマップ

音羽橋から望めるタンチョウの営巣地

村中心市街地に位置する温泉宿泊施設（３施設）

釧路湿原に生息するエゾフクロウを観察できる





鶴見台から望めるタンチョウの姿

宮島岬から見下ろす釧路湿原内を蛇行する釧路川

2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**特定の場所への集中**	• タンチョウの営巣地を臨める音羽橋に、冬季の早朝にタンチョウを撮ろうとするカメラマンが集中しており、長時間場所を占拠し他の観光客が見られないと通報されている。 • タンチョウの給餌場である場所（鶴見台、鶴居・伊藤タンチョウサンクチュアリ）にも多くのカメラマンが集まっており、現状では苦情等に至っていないが、今後増加すると音羽橋と同様の事態が生じ得る。	観光客
2.	**観光資源の悪化の未然防止**	• 釧路湿原国立公園内の景勝地・宮島岬の利用に関する環境整備を行っており観光地として今後人の流入が増加する見込みであるが、それに伴い環境への負担増加リスクが生じている。	観光資源

① **特定の場所への集中**

冬季、音羽橋の欄干を埋めるカメラマン

② **特定の時間帯への集中**

冬季、鶴見台の観光客の様子

③ **観光資源の悪化の未然防止**

宮島岬利用に向けた関係者会議

3．背景・要因

主な背景・要因	
1. **観光客の急増**	• 村内でも特に音羽橋付近では、タンチョウのねぐらとして知られており、絶好の撮影スポットとして認識されている。このため、近年では、SNSや写真雑誌等で音羽橋の映像や写真が頻繁に紹介されることで広く認知され、多くの観光客が訪れ、結果として特定の場所に集中する現象が起きていると想定される。 • このほかにも、コロナ禍が明けて以降、海外の団体観光客の訪問頻度も高まり、一度に多くのカメラマンが集中してしまう状況もあることから、訪日外国人旅行者による影響も要因として想定される
2. **マナーの欠如・ローカルルールの浸透不足**	• 一部のカメラマンによる場所の長時間占拠や、周囲への配慮の欠如が問題となっている。撮影に夢中になるあまり、他の観光客や地域住民への迷惑行為につながることがある。 • タンチョウの撮影や観察については、村のローカルルールを定めているが、まだ浸透していない状況にある。
3. **環境整備の不足**	• 令和６年度から国立公園アドベンチャートラベル展開事業（※以下AT事業という）を推進する一環として、釧路湿原国立公園を高い視点から望むことができる宮島岬の活用に向け環境整備を行っている。これまで、岬までの遊歩道については、一部民間企業の土地があり、村への届出と土地所有者の許可が必要であったが、AT事業として、認定ガイド制度の策定等ルールづくりを行っているところである。この中で、ルールに則っていない不特定多数の観光客の流入を防ぐため、出入りに制限をかける整備が必要となっていたが、これまでは整備されておらず、不特定多数の観光客流入による環境への負担増加リスクがある状況であった。

冬季、音羽橋の欄干を埋めるカメラマン

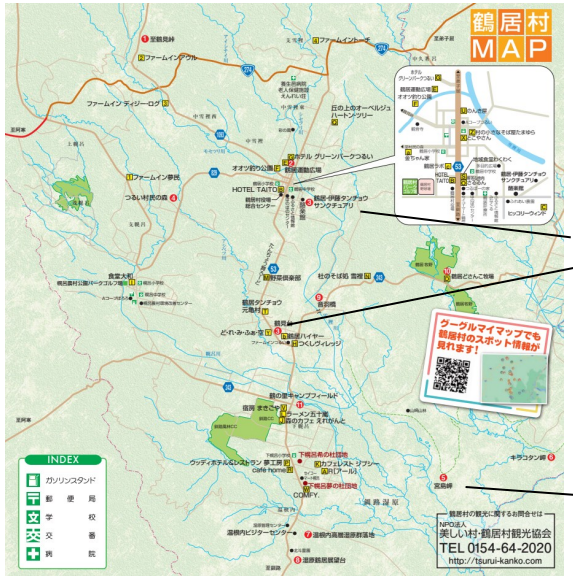
車両等の侵入を防ぐ対策もなく、
入場ルールを示す看板等の整備のない
宮島岬遊歩道入り口付近

村が策定するタンチョウの撮影や観察に向けたローカルルール。
日本語の他、訪日外国人旅行者向けに英語・中国語・韓国語へ翻訳したものも用意

4．対策の概要

目指す姿	**タンチョウをはじめとする釧路湿原エリアの観光資源が適切に利用され、持続可能な観光地として自然との共生を実現しながら、観光客が鶴居村での観光、滞在を楽しむことができる、受入態勢の整った地域**
KGI	**（指標）利用観光スポット及び時期の平準化** 年度内目標値（令和7年度）：冬季1:夏季0.55 中期目標値（令和9年度）：冬季1:夏季0.7 実績値：冬季1:夏季0.578 (夏季：令和6年6月1日～8月31日、冬季： 令和6年12月1日～令和7年2月28日)

- AT事業推進に伴う宮島岬エリアの環境保全に向けて、入場ルールの周知や不法侵入を防ぐための整備を行う
- 冬季の混雑緩和に向けて、夏季での新たな魅力の打ち出しを検討しているが、現状の来訪者数数値を正確に把握できていない為、現状把握を行い、夏季来訪者数の増加を目指す。



■補助事業の実施概要

受入環境の整備・増強

① 宮島岬エリア入口環境整備事業

【課題・背景】

- 釧路湿原国立公園内の景勝地・宮島岬の利用に関する環境整備を行っており観光地として今後人の流入が増加する見込みであるが、それに伴い環境への負担増加リスクが生じている。

【取組内容】

- 宮島岬に向かう道の入り口に多言語対応の看板と侵入防止柵を設置

（看板及び柵の設置は専門家・ステークホルダーと協議し、合意形成を図り、実施）
※なお、宮島岬への立ち入りは、認定ガイドとの随行が必須条件となっており、観光客の宮島岬内でのルール順守は認定ガイドが責任を負う

▲整備前の宮島岬遊歩道入り口付近

▲専門家・ステークホルダーとの協議の様子

調査・分析

② ビッグデータを活用した人流分析調査

【課題・背景】

- タンチョウの営巣地を望める音羽橋に、冬季の早朝にタンチョウを撮ろうとするカメラマンが集中しており、長時間場所を占拠し他の観光客が見られないと通報されている。
- タンチョウの給餌場である鶴見台と鶴居・伊藤タンチョウサンクチュアリにも多くのカメラマンが集まっており、現状では苦情等に至っていないが、今後増加すると音羽橋と同様の事態が生じ得る。

【取組内容】

- 携帯電話GPS情報のビッグデータ解析により、夏季・冬季別に観光スポット・宿泊施設にかかわる人流分析データを得る。なお、得られたデータは、観光スポット及び時期の利用平準化を目指した施策の検討材料として、関係事業者へ展開
(村内事業者全体を想定、必要に応じて関係先の村外事業者にも展開)

▲冬季、音羽橋の欄干を埋めるカメラマン

▲冬季、鶴見台の観光客の様子

【本地域における取組マップ】

宮島岬に向かう道の入口

5-①. 主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業①	**宮島岬エリア入口環境整備事業**		
事業目的	新たな観光地として活用する自然環境の保全のための環境整備		
実施主体	鶴居村	実施期間	令和7年7月～令和7年11月

【背景・課題】
- 釧路湿原国立公園の景勝地・宮島岬の利用に関する環境整備を行っており観光地として今後人の流入が増加する見込みであるが、それに伴い環境への負担増加リスクが生じている

【事業内容】
- 宮島岬に向かう道の入り口に多言語対応の看板を設置（掲示内容：立入には認定ガイドの随行が必要であること 等）
- 宮島岬に向かう道の入り口に侵入防止を目的とした木柵を設置

【推進ポイント】
- 看板及び柵の設置は専門家・ステークホルダーと協議し、合意形成を図り、実施
- 宮島岬への立ち入りは、認定ガイドと随行が必須条件となっており、観光客の宮島岬内でのルール順守は認定ガイドが責任を負う

実施前

宮島岬に向かう道の入り口

宮島岬に向かう道の入り口の看板

実施後

宮島岬に向かう道の入り口に侵入防止を目的とした木柵を設置

宮島岬に向かう道の入り口に、多言語対応の看板を設置
(掲示内容：立入には認定ガイドの随行が必要であること等)

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	宮島岬エリア入口環境整備事業

令和7年度事業の目標（KPI）	
指標名	宮島岬認定ガイド随行利用者数

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 100人（令和7年度）、150人（令和9年度）	• 130人（令和8年1月時点）

成果の詳細

- 宮島岬に向かう道の入口に不法侵入防止を目的とした看板を設置し、狩猟目的車両等の侵入防止や不特定多数の観光客の流入を防ぐことができた。
- 宮島岬に向かう道の入口にエリアのルールを多言語で設置することで、当該エリアへの入域については、認定ガイドの随行がいることや、入域する際の問い合わせ先を周知することが可能となり、不法侵入を防ぐことができた。
- 木柵設置及び看板設置により、当初事業目的としていた、認定ガイドによる利用に制限し、自然環境に負担をかけない利用を目指すことができた。
- また、本事業を通じ、村ガイドや専門家、ステークホルダーとの協議を行うことにより自然環境に配慮し、景観を損なわないよう、整備することができた。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1 看板・木柵の維持・管理

- 現状は施工後間もないため、景観上も支障なく整備できているが、今後は経年劣化による景観への支障対策も検討する必要がある。

2 宮島岬の利活用に関する広報周知

- 当該エリアの整備についての広報周知が不足していることから、AT事業と連携し、AT事業特設サイト等でも認定ガイド随行によるルールの徹底や自然へ負担のかけない利活用への周知を図っていく必要がある。

令和8年度以降の方針

1 看板・木柵の継続した維持・管理

- 木柵等の破損等を経過観察し、当該エリアの景観を損なわないよう管理を徹底していくため、木柵等の破損等の経過観察及び管理。

2 宮島岬の利用状況の把握

- 当該エリアでのルールをAT事業と連携して周知徹底し、不法侵入を継続して防いでいくため、AT事業と連携し、認定ガイド随行による利用者を把握していく。

5-②. 主な取組（詳細）

調査・分析

補助事業②	**ビッグデータを活用した人流分析調査**		
事業目的	観光客の実態把握による観光スポット・時期の平準化施策の検討		
実施主体	鶴居村	**実施期間**	令和7年7月～令和7年12月

【背景・課題】
- タンチョウの営巣地を望める音羽橋に、冬季の早朝にタンチョウを撮ろうとするカメラマンが集中しており、長時間場所を占拠し他の観光客が見られないと通報されている。
- タンチョウの給仕場である鶴見台と鶴居・伊藤タンチョウサンクチュアリにも多くのカメラマンが集まっており、現状では苦情等に至っていないが、今後増加すると音羽橋と同様の事態が生じる可能性がある。
- 上記のような冬季の混雑を緩和するため、夏季での新たな魅力の打ち出しを検討したいが、現状の冬季・夏季及び主要観光地への来訪者数を正確に把握できていない。

【事業内容】
- 携帯電話GPS情報のビッグデータ解析により、夏季・冬季別に観光スポット・宿泊施設にかかわる人流分析データを得る。
  なお、得られたデータは、観光スポット及び時期の利用平準化を目指した施策の検討材料として、関係事業者へ展開。
  （村内事業者全体を想定し、必要に応じて関係先の村外事業者にも展開）

【推進ポイント】
- 本村は、タンチョウが多く飛来し観察、撮影ができる冬季（12～2月）に多くの観光客が集中する傾向にある為、分析データを元に夏季の誘客を目指す施策を検討する。

▼分析結果資料（一部抜粋）

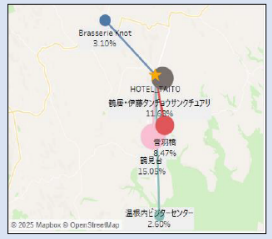
【夏期間】 6月・8月にビジターセンターとの行き来が多かった。
それ以外は行き来が少ない状況だった。
【冬期間】1月の音羽橋・タンチョウサンクチュアリ、2月の鶴見台の割合が高かった。
それ以外は行き来が少ない状況だった。

夏季

▼村内宿泊施設「HOTEL TAITO」と各施設(赤枠)の両方を訪れた人の割合(=併用率)(%)

分析期間 (カスタム 併用率 ②..	Brasserie Knot	温根内ビジターセンター	音羽橋	鶴居・伊藤タンチョウ..	鶴見台
2024-06-01~2024-06-30	2.00%	8.40%	2.00%	0.10%	0.10%
2024-07-01~2024-07-31	2.80%	2.70%	1.80%	2.10%	0.00%
2024-08-01~2024-08-31	1.70%	7.60%	2.00%	1.40%	5.20%

冬季



▼村内宿泊施設「HOTEL TAITO」と各施設(赤枠)の両方を訪れた人の割合(=併用率)(%)

分析期間 (カスタム 併用率 ②..	Brasserie Knot	温根内ビジターセンター	音羽橋	鶴居・伊藤タンチョウ..	鶴見台
2024-12-01~2024-12-31	0.00%	3.00%	3.60%	3.60%	6.80%
2025-01-01~2025-01-31	0.00%	2.20%	18.40%	21.30%	0.00%
2025-02-01~2025-02-28	3.10%	0.00%	3.40%	10.00%	23.30%

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業②	ビッグデータを活用した人流分析調査

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	取得したデータを事業運営に活用する事業者数

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 1件	• 1件（令和8年1月時点）

成果の詳細

- 夏季8箇所、冬季7箇所の分析を完了できた。
- スポットごとのピーク時間帯（例：音羽橋は早朝6時台、つるぼーの家は14～16時台）や、来訪者の居住地傾向（弟子屈方面より釧路方面との行き来が多い等）を可視化できた。
- 分析データを観光協会に共有し、今後の平準化施策（早朝・夜間コンテンツの検討等）の立案に資する基礎資料（鶴居村及び観光協会から地域事業者へオーバーツーリズム対策を提案する際に使用する想定で、各スポットの”時間帯別来訪者数”・”時間帯別滞在者数“の分析結果等をまとめた資料ドラフト）を整備できた 。
- 宿泊施設と周辺観光スポットの併用率を分析したことで、村内での回遊パターンが具体化された 。
- スポットごとに来訪者の年代や性別、居住地の違いが明確になり、効率的なプロモーションや受入態勢の検討が可能となった。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1 データの継続性

- 単年度の分析に留まらず、経年変化を追うことで施策の効果検証を行う必要がある 。

2 具体的アクションへの繋ぎ込み

- 判明した混雑時間帯（例：冬の音羽橋の早朝集中）に対し、具体的な分散・誘導策をどう実行に移すかが次のステップとなる 。

令和8年度以降の方針

1 観光協会、観光事業者との連携強化

- 分析結果を観光協会や地域の観光事業者（宿泊施設、ガイド等）とさらに深く共有し、データに基づいた体験プログラムの開発や情報発信の最適化を推進する。
- KGIである「利用観光スポット及び時期の平準化」に向け、特定の時期・場所に偏らない観光振興策を立案し、オーバーツーリズムの未然防止を強化する 。

2 データの継続的な取得・分析

- 継続的な人流モニタリングを実施し、前年度との比較検証を行う。

9. 青森県

１．地域概要

計画名	オーバーツーリズムがない”未来の奥入瀬”実現事業
対象エリア	奥入瀬渓流
実施主体	青森県
年間観光客入込数	約147万人(令和4年度)
宿泊者数	約37万人 (令和4年年間観光入込客数より推計)
主な観光資源	奥入瀬渓流、十和田湖、蔦沼

● 申請エリアの特徴

- 昭和42年に十和田八幡平国立公園**特別保護地区に指定(**環境省)
- 昭和3年に**天然記念物**に、昭和27年に**特別名勝**に指定(文化庁)
- 平成25年に**日本の貴重なコケの森**に指定(日本蘚苔類学会)

奥入瀬渓流

蔦沼

十和田湖

● 観光ビジョン（地域の目指す姿）

奥入瀬ビジョン（平成30年6月に策定）

- 素晴らしい自然環境を有する奥入瀬・十和田湖地域を世界に誇れる地域として次世代に残していくためには、人と自然が共存・共生し、持続可能な地域であることが必要
- そのために自然環境や歴史文化の保全と、環境を中心とする生業が両立した地域を目指す

● 推進体制（協議の場）

奥入瀬渓流利活用検討委員会
【委員長:石田　東生　筑波大学名誉教授】
- 奥入瀬渓流のすばらしさを知っていただくための仕組みづくり
- 自然保護と利活用を両立させる交通システムの検討

報告 助言

奥入瀬十和田利活用協議会
- 行政機関の長【協議会長:青森県知事】
- 幹事会で作成改訂した計画を決定する

提案 報告　助言 承認

幹事会
【幹事会:十和田市長】
- 行政機関、民間団体
- 事業構想の検討、策定・改定
- マイカー交通規制等、各種取組計画(案)の策定

報告 助言

提案　助言等

環境教育部会
- 「まるごと自然博物館」 を目指すための検討など

観光部会
- オールシーズン滞在型観光の検討
- 地域ブランドづくりなど

道路交通部会
- 交通規制、渓流内交通の検討

１．地域概要

● 協議会の構成

・ 協議会の構成員として、行政機関のほか、地域の事業者や住民関係者も参画

◆協議会員

	青森県知事(**協議会長**)
国	環境省 東北地方環境事務所長
	国土交通省 東北運輸局長
	国土交通省 東北地方整備局長
県・市	十和田市長
	七戸町長
	青森県 環境エネルギー部長
	青森県 県土整備部長
	青森県 観光交流推進部長
	青森県 上北地域県民局長

◆奥入瀬十和田利活用協議会事務局

十和田市農林商工部商工観光課
(一社)十和田奥入瀬観光機構
青森県道路課
青森県観光政策課
(オブザーバー)十和田八幡平国立公園管理事務所

◆幹事会員

・幹事会は、十和田市長を会長とし、各部会から国・県・市・民間の代表5～7者を選抜し幹事会員とする。
・上記の部会選抜者のほか、既存の利用適正化協議会からのメンバーであり地域を代表する関係町内会長も幹事会員とする。

国	環境省 東北地方環境事務所 十和田八幡平国立公園管理事務所
	国土交通省 東北地方整備局 青森河川国道事務所
	国土交通省 東北運輸局 青森運輸支局
県	青森県 環境エネルギー部 自然保護課
	青森県 県土整備部 道路課
	青森県 観光交流推進部 観光政策課
	青森県 上北地域県民局 地域整備部
	青森県 十和田警察署
	秋田県 鹿角振興局 総務企画部
市	十和田市(**幹事会長**)
	十和田市 農林商工部
	十和田市 教育委員会事務局
	七戸町 商工観光課
	小坂町 観光産業課
民間	(一社)十和田奥入瀬観光機構
	焼山町内会
	奥入瀬渓流温泉町内会
	休屋町内会
	宇樽部町内会
	休平自治会
	大川岱自治会
民間	(一社)十和田湖国立公園協会
	NPO法人 奥入瀬自然観光資源研究会
	NPO法人 十和田奥入瀬郷づくり大学
	(一財)十和田湖ふるさと活性化公社
	十和田商工会議所
	星野リゾート 奥入瀬渓流ホテル
	十和田観光電鉄(株)
	ジェイアールバス東北(株)青森支店
	(株)エステックス
オブザーバー	国土交通省 東北地方整備局 道路部 道路計画第一課
	国土交通省 東北運輸局 交通政策部 交通企画課
	国土交通省 東北運輸局 観光部 観光地域振興課
	青森県 県土整備部 河川砂防課
	東北電力(株) 青森発電技術センター
コーディネーター兼アドバイザー	谷口 綾子

● 観光ビジョン（地域の目指す姿）

凡例：行政機関　住民関係者　事業者

◆環境教育部会コアメンバー(参画する者の役職は限定しない)

国	環境省 東北地方環境事務所 十和田八幡平国立公園管理事務所	民	(一財)自然公園財団 十和田支部
	林野庁 東北森林管理局 三八上北森林管理署		(一社)十和田湖国立公園協会
県	青森県 環境エネルギー部 自然保護課		NPO法人 奥入瀬自然観光資源研究会
	青森県 教育委員会 教育庁 文化財保護課		NPO法人 十和田奥入瀬郷づくり大学
市	十和田市 教育委員会事務局 スポーツ・生涯学習課	コーディネーター兼アドバイザー	辛丸 政明

◆観光部会コアメンバー(参画する者の役職は限定しない)

国	国土交通省 東北地方整備局 青森河川国道事務所	民間	(一社)十和田奥入瀬観光機構
	国土交通省 東北運輸局 青森運輸支局		(一社)しちのへ観光協会
県	青森県 観光交流推進部 観光政策課		NPO法人 青森県ウオーキング協会
	青森県 上北地域県民局 地域連携部		奥入瀬渓流温泉旅館組合
	秋田県 鹿角振興局 総務企画部 地域企画課		十和田商工会議所
市	十和田市 農林商工部 商工観光課		(公社)十和田青年会議所
	七戸町 商工観光課		星野リゾート 奥入瀬渓流ホテル
	小坂町 観光産業課		MiK(株) 奥入瀬森のホテル
民間	「道の駅」奥入瀬		(合同)十和田湖ガイドハウス櫂
	「道の駅」しちのへ		(株)ESARIO
	(公社)青森県観光国際交流機構		十和田湖・奥入瀬GUIDEの会
	(一財)十和田湖ふるさと活性化公社		十和田湖自然ガイドクラブ
コーディネーター兼アドバイザー			九戸 眞樹

◆道路交通部会コアメンバー(参画する者の役職は限定しない)

国	国土交通省 東北地方整備局 青森河川国道事務所	民	(一社)青森県タクシー協会
	国土交通省 東北運輸局 青森運輸支局		(公社)青森県バス協会
県	青森県 交通地域社会部 地域交通・連携課		(公社)青森県トラック協会
	青森県 県土整備部 道路課		十和田地区交通安全協会
	青森県 上北地域県民局 地域整備部		十和田観光電鉄(株)
	青森県警察本部 交通部 交通規制課		ジェイアールバス東北(株)青森支店
	青森県 十和田警察署		(株)エステックス
市	十和田市 建設部 土木課	コーディネーター兼アドバイザー	武山 泰

１．地域概要

● 奥入瀬渓流区間の交通規制について

（国道102号奥入瀬渓流区間）

- 地域住民にとっての**生活道路**、県南地方と秋田県を結ぶ**広域物流ルート**、十和田八幡平国立公園の特別保護区域内に位置する**広域観光ルート**である。
- 紅葉シーズンなどある一定期間に来訪者が集中し、道路及び特定のスポットが混雑することで、住民、観光客、**自然環境自体に影響を与えている。**

（国道102号七曲区間）

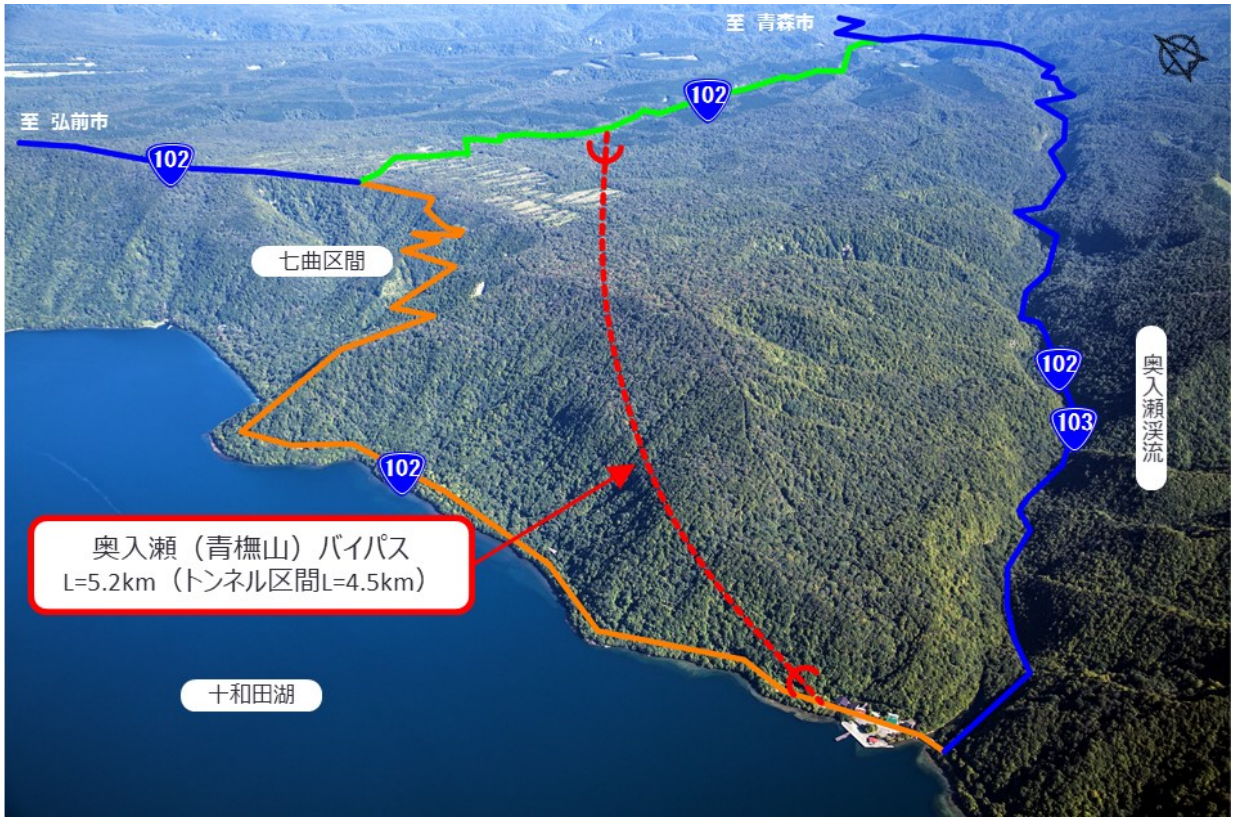
- 曲線半径R<100mの線形不良箇所が47箇所、最急勾配12%の**つづら折りの区間が約6kmも連続**。
- 七曲区間は奥入瀬渓流区間の迂回路として機能するが、**道路構造上大型車はすれ違いが困難**。

（奥入瀬渓流区間の交通規制）

- **自然環境や歴史文化の保全と、観光を中心とする生業が両立した地域を目指す**ことを目的に、奥入瀬（青橅山）BP開通前は、**時期を限定した段階的なマイカー交通規制の実施**、奥入瀬（青橅山）BP開通後は、**将来奥入瀬渓流沿いの国道102号の一般車両を交通規制する方向性**が平成12年度に奥入瀬バイパス交通会議（議長：十和田湖町長）より県に提案され、**マイカー交通規制の社会実験を平成15年度より実施。**

▲国道102号七曲区間のつづら折り区間

▲将来の奥入瀬渓流内のイメージパース



▲奥入瀬渓流周辺の航空写真

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.　渓流内交通渋滞	• **紅葉期やGW、お盆時期に来訪者が集中**し、交通渋滞が発生 • 上記の結果、交通渋滞発生（走行速度の低下）に伴う**排気ガス増加による自然環境への影響**、観光資源である**音の喪失**につながっている • また、公共交通機関の「到着遅れ」による生活道路・産業道路としての質の低下・生産性の低下、**緊急車両への影響**（患者への負担など）、渓流散策の妨げとなり**観光客の安全性の低下**など	住民・観光客・観光資源
2.　渓流内でのスポット混雑	• **車両は石ケ戸休憩所や銚子大滝に集中**し、**歩行者は石ケ戸休憩所～雲井の滝のゴールデンコースに集中** • 観光客が有名な観光スポットに集中するため、石ヶ戸休憩所では**長時間のトイレ待ちの発生**や有名観光スポットの銚子大滝や雲井の滝では路上駐車も発生し、**車両の交通渋滞**や散策している**観光客の安全性にも影響**する • 観光客が有名な観光スポット箇所に集中するため、**遊歩道外への立入に伴う踏み荒らしによる自然環境破壊が発生**	住民・観光客・観光資源

１．渓流内交通渋滞

渓流内の交通渋滞および路上駐車

２．渓流内でのスポット混雑

遊歩道外への立入に伴う踏み荒らし

石ヶ戸休憩所でのトイレ待ちの列

3．背景・要因

● 課題の背景･要因

主な背景・要因	
1.　特定時期の渓流内の渋滞	• **奥入瀬渓流沿いには国道102号が並走**しており、容易にアプローチ及びエスケープが可能 • **大半の観光客が自家用車もしくはレンタカーで来訪** • 奥入瀬渓流沿いを走行する路線バスは**運転手不足**および、**「2024年問題」による労働時間規制**による大幅な減便が行われた。 • **奥入瀬渓流内には駐車場がない**ため、路上駐車が発生する • 観光バスが多く来訪し、**団体ツアーの観光バス駐車が同時刻・同じエリア**で錯綜する
2.　局所的な 3.　観光形態	• 渓流区間に**ベンチやトイレなどの休憩箇所が少ない**ため石ヶ戸休憩所に集中 • 渓流区間内に駐車場が無く、一部駐車できるスペースがある石ケ戸休憩所及び銚子大滝で**路上駐車が多数発生** • **有名な滝や流れの景観を見る観光が主流のため、銚子大滝**がある上流域、**石ケ戸の瀬や雲井の滝があるゴールデンコース**（石ケ戸休憩所～雲井の滝）が存在する中流域に集中 • 冬季観光資源の不足/冬季のインタープリテーション不足により、**グリーンシーズン・紅葉期に集中** • 早朝・夜間コンテンツの不足/インタープリテーション不足により、**日中に集中** • 観光資源の知見（観るべき資源が、奥入瀬のどこに、どれくらいあるのか）の共有不足・**ガイドの育成不足**

1. 渓流、遊歩道、車道が隣接する奥入瀬渓流

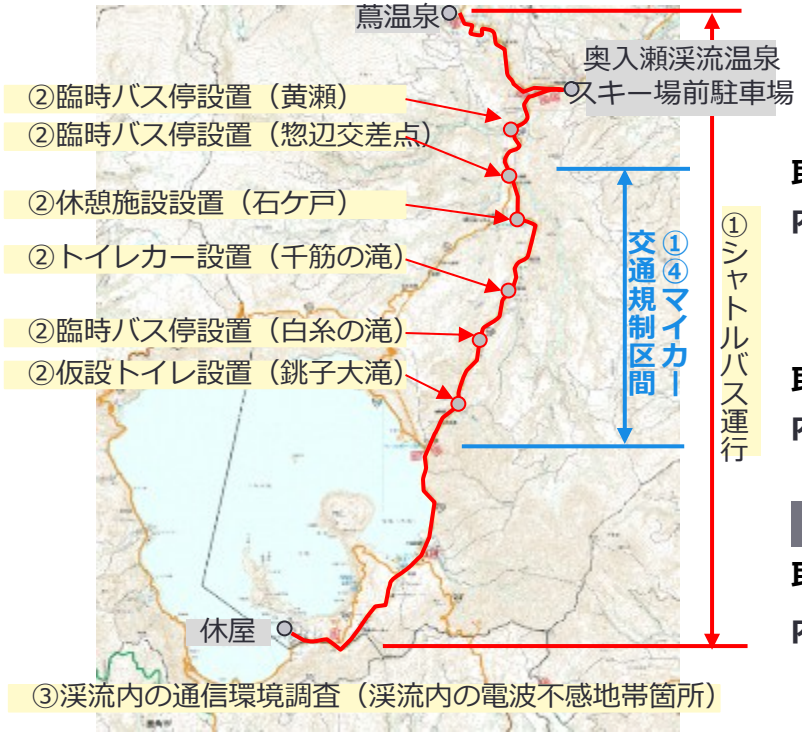
1.2,マイカーの路上駐車による交通渋滞

1. 観光バスが同時刻、同エリアに集中

2.グリーンシーズン・紅葉期に来訪者が集中（銚子大滝）

4．対策の概要

- 紅葉シーズンやゴールデンウィーク、お盆に来訪者が集中し、道路及び特定のスポットが混雑することで、住民、観光客、そして奥入瀬渓流自体に影響を与えている。
- 自然環境や歴史文化の保全と、観光を中心とする生業が両立した地域を目指すために、マイカー交通規制の社会実験を平成15年度より実施しているところ。
- 本事業では、多客期におけるマイカー規制時の局所的な観光形態の低減・解消による快適な観光の実現を目指し、受入れ環境整備や調査、分析を行う
- なお、平成25年度より「国道 103 号奥入瀬（青橅山）バイパス」を国直轄権限代行により整備中であり、同バイパス開通後は、現在のマイカー交通規制区間で一般車両の通行規制を実施することを予定している。



受入れ環境整備・強化

取組み ①マイカー規制にあわせて、シャトルバスを運行

内容
- ピーク時には深刻な交通渋滞が発生するため、マイカー規制を実施する
- マイカー規制実施時は、渓流内の移動手段がないためシャトルバスを運行し、周遊を促進する

取組み ②仮設トイレ、トイレカーの設置、仮設ベンチ･テーブル、臨時バス停の設置

内容
- 観光客のトイレ利用等が石ヶ戸休憩所に集中する傾向の分散を図るため、仮設トイレや仮設ベンチ･テーブルを設置する。
  ※国立公園内のため、仮設構造物で対応

調査・分析

取組み ③渓流内の通信環境調査

内容
- 渓流内では通信環境が整備されておらず、ICTを活用した施策を打てない、かつ、来訪者がインターネットにて情報を取得しづらい
- 樹木が繁茂した状態でも衛星通信を使用により通信環境を確保できるかを調査し、確保できる場合は、将来的にICTを活用した対策事業の実施につなげる

取組み ④マイカー規制に係る調査、効果検証

内容
- 複数の取組みを一体的に捉えより良い対策につなげるため、シャトルバス利用者数・駐車台数等の調査、また利用者向けアンケート調査・分析を行う
- 今回の実証結果を踏まえ、令和7年以降の対策を検討する

取組み ⑤渓流内の人流調査

内容
- 来訪者の行動パターンを定量的に把握することを目的に調査を実施し、令和７年度以降の対策に反映させる

マナー啓発

取組み ⑥チラシ等によるマナー啓発

内容
- 魅力と価値及びマナーを効果的に発信できていないことにより植生の踏み荒らし等が発生しているため、マナー啓発のチラシ作成等による注意喚起を行う

5-①. 主な取組み（詳細）

課題	取組み
渓流内エリアの国道102号における交通渋滞の発生	**マイカー規制にあわせたシャトルバスの運行** • 実施期間：令和6年10月21日(月)～10月27日(日) • 実施主体：青森県

事業内容

■ **マイカー規制にあわせたシャトルバスの運行**

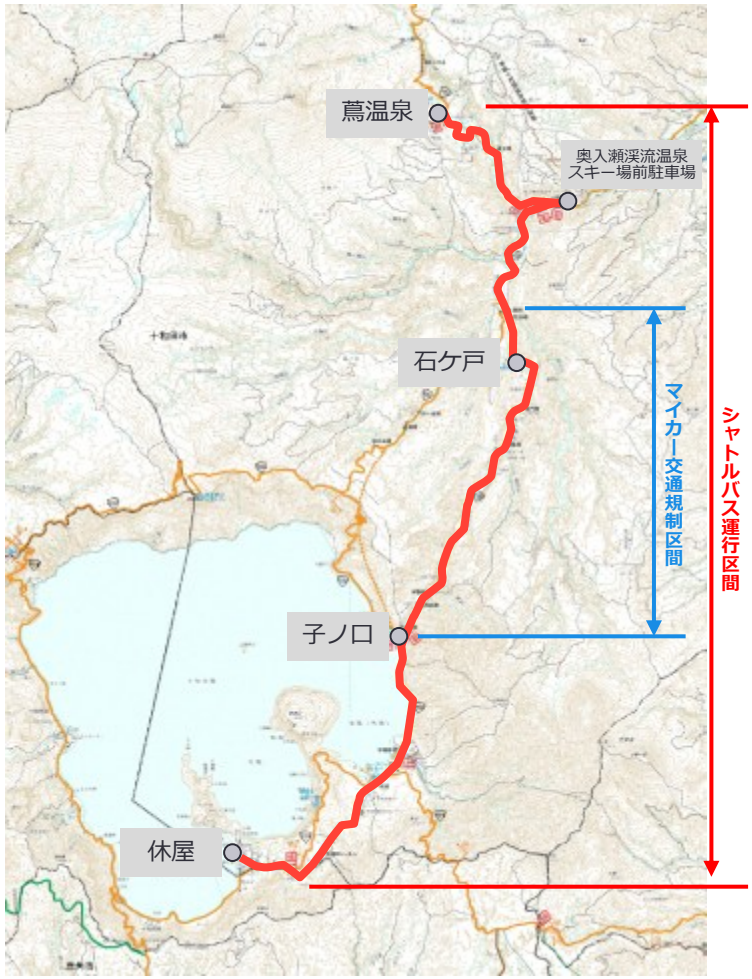
- マイカー規制実施期間中の渓流エリア内における交通手段として、**シャトルバス運行**を実施する
- 奥入瀬渓流温泉スキー場前駐車場～休屋（右図赤線）の区間で、平日は9時～16時、土日は8時から16時の間で、**毎時間1～3便を運行**する

【背景・目的】

- 奥入瀬渓流は、公共交通アクセス手段が少ないため、**自家用車やレンタカーを使用する来訪者が多い**
- 秋の紅葉シーズンは人気であるため、多数の観光客が自家用車で来訪し、**路上駐車がいたるところで発生**している
- こうした多客期の交通渋滞対策としてマイカー規制を実施し、代替の移動手段としてシャトルバスを運行する

片側1車線の道路で交通渋滞と路上駐車が発生

マイカー規制と合わせてシャトルバスを運行



5-①. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標/令和５年度実績

自家用車の路上駐車が原因となる交通渋滞の発生を大幅に削減する

事業の成果／目標の検証結果

規制期間中のシャトルバス利用者は増加。
大規模な渋滞は発生しなかった

a. **シャトルバス利用者数**：3,830人→**5,211人(約1.4倍に増加)**
b. **シャトルバスの満足度**：57%→**73.2%**
c. **CO2の排出量減少率**：24%→**51%**
d. **NOXの排出量減少率**：1%→**18%**

※　令和5年10月調査　→

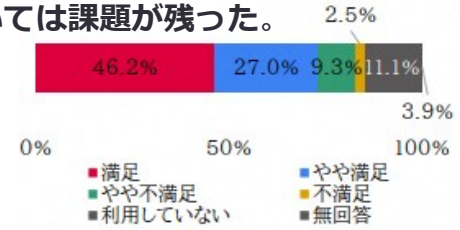
成果詳細

■ **シャトルバス運行　結果**

- シャトルバス利用者数は5,211人（平日：2,989人/休日：2,222人）
- マイカー規制前からのCO2の排出量減少率：51%、NOXの排出量減少率：17%

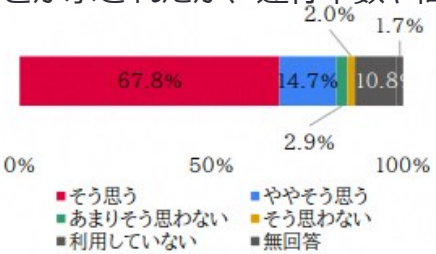
■ **シャトルバス運行　アンケート調査**

- パークアンドライドを実施した結果、奥入瀬渓流内において**マイカーの路上駐車原因の渋滞が発生はなかった**
- **回答者の 8 割以上がシャトルバスが移動手段の確保に有効であったと回答**しており、さらに、**7 割以上が利用したシャトルバスに満足**している
- **マイカーでの訪問者の移動手段の確保にシャトルバス運行が有効**であることが示されたが、運行本数や間隔、混雑などの**運行内容については課題が残った。**



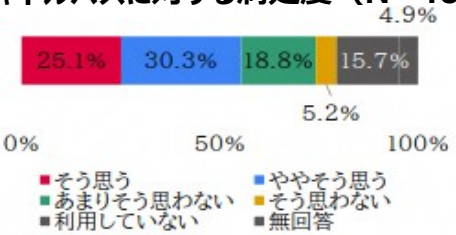
シャトルバスに対する満足度（N=407）

シャトルバスに満足 約7割



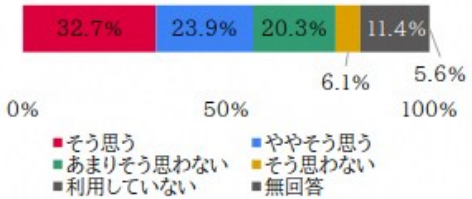
シャトルバスの運行は有効だったか（N=407）

シャトルバスは有効 約８割



シャトルバス内の混雑状況は適切だったか（N=407）

バス車内混雑状況への不満 約2割



シャトルバスの運行本数や間隔は適切だったか（N=407）

運行本数や運転間隔への不満 約3割

5-②. 主な事業（詳細）

問題	対策事業
渓流内でのスポット混雑	**臨時バス停の設置** • 実施期間：令和6年10月21日(月)～10月27日(日) • 実施主体：青森県

事業内容

■ **シャトルバス運行にあわせた臨時バス停の設置**

- シャトルバスのバス停を新たに3か所（黄瀬、惣辺交差点、白糸の滝）設置し、合計10か所のバス停を設置することで、観光客の分散を図る

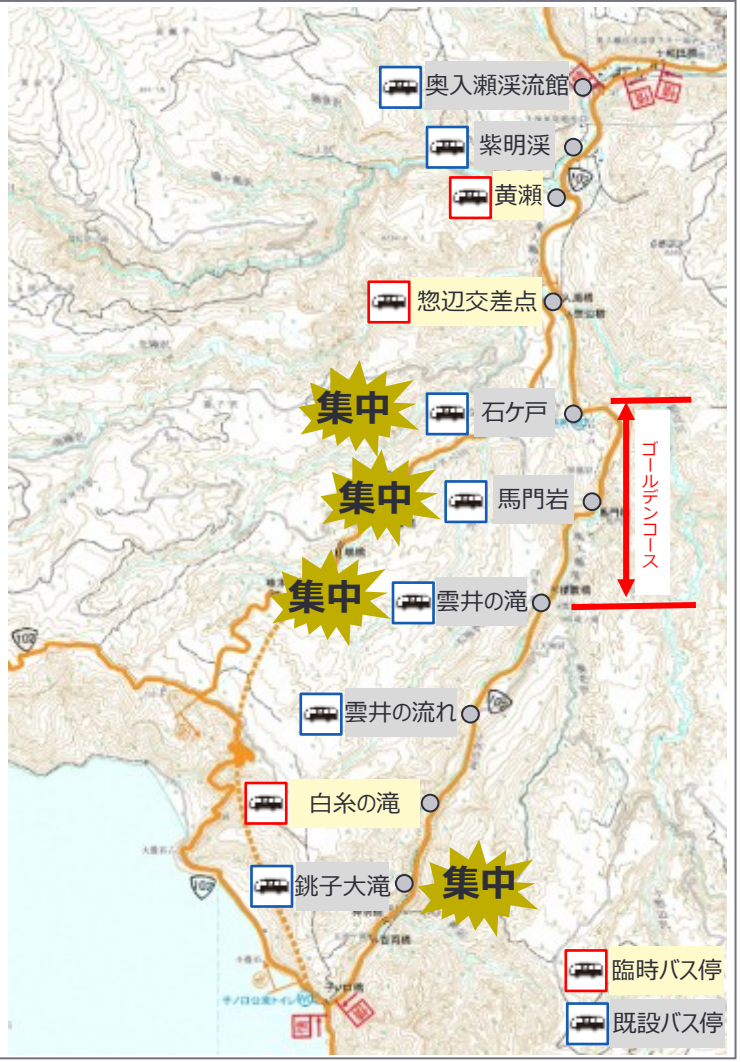
【背景・目的】

- **渓流内には路線のバス停が7か所**あり、例年シャトルバスを運行していた際も、路線バスのバス停と**同じ7か所**を乗降場所としていた
- 最繁忙期である秋の紅葉シーズンは、**石ケ戸休憩所～雲井の滝（通称：ゴールデンコース）**や、**銚子大滝に観光客が集中**するため、観光客の分散を図ることを目的として、**臨時のバス停を設置**する

▲黄瀬バス停の利用状況

◀惣辺交差点バス停の利用状況

◀白糸の滝バス停の利用状況



5-②. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標/昨年度実績

特定のバス停への集中の抑制

事業の成果／目標の検証結果

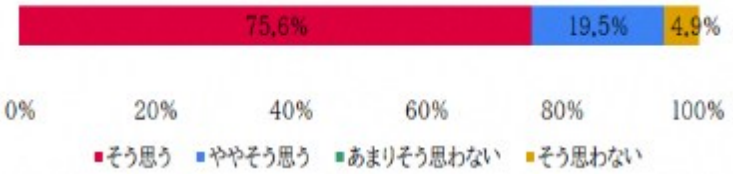
利用者は9割以上が有効と回答したが、実際の利用は少なく、特定のバス停への局所集中への効果は限定的

- 臨時バス停を有効と回答：来訪者：**95.1%**　住民：**89.3%**

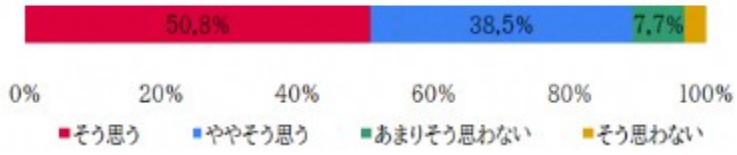
成果詳細

■ **臨時バス停設置**

- 臨時バス停の設置では来訪者アンケート及び住民アンケートにおいていずれも**9割以上の回答者が有効**であると回答している
- 3つの臨時バス停の乗降者数は7日間で計1,341名にとどまっており、利用者の多い地点（石ヶ戸休憩所～雲井の滝：通称ゴールデンコース）及び銚子大滝への来訪者集中の課題が残る結果となった
- 臨時バス停個別で見ると、奥入瀬渓流下流域に設置した黄瀬駅や惣辺交差点は、上流域に設置した白糸の滝に比べ、利用者が伸び悩んだ



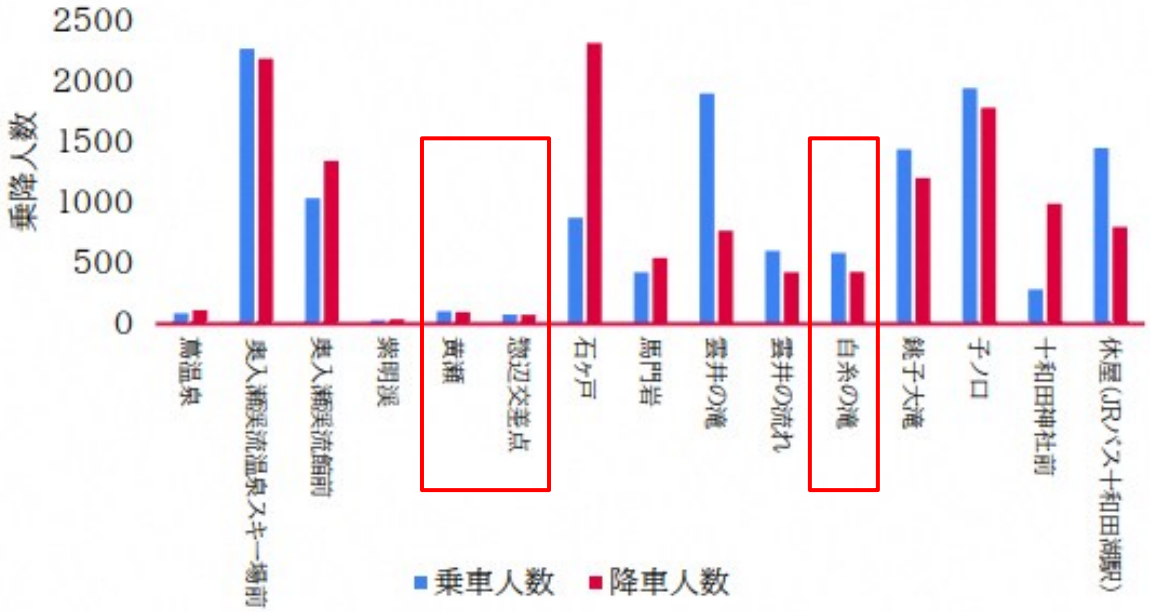
【来訪者アンケート】
臨時バス停の設置は有効であったか
（N=41）



【住民アンケート】
臨時バス停の設置は有効であったか
（N=65）

9割以上が臨時バス停を有効と回答

バス停別のシャトルバス乗降者数



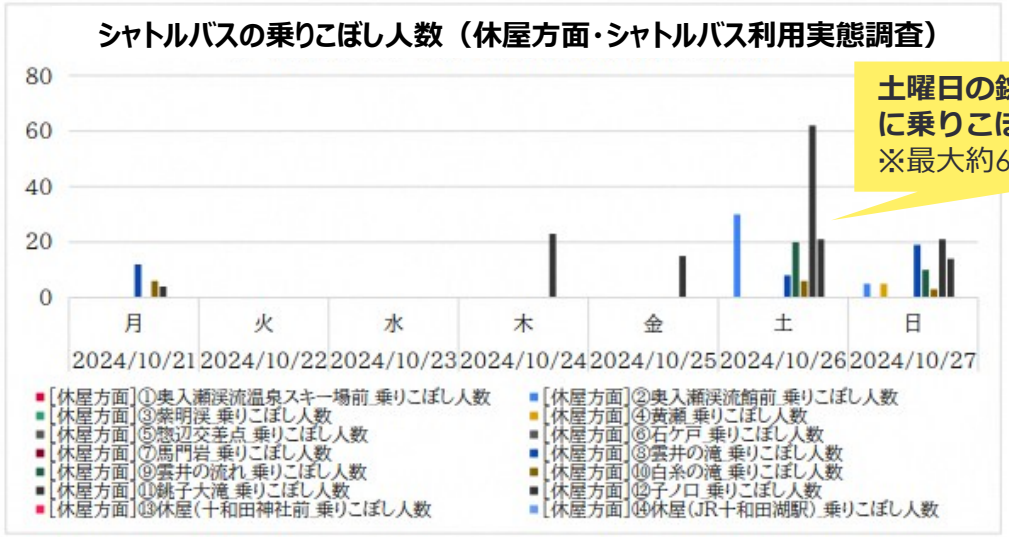
利用者は9割以上が有効と回答したが、実際の利用は少なかった

5-②. 成果及び今後に向けて

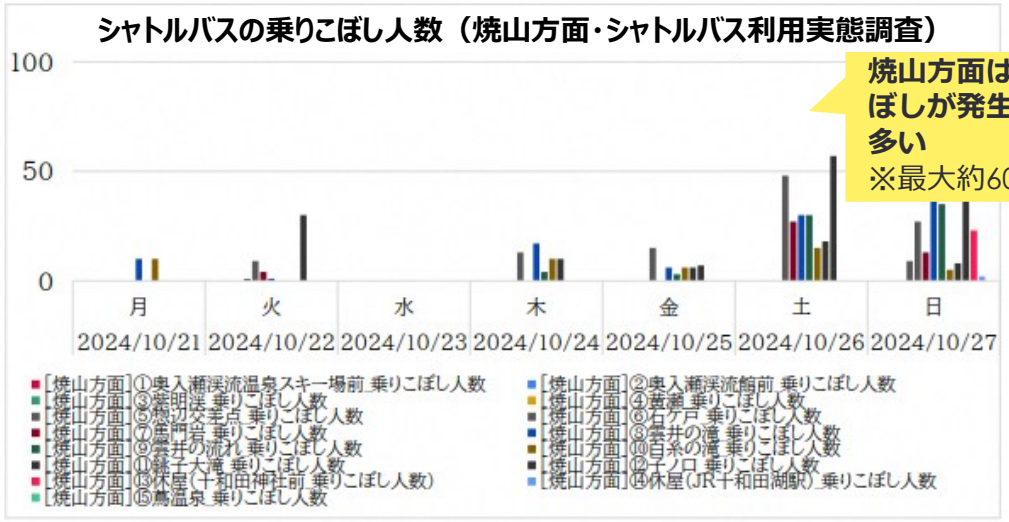
成果詳細

■ **シャトルバスの乗りこぼし状況**（運行本数や間隔、混雑状況）

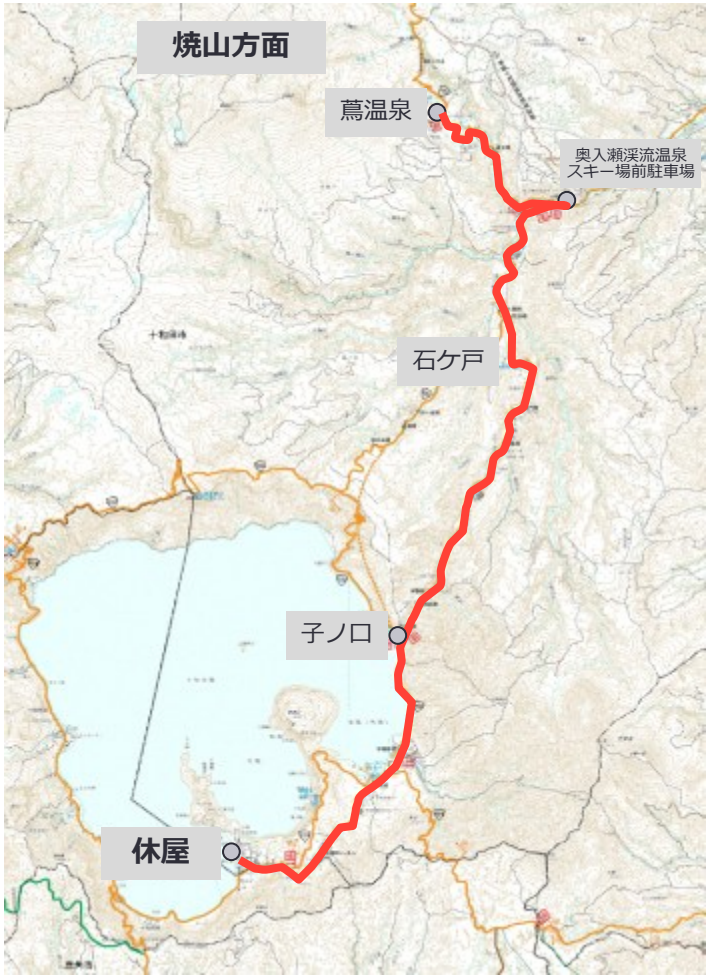
- 一部時間帯における局所的な混雑・渋滞の発生により、**特定のバス停で乗りこぼし・待ち人数の集中**が発生していること が明らかとなった。



土曜日の銚子大滝バス停に乗りこぼしが集中
※最大約60分待ち発生



焼山方面は、土日乗りこぼしが発生するバス停が多い
※最大約60分待ち発生



5-②. 成果及び今後に向けて

令和６年度の取組みから見えてきた課題･ポイント

1 大型観光バスの路上駐車によるバスの遅延への対応

- 大型バスは奥入瀬（青橅山）バイパス開通までは迂回ができないため規制できず、大型観光バスの路上駐車によるシャトルバスの遅延が発生した
- 今後、観光バスを対象とした対策も必要である

2 場所別、季節別の平準化

- 臨時バス停の利用者の9割以上が臨時バス停の設置が有効であったとの回答したが、実際の利用は少なかった
- 利用が少ない場所や季節への観光客を誘客し、利用を増やしていく必要がある

令和７年以降取り組むべきと考えること

1 観光バスのモビリティマネジメントを実施したうえでのシャトルバス運行

- 渋滞の原因となる大型バスのモビリティマネジメントを実施を検討する
- モビリティマネジメントを実施したうえで、シャトルバス運行を継続して実施し、来訪者の奥入瀬渓流での体験価値をより高める
  ※将来的にはバイパスが開通し、大型バスも規制する方向性

2-a 上流域・下流域の魅力・価値向上

- 上流域・下流域の見どころについての周知不足が利用者数に大きく影響しているため、流域の魅力と価値の向上を図る
- また、冬季観光が落ち込むため冬季観光の魅力発信についても実施し、年間の平準化を図る

2-b 通年の渓流内の人流調査

- 令和６年度設置したAIカメラを使用して、年間を通した人流を調査し、次年度以降の施策効果の分析や的確なオーバーツーリズム対策を検討する
  ※令和６年度はマイカー交通規制期間内のみの人流の動きを調査・分析

現状について

- 令和7年度は、青森県における取組として、オーバーツーリズムがない”未来の奥入瀬”実現事業を実施しています。
- 詳細については、奥入瀬渓流エコツーリズムプロジェクトホームページ（https://www.eco-oirase.com/ja/bus-ship） をご覧ください。

10. 宮城県蔵王町

1．地域概要

対象地域	宮城県蔵王町遠刈田温泉エリア
申請主体	宮城県蔵王町
計画名	蔵王ジオパークを活用した「宮城オルレ　蔵王・遠刈田温泉コース」におけるオーバーツーリズム未然防止による満足度向上推進モデル

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	1,642	1,309	1,422
- 国内	1,621	1,270	1,365
- 訪日外国人旅行者	21	39	57

地域の特徴・観光資源等

- 蔵王国定公園の東部に位置する蔵王町は、蔵王ジオパークである御釜や樹氷など自然資源が豊富であり、国内旅行者のみならず近年では訪日旅行客も増えている
- 蔵王町に有する遠刈田温泉は、江戸時代から続く温泉地であり、そのエリア全体が観光の中心となっている
- 宮城オルレ蔵王・遠刈田温泉コースを開設し、住民の生活や地域の文化・歴史、エリアならではの自然を五感で楽しむ観光コンテンツを地域住民とともに造成する

協議体制

協議の場

個別協議の場を設けて、各課題について聞き取りや協議を実施（事業者・住民関係者・地域活動団体）

参加者

行政機関等
- 宮城県蔵王町 農林観光課

地域事業者
- 一般社団法人 蔵王町観光物産協会

地域活動団体
- 宮城蔵王ガイド協会
- 蔵王古道の会
- 蔵王ジオガイド

住民関係者
- 七日原行政区
- 遠刈田行政区

エリアマップ

出典：国土地理院の地図データを加工して作成

蔵王ハートランド

蔵王酪農センター

みやぎ蔵王こけし館

2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**手ぶら観光未整備による利便性の低下**	• 仙台駅からの直行高速バスの運行でアクセスは良いが、大きな荷物を預ける設備が無いためストレスとなっている • 観光案内所では一時的な荷物預かりは実施しているものの、業務外のサービスであるためセキュリティーや管理の整備がなく、トラブルになる可能性がある	観光客 観光案内所
2.	**マナー違反行為への地域住民の不安**	• オルレのコースでは住民生活道路や私有地の使用があり、地権者への承諾を得ているが、マナー違反行為等に対する不安の声が聞かれた	地域住民
3.	**地域住民の理解不足**	• これまで町広報誌や該当エリアでの住民説明会を通して周知し、理解促進を図ってきたが、観光客の受入態勢までは整っていない • 訪日外国人旅行者の受入への不安や理解不足があり、積極的な関わりが薄い	地域住民 観光事業者

1 手ぶら観光未整備

観光案内所内での一時的な預かり状況

2 マナー違反行為への不安

私有地を歩くオルレコース

3 地域住民の理解不足

コース造成にかかる住民説明会

3．背景・要因

主な背景・要因		
1.	**多様な観光客層の変化**	• これまでは自家用車が主であった交通手段が公共交通機関を利用した観光客が増加している • 近年では若年層や訪日外国人旅行者が増加しているように見える。これにより、従来のサービスでは需要に対応しきれない状況が発生している
2.	**新規観光コンテンツ造成**	• 宮城オルレ新コースとして「蔵王・遠刈田温泉コース」を造成し、地域の新たな観光コンテンツの取組を開始した

仙台駅行きの直行高速バス乗り場
（大きな荷物を持った観光客が公共交通機関にて多数来訪）

MIYAGI OLLE 宮城オルレ MIYAGI OLLE TRAIL

新規観光コンテンツとして「蔵王・遠刈田温泉コース」を造成

4．対策の概要

目指す姿	**生活と共存する観光資源を通して地域住民のシビックプライドを向上させた受入態勢づくりを行い、宮城オルレ蔵王・遠刈田温泉コースを歩く観光客がストレスフリーな旅を楽しみ高い満足度を目指す地域**
KGI	**（指標）オルレイベント参加住民へのアンケート調査によるオルレに対する肯定的評価の割合** 目標値：40% 実績値：55%（令和7年度）

- オルレコースオープンの際に同時開催される「アジア・トレイルズ・カンファレンス（ATC）」では約1,000人の旅行客受入が想定されるため、開催に合わせて事業を進めていく。
- ATC後も地域への聞き取り調査を実施し、KGI達成に向けた振り返り等を行う。

出典：国土地理院の地図データを加工して作成

■補助事業の実施概要

受入環境の整備・増強

①遠刈田温泉街手ぶら観光によるストレスフリーな受入整備

【背景・課題】

- 遠刈田温泉エリアには荷物を預ける設備が無く、観光客へのストレスが生じている

【事業内容】

- 高速バス停留所前にキャッシュレスオンリーロッカーを設置してストレスフリーな手ぶら観光促進を実施

マナー違反の防止・抑制

②観光振興の地域活用におけるマナー違反行為防止抑制看板設置

【背景・課題】

- オルレコースでは住民生活道路や私有地の使用があり、マナー違反行為等に対する不安が生じている

【事業内容】

- 私有地へのゴミのポイ捨て等の防止・抑制看板を多言語にて設置し、スタート地点にはマナー違反行為防止周知用のデジタルサイネージを設置する

地域住民と協働した観光振興

③オルレを通した地域住民と観光客の交流イベント実施

【背景・課題】

- オルレコース造成にかかる周知を町広報誌や該当エリアでの住民説明会にて実施し近い促進を図ってきたが、積極的な関わりが薄く観光客の受入態勢までは整っていない

【事業内容】

- 地域住民と観光客の交流を図るイベントを実施し、地域での観光の恩恵を再認識させてシビックプライドを向上させる

地域全体の観光地域づくりに関わる事業

④地域資源を活用した観光振興へのガイド人材育成計画策定

【背景・課題】

- 地域内での観光人材育成計画を策定し、オルレでの持続可能な観光コンテンツを提供できる態勢を整備する

【事業内容】

- 一定程度の講座参加を条件とした「オルレガイド」を育成して質の高いガイド人材を確保することで、旅の満足度向上によるKGI達成に繋げる

【本地域における取組マップ】

KGI：オルレに対する住民の肯定的評価の割合
- 測定手法：オルレイベント参加住民へのアンケート実施
  オルレコース上の地域住民への調査
  オルレガイドのうち地域住民への調査
- 現状値：0%（計測値なし）
- 目標値：40%（令和7年度）
- 実績値：55%（令和7年度）

- 大きな荷物を預けられる場所がない
- 観光案内所で荷物預かりを行っているが、業務外のサービスであり、セキュリティや管理が整備されていない

KPI：①ロッカー設置がオルレの手ぶら観光に「有効である」と答えた人の割合
令和7年度　目標値：80%以上、実績値：88%
②ロッカー設置はオルレの手ぶら観光の施策として「十分である」と答えた人の割合
令和7年度　目標値：75%以上、実績値：76%

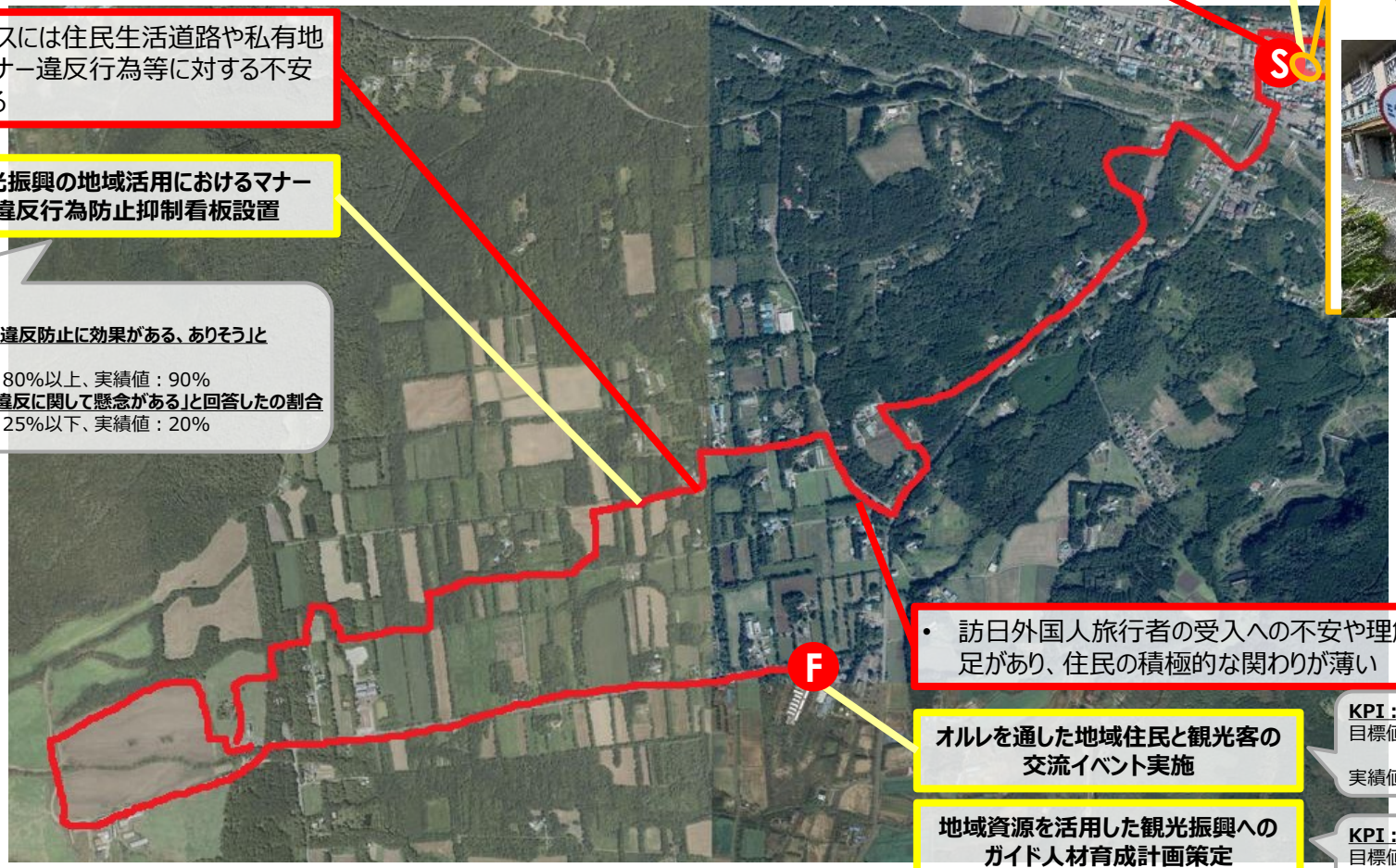
遠刈田温泉街手ぶら観光によるストレスフリーな受入整備

キャッシュレスコインロッカーの設置
（遠刈田温泉　バス停前）

- オルレコースには住民生活道路や私有地があり、マナー違反行為等に対する不安の声がある

観光振興の地域活用におけるマナー違反行為防止抑制看板設置

KPI
①「看板の設置はマナー違反防止に効果がある、ありそう」と回答した住民の割合
令和7年度　目標値：80%以上、実績値：90%
②「観光客によるマナー違反に関して懸念がある」と回答したの割合
令和7年度　目標値：25%以下、実績値：20%



- 訪日外国人旅行者の受入への不安や理解不足があり、住民の積極的な関わりが薄い

オルレを通した地域住民と観光客の交流イベント実施

KPI：参加地域住民数
目標値：令和7年度　50名
　　令和9年度　100名
実績値：令和7年度　3名

地域資源を活用した観光振興へのガイド人材育成計画策定

KPI：オルレガイド登録数
目標値：令和7年度　15名
　　令和9年度　25名
実績値：令和7年度　17名

出典：国土地理院の地図データを加工して作成

S オルレコースのスタート地点　F オルレコースのフィニッシュ地点　—— オルレコース

5-①. 主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業①	**遠刈田温泉街手ぶら観光によるストレスフリーな受入整備**		
事業目的	キャッシュレス対応コインロッカー導入による手ぶら観光の促進		
実施主体	宮城県蔵王町	実施期間	令和7年10月～令和8年1月

【背景・課題】

- 東北最大の主要駅であるJR仙台駅からの直行高速バスやJR白石駅・JR白石蔵王駅からの路線バスが運行しておりアクセスは良いが、大きな荷物を預ける設備が無いため観光客へのストレスとなっている
- 蔵王町観光案内所では一時的な荷物の預かりは実施しているものの、業務外のサービスであるためセキュリティーや管理の整備が無く、トラブルになる可能性がある

観光案内所内での一時的な預かり状況

【事業内容】

- 遠刈田温泉街のバス停留所前にロッカーを設置する
- 売上金回収や維持管理等の業務負担を鑑みて、キャッシュレス対応スマートロッカーを導入する

【推進ポイント】

- これまでの観光目的の旅行客と合わせて、オルレコース開設に伴うトレッキングを行う観光客からのニーズも高く、エリア全体で観光客への利便性向上が見込まれる
- 蔵王町観光案内所での手荷物預かりサービス等の検討も行ったが、荷物を管理する環境整備やセキュリティーが不十分であること、人員不足による案内所機能の低下が懸念されることから、持続可能な手ぶら観光の提供が可能となるキャッシュレス対応スマートロッカーを導入する
- 利用者へのアンケートを実施して観光客の満足度を把握し、必要に応じて（一社）蔵王町観光物産協会や観光事業者との協議の場を設ける
- 観光庁が提示しているピクトグラム等を用いて手ぶら観光の促進に努め、ロッカー設置の周知広報とあわせた利用率向上を図る

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	遠刈田温泉街手ぶら観光によるストレスフリーな受入整備

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	①ロッカー設置がオルレの手ぶら観光に「有効である」と答えた人の割合 ②ロッカー設置はオルレの手ぶら観光の施策として「十分である」と答えた人の割合 （①②ともに、地域住民でオルレに詳しい方、ガイドの方を調査対象者とする）

令和7年度に掲げた目標値

- ①80%以上　（令和7年度）　／　②75%以上　（令和7年度）

事業の成果/目標の検証結果

- ①88%　／　②76%　（計測期間：令和8年1-2月）

成果の詳細

- 令和7年11月に開催を予定していたオルレコースオープンに向けて事業を進め、開催1週間前には設置が完了した
- これまで蔵王町観光案内所で事業外サービスとして手荷物を預かっていたが（２～３回／週）、設置後はロッカーの案内をすることで預かりは０となった
- KPIの効果検証では、約9割が「有効である」、うち33%（全体で30%）は「とても有効である」と回答した

バス待合所内にキャッシュレス対応スマートロッカーを導入

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1 大規模イベントの延期による効果測定の未実施

- 令和7年11月に予定していたオルレコースのオープンイベントの開催が令和8年4月17日に延期となったため、実際にオルレコースを利用した旅行客に対するロッカー設置や手ぶら観光に関する効果の測定ができなかった

2 設置台数や多言語対応への懸念

- ロッカー設置の有効性を効果検証として行った際に、設置台数の少なさや多言語対応への懸念の声があった

令和8年度以降の方針

1 ロッカーの利用状況や観光客のニーズ・満足度の把握

- 本事業にて設置したロッカーを今後も継続して活用し、利用状況を把握するとともに、オルレコースを利用した旅行客にアンケート調査等を通じて満足度や他に必要とする設備等のニーズを把握し、手ぶら観光の推進を図る

2 周知と利用促進

- 設置したロッカーの観光客への周知や利用促進を通じて利用を促すとともに、利用状況や観光客のニーズ・満足度等の効果検証を踏まえて、本取組を継続・改善を図る

地域住民と協働した観光振興

補助事業③	**オルレを通した地域住民と観光客の交流イベント実施**		
事業目的	住民と観光客の交流による地域における観光の恩恵を創出		
実施主体	宮城県蔵王町	実施期間	令和7年10月～令和7年11月

【背景・課題】

- オルレコース造成にかかる周知を町広報誌や該当エリアでの住民説明会にて実施して理解促進を図ってきたが、積極的な関わりが薄く観光客の受入態勢までは整っていない

【事業内容】

- 観光地として住民の生活と共存している遠刈田温泉エリアを活用したオルレコースで住民と観光客が交流できるイベントを実施し、地域での観光の恩恵を再認識させてシビックプライドの向上と地域住民の観光客受入に対する機運醸成を図る

【推進ポイント】

- これまでも観光地として生活の中に観光客を受け入れる環境はあったものの、宿泊施設や観光誘客施設に限定された場所であったため、本イベントの実施を通して地域住民の観光客受入に対する機運醸成をする機会を創出する
- 参加者へのアンケート調査を実施して、必要に応じた協議の場を設ける
- 継続的にイベントを実施し、地域全体での持続可能な観光受入態勢を整備する
- 参加者属性ごとに以下の周知を行い、認知度・参加者の向上を図る
  - 地域住民：住民が来場する町内イベントにて、オルレPRブース内にチラシを配架
  - 地域活動団体：各団体院向けの情報周知
  - 観光客：近隣コースのオルレイベント参加者へチラシの配布

←イベント受付
参加者タグやゴミ拾い
イベント用の備品を配布

←スタート地点から町職員のガイドで始まった
暴風警報発令のため、イベント内容は一部変更

←参加者の様子

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業③	オルレを通した地域住民と観光客の交流イベント実施

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	参加地域住民数

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 50名　（令和7年度）	• 3名　（令和7年度）

成果の詳細

- 令和7年11月1日にプレイベントを開催し、参加者は全体で43名（100名想定）、参加者のうちオルレのコースとして設定されている行政区からの参加者は3名であった　（申込人数50名）
- 地域住民と観光客の参加者タグを色分けしていたため、コースの見どころなどの会話から地域住民と観光客とが互いの交流が図られていた
- 観光客が初めてオルレを歩くイベントであったため、コースオープン前の地域住民の受入態勢の整備に繋がった

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1 住民参加の拡大

- イベント開催時期が「宮城県ツキノワグマ人身被害防止強化月間」であったことから、地域住民からの参加者は当初目標としていた人数に達しなかった。また、イベント当日に暴風警報が発令され、当日キャンセルが発生した
- 参加者の安全を考慮し、当日はイベント内容を一部変更して実施することとなった

2 イベント認知度の向上

- 令和7年度より新たに開始したイベントであることから、地域住民からの認知度が低く、地域住民の参加に繋がらなかった

令和8年度以降の方針

1 地域住民の関心・参加意欲向上の取組

- 地域住民のオルレに関する関心を高める取組として、オルレに関する地域住民向けのイベントや講座等を実施する。地域住民への認知度向上に向けて、町広報誌やHPを活用した地域住民への情報接触機会を増やす取組を行うとともに、令和8年4月17日のオルレコースオープンに向けて、町広報誌に掲載し地域住民への認知度向上を図る
- イベント実施時には、参加者も安心して参加してもらえるよう安全措置を十分に講じるとともに、その内容を参加者に周知する

2 イベントの継続的な開催

- 観光客と地域住民の交流機会を創出することにより、地域住民の観光客受入の機運醸成につながるため、イベントを継続的に実施する

5-③. 主な取組（詳細）

地域全体の観光地域づくりに関わる事業

補助事業④	**地域資源を活用した観光振興へのガイド人材育成計画策定**		
事業目的	地域全体での観光人材育成機会創出持続可能な観光ガイドの確保		
実施主体	宮城県蔵王町	実施期間	令和8年1月～令和8年2月

【背景・課題】

- 地域内での観光人材育成計画を策定し、中長期的なビジョンを設計する
- 一定程度の講座参加を条件とした「オルレガイド」を育成して質の高いガイド人材を確保することで、旅の満足度向上によるKGI達成に繋げる

【事業内容】

- 地域内での観光人材育成計画を策定し、オルレでの持続可能な観光コンテンツを提供できる態勢を整備する
- 地域活動団体へ地域資源を活用した観光振興について理解と認知度の向上を目的としたセミナーを開催する
- 国内外の旅行客をいつでも誰でも受け入れられる態勢を整えるため、地域資源を活用した観光コンテンツをガイドする動画を作成する

【推進ポイント】

- 遠刈田温泉エリアでは、宮城蔵王ガイド協会・蔵王古道の会・蔵王ジオガイドが各々活動しているため、宮城オルレコースオープンを機に地域づくりへの理解・認知度向上の場を設ける
- 本事業においては、上記地域活動団体を中心として、オルレへの興味・関心が高い人材を育成するとともに、蔵王ジオパークの知識を有した蔵王ジオパーク認定ガイド（独自の講義を一定数受講して認定を受けたガイド）を育成する
- セミナーを開催しながら地域活動団体と継続的に意見交換の場を設けて、地域全体での持続可能な観光受入態勢を整備する

5-③. 成果及び今後に向けて

補助事業④	地域資源を活用した観光振興へのガイド人材育成計画策定

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	オルレガイド登録数

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 15名　（令和7年度）	• 17名　（令和7年度）

成果の詳細

- 令和8年1月17日にオルレガイド人材育成研修会を実施し参加者は23名であった。研修会後のオルレガイド登録者は17名で、地域活動団体が全体の約90%となり、初めてガイドに参加する町民もみられた
- オルレガイド登録者が計画時の目標値を上回る人数となり、高い関心を持つ地域活動団体と地域住民が一体となった受入態勢に繋がるような成果がみられた
- 観光人材育成計画を策定する際に、オルレガイドに高い関心を持つ育成研修会申込の段階からアンケートを実施して幅広い意見聴取を実施したことで、具体化した計画策定に繋がった
- ガイド人材育成研修会にてワークショップを実施し、動画に使用するガイド情報だけでなく参加者同士の交流やガイドとしての取組について積極的な意見交換の場となった

令和7年度事業を踏まえた継続課題

① オルレガイドの質・活動の場の提供

- 令和7年度のオルレガイド登録者数は17名と目標を上回り、初めてガイドに参加する地域住民もいた。ガイド登録者が継続的に活動できる場を提供する必要がある

② ガイドの人材確保

- 令和7年度のオルレガイド登録者数は17名となったが、令和8年度以降も継続して登録者の増加を目指す必要がある

令和8年度以降の方針

① 継続的な活動の場の提供

- オルレガイドの登録者の質の維持向上および継続的にガイド活動が実施できるよう、継続的に活動の場を提供し、観光ガイドとしての役割を担うことで地域活性を図る

② 新たな人材育成機会の創出

- 地域住民のオルレに関する関心を高める取組や、オルレガイドの活動の場を継続的に提供することで、オルレガイドへの関心を高め、新規の人材獲得を目指す
- オルレガイドの活動を通じて、研修コンテンツの拡充を行う

11. 山形県山形市

1．地域概要

対象地域	山形市蔵王温泉エリア
申請主体	山形市
計画名	エリア全体での観光客の適切な需要管理による世界に誇れるスノーリゾート”世界の蔵王”の推進事業

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	2,710	2,660	3,510
- 国内	2,260	2,490	3,380
- 訪日外国人旅行者	48	170	130

地域の特徴・観光資源等

- 蔵王温泉スキー場は東北最大のスキー場で、特に樹氷は国内外問わず多くの観光客が訪れる資源となっている
- また、標高の高いエリアの木々に付着する雪（霧氷）が幻想的なロケーションを創り出すため、近年スノーハイクツアーが人気である
- 蔵王温泉のメインストリートである「高湯通り」には、共同浴場などの日帰り温泉や酢川温泉神社など温泉街の雰囲気を感じることが出来る施設がある

協議体制

協議の場

蔵王温泉エリアオーバーツーリズム対策協議会

参加者

行政機関

- 山形市観光戦略課

住民関係者

- 蔵王温泉町内会

事業者

- 蔵王索道協会
- 蔵王温泉観光株式会社
- 株式会社蔵王サンライズ観光
- 蔵王観光開発株式会社
- 蔵王ロープウェイ株式会社
- 蔵王温泉観光協会
- 株式会社ヤマコー
- 山交バス株式会社
- 山交ハイヤー株式会社
- 株式会社DMC蔵王温泉ﾂｰﾘｽﾞﾑｺﾐｯﾃｨ
- 株式会社Yuge
- CKD株式会社
- 株式会社コネクテック
- 有限会社しばスキー
- 有限会社ノエル
- 株式会社緑屋
- 合同会社MとY
- 株式会社大平ホテル
- HAVE A GOOD SLICE

エリアマップ

蔵王中央高原からの眺望

ノンスキーヤーでも楽しめるスノーハイク

樹氷原

高湯通りの酢川温泉神社

温泉（共同浴場・大露天風呂）

2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**樹氷観光の混雑による観光客の満足度低下**	• 蔵王ロープウェイの長蛇の待機列や混雑によるネガティブな口コミの発生により、樹氷鑑賞や樹氷原を滑走するスキー・スノーボードの魅力が損なわれ、観光地・スキー場における観光客の満足度が低下している。 • 厳しい寒冷環境や風雪の影響を受けやすい標高の高いエリアで、長時間待機を余儀なくされることで、観光客の満足度が一層損なわれている。 • 観光客の満足度低下がリピート率の低下につながることが危惧されており、樹氷というキラーコンテンツの混雑を分散させるための魅力あるコンテンツの整備が急務である。	観光客
2.	**駐車場不足と交通混雑がもたらす地域への負荷**	• 駐車場のキャパシティを超える混雑の発生により、地元のスキーヤー、スノーボーダーのスキー場離れ（利用を控える）ことが危惧される。 • 観光客は樹氷鑑賞エリアの来訪のために、貸切バスや公共交通機関（バス）を利用するため、バスの混雑による地元住民への影響や、混雑回避のためのバスの増便対応が地元事業者に発生している。 • レンタカーで訪れる観光客や大型のスーツケースを持った観光客が域内の車道を徒歩で移動するなど、駐車場および付近の路上の混雑が顕著になり、救急車等の緊急車両の進入を妨げるなど、危機管理体制の構築に支障をきたしている。	蔵王温泉内の事業者 公共交通事業者 地域住民
3.	**観光環境の整備不足と情報発信の弱さ**	• 樹氷以外のコンテンツが不十分で、混雑分散や観光客の多様なニーズに応える体制が整っていないため、樹氷以外のコンテンツを充実させ満足度の向上を図り、かつ、高湯通りといった、まちあるきを楽しめるエリアの整備を進めていく必要がある。 • 情報発信の媒体や箇所の不足など、観光客がアクセス可能な情報が限られているため、混雑状況を把握しづらく、回遊性や満足度の向上につながるコンテンツが有効活用されていない。	観光客 蔵王温泉内の事業者

① **長蛇の待機列**

蔵王ロープウェイ山麓駅における待機列

② **繁忙期の駐車場**

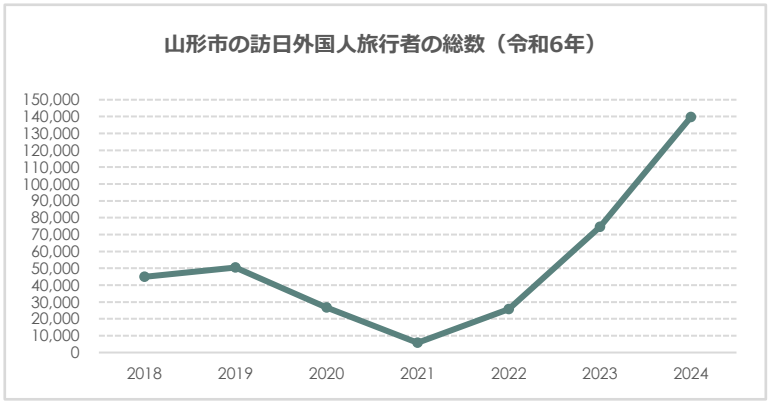
混雑する駐車場（上の台第一駐車場）

③ **閑散としている高湯通り**

人通りの少ない高湯通り

3．背景・要因

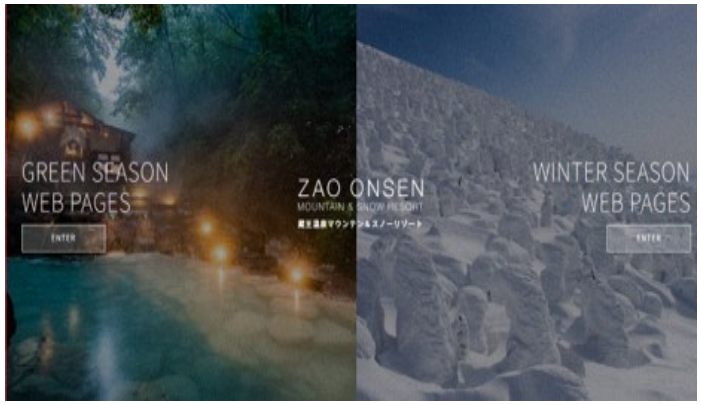
主な背景・要因	
1．訪日外国人旅行者の急増	• アフターコロナを契機として、令和6年には過去最高の139,783人が山形市に訪れ、近年では特に台湾やタイからの訪日外国人旅行者が樹氷観賞の人気の高まりとあわせて、冬季を中心に蔵王温泉エリアに急増している • これにより、従来の交通インフラやサービスでは需要に対応しきれない状況が発生している
2．観光客の受入環境の未整備・コンテンツ不足	• 飲食店における受入のキャパシティの不足など、ロープウェイ以外の場所での滞在や周遊を促進するコンテンツが不足しているため、待ち時間への不満の発生や時間の分散化に繋がらないなどの問題が起きている • 蔵王ロープウェイの輸送力の問題から必然的に生じる待ち時間において、屋外での待機を強いられている
3．域内交通の整備不足	• レンタカーを用いて蔵王温泉エリアを訪れる訪日外国人旅行者が増えた • 域内で適切かつ統一的なサイン等を設置できていないため、違法駐車や駐車場を探せない車による渋滞など、例年にはなかった混雑が発生している
4．混雑状況や回遊コンテンツに係る周知の不十分さ	• 情報発信の媒体や箇所の不足により、混雑状況やエリア内回遊に係るコンテンツの周知が不十分なことから、特に蔵王ロープウェイ（樹氷通り等）における混雑の一極集中が発生している • 昨年度のオーバーツーリズム対策事業において、乗車券の事前予約・購入が可能となったが、十分な周知期間が確保できなかった • 蔵王ロープウェイ以外の滞在スポットや移動手段に関する情報を観光客に周知し、行動変容を促す必要があるが、情報発信が不足している



出所：東北観光DMP(データ提供元：インテージ)：2018年・2023年・2024年
山形市独自収集データ：2019年-2022年

訪日外国人旅行者の急増

蔵王ロープウェイ山麓線における、
屋外へと続く長蛇の待機列



令和5年度に情報の統一を図った蔵王温泉
公式ホームページ

４．対策の概要

目指す姿	観光客の集中により生じている混雑の解消やコアエリア（高湯通り）をはじめとしたエリア内での滞在方法の整備、山形市内を含めて回遊性を向上することで、冬季の蔵王に訪れる「スキーヤー・スノーボーダー」「樹氷観光を目的とする観光客」のそれぞれが待ち時間等がなく、ノンストレスで蔵王温泉エリアでの滞在を楽しめる状態。
KGI	（指標）蔵王ロープウェイ待ち時間における旅行満足度 目標値：「悪い」「とても悪い」の割合２％　（令和7年度） 実績値：「悪い」「とても悪い」の割合４％（令和6年度）

- 令和6年度に実施したオーバーツーリズム対策事業の成果を踏まえ、今年は情報発信の強化や受入環境の整備を軸に事業を展開する。
- 対策協議会を通じて地域全体で課題を共有し、一体的かつ実効性のある取組を推進する。

■補助事業の実施概要

地域全体の観光地域づくりに関わる事業

①交通混雑緩和対策計画事業～観光客・地域住民双方のストレスフリーな地域づくり～

- 駐車場不足・不適切駐車などによる渋滞・事故多発を受け、地域で違反防止と駐車場導線最適化を柱とするエリア全域の混雑緩和計画を策定する

需要の適切な管理

②Webサイト改修および混雑状況配信箇所の再整備事業

- 山麓線上りの平準化に伴い山頂線・山麓線の下り混雑が顕在化したため、優先搭乗と混雑情報の視認性向上へWeb改修とサイネージ設置箇所の見直しを行う

受入環境の整備・増強

③蔵王ロープウェイ山麓駅舎前客だまりスペースの造成事業

- 平準化でピーク待ちは短縮したが最長1.5時間発生しているため、蔵王ロープウェイ山麓線上り待機列向けに防風・防雪対応の待合施設を整備し満足度向上を図る

④完全予約制有料駐車場の整備

- 繁忙期の一般車（訪日外国人旅行者含む）駐車場不足が観光を阻害しているため、横倉第三駐車場を平日含め完全予約制とし市場受容性を検証する

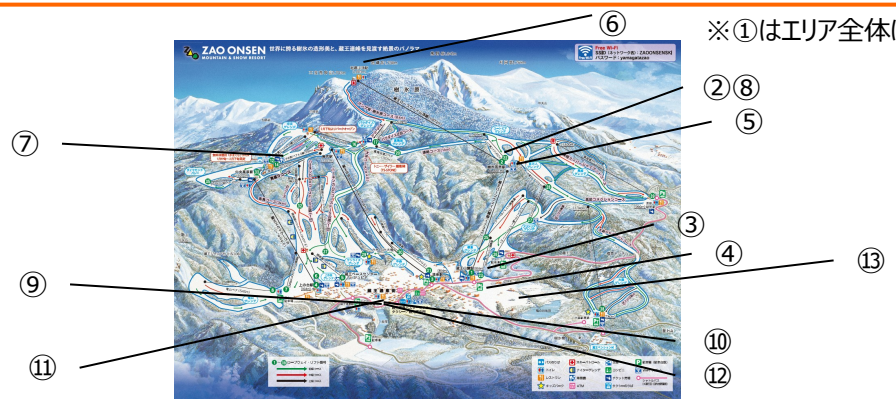
⑤蔵王ロープウェイ樹氷高原駅舎待合箇所の整備及び通路の改修

- 山麓線上り平準化に伴う下り混雑と樹氷高原駅通路への寒風・吹雪吹込みによる満足度低下を受け、同通路の防風・防雪改修を実施し快適性と満足度の向上を図る

⑥蔵王ロープウェイ地蔵山頂駅舎内待合所の改修

- 山麓線上り平準化で下り混雑が生じ、地蔵山頂駅舎客溜まりの防寒・暴風不足で満足度が低下しているため、同箇所に対策を施し山頂レストラン利用者を分散して満足度向上を図る

※①はエリア全体に係る事業



受入環境の整備・増強

⑦中央第1ペアリフトA線搬器の代替

- 蔵王ロープウェイの混雑緩和に向け、中央第一ペアリフトA線をセーフティバー付きに更新して山麓線駅からの一般客乗車を可能にし、別リフト・樹氷以外のコンテンツへの需要分散を図る

⑧蔵王温泉スキー場内全山共通フリーWi-Fi整備事業

- ネット環境の不備で利用者にストレスが生じているため、2024-25の14カ所に加えWi-Fiを3カ所増設してカバーを拡大し、快適な利用環境を提供する

⑨高湯通り空き家の飲食及び物販店舗整備事業

- 寒中の長時間待機とコンテンツ不足で樹氷鑑賞待ちの満足度が低下しているため、高湯通りに飲食・物販を設置し待ち時間を楽しめる場を提供して、蔵王温泉の回遊性と滞在満足度を高める

⑩高湯とおり『湯けむりテラス』

- 回遊コンテンツ不足で蔵王ロープウェイに需要が一極集中しているため、ほっとできる広場・インフォメーション・テイクアウトを融合したランドマーク的スペースを整備し、待ち時間の有効活用と蔵王温泉の魅力向上を図る

⑪蔵王温泉高湯通り空きテナントを活用した飲食事業

- 観光客増加で飲食店不足や「ご飯難民」・マナー問題、空き店舗増加による魅力低下が生じているため、山形市内店のノウハウを活用し遊休不動産に分店を開設して満足度向上と地域活性化を図る

⑫駐車場整備と保管ロッカーの設置及び、予約システムの連動による高湯通り回遊起点の創出

- 高湯通りの駐車・手荷物預かり不足に対し、蔵王温泉地内で駐車場・ロッカーを増設し予約制で円滑化、混雑緩和と回遊促進を図る

需要の分散・平準化

⑬フリーシャトルバス運行事業

- レンタカー個人客増で駐車不足・路上混雑が顕著化しているため、蔵王温泉内を周遊する無料シャトルを運行し樹氷鑑賞客の利便性向上と二次交通の提供を図る

【本地域における取組マップ】

KGI：蔵王ロープウェイ待ち時間における旅行満足度
測定手法：口コミ評価指数（トリップアドバイザー）
現状値：「悪い/とても悪い」の割合4%（令和6年度）
目標値：「悪い/とても悪い」の割合2%（令和7年度）

KPI:地蔵山頂駅【C】山頂線下りの改札からの待機列の長さ
令和6年度 30m（現状）
令和7年度 20m、令和9年度 10m

待合所改修

KPI：樹氷高原駅山麓線下り【B】の改札乗車待機列の長さ
令和6年度 100m（現状）
令和7年度 80m、令和9年度 60m

全山共通
フリーWi-Fi整備

KPI:Wi-Fi接続数
令和6年度 13,212件（現状）
令和7年度 20,000件
令和9年度 50,000件

ペアリフトの改修
（セーフティバー設置）

KPI:山麓駅【A】山麓線上りの改札の待機列の長さ
令和6年度 150m（現状）
令和7年度 120m、令和9年度100m

待合所改修

WEBサイト改修
（混雑状況配信）

KPI：各駅舎における待機列の長さ
山麓駅【A】山麓線上りの改札からの待機列
令和6年度 150m（現状）
令和7年度 120m、令和9年度 100m
樹氷高原駅【B】山麓線下りの改札からの待機列
令和6年度 100m（現状）
令和7年度 80m、令和9年度 60m

KPI:山麓駅【A】山麓線上りの改札からの待機列の長さ
令和6年度 150m（現状）
令和7年度 120m、令和9年度 100m

KPI:駐車延べ台数
令和6年度 2,000台（12月下旬～2月上旬）
令和7年度 3,000台（実施期間の2カ月）令和9年度 4,000台

待合所設置

駐車場整備
ロッカーの設置

KPI:高湯通り飲食店収容席数
令和6年度 200席（現状）
令和7年度 240席、令和9年度 300席

温泉街での
複合施設開設

温泉街に施設開設「湯けむりテラス」

完全予約制の有料駐車場・ロッカー整備

フリーシャトルバス運行

空きテナントを活用した飲食店整備

KPI:ピーク時における店舗稼働率
令和6年度 なし（現状）
令和7年度 60%、令和9年度 80%

KPI:施設利用者数
令和6年度 0名（現状）
令和7年度 5,000名、令和9年度 10,000名

KPI:1日当たりの駐車場とロッカーの利用台数の合計
令和6年度 0名（現状）
令和7年度 100名、令和9年度 120名

KPI:フリーシャトルバスの乗車人員
令和6年度 5,104人（現状）
令和7年度 8,000人
令和9年度 10,000人

5-①. 主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業③	**蔵王ロープウェイ山麓駅舎前客だまりスペースの造成事業**		
事業目的	令和6年度に実施したオーバーツーリズム対策事業にて、山麓線上りの輸送量の平準化を図った結果、短い時間ではあるが慢性的な待ち時間が発生することとなった。観光客が待機中に楽しめるコンテンツが不足していることに加え、待機列が駐車場に伸びるなど安全上の問題が生じているため、展示物を併設した客だまりスペースを造成し、リアルタイムで待ち時間の情報発信を行うことで、利用者の安全性や満足度の向上を図る。		
実施主体	蔵王ロープウェイ株式会社	**実施期間**	令和7年12月～令和8年2月

【背景・課題】

- 令和6年度に実施したオーバーツーリズム対策事業では、山麓線上りの輸送量の平準化を図ったものの、一定時間において慢性的な待ち時間が発生した
- 具体的には、蔵王ロープウェイ山麓線の乗車待ちの待機列が山麓駅舎を超えて隣接する駐車場まで延び、混雑した駐車場内で観光客の安全性が懸念される状況となった
- さらに、待ち時間中に同敷地内で楽しめるコンテンツが不足していることから、観光客の滞在満足度が低下する課題も浮き彫りになっている

駐車場を囲んで乗車を待つ観光客

【事業内容】

- 蔵王ロープウェイ山麓線上りの乗車待機列に並ぶ観光客の安全性を確保するため、駐車場内に客だまりスペースを新設し、観光客と車両が交錯しないようエリア分けを行った
- また、客だまりスペース内には東武電車の客車を展示し、待ち時間中でも視覚的に楽しめるコンテンツを提供することで、利用者の満足度向上を図った

客だまりスペース増設後の待機列

【推進ポイント】

★ロープウェイ混雑緩和と観光体験価値向上への包括的な取り組み

- ロープウェイ山麓線における混雑緩和と観光客の満足度向上を図るため、ピーク時間帯（11:00–13:00）における屋外での待ち時間をKPI（重要業績評価指標）として定点観測を実施。現状値から目標値への低減を継続的にモニタリングし、得られたデータを基に入場分散、案内体制の強化、予約システムの導入などの対策を最適化した。
  これにより、混雑によるストレスの軽減と観光客のスムーズな移動を実現し、安全性と快適性を両立する環境を整備した
- さらに、駐車場内に新設した客だまりスペースには、東武鉄道の歴史的に貴重な客車を展示し、待ち時間中でも視覚的に楽しめるコンテンツを提供。鉄道ファンや家族連れをはじめ、幅広い層の興味を引き付けることで、新たな来訪動機を創出した
  この展示は単なる観光資源としてだけでなく、通年イベントの核としても機能させることで、冬季に偏りがちな観光需要を年間を通じて均等化し、地域全体の経済活性化を推進した

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業③	蔵王ロープウェイ山麓駅舎前客だまりスペースの造成事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	乗車待機列の長さ

令和7年度に掲げた目標値

- 山麓駅山麓線上りの改札からの待機列 120m

事業の成果/目標の検証結果

- 山麓駅山麓線上りの改札からの待機列 平均124m（※令和7年12月に1回、令和8年1月に4回測定した結果の平均）

成果の詳細

- 蔵王山麓駅山麓線上り乗車の待機列は、本事業前の平均150mから平均124mまで減少し、乗車待機時間に換算すると約20分程が短縮解消された
- 客溜りスペースを増設したことにより安全と快適性の高い待機所が確保でき、乗客の速やかな誘導が可能となり効率のよい乗車が可能となった

東武鉄道8000系車両

令和7年度事業を踏まえた継続課題

目標達成と時間帯均一分散

- 本事業は目標数値に近い成果を上げた一方、混雑は天候や訪日外国人旅行者の動向に左右され、時間帯の均一分散は今後の検討課題である
- 気象・需要予測に基づく誘導強化と、事前情報発信・リアルタイム表示・運用調整の連携を進め、分散効果と満足度の安定化を図る
- 併せて、データに基づくPDCAの継続により改善を積み重ねる

令和8年度以降の方針

客溜りスペースと東武8000系車両による通年型モデルコースの情報発信

- 増設した客溜りスペースと東武鉄道8000系車両を一体的に活用し、季節・天候に応じた蔵王温泉の通年型モデルコースをサイネージとデジタルで発信する
- QRコードで地図・所要時間・運行情報へ誘導し、宿泊・索道・交通事業者と同一メッセージを共有して回遊分散と利便性の向上を図る

5-②. 主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業⑨	**高湯通り空き家の飲食及び物販店舗整備事業**		
事業目的	蔵王温泉高湯通りの空き家に飲食及び物販店舗を整備し、樹氷鑑賞の待ち時間の回遊性の向上と飲食店の混雑を解消をすることで、訪れる人々の満足度を向上させ、地域の魅力を高める		
実施主体	株式会社Yuge	実施期間	令和7年9月～令和8年1月

【背景・課題】
- 訪日外国人旅行者を含めた蔵王温泉スキー場の利用者（観光客）が年々増加しており、蔵王温泉高湯通りの飲食店不足や一極集中が課題視されていた

【事業内容】
- 蔵王温泉高湯通りにおける飲食店不足を解消し、観光客の満足度向上と地域の経済活性化を図ることを主な目的として、蔵王温泉高湯通りの空き家に飲食及び物販店舗を整備し、冬季の夜間を含めいつでも観光客が快適に食事を楽しめる環境を提供した

【推進ポイント】
★空き家活用による地域回遊性向上と経済活性化の推進
- 空き家を活用して飲食・物販店舗を整備し、冬季の夜間を含む通年・多時間帯の提供体制を確立することで、来訪者満足度の向上と滞在・消費拡大を実現した
- 蔵王ロープウェイの一極集中を緩和し、高湯通りへの回遊性と賑わいを高めることで、地域経済の活性化と地域課題である空き家の有効活用を両立させた

飲食スペースの整備/空き家（旧旅館）を活用した店舗

トイレの整備（和式から洋式へ）

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業⑨	高湯通り空き家の飲食及び物販店舗整備事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	店舗稼働率

令和7年度に掲げた目標値

- 65%（88人/135人）

事業の成果/目標の検証結果

- 80%

※測定期間：令和8年1月1日～2月22日までの土日祝日

成果の詳細

- ピーク時である土日祝の11:00～14:00における店舗稼働率を60%と目標設定していたが、実際には80%を達成する結果となり、目標を大きく上回る成果を得ることができた
- また、具体的なデータはないものの、高湯通りにおける人通りが増加しているとの感覚値も得られており、エリア全体の活性化が進んでいることが示唆される
- 蔵王温泉高湯通りに新たに飲食および物販店舗を設置し、飲食店および物販店の整備を行った結果、エリア内の新たな拠点として機能し、蔵王温泉全体の回遊性向上に大きく寄与した。樹氷鑑賞の待ち時間に滞在できるエリアとして高湯通りが受け皿となり得ることが確認され、観光客の滞在体験をより豊かにする役割を果たすことがわかった
- さらに、事業開始前に実施した積極的なプロモーション活動が成果を上げ、PRタイムズや自社SNSを活用した情報発信により、事前の認知度拡大を図り、店舗導入の促進につながった。特に近隣の旅館や観光施設にフライヤーを設置することで、宿泊中や観光中といった「旅ナカ」のタイミングで観光客を誘導することができ、高湯通りへの集客効果を高めることができた

飲食スペースの整備/空き家（旧旅館）を活用した店舗の変化▶

令和7年度事業を踏まえた継続課題

物販入店率の伸び悩みとロープウェイ行列による分散不足

- 物販店の看板デザインや商品ラインナップの訴求力が弱く入店率が伸び悩む一方、蔵王ロープウェイでは行列が続き観光客の分散が不十分である
- 動線最適化、施設間連携、新規コンテンツ創出を含む包括的な改善が必要である

令和8年度以降の方針

入店誘導強化とオリジナルグッズ拡充による集客・分散の両立

- サイン計画・店頭VMD・導線整備・クーポン等の入店誘導施策を検討・実装し、ロープウェイ待ち時間と連動した回遊導線を構築する
- 地域コラボや季節・樹氷モチーフを取り入れた多様なオリジナルグッズを制作し、来店動機と購買を強化する

5-③. 主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業⑩	**高湯とおり『湯けむりテラス』**		
事業目的	蔵王温泉の新たなランドマーク的な施設として、『湯けむりテラス』を高湯通り温泉街に設置して、温泉の恵みを五感で味わえる特別な空間を提供する		
実施主体	株式会社大平ホテル	**実施期間**	令和7年8月～令和7年12月

【背景・課題】

- 蔵王温泉スキー場と言えば、「樹氷」というイメージが強く、蔵王に訪れる多くの観光客の目的は冬の樹氷観光である
- そのため、冬の樹氷観光を目指して訪れた観光客で蔵王ロープウェイは混雑し、混雑による満足度低下が危惧されており、樹氷だけではない蔵王温泉の魅力を向上させ、お客様を蔵王ロープウェイから蔵王温泉街へと誘導し、周遊させる必要がある

【事業内容】

- 温泉が中心に位置する空間に、ランドマークのような、ホッとなる広場・蔵王温泉インフォメーション・テイクアウトフードの３つが融合したスペースを設けることで、蔵王ロープウェイの待ち時間の有効活用を促し、蔵王温泉の魅力をさらに高めた
- また、16:30～22:30では変色型のライトアップ・イルミネーションを実施し、スキーやスノボを終えた人でも楽しめる、夜の蔵王の新コンテンツにも取り組んだ

【推進ポイント】

★地域連携による協力体制の構築

- 蔵王温泉観光協会や高湯通りの事業者との連携を強化し、地域全体での観光資源の活用と相互支援を促進した。これにより、観光客に対して蔵王温泉街の魅力を包括的に発信し、蔵王ロープウェイから温泉街へと誘導する仕組みを構築した。地域内での情報共有を徹底することで、観光客の回遊性を高めるとともに、地域全体の観光価値を向上させる取り組みを推進した

★SNSを活用した認知度向上施策

- 善七乃湯のFacebook、Instagram、Googleマップへの登録を行い、湯けむりテラスの認知度向上に向けた効果的な情報発信を実施した。これらのSNSプラットフォームを活用して、観光客に対してリアルタイムで施設情報やイベント内容を発信し、訪問動機を高める工夫を行った。また、SNSを通じて観光客の口コミやレビューを蓄積することで、蔵王温泉の魅力をさらに広める効果も期待できる施策を展開した

★イベントスペースの登録による利用促進

- 湯けむりテラスを「SHOPCOUNTER レンタル・イベントスペース」に登録することで、地域の事業者や観光客に向けてスペースの利用を促進した。この登録により、湯けむりテラスが単なる観光拠点としてだけでなく、イベントや体験型コンテンツを実施できる場としても活用されることを目指した。これにより、観光客の滞在時間を延長し、地域内消費を促進する効果が期待される

改修前（空き地）

改修後（お客様の利用風景）

5-③. 成果及び今後に向けて

補助事業⑩	高湯とおり『湯けむりテラス』

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	利用者数

令和7年度に掲げた目標値

- 5,000人

事業の成果/目標の検証結果

- 4,500人　※検証期間：令和8年1月13日～令和8年2月5日

成果の詳細

- Googleマップを見て、来場者が訪問していた
- 湯けむりテラスをきっかけに、高湯通りを歩く観光客が増えた
- Facebook等のSNSで高評価を得て、多くの方が閲覧していることが分かった
- イベント開催希望の問い合わせが、2件あった
- 令和7年12月25日オープニングイベントを開催した（ホットワイン・ジンギスカンの無料提供）
- 2026年2月7日樹氷まつりに合わせイベントを開催した（ホットワイン・ドーナツの無料提供）

令和7年度事業を踏まえた継続課題

開業直後の認知不足と冬季運営制約（除雪・準備負荷）

- オープン間もないため認知度の向上が急務である
- 冬季は除雪作業が困難でイベント準備に時間を要し、開催の安定性・頻度に制約が生じている

令和8年度以降の方針

観光協会連携によるPR強化と学生協働サイン整備・定期イベント化

- 蔵王温泉観光協会と連携し広報を強化する
- 東北芸術工科大学の学生とインフォメーション看板を制作・設置して現地案内を改善。年間20回の定期イベントを運営目標とし、冬季に向けた除雪・準備体制の強化も併行して実施する

4-①. 対策の概要

- 蔵王ロープウェイの混雑を緩和するため、ダイナミックプライシング価格を設定した予約システムを導入し、需要の適切な管理を行うとともに混雑状況を発信する
- ロープウェイ一極集中の要因として、蔵王エリアの滞在コンテンツの不足やロープウェイ以外の場所に関する情報発信不足が考えられるため、受入環境を整備（コンテンツ造成や情報発信等）する

※エリアマップは紙面の都合上次頁

需要の適切な管理

取組み

①蔵王ロープウェイの混雑緩和

内容

- 時間あたりの輸送量に対する適切な需要コントロール体制の未整備が課題。価格変動制及び予約システムを導入し、需要を適切にコントロールする
- あわせて、優先搭乗環境を整備する
- 予約システムの導入に関する周知施策
- 予約状況や混雑状況の可視化とその周知（デジタルサイネージ/WEBサイト/現地でのQR表示を活用した周知）
- 事前予約者や乗車待ち観光客の待機スペースの創出

観光客の分散・平準化

取組み

②サイネージを活用した情報発信
③滞在情報をまとめたパンフレット製作等

内容

- 情報発信環境が整備されておらず、ロープウェイへの一極集中が加速している
- パンフレットやサイネージを活用した情報発信を行うことで、観光客の分散を図る

受入環境の整備・増強

取組み

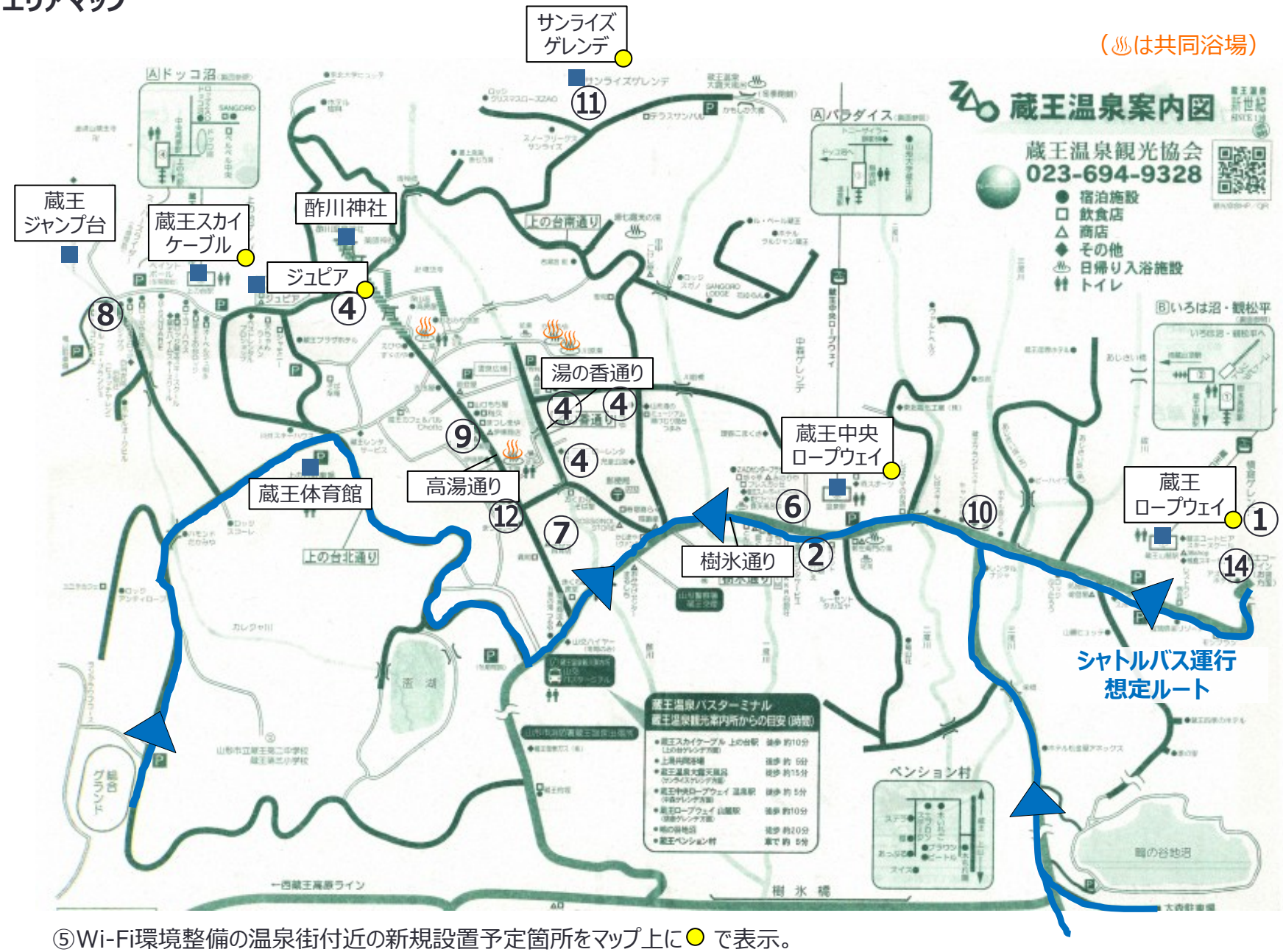
④蔵王温泉エリアの道標整備
⑤蔵王温泉スキー場全山でのWi-Fi環境の整備
⑥キッチンカー運営事業
⑦遊休不動産の飲食店活用（高湯通り・上の台エリア）
⑨遊休不動産の複合施設活用（高湯通り）
⑩スキー・スノボレンタル環境の整備
⑪スキーヤー・スノーボーダーの利用環境整備
⑫飲食店の予約・受入環境整備
⑬日帰り温浴施設の受入環境整備
⑭無料シャトルバス・定額タクシーの運行

内容

- 滞在・利用コンテンツが整備されておらず、ロープウェイの予約システムが導入されても待ち時間を有効活用できない。また飲食店も不足しているため、蔵王温泉エリアに滞在してもうらうための環境整備を行う
- エリア内の二次交通が不十分なため、無料シャトルバス（前年より運行日数拡大）と定額タクシーを運行し、エリア内の回遊性を高める

エリアマップ

（♨は共同浴場）



⑤Wi-Fi環境整備の温泉街付近の新規設置予定箇所をマップ上に● で表示。
（温泉街のほか、各ゲレンデのリフト・ロープウェイ乗降場にも設置予定）

5-①. 主な取組み（詳細）

課題	取組み
蔵王ロープウェイの混雑・待ち時間発生による観光客満足度の低下	**蔵王ロープウェイの混雑緩和施策** • 実施期間：令和6年12月～令和7年2月 • 実施主体：蔵王ロープウェイ株式会社

事業内容

①：ロープウェイ乗車券の事前予約の導入
- 時間ごとの乗車券の事前購入が可能なWEBチケットシステムと対応する発券機を導入。12月上旬から事前予約チケットを販売

②：ロープウェイ乗車券の変動価格制導入

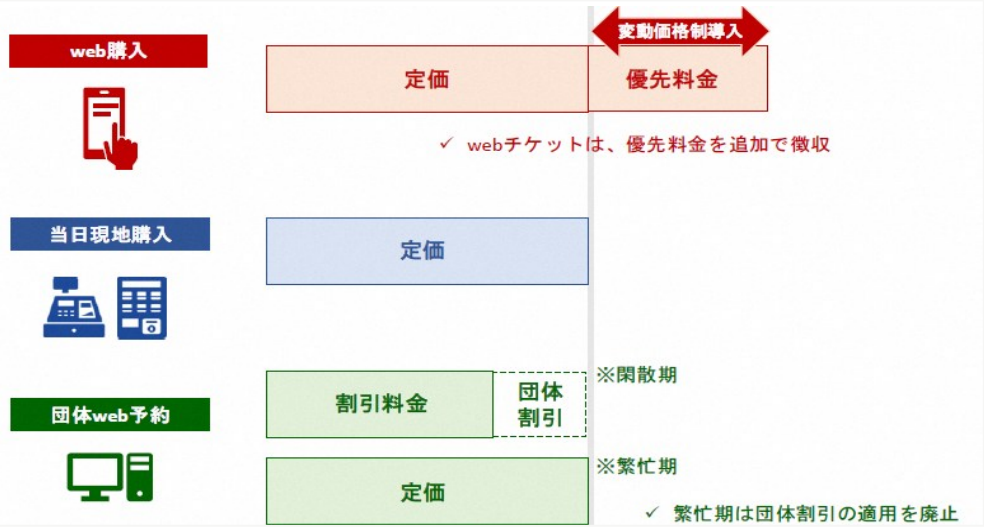
③：優先乗車環境の整備（乗車レーンの整備）

④：予約状況・混雑状況の可視化（AIカメラによる分析）
- 混雑情報はAIカメラで情報を取得し、混雑状況配信時は混雑具合を色分けして発信

⑤：乗車待機客向けのキッチンカーの設置

⑥：事前予約制の周知
- サイネージによる情報発信、蔵王ロープウェイの混雑情報およびチケット購入サイトにアクセスできるQRコードを各所に設置予定

乗車券の事前予約・変動価格制イメージ



【背景・目的】
- 蔵王ロープウェイに観光客が集中し、混雑が発生。一極集中により地域回遊性が低い状況
- 事前予約制導入により、事前に乗車可能な時間帯がわかることで、時間を有効活用が可能となり、温泉街の回遊促進や観光消費額の増加に繋げる
- 変動価格制の導入により、利用状況の差を縮小し観光客満足度向上につなげる
- また需要傾向を正確に把握し、運行計画や価格設定の精度向上、運用方法の見直しに活かす

5-②. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- ロープウェイの事前予約システム及び優先乗車券を販売することで、観光客の分散を図り、**ロープウェイ乗車の待ち時間を短縮**する

事業の成果／目標の検証結果

- ロープウェイの**待ち時間は約１時間短縮**した
  - 待ち時間：**約2.5時間**（前年度）→**約1.5時間**

成果詳細

事前予約の導入

【結果】

- 12月よりWEBサイト上にて、事前チケットを予約販売開始
- 当初は曜日や時間帯ごとの変動価格設定を想定していたが、天候にも左右されるため、**令和６年度は“優先乗車券”として、通常価格よりも800円高い、5000円で定額販売、優先チケットのニーズと価格を検証**した
- ゴンドラの収容人数の問題で一日あたりの輸送人数には限りがあるため、全体の1/3に当たる人数分は当日販売とし、**残り2/3を優先チケットとしてWEB販売**したところ、**優先チケットは即日完売**した
- 昨年までは午前中に長蛇の列ができ、夕方はすいていることが多かったが、時間指定チケットを販売したことで、**時間ごとの乗車人数の平準化を図ることができた**
- ゴンドラの収容人数が限られており、効率的に輸送するために団体客と個人客の人数配分を検討。令和６年度は1時間当たり団体バスの受け入れを４台までとして対応した
- **ロープウェイの待ち時間は前年度約2.5時間であったが令和６年度は約1.5時間へと短縮**した。令和６年度は前年度と比較し来訪者数が多く、特に欧米圏からの訪日客が増加したため、**事前予約制の効果は見られた**ものの、待機列の**待ち時間の完全解消には至らなかった**

混雑情報の発信

【結果】

- 従来のライブカメラ映像に加え、**令和６年度は新たにAIカメラを設置**し、その情報をもとに**予約サイトやデジタルサイネージ**（山形駅やバスターミナル）にて、**混雑情報を発信**した
- 「混雑状況を見て、時間帯を変えた」という声もあり、分散化の効果は一定あったと考えられる

５-③．成果及び今後に向けて

令和６年度の取組みから見えてきた課題

1 ロープウェイの待ち時間発生への追加対応

- 優先チケットが完売してしまい、当日チケット購入者によるロープウェイの待機列ができてしまった
- 優先チケットの追加料金設定(800円)が安すぎた可能性がある。今後価格を上げる場合、価格設定の根拠が必要となるため、令和７年度に向けての方向性や数値の妥当性を検証できた点で令和６年度事業は有意義な検証となった
- 事前予約制の導入により来客数が平準化されたたため、５年度に比べて午後も混雑が発生することとなった
- 予約せずに来訪した団体バスもあり、待機列ができる要因となってしまった
- ロープウェイの待ち時間を完全になくすことは難しいため、待機時間で楽しめる環境の整備が必要

2 飲食店ニーズへの対応

- 従前から飲食店が少ないという意見があり、令和６年度は遊休不動産の活用や飲食店の改装、キッチンカーの配備を行った
- キッチンカーではハラール認証に対応したお店を出すことで様々なニーズに対応できた。またワンハンドで食べられる食事（例：おにぎり、饅頭）のニーズが高いことが明らかとなった
- 一方で、売り上げが想定よりも芳しくない飲食店もあり、今後は工夫が必要である

令和７年以降に取り組むべきと考えること

1 変動価格制の導入

- 優先チケットのニーズがあることが明らかとなったため、令和７年度は曜日ごとや時間帯ごとの変動価格制チケット販売を視野に検討を進める
- 予約せずに来訪した団体バスもあったため、周知活動にも力を入れるとともに、バス会社等とも連携していく

2 待機場所の整備など、さらなる受入環境の充実

- ゴンドラの輸送力の問題で、ロープウェイ待ちの時間をゼロにすることは難しいため、待機時間を楽しんでもらうための環境整備も考える必要
- 来客数の平準化により、午後の上り線の利用者が増えたため、下り線の混雑が発生し、新たな対策が必要となった
- 飲食店に対するニーズが鮮明になったため、令和7年度も継続してキッチンカー事業を行う他、樹氷高原駅付近に喫食提供のできる客溜り機能やテラス席を設けた施設の整備を検討中

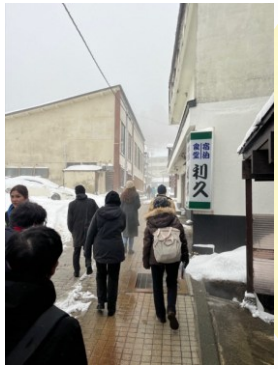
3 地域一体となった観光地づくりの推進

- モデルコースを作成し、より多くの人に樹氷鑑賞を楽しんでもらうだけでなく、樹氷以外の観光資源についても発信することで、山形全体を人気観光地にすることを目指す

現状について

- 令和7年度は、地域一体型として事業を実施。

5-④.　（参考）蔵王温泉エリアの目指す姿



■ 賑わいを取り戻した高湯通り

■ 快適に利用できるようになったロープウェイ

蔵王ロープウェイエリアに集中する観光客を蔵王温泉エリアに分散化することで
スキーヤーや樹氷鑑賞客の快適・安全性向上を図りつつ、地域全体へ経済波及効果を拡大させる

12. 山形県尾花沢市

1．地域概要

対象地域	山形県尾花沢市（銀山温泉エリア）
申請主体	山形県尾花沢市
計画名	「GINZAN is an Art Museum」 持続可能な観光地づくり計画

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	441	329	306
- 国内	418	317	286
-訪日外国人旅行者	23	12	20

地域の特徴・観光資源等

- 尾花沢市東部の山あいにある国内有数の観光地
- 木造多層建築の旅館等（大正中期～昭和初期に形成）が軒を連ねる、ノスタルジックな街並み
- 「銀山温泉家並保存条例」に基づいた官民連携での景観づくりに取り組んでいる。
- 特に冬期間は、ノスタルジックな街並みに雪が映え、国内外からの観光客でにぎわっている。

協議体制

協議の場

尾花沢市持続可能な観光地づくり協議会

参加者

行政機関

- 尾花沢市（商工観光課）
- 山形県
- 東北運輸局

住民関係者

- 銀山地区住民代表

事業者

- 銀山温泉組合
- 銀山温泉女将会
- (株)銀山荘
- (株)明友
- (有)はながさバス
- (株)尾花沢タクシー
- 尾花沢観光産業連絡協議会
- (一社)市観光物産協会
- (株)市ふるさと振興公社

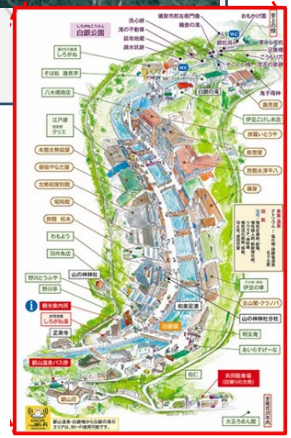
エリアマップ

大正ろまん館
（パーク＆ライド（※以下P&Rとする）拠点）

銀山温泉の夕景

出典：国土地理院の地図データを加工して作成

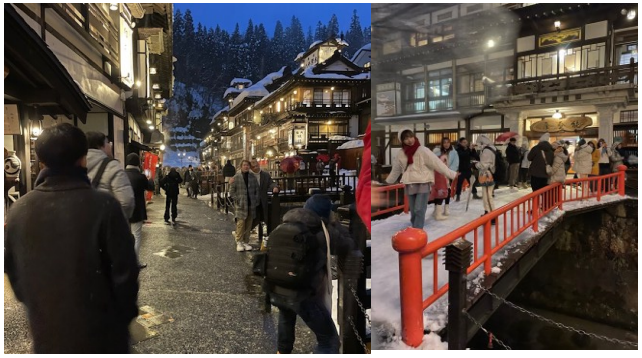
白銀の滝



2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**混雑による 銀山温泉街の魅力低下**	• 大型連休や冬期には温泉街がすれ違いが困難なほど、著しく混雑している • 過度な混雑で景観が阻害されることで特に宿泊客の満足度低下が懸念されている • 実際、令和6年度の調査では、約40%の来訪者が混雑によって「銀山温泉らしさが失われている」と感じていることが明らかとなった	地域資源・観光客
2.	**豪雪地帯における 交通支障の発生**	• 温泉街へのアクセス道路は幅員が狭く、車と歩行者の接触事故リスクや緊急車両の通行支障が生じている • ノーマルタイヤで来訪した車が立ち往生する事象が頻繁に発生しているほか、違法駐車が除排雪作業にも支障を与えるなど、豪雪地帯ならではの交通障害が多数発生している	地域住民・観光客
3.	**マナー・受入整備不足 による環境悪化**	• 文化の違いから生じる不適切なトイレ利用やゴミのポイ捨てが発生しているため、景観や自然環境への悪影響が懸念されている • トイレが少なく、かつユニバーサルデザインにも対応していないため、多様な観光客の受入環境が十分に整備されていない	地域資源・地域住民・観光客

① 混雑による銀山温泉街の魅力低下



冬期間の温泉街

特に写真スポットは混雑し、順番待ちの列が発生している

② 豪雪地帯における交通支障の発生

温泉街に通じる県道

道路脇に雪が堆積するため、冬期間はさらに幅員が狭まり車両のすれ違いが困難である

③ マナー・受入整備不足による環境悪化

パークアンドライド拠点の駐車場内と温泉街内のトイレ

衛生的なトイレ環境の維持が困難である

3．背景・要因

主な背景・要因

1.	**受入許容が限られる山間の狭小エリア**	• 銀山温泉街は山あいの突き当たりに位置する狭小エリアで、宿泊施設の受入許容も約160室と非常に限られている • さらに、温泉街へ至る道路も幅員が狭く、特に冬季の除雪時には車両のすれ違いが困難となる
2.	**特定時間に集中する日帰り観光客／訪日外国人旅行者の急増**	• ガス灯が点灯する夕方以降の時間帯に、ガス灯に照らされる歴史ある温泉街のフォトジェニックな光景を求め日帰り観光客が集中する • 近年、外国人旅行者も急増しており、令和4年の0.3万人（1.1%）から令和5年には2.0万人（6.2%）へと大幅に増加した • 日本や温泉特有のルール・マナーへの理解不足に加え、観光需要の多様化への受入体制が十分に整っていないことも問題となっている

1．狭小エリア

出典：国土地理院の地図データを加工して作成

2-1．特定時間に集中する日帰り観光客

2-2．訪日外国人旅行者の急増

4．対策の概要

目指す姿	**非日常をゆったり感じる、銀山温泉　～GINZAN　is an　Art Museum～ 100年前の面影を残す銀山温泉を美術館に見立て、観光付加価値の創出と歴史的景観の保全を追求しつつ、今後100年先まで守り続ける。観光業に携わる方々の生業を守り、ひいては「市民が住み続けられるまち」の実現につなげていく。**
KGI	**銀山温泉における旅行満足度（大変満足）** 目標値：70.0%（令和9年度）｜ 実績値：65.6%（令和6年度）

- 令和6年度に立ち上げた「持続可能な観光地づくり協議会」での議論を繰り返しながら、銀山温泉における滞在価値の向上をめざす。
- 令和6年度は冬期間に「マイカー規制と来訪者の総量調整」の実証実験を実施したところ、来訪者の行動変容が見られるなど一定の成果があった。
- 「マイカー規制と来訪者の総量調整」については、今後の実装を見据えてさらに深掘りする必要がある。

※③④はエリア全体に係る事業

出典：国土地理院の地図データを加工して作成

■補助事業の実施概要

受入環境の整備・増強

①マイカー規制等実証事業

- 特に大型連休や冬期間は、温泉街においてすれ違いが困難なほどの混雑や車と歩行者の接触事故、緊急車両の通行支障が生じている
- 交通支障を低減するため、マイカー規制（パークアンドライド方式）の実証実験を実施。特に夕方以降は混雑が予想されるため、来訪者の流入調整（平準化・分散化）の実証実験を併せて行う

②公衆用トイレ改修事業

- 文化の違いから生じる不適切なトイレ利用やゴミのポイ捨てが発生し、景観や自然環境への悪影響が生じている
- 多様な観光客の受入体制を整える一つの取組として、まずは唯一の公衆用トイレを改修する（スロープの設置、多機能トイレの増設等）

地域住民と協働した観光振興

③レスポンシブルツーリズム推進事業

- 過度な混雑で景観が阻害されることで特に宿泊客の満足度低下が懸念され、令和6年度の調査では、約40%の来訪者が混雑によって「銀山温泉らしさが失われている」と感じていることが明らかとなった
- 銀山温泉の魅力を取り戻すため、尾花沢らしいレスポンシブルツーリズムのあり方検討（WS等）を通じて、シビックプライドを醸成する

需要の適切な管理

④持続可能な観光財源検討事業

- 過度な混雑で景観が阻害されることや冬期間の安全性への不安から、銀山温泉における滞在価値の低下が懸念される
- 滞在価値の向上や付加価値の追求に資する取組継続には多額の費用を要することを踏まえ、地域の特性や先進事例等を踏まえつつ、尾花沢（銀山温泉）らしい入域料等のあり方を検討する

【本地域における取組マップ】

地域全体に係る事業

持続可能な観光財源検討事業

KPI：検討の進捗率
令和7年度　50%
令和8年度　100%

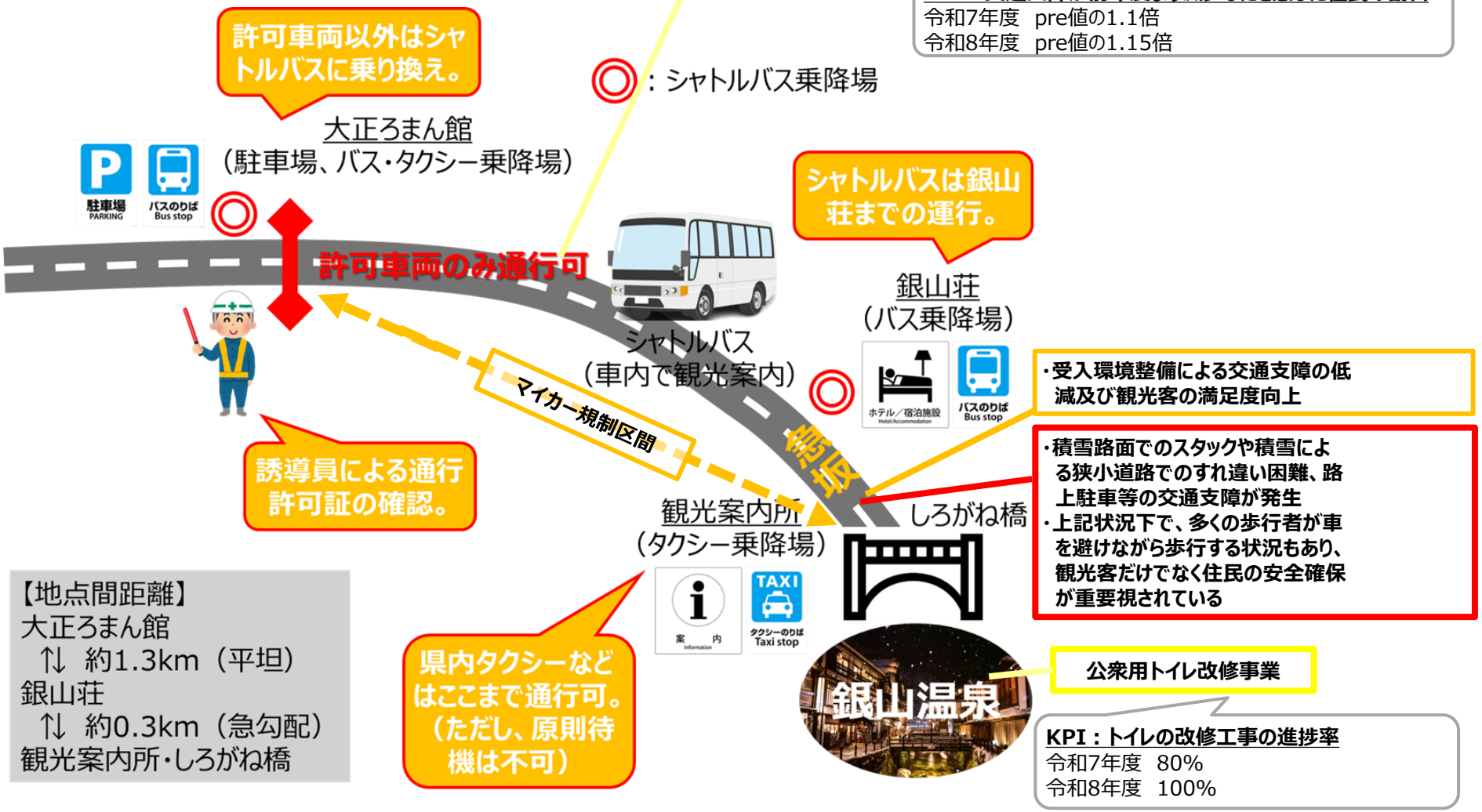
レスポンシブルツーリズム推進事業

KPI：まちへの愛着度（愛着を感じている人の割合）
令和7年度　pre値の1.1倍
令和8年度　pre値の1.15倍

KGI：銀山温泉における旅行満足度（大変満足）
- 測定手法：アンケート調査
- 現状値：65.6%（令和6年度）
- 目標値：70.0%（令和9年度）

マイカー規制等実証事業

KPI：交通支障が前年度より減少したと感じた住民の割合
令和7年度　pre値の1.1倍
令和8年度　pre値の1.15倍



【地点間距離】
大正ろまん館
　↑↓ 約1.3km（平坦）
銀山荘
　↑↓ 約0.3km（急勾配）
観光案内所・しろがね橋

- 受入環境整備による交通支障の低減及び観光客の満足度向上
- 積雪路面でのスタックや積雪による狭小道路でのすれ違い困難、路上駐車等の交通支障が発生
- 上記状況下で、多くの歩行者が車を避けながら歩行する状況もあり、観光客だけでなく住民の安全確保が重要視されている

公衆用トイレ改修事業

KPI：トイレの改修工事の進捗率
令和7年度　80%
令和8年度　100%

5-①. 主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業①	**マイカー規制等実証事業**		
事業目的	• 地域住民と来訪者の安全確保 • 温泉街の混雑緩和		
実施主体	尾花沢市	**実施期間**	令和7年11月～令和8年2月 ※実証事業期間後（～3月上旬）も独自で継続予定

【背景・課題】
- 銀山温泉は国内外から多くの観光客が訪れる人気観光地であり、特定の時間帯（冬期、ガス灯点灯時）は温泉街が著しく混雑し、すれ違うことも困難な状況
- 観光客の満足度低下のみならず、観光客および地域住民の安全確保にも大きな懸念が生じており、持続可能な方法での改善が求められる

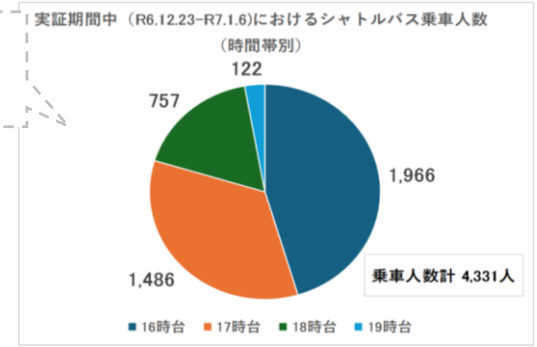
【事業内容】 ※下線箇所が令和6年度から更新した点

①交通支障の減少に資する取組 ⇒有効
- マイカー規制（パークアンドライド方式）の実施（11/1～3、11/22～24、12/20～1/31）
- ※一部事業実施期間以降も銀山温泉組合主導で実施）
- 将来的な通年実施の可能性を踏まえた、データ収集の実施（11月に連続した1週間のデータ収集）
- 誘導員の配置時間：9時～21時、シャトルバスの運行時間：9～18時（復路は19時半が最終便）

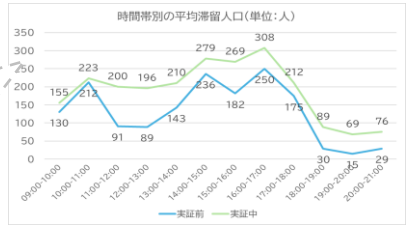
②混雑緩和、来訪者の分散化に資する取組 ⇒有効
- 予約制シャトルバスではなく、運行本数を終日調整することにより総量調整を実施 ⇒**有効**
- 銀山温泉シャトルバス時間帯別運賃の試験的導入 ⇒ **行動変容効果小（運賃の多寡は行動変容の動機付けにつながりづらい）**
- 時間指定・座席定員料金制度（プライオリティ・パス）の試験的導入 ⇒**非常に有効（待たずに乗車できることの価値容認）**
- 大型バス駐車場予約制の試験的導入（追加料金2,000円、大正ろまん館の駐車場を最大2時間利用可能な予約制度）⇒**有効**
- 混雑予報カレンダーの公表 ⇒**行動変容効果小（ただし、継続して発信することが重要）**

③来訪者満足度向上に資する取組 ⇒有効（ただし、改善が必要）
- シャトルバス内での観光案内に関する動画放映

〈シャトルバス運行時間の検討〉
夕刻以降の来訪者のうち、約80%が17時台までに来訪している。



〈時間帯別運賃の検討〉
令和6年度実証期間中のデータによると、来訪は14～18時に集中し、11～14時は他の時間帯に比較して少ない。



【推進ポイント】

①交通支障の減少に資する取組
- マイカー規制（パークアンドライド方式）の実施に加え、将来的な通年実施を見据えたデータ収集を行うことで、交通混雑の緩和と安全な交通環境の確保に向けて深掘りする

②混雑緩和、来訪者の分散化に資する取組
- シャトルバスの運行本数や運賃の時間帯別変動、優先乗車制度、大型バス駐車場予約制など多様な仕組みを試行し、来訪者の分散と混雑ピークの平準化をめざす

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	マイカー規制等実証事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	交通支障が前年より減少したと感じた住民の割合

令和7年度に掲げた目標値

- 年度内目標値：pre値の1.1倍

事業の成果/目標の検証結果（令和8年1月時点）

- 85.7%　※14.3%は「昨年度と同程度であった」と回答

成果の詳細

①マイカー規制（パークアンドライド方式）について、地域住民や域内事業者の協力と理解により試験的な手法にも挑戦でき、かつ事故等なく実施できた
②混雑緩和、来訪者の分散化に資する取組として実施したシャトルバスの時間帯別運賃制について、行動変容効果は小さい（運賃の多寡は行動変容の動機付けにつながりづらい）ものの、銀山温泉の人気が高いこと、**運賃の変動制やプライオリティ・パスの取組は許容**されることを確認できた
③来訪者満足度向上に資する取組として、シャトルバス内のモニターで放映するマナー啓発を含めた動画を制作。視聴した方からは、好意的な感想が寄せられた

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1 交通支障の減少に資する取組

- 運行許可証のない車両による銀山温泉街への侵入や法令違反が疑われるような事象も一部見られたため、関係機関とのより一層の連携が求められる

2 混雑緩和、来訪者の分散化に資する取組

- 混雑予報カレンダーについては、大きな行動変容には寄与しなかったが、継続して発信することが求められる
- 地域視点（地域住民の心理的キャパシティ）と折り合いをつけた受入許容を深掘りする必要がある

3 来訪者満足度向上に資する取組

- アンケート調査の結果から、滞在時間が長いほど食や地域の人々との触れ合う機会が生まれ、それが満足度上昇につながることがわかったため、動画放映以外の切り口についても検討が求められる

令和8年度以降の方針

1 交通支障の減少に資する取組

- 来訪者の動向調査（周遊性、回遊性など）、交通量等調査を継続実施
- 2カ年の実施結果を踏まえ、マイカー規制の対象者や期間の拡大も視野に、銀山温泉にとって真に必要な取組手法を再検討

2 混雑緩和、来訪者の分散化に資する取組

- 予約制のあり方検討や、タビマエ情報の継続発信等による時間的分散の推進
- 銀山温泉以外の場所における魅力の磨き上げや受入体制づくりなど、面的分散につながる取組の検討

3 来訪者満足度向上に資する取組

- 滞在時間の延長やリピート率向上につながる取組の検討、それらに必要となる関係者との連携深化

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	マイカー規制等実証事業

補足内容

成果詳細（交通支障の減少、混雑緩和、来訪者の分散化に資する取組）

＜交通支障事案減少＞ 大正ろまん館～温泉街

（R7年度実証前）※イメージ写真

（R7年度実証中）

＜シャトルバス乗車環境改善＞

（R6年度実証中）

（R7年度実証中）

＜観光管理に対する理解＞

（R7年度実証中調査）

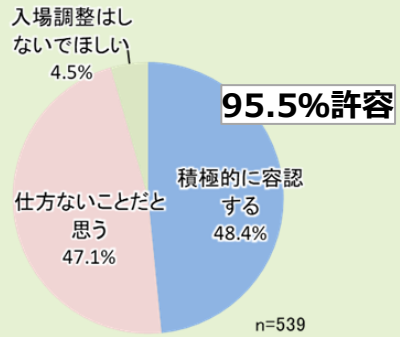


図　【宿泊】入場調整の受容

（R7年度実証中調査）

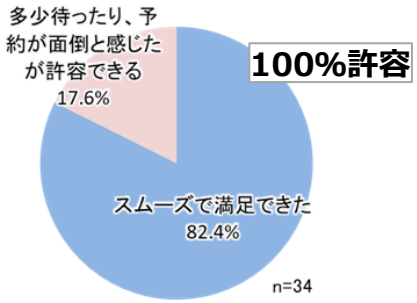


図　【日帰り】パークアンドライドの満足度（冬季）

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	マイカー規制等実証事業

補足内容

成果詳細（来訪者満足度向上に資する取組）

「COLORS OF OBANAZAWA」と題した本市紹介動画（約5分）
※動画のテーマは「色」。四季折々の尾花沢の景色や特産を白や青などの色で表現し、山形県の特産である紅花染めが染まっていく様子と関連付けて、ものがたり風に仕上げた。銀山温泉以外の魅力も伝えることで、周遊性やマネタイズポイントの創出に挑戦。地域の方々の思いや温かさがにじみ出ているところがポイント！

マナー啓発動画（観光庁制作）
※本市紹介動画のあとに写真撮影やトイレ使用などに関するマナー動画を放映。両動画をシャトルバス車内で繰り返し放映することで、来訪者が視聴する機会を創出。

5-②. 主な取組（詳細）

地域住民と協働した観光振興

補助事業③	地域全体の観光地域づくりに関わる事業｜レスポンシブルツーリズム推進事業		
事業目的	• レスポンシブルツーリズムの推進 • レスポンシブルツーリズムの検討を通じた、シビックプライドの醸成		
実施主体	尾花沢市	実施期間	令和7年7月～令和8年2月

【背景・課題】

- 銀山温泉には国内外問わず多くの方が訪れており、特に冬季期間やガス灯がともる夕方にはすれ違いが困難になるほどで、混雑による満足度低下や観光客と住民の安全性への懸念、文化の違いによるマナー違反といった問題が発生している
- 令和6年度には、観光客向けのマナー啓発に取り組んだところ、観光客への単発的なアプローチでは効果が限定的であった。一方、「銀山温泉を守る」意識を観光客にも持ってもらうことは、今後の観光地運営には不可欠である
- また、持続可能な観光地域づくりの形成に向けては、観光客へのアプローチと並行して地域側の意識醸成が重要である

【事業内容】

- 尾花沢らしいレスポンシブルツーリズムのあり方を検討する（銀山温泉での過ごし方のルールづくり）
- 来訪者にして欲しい観光行動の検討（WS等）を通じて、同時にシビックプライドの醸成を目指し、ルール案を作成する
- そのため、以下の対応ステップで推進した
  - 9月～2月：地域住民等参加型ワークショップ、意見交換会
  - 10月～11月：地域事業者ヒアリング（本市観光地域づくりへの思いを聴取）
  - 10月～11月：市民及び観光客向けアンケート調査（市民の思い、観光客ニーズを把握）
  - 2月：ルール案作成

【推進ポイント】

- 地域住民が主体的に地域の価値を見出し、迎える側としての意識を高められるよう工夫する
- 地域住民と一体となり進め、地域の魅力を守り発展させる視点を持つ

意見交換会/ワークショップの様子

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業③	地域全体の観光地域づくりに関わる事業｜レスポンシブルツーリズム推進事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名：まちへの愛着度（愛着を感じている人の割合）

令和7年度に掲げた目標値

- pre値の1.1倍

事業の成果/目標の検証結果（令和8年1月時点）

- （pre値2.99）3.25　※尾花沢市の改善や発展に貢献したい人の割合はpre値の1.16倍（pre値2.84、post値3.31）

成果の詳細

- 本年度は銀山温泉・尾花沢市のステークホルダー（市民・観光客・観光事業者）の意見を丁寧に収集し、尾花沢市の守り続けたいもの、現在の課題感を各目線から把握した
- レスポンシブルツーリズムという馴染みの薄い言葉を、「銀山温泉での過ごし方のルールづくり」という言葉に再定義。最大のもてなしを実現することを目的に、雪国での注意などを盛り込んだルール（案）を作成した

	事前準備	整理	ワークショップ等の実施	ルール案作成	今後の活用検討
概要	• 銀山温泉が抱える課題のすり合わせ・求める観光客像の検討 • 各種アンケート調査	• すり合わせた銀山温泉の課題をもとに、事業者の考える銀山温泉へ想いや現状を把握し、整理	• **大切に思うもの**や課題感を通じて、『どのようなことを**誰に伝えたいのか**』を考えるワークショップ実施 • 銀山温泉での過ごし方に関するコンセプト・ルール初期案を策定するにあたり、**「尾花沢“らしさ”」を議論・検討** • **銀山温泉に関わる人同士が意見を交わす場を創出**でき、銀山温泉に対するそれぞれの思いを共有	• ライターによるルール案の作成 • 初期案に対して銀山温泉事業者から意見収集 • 届けたい相手を【メイン】銀山温泉を訪れる観光客、【サブ】銀山温泉以外に住む近隣住民に設定	• 届ける方の優先度やメインとサブの定義などを引き続き整理 • **ルール案の磨き上げ、ターゲットに応じた発信媒体等の研究**

令和7年度事業を踏まえた継続課題

ルール案の継続的な検討

- ルールづくりや発信をゴールとせず、観光客の行動変容や地域住民の意識醸成につなげる必要がある

令和8年度以降の方針

ルール案の継続的な検討及び完成・発信

- 本年度作成したルール案をベースに、今後の銀山温泉や尾花沢市がどうあるべきか、どのような取組が必要か等を引き続き検討・協議し、発信内容を深化させる
- 発信の目的やターゲットに応じた発信手法を深掘りする

４．対策の概要

- 観光需要の回復により、問題事象が顕在化。
- 市、組合はそれぞれ対処療法的に対応してきたが、行政、組合、旅行に関わる事業者などの協働により解決すべきフェーズであると確認。
- 新たに協議会を立ち上げ、地域住民と観光客双方にとっての「何度でも訪れたくなる魅力的、かつ持続可能な観光地づくり」に向けて協議をスタート。
- 協議会内に分科会（交通チーム/観光チーム）を設置し、事業内容を検討。

＜コアエリア（温泉街）＞

尾花沢市作成

調査・分析

取組み

①尾花沢市持続可能な観光計画の策定

内容

- 尾花沢市における持続可能な観光地づくりの今後3年程度のビジョンを策定
- 「需要の平準化による快適な来訪環境の確保（総量調整）」の検討等、市として今後取り組む各種施策の拠り所とする
- ノスタルジックな景観の保全、観光客の満足度向上への効果を明らかにするとともに、持続可能な実施手法及びその財源について、実現可能性の高い取組の構築を目指す

需要の適切な管理

取組み

②「パークアンドライド方式」と「来訪者の総量調整」の実証

内容

- 受入許容量を超える日帰り観光客が来訪している
- 観光客がマイカーで温泉街に侵入することで交通支障も発生（特に冬期間）
- それに対し、「P&R方式の実証」を実施し、マイカー規制の効果を検証する
- 併せて、「シャトルバス内で観光案内」、駐車場またはシャトルバスの利用上限を設けることによる「流入客数調整の実証」を実施する
- 車両数の減少に伴う交通支障の減少や、シャトルバス内の観光案内による観光客のワクワク感醸成、流入客数の調整による温泉街の混雑緩和を目指す
- 本事業の実証結果を通して、将来的な総量調整に向けた上限数の精査を行う

マナー啓発

取組み

③多言語による情報提供、マナー啓発

内容

- 日本のマナーやルールについて、外国人観光客へ十分な周知ができておらず、トイレマナーやごみのポイ捨てなどが問題となっている
- それに対し、銀山地区のトイレ（大正ろまん館、白銀の滝付近）にデジタルサイネージを設置し、多言語による情報提供とマナー啓発を実施する
- 外国人旅行者を中心としたマナー向上、ユニバーサルツーリズムの推進を目指す

５-①．主な取組み（詳細）

課題

- 受入許容量を超える日帰り観光客の来訪⇒景観、環境美化の阻害
- 観光客がマイカーで温泉街に侵入⇒交通支障

取組み

「パークアンドライド方式」と「来訪者の総量調整」の実証

- 実施期間：令和6年12月23日～令和7年1月6日
- 実施主体：尾花沢市

事業内容

①：「パークアンドライド方式」

- **マイカー規制**：日帰り、かつマイカー等での来訪者は大正ろまん館に駐車し、シャトルバスに乗り換える（パークアンドライド）（午前９時～午後９時まで）

②：「来訪者の総量調整」の実証

- **来訪者の総量調整**：シャトルバスに乗車できる上限を設定し、夕刻以降は予約制とする。（予約制シャトルバスは午後４時～午後８時まで）

■ 同時実施の取組

- 高齢者等への配慮のため、**シャトルタクシーも運行**
  （予約制シャトルバスを運行する午後４時～午後８時までの時間帯に限り）
- シャトルバス（タクシー）**車内での観光案内**を実施
  （市内の周遊観光につながる仕掛け。銀山温泉目当ての観光客の滞在時間延長と市街地への経済波及効果をねらう。）

【背景・目的】

- 銀山温泉について、特に冬季期間、受入許容量を超える日帰り観光客の来訪や、観光客のマイカー侵入による交通支障が問題となっている
- 「P&R方式の実証」を実施し、マイカー規制の効果を検証する。併せて、「シャトルバス内で観光案内」、駐車場またはシャトルバスの利用上限を設けることによる「流入客数調整の実証」を実施する

５-①．主な取組み（詳細）

観光客導線

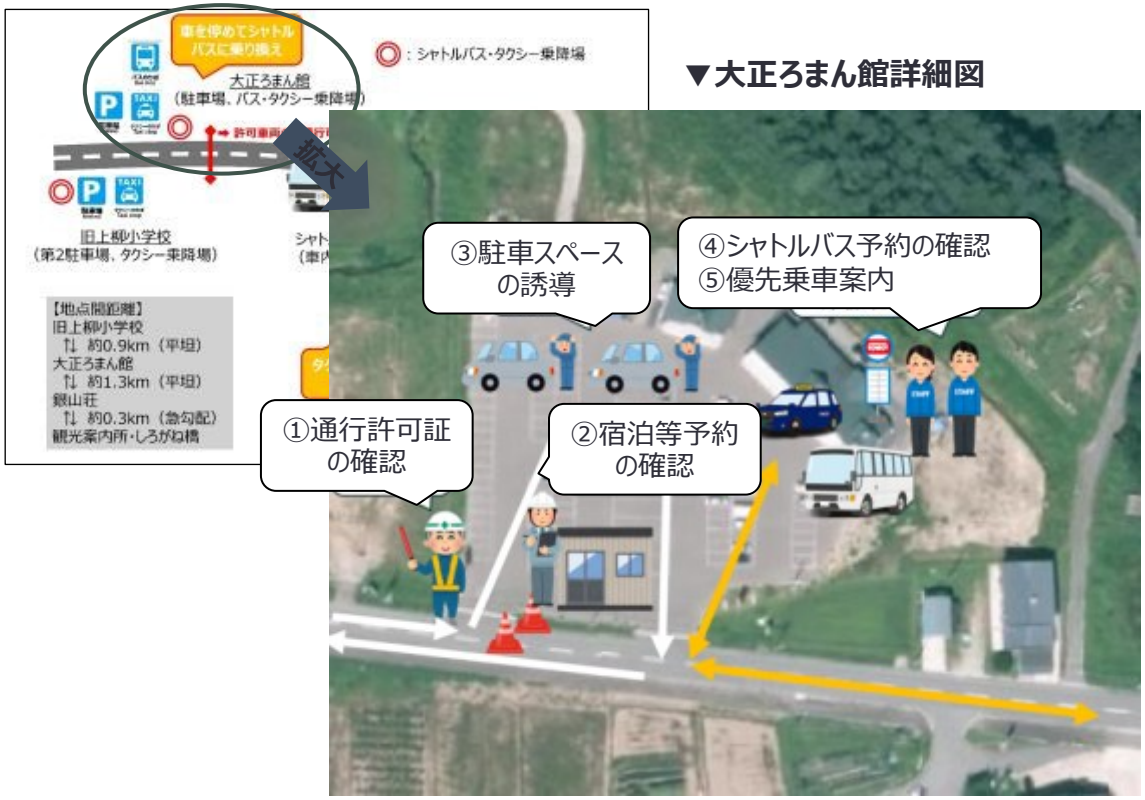
《銀山温泉に行きたい！と思ったら…》

① 宿泊か日帰りかを考える。（日帰りはマイカー規制とシャトルバス予約の対象）
② 交通手段を考える。（自家用車はマイカー規制の対象）
③ 銀山温泉に何時ごろ到着予定か考える。（午後４時～午後８時までのシャトルバス乗車は予約制）
④ ①～③の結果、「日帰りで、自家用車で、午後５時頃に銀山温泉に行く！」と決まったら、【特設サイト】をチェック！！
⑤ シャトルバスに乗車するための予約をする。
⑥ お気を付けてお越しください。

銀山温泉マイカー規制特設サイト

- 混乱を避けるため特設サイトを設置（問い合わせ窓口、シャトルバス予約の機能あり）
- 問い合わせ窓口は、実証前～実証後（しばらくの間）開設し、メールと電話で受け付ける。（メールのみ英語可）

パークアンドライドの手順



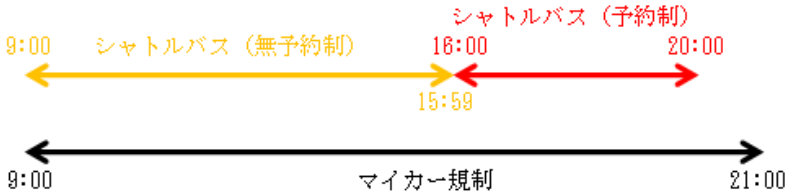
国土地理院地図ウェブサイト（https://maps.gsi.go.jp/）をもとに尾花沢市作成

5-①. 主な取組み（詳細）

P&R時間や規制車両の定義等

- 「日帰り観光客は夕方以降に集中している」という仮説のもと、午後４時～午後８時までのシャトルバス乗車を予約制に。
  ⇒来訪者の平準化を図る
- 路線バスは公共交通機関であり、地域住民の利用も想定されるためマイカー規制の対象外。（事業者への配慮）
- 県内のタクシー事業者は、協議会参画メンバーの協力により事前周知を行うことにより、混雑緩和や渋滞抑制が可能であるためマイカー規制の対象外。（事業者への配慮）
- 温泉街の飲食店等を予約している日帰り観光客は、マイカー規制の対象でシャトルバス予約は不要。（事業者への配慮）

P&Rの時間帯



マイカー規制の対象

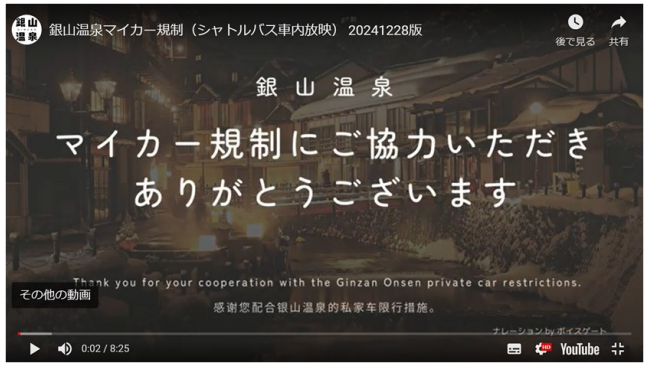
車両区分			マイカー規制	シャトルバス予約	通行許可証
自家用車（レンタカー含む）	銀山温泉に居住または通勤		対象外	－	要
	宿泊客	宿泊予約あり	対象外	－	不要
	日帰り客	飲食店等の予約あり	対象	不要	－
		飲食店等の予約なし	対象	要	
タクシー	宿泊客	県内外問わず（宿泊予約ありの乗客が乗車）	対象外	－	不要
	日帰り客	山形県内の事業者	対象外	－	不要
		山形県外の事業者	対象	要	－
		山形県外の事業者（飲食店等の予約ありの乗客が乗車）	対象	不要	－
貸切バス	宿泊客	宿泊予約あり	対象外	－	不要
	日帰り客	飲食店等の予約あり	対象	不要	－
		飲食店等の予約なし	対象	要	－
路線バス			対象外	－	不要
緊急車両（警察、消防、救急、ガスなど）			対象外	－	不要
取引業者車両（リネン、食材、備品など）			対象外	－	要
宅配・郵便車両			対象外	－	不要
除雪車両			対象外	－	不要
その他業務目的車両（打合せ、工事など）			対象外	－	要

5-①. 主な取組み（詳細）

P&R車内での観光案内／観光カード

- 銀山温泉到着前のワクワク感の創出やおすすめ土産品の案内など消費拡大の契機となることを狙い、パークアンドライドによる旅行者の負担を付加価値に変えることを目的とする。
- 加えて、銀山温泉だけではない本市の魅力を発信することにより市内の周遊観光を促進し、銀山温泉目当ての観光客の滞在時間延長と市街地全体への経済波及効果をねらう。（マネタイズポイントの創出）

観光案内映像イメージ　※シャトルバス車内で放映（10分弱）



観光カードイメージ　※両面印刷、夜と昼の2種類用意

5-①. 主な取組み（詳細）

令和６年度事業の目標

「パークアンドライド方式」と「来訪者の総量調整」の実証を通して、温泉街における観光管理の運用・体制を構築

事業の成果／目標の検証結果

A：【運用】大きな混乱なく実証を完了。温泉街の混雑の平準化につながるとともに、**利用者の満足度も高い**結果となった。

- 最も混雑する時間帯は変わらないものの、**来訪が少なかった時間帯の来訪が増加**
- **パークアンドライド利用者満足度 69.1%**

B：【体制】令和8年度以降の継続に向けた体制基盤が整った

実証を通して、観光管理に関する地域関係者からの支持を得られた

成果詳細

実証の運用

取り組み成果

交通支障事案の減少

パークアンドライドに伴うマイカー規制により、円滑な交通と安全性が確保された

- 路上駐車：減少
- 一般車両の雪道スタック：減少

観光客の来訪時間平準化

- 実証前と実証中で最も混雑する時間帯は「16:00~17:00」
- **実証前は来訪が少なかった時間帯の「11:00~14:00」の来訪が増加**した（来訪者数が比較的多い時間帯が分散）

観光客理解

観光管理に対する観光客理解

取組に対する観光客理解が十分に得られた

- 取組内容を来訪前に知らなかった場合も、P&R拠点での誘導で理解が得られた

（強行突破や言い争いなどのトラブルなし）

- P&R**利用者の約7割が「スムーズで満足できた」**、3割弱が「多少まったり、予約が面倒と感じたが許容できる」と回答

地域関係者との体制づくり

地域関係者の観光管理に対する意識の変化

- 本実証を機に、地域関係者が議論する場として協議会を発足。議論の場がなかった状態からのスタートで、当初は「観光客の排除」につながるのではという懸念から、関係者間で**意見が対立**した。
- 実証後は**「有益だった」「令和8年度も継続したい」**との声が多く上がり、令和8年度継続に向けた前向きな連携基盤が整った

ポイント① 地域関係者との密なコミュニケーション

- 協議会とは別に、市担当者が**関係者を個別訪問**し事業目的を説明
- 協議会では、都度目的に立ち返り、共通認識のもと合意形成を促進

（排除ではなく、温泉街の魅力向上と観光客満足に資する取組）

ポイント②メディアによるポジティブな世論形成

- メディアが市の取組とその目的、成果を伝えポジティブな世論を形成
- 取組の目的が正しく伝わるよう報道内容の文言をメディアと密に調整

（例：排除色が出ないよう「総量規制」ではなく「総量調整」と徹底）

5-①. 主な取組み（詳細）

令和６年度の取組みから見えてきた課題

- 銀山温泉街にとって初の試みであったが、現場スタッフ・観光客ともに大きな混乱なく実証を完了することができた
- その中で、下記３点が主な課題として挙がった

1 温泉街混雑を直接管理できる施策の追加

- パークアンドライドの予約制は往路のみ（かつ16:00以降）であるため、一度温泉街に入った後に長く滞在する観光客が多い場合混雑につながることが分かった
- 直接的な混雑管理の手法が必要

2 パークアンドライド発着地駐車場付近の渋滞対策

- 駐車場には観光客の一般車両や大型バスが集中し、駐車場の許容量を超過した場面も発生した
- 駐車場外の道路で一時渋滞が発生する事態となり、緩和策が必要

3 持続可能な財源確保の仕組み検討

- パークアンドライドや総量調整の継続、観光客の受入体制強化、滞在価値の向上などに取り組んでいくためには、かなりのコストを要する
- 個別具体の取組実行と並行して、財源確保に向けた仕組みの検討が必要

令和７年以降に取り組むべきと考えること

- パークアンドライド以外の対策も検討に入れながら、温泉街の混雑緩和や観光客の安全確保、そして対策を持続可能にするための財源確保の方法を模索していく

1 温泉街の「１時間当たりの許容人数」の設定

- 1時間あたりの受入上限を設定し、混雑管理を実施
- 実証中最も混雑する時間帯の16:00~17:00には、1時間当たり約300名が滞在（※）。今後300名を基準とすることが適切か否か、引き続き検討を進める
  ※温泉街内のセンサーにカウントされた通過人数

2 「大型バスの駐車予約制」導入の検討

- 駐車場の許容量超過を防ぐため、大型バスの来訪時間帯分散を目的とした駐車予約制の導入を検討（一般車両に比べて輸送量が多いため、❶の課題にも対応できる可能性あり）

3 「入域料」等のあり方検討

- 持続可能な観光地域形成に必要な財源確保のため、地域の実情や特性（※）を踏まえて、様々な手法について検討する

※温泉街の道路は市道であること、温泉街は山あいの突き当たりに位置していることなど

現状について

- 令和7年度は、地域一体型として事業を実施。

13. 山形県飯豊町

1．地域概要

対象地域	山形県飯豊町白川湖の水没林等エリア
申請主体	飯豊町
計画名	白川湖の水没林　持続可能な観光推進事業

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	13	22	32
- 国内	ー	ー	ー
-訪日外国人旅行者	ー	ー	ー

地域の特徴・観光資源等

- 飯豊町は人口6,100人 山形県南部の農村地帯である
- 白川湖の水没林は町内山間部に位置し飯豊山の雪解け水がダムに流入し、湖岸公園から見える木々を水没させることで、春の2ヶ月限定で水面に林が浮いている光景をみることができる飯豊町随一の観光地である
- 飯豊町は日本百名山の飯豊山のふもとにあり、最上川源流の白川に貫かれている。雪解け水の恩恵により古くから稲作が盛んで水没林が知られる前は、平野部の田園散居集落景観やグリーンツーリズムが観光の軸である

協議体制

協議の場

水没林ワーキング
年間を通じ「水没林WG」をほぼ月１回定期開催。
令和7年度の課題に基づく令和8年度の対策計画を策定

参加者

行政機関
- 飯豊町商工観光課（ワーキングPMO）

事業者
- 飯豊町地域振興公社、いいでカヌークラブ、山形県源流の森、飯豊中津川の森人会

有識者等
- 飯豊町観光協会

住民関係者
- 中津川村づくり協議会（地域住民代表）

エリアマップ

2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**道路混雑がもたらす住民生活の支障**	• 山間部に位置する一本道のアクセス道路は、マイカー利用が中心で駐車場が不足しているため、ピーク時には最大3.5kmの渋滞が発生している • この渋滞により、公園より奥の集落住民の移動や緊急車両の通行が著しく困難になる恐れがある	地域住民
2.	**繁忙期の受入及び消費拡大の限界**	• ゴールデンウィーク期間中は、売店・食堂・カヌー体験いずれも人手や設備の制約により消費額の増加が見込めない • その一方で、連休以外の日中や平常時には受入余力があるため、国内客の集中を緩和し、通年での訪日外国人旅行者の誘客が求められている	観光事業者 観光客
3.	**利用者集中による安全性と満足度の低下**	• 深夜・早朝から訪れるカメラマンやキャンパー、散策客による車の乗り入れが増加し、安全確保が課題となっている • また、混雑による満足度の低下がリピーター獲得の妨げとなっている可能性がある	観光客

1 山間部の渋滞列

山間部の一本道で3.5ｋｍにおよぶ渋滞

2 フロントの混雑

売店、キャンプ・食堂受付等でのフロント混雑状況。
人手とソフト・ハード整備での運用効率化が必要

3 撮影のために集まるカメラマンの様子

GWは夜明け前からカメラマンが100名以上並び、
テントと駐車スペースも混在するため安全面に課題

3．背景・要因

主な背景・要因		
1.	**SNSによる観光客急増**	• SNSの普及により、湖岸公園が「映えスポット」として注目され、過去5年間で急激に観光客が増加した • 従来は平野部中心だった観光客層が山間部にも流入し、特に観光客が殺到するGW日中時間の受入体制の整備が追いついていない
2.	**期間・時間帯の混雑集中**	• ゴールデンウイーク期間の日中に観光客が集中することで、駐車場待ちの渋滞や園内混雑が発生している • 混雑のピークを避けるためには、来訪時期や時間帯の分散が求められる
3.	**混雑箇所の一極集中**	• 観光客は白川湖岸公園からの水没林観覧に集中しているが、対岸エリアにも同様の景観資源が存在する • 対岸エリアの受入余力を活用することで、混雑の緩和が可能となる

湖岸公園の先に集落あり
観光客のによる混雑で、
日常生活に支障。

4．対策の概要

目指す姿	徹底した渋滞対策による集落住民の安全確保と、 国内・海外観光客の時間帯・期間分散誘客に伴う 町内経済活性化を両立したサステナブルな白川湖の水没林観光の推進
KGI	（指標）住民の観光満足度
	目標値：令和7年からポイントアップ｜ 実績値：0.66（令和7年11月時点）

- 徹底した渋滞対策や地域活性化施策とその見える化により、集落住民・町民の観光客・観光産業への理解度・満足度向上と、観光消費拡大による町内経済活性化を図る

■補助事業の実施概要

需要の分散・平準化

①白川湖岸公園の需要分散事業

- 県道、公園内、ホテル内での水没林時期日中時間帯の渋滞や混雑集中が発生している
- DX化や積極的な混雑情報発信、ナイトタイムなど混雑時以外の魅力の発信・コンテンツ造成による需要の分散・平準化・観光振興を促進する

②閑散期間である冬季・残雪シーズンへの需要の分散

- 県道、公園内、ホテル内での水没林時期日中時間帯の渋滞や混雑集中が発生している
- 需要が少ない残雪シーズン誘客強化のためのコンテンツ造成に向けた物品導入と、ハード整備を行い、期間分散誘客を促進する

③白川湖岸公園の需要分散に向けた調査事業

- 県道、公園内、ホテル内での水没林時期日中時間帯の渋滞や混雑集中が発生している
- 調査データの取得・分析を用いることで、令和8年度以降の需要の分散や消費向上に資する施策検討、地域の合意形成を円滑化する

④空間的分散に向けた対岸エリア調査事業

- 県道、公園内、ホテル内での水没林時期日中時間帯の渋滞や混雑集中が発生している
- 白川湖岸公園対岸の町の遊休施設の土地・建物の健全性調査と対岸エリア活用の基本構想策定等調査事業により、観光エリアを拡大するための基盤を構築する

⑤インバウンド誘客等による需要分散化対策事業

- 県道、公園内、ホテル内での水没林時期日中時間帯の渋滞や混雑集中が発生している
- 台湾に向けたインバウンドプロモーションと地元グリーンツーリズム関連素材を活かしたコンテンツ開発により、誘客の通年化と地域消費の拡大を促進する

飯豊町広域

白川湖周辺

受入環境の整備・増強

⑥閑散期である冬期間の対応強化

- 県道、公園内、ホテル内での水没林時期日中時間帯の渋滞や混雑集中が発生している
- 閑散期の冬期間の環境整備と、コンテンツ造成に必要な物品の購入し、期間分散誘客を推進する

地域全体の観光地域づくりに関わる事業

⑦地域住民理解促進事業

- 渋滞や混雑発生による住民の観光客や観光産業への不満感が発生している
- 地域住民と協働し、観光客と地域住民双方に対する、観光の意義や白川湖の水没林のストーリーやマナーの理解促進に取り組むことで、地域住民の観光に対するイメージを向上させる

⑧地域の観光計画の効果検証事業

- 渋滞や混雑発生による住民の観光客や観光産業への不満感が発生している
- 観光に関する周知、地域住民の認知度・満足度等の基礎調査、町内観光施設等での基礎調査を実施し、定量的・定性的なデータを基に混雑緩和対策をはじめとした観光振興に繋げることで、住民の観光満足度を向上させる

【本地域における取組マップ】

KPI：閑散期（GW以外の時期）にあたる1月の受入数の割合割合
令和7年度　1.8%
令和8年度　2.0%

KGI：観光客・住民の観光満足度
- 測定手法：住民アンケート調査
- 現状値：-
- 目標値：5ポイントアップ（令和11年度）

閑散期間である冬季・残雪シーズンへの需要の分散

白川湖 持続可能な受入態勢整備事業（閑散期である冬期間の対応強化）

KPI：閑散期である冬季の来訪者の割合
令和7年度　0.2%
令和8年度　1.25%

空間的分散に向けた対岸エリア調査事業

KPI：対岸エリア活用の進捗率
令和7年度　20%
令和8年度　100%

人流の分散化を実施

白川湖岸公園の需要分散事業

GW時期に最も混雑

KPI：水没林機関のGW渋滞長の中期目標に対する進捗率
令和7年度　進捗率20%
令和11年度　進捗率100%(令和11年渋滞長0.5km)
※令和7年20%（決済システム導入/誘導等案内看板/ライトアップ整備/情報発信・DX化 各事業実施で５%ずつ積上げ）
※令和8年進捗率45%（渋滞長1.5km）
※令和9年進捗率70%（渋滞長1.0km）
※令和10年進捗率85%（渋滞長0.75km）

白川湖岸公園の需要分散に向けた調査事業

KPI：分析箇所数
令和7年度　20箇所
令和8年度　40箇所

地域の観光計画の効果検証事業

KPI：住民の観光満足度を含む、観光計画内で指標とした数値の調査実施件数
令和7年度　4項目
令和8年度　4項目

地域住民理解促進事業

KPI：住民の観光に対する理解向上への進捗率
令和7年度　20%
令和11年度　100%

インバウンド誘客等による需要分散化対策事業

KPI：水没林シーズン以外の誘客数、誘客見込み数
令和7年度　30人
令和8年度　100人

5-①. 主な取組（詳細）

需要の分散・平準化

補助事業①	**白川湖岸公園の需要分散事業**		
事業目的	GW日中から需要の分散による混雑緩和と消費拡大 （時間帯の分散化、土休日以外やGW以外の日付への分散化、水没林時期以外への分散化・観光振興）		
実施主体	㈱飯豊町地域振興公社	**実施期間**	令和7年7月～令和7年11月

【背景・課題】

- 令和6年度の白川湖の水没林の課題を整理し、11回のWGを開催し、本事業計画を策定
- 地元住民代表組織中津川村づくり協議会との協議で事業を確定し、GW日中から需要の分散による混雑緩和と消費拡大を図る取組を実施することに決定

【事業内容】

- 公園内への料金徴収関連看板や誘導案内看板等の作成・整理し、県道と園内の流動円滑化による渋滞抑制
- WEB配信・リーフレットを活用した需要分散として、園内の見頃情報のライブカメラによるWEB配信、動画製作による他の季節の魅力の情報配信を実施
- 飯豊町の春の観光資源となった「白川湖の水没林ライトアップ」について、ライトアップが良く見える東屋を活用し、カフェ・バーを魅力付けすることで、最も混雑する日中ではなく、夜への需要分散が起こる仕組みづくりを実現
- 混雑緩和を目的に、誘導看板の設置を実施
- 白川荘にて、新たに宿泊関連システム（ホテルシステムおよびサイトコントローラー）を導入したことで、キャンプと宿泊のシステムが統合され、GWの受付混雑時の対応が迅速になる見込み。また、公式サイトからの宿泊予約に加え、楽天トラベル、じゃらんネット等のオンライン予約についても一元的な管理を実現

【推進ポイント】

- 飯豊町の観光はGW日中の水没林だけではないことを訴求するため、白川湖の水没林ライトアップを夜間の定常プログラムとして、東屋カフェ・バーを活用し、ライブカメラやWEB配信動画等で情報発信で仕組化し、来訪の時間分散と消費拡大を同時に実現

水没林ライトアップ・水没林Bar

混雑のない早春の白川湖の動画

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	白川湖岸公園の需要分散事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	水没林期間のGW渋滞長の中期目標に対する進捗率

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 20%	• 20%（令和7年５月５日）

成果の詳細

- ライトアップで閑散時間帯に誘客すべくウッドデッキ・テーブルを制作出来た
- 来年度の混雑期での渋滞緩和や場内混雑緩和に繋げるべく、誘導案内看板を設置・整理できた
- 宿泊施設でのネットワーク強化、予約システムの強化ができ、フロントの混雑緩和に繋がった
- 早期の動画情報発信を進めることで、閑散期の魅力発信と分散に繋がった

水没林ライトアップ ウッドデッキ等

混雑緩和のための案内看板

令和7年度事業を踏まえた継続課題

人材育成を軸とした受入運用・演出品質・発信体制の強化

- 宿泊施設のDX化については、社員教育を引き続き進めて最繁忙期に対応できるようにする必要性が発生した
- ライトアップについてはイベント開催・サービス担当者のレベルアップが必要なためソフト整備も継続する必要が分かった
- 動画配信については素材はできたものの、効率的な発信媒体・方法を平行して検討していく必要がある

令和8年度以降の方針

整備の運用化と継続改善による次期繁忙期での活用と混雑分散の促進

- 今回整備した内容については次期の繁忙期で活用していく
- 各整備内容とも完全に整備が完了したわけではないため、さらなる混雑分散にむけて、必要な整備を精査して取り組みたい

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	白川湖岸公園の需要分散事業

設置した誘導看板に関する補足

◆公園内の主要導線に面した既存看板の裏面に施設案内がなく、広い園内で目的地が分かりにくかったため、場所確認の問い合わせが窓口に集中し、滞留・混雑を助長していた。これを解消するため、両面表示かつ園内マップ・矢印・営業時間を含む案内看板を要所に増設し、動線の可視化と問い合わせ件数・混雑・滞留時間の削減を図った

① 白川湖岸公園の看板整備

② 白川湖岸公園内の案内サインを統一

5-②. 主な取組（詳細）

需要の分散・平準化

補助事業③	**白川湖岸公園の需要分散に向けた調査事業**		
事業目的	令和8年度以降の施策検討や地域の合意形成に向けた人流データ等の調査・分析		
実施主体	プラットヨネザワ株式会社	**実施期間**	令和7年5月～令和8年12月

【背景・課題】

- 現在、白川湖にどのくらいの駐車がされたかの推計しかできておらず、来訪者の属性や時間帯などが正確に把握できていない
- 白川湖以外の町内の他の施設への来訪状況についてもわかっておらず、住民・町民への説明力が足りていないため、適切な投資につなげられない
- 白川湖をフックとして町内や隣接する山形県南部置賜地域への観光流動をさらに促すための施策を検討するためのデータがない

【事業内容】

1. 人流データの収集・分析

白川湖の総来訪者数1,160,762人（平均4,221人／日）のデータを収集・分析
白川湖の水没林：81,610人（町内2位）、春季集中型の季節性を確認
道の駅いいで：807,633人（69.6%）、圧倒的ハブ機能を定量的に証明

2. 包括的分析の実施

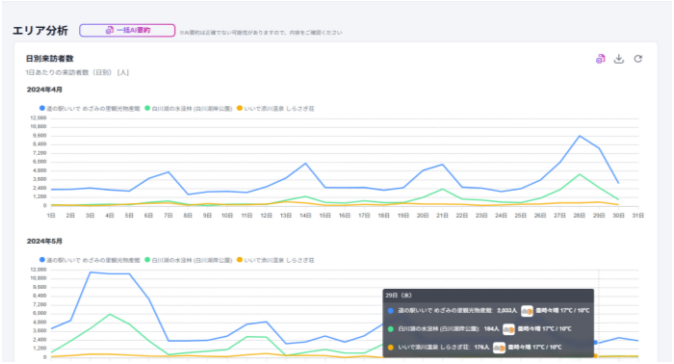
全20地点のトレンド、滞在時間、属性、居住地、SWOT分析を実施

3. 実用的な戦略提言

各地点の短・中期施策、ターゲット別戦略、モデルコースを協議体である水没林ワーキングに具体的に提案

4. 成果物の作成

「人流分析レポート2025」を作成し、WG・地域協議会にて活用



GWにおけるメインスポットの人流状況

【推進ポイント】

- 本取組により、渋滞の根本原因であるGW日中帯の来訪集中を可視化する基礎データ（時間帯別来訪数・駐車・交通流・滞在行動）を取得し、セグメント別の適切なターゲティングに基づく需要分散施策の設計・検証を前進
- ピーク需要の予測・管理を確立し、地域一体での消費拡大に向けたプロモーションの効果測定に必要なデータ基盤（売上、客単価、回遊、満足度、再訪意向）を整備

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業③	白川湖岸公園の需要分散に向けた調査事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	人流データの分析記箇所数

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 20箇所	• 20箇所

成果の詳細

1.施策立案の根拠データを提供（GW日中の混雑集中問題を定量的に可視化（具体的な来訪者数・時間帯別データ））
2.戦略的施策の具体化に貢献（20地点の詳細分析により、回遊動線設計、分散化施策の優先順位を明確化）
3.継続的評価の基盤を構（275日間のベースラインデータを確立し、今後の効果測定が可能に）

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1. **継続データ不足**
   - データ継続性の確保:単年度データでは経年変化が把握できない
2. **訪日外国人旅行者データ精度不足**
   - 訪日外国人旅行者データの精度向上:現状では極小で分析精度が低い
3. **消費データ連携不足**
   - 消費額データとの連携不足:来訪者数のみで経済効果が測定できていない

令和8年度以降の方針

1. **データ継続性の確保**
   - 同一手法による定点観測の継続と効果測定設計の標準化
   - 調査設計の固定化（質問票・サンプリング・回収導線・季節頻度）と年次横断比較の実施
2. **訪日外国人旅行者データの精度向上**
   - 多言語化・サンプリング強化・外部データ連携による精度改善
3. **消費額データとの連携改善**
   - 来訪データと支出データの統合による経済効果の可視化
   - 調査票に支出モジュールを追加（カテゴリ別・決済手段・同伴者数）し、一人当たり消費額をセグメント別に推計等を検討

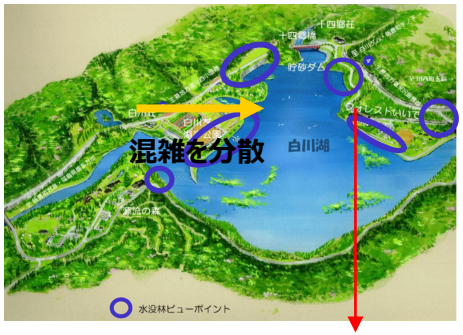
5-③. 主な取組（詳細）

需要の分散・平準化

補助事業④	**空間的分散に向けた対岸エリア調査事業**		
事業目的	白川湖岸公園対岸の町の遊休施設の土地・建物の健全性調査と対岸エリア活用の基本構想策定等調査事業により、観光エリアを拡大するための基盤を構築		
実施主体	飯豊町	**実施期間**	令和7年7月～令和７年12月

【背景・課題】

- 県道、公園内、ホテル内での水没林時期日中時間帯の渋滞や混雑集中が発生している
- 一方で、白川湖岸公園対岸エリアは同じ水没林に面し魅力的なスポットであるにもかかわらず、町の遊休施設（休館したホテル）があるのみで閑散状況にある
- 白川湖岸公園対岸の町の遊休施設の土地・建物の利活用により、観光エリアを拡大することで空間的な混雑分散と地域活性化を図りたい



フォレストいいで

フォレストいいでからの景観

【事業内容】

- 閑散エリアにある町遊休施設の民間による利活用を推進するための基盤となる調査事業を実施
- 湖岸公園対岸の町の遊休施設の土地・建物の健全性調査を実施
- 白川湖岸公園対岸エリアの活用事業者の公募に向け、エリアの構想計画策定や設備改修に向けた調査事業を実施

⇒当該土地や施設のハード面（設備劣化状況、耐震性、今後の修繕可能性）と
ソフト面（マーケティングや活用スキーム等の検討）の調査で民間が利活用しやすい環境を整備していく

【推進ポイント】

- 混雑緩和を前提に、通年で安定的な来訪が見込めるエリア形成を進め、地域住民・町内産業・来訪者の三方よしを実現するエリア／施設運営を目指すことで、地域全体の観光満足度向上に寄与
- 調査事業では、ワークショップ等を通じて地域住民との対話・意見交換を重ね、課題の共有と解決策の具体化、合意形成を推進

5-③. 成果及び今後に向けて

補助事業④	空間的分散に向けた対岸エリア調査事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	対岸エリア活用の進捗率

令和7年度に掲げた目標値

- 20%

事業の成果/目標の検証結果

- 30% （令和8年1月31日）

成果の詳細

- 土地建物健全性調査により、再取得額や各種化学物質汚染状況などが判明。想定通りの内容であり、構想策定事業につなげることができた
- 構想策定調査事業を実施する事業者に、改修後の運営権を与える方式でプロポーザルを実施。構想策定と同時に今後の民間の活用事業者も決定した
- 調査では、土地建物の構造・設備の健全性、再取得額の妥当性、各種化学物質の検出状況を把握し、必要な対策項目と概算費用・工程の目安を整理した。結果は想定の範囲内で、改修計画の成立性とリスクの見える化が進み、構想策定・事業者選定の前提条件を明確化できた。これにより予算編成とスケジュールの確度が向上し、プロポーザル手続の円滑化につながった（以下、エンジニアリングレポートの画像）

令和7年度事業を踏まえた継続課題

改修実現に向けた設計・施工・予算化の具体化

- 実際の活用を目指し、改修に向けた設計・施工の実現、予算化が課題となり、実現に向けて今後具体化してく必要がある

令和8年度以降の方針

フォレストいいで活用・改修の着実推進による需要分散の加速

- 需要分散を加速させるため、本エリア（フォレストいいで）の活用に向けた取り組み、改修を着実にすすめる

5-④. 主な取組（詳細）

地域全体の観光地域づくりに関わる事業

補助事業⑦	**地域住民理解促進事業**		
事業目的	地域住民に対し「参画」してもらうことによる理解促進と観光満足度の調査		
実施主体	めざみの里グリーンツーリズム推進協議会	実施期間	令和7年7月～令和7年11月

【背景・課題】
- 渋滞に苦しみ観光に対しマイナスの印象を持つと想定される山間集落住民を始めとした町民に対し、観光マナー啓発に「参画」してもらうことによる観光への理解促進と観光客への不満軽減を図る

【事業内容】
- 地域住民と協働し、観光の意義、白川湖の水没林のストーリー、ならびに適切なマナーへの理解を、観光客と住民の双方で深める取組を推進
- 具体的には、一般社団法人ツーリストシップと連携し、これらの内容を「旅先クイズ会」として分かりやすく提示し、楽しみながら学べる機会を提供、地元中学生等のボランティアが運営に参画して開催

【推進ポイント】
- 町のLINEやHPにてボランティアを集めるとともにイベントを告知
- 若いうち、子供の頃から観光産業に親しんでいただけるように中学校を巻き込んで事業を実施

クイズ会開催風景

ボランティア募集チラシ

5-④. 成果及び今後に向けて

補助事業⑦	地域住民理解促進事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	住民の観光に対する理解向上への進捗率

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 20%	• 30.7% （令和7年11月30日）

成果の詳細

- 町LINEによる告知でボランティア参加者が出るなど観光への期待や興味を感じられた
- 当初目的通り中学生のボランティア参加者も得られたこと、事前段階で中学校で観光やこの取り組みの意義を朝会で全校生徒に周知できたため観光への知悉度が深まったと考えられえる
- イベント開催時においては観光客・地元民ともにクイズに参加し、マナーや地元ストーリーに親しみ次回来訪時のマナーや需要分散につながると思われる

令和7年度事業を踏まえた継続課題

住民周知強化と継続参画型ボランティア基盤の構築

- 回数を重ね、事業のさらなる住民への周知が必要
- 永続的なボランティアを募集（どのように継続して関わってもらうか）

令和8年度以降の方針

時期・場所の再設計と春の白川湖開催検討による住民理解の促進

- 時期や場所を見直して、同様のイベントを開催する
- 実際にオーバーツーリズムに近い状態となっている春の白川湖での開催を検討し、住民理解を促進させる

14.　埼玉県川越市

1．地域概要

対象地域	埼玉県川越市全域
申請主体	川越市
計画名	川越市におけるオーバーツーリズム対策事業

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	7,757	7,191	7,358
- 国内	7,444	6,576	6,659
-訪日外国人旅行者	313	615	699

地域の特徴・観光資源等

- 首都圏内の立地特性から、日帰り観光が多数。
- 店舗が集積する蔵造りの町並みに観光客が集中。
- 主な観光資源
  ・蔵造りの町並み　・時の鐘　・菓子屋横丁
  ・川越氷川神社　・川越城本丸御殿　・喜多院　等

協議体制

協議の場

川越市オーバーツーリズム対策懇談会

参加者

行政機関
- 川越市観光課
- 埼玉県　他

観光関連団体
- 小江戸川越観光協会
- DMO川越　他

公共交通事業者
- 西武鉄道
- 東武鉄道　他

商店街、住民関係者
- 川越一番街商業協同組合　他

エリアマップ

菓子屋横丁

時の鐘

蔵造りの町並み

川越城本丸御殿（マップ外）

2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**交通問題**	・ 限られたエリアと時間に観光客が集中することで、歩行空間の混雑や車両との錯綜による危険等が生じ、観光客から不満が挙がっているほか、住民の通行やバスの運行に支障が生じている。	観光客・住民 公共交通事業者
2.	**観光環境問題**	・ 観光客による私有地への進入やゴミのポイ捨て等のマナー問題が生じている。	住民
3.	**観光客分散化問題**	・ 限られたエリアと時間に観光客が集中しており、主要な観光スポット以外の認知度が低い。	住民・観光客

① 交通問題

車道へのはみ出し

店舗の行列を避ける歩行者等が車道にはみ出し、人と車が錯綜する危険な状況となっている。

② 観光環境問題

ごみのポイ捨て等の迷惑行為

ごみのポイ捨て等、一部の観光客の迷惑行為によって、観光地周辺に住んでいる住民の生活に悪影響が出ている。

③ 観光客分散化問題

観光客の一極集中

蔵造りの町並みが広がる一番街は、主要な観光資源が集中し、限られたエリアと時間に観光客が集中しており、その他の観光スポットの認知度が低い。

3．背景・要因

主な背景・要因

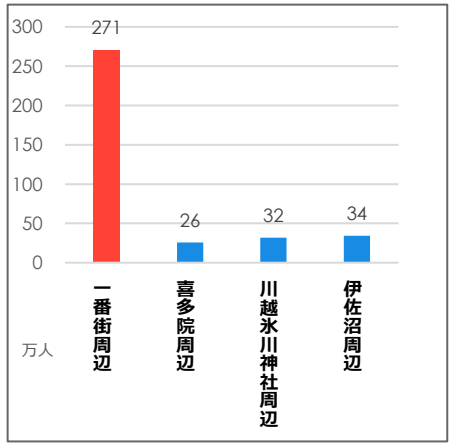
1.	**首都圏からのアクセスの良さ**	• 首都圏からのアクセスが良く、日帰り観光客が多いため、限られたエリアと時間に観光客が集中している
2.	**観光地と住民生活エリアの近接性**	• 主要観光エリアである「蔵造りの町並み」の周辺は、複数のバス路線が通る幹線道路かつ生活道路であり、人口集中地域として住民生活の場ともなっている • 江戸時代からの狭隘な道路構造が概ね維持される中、歴史的建造物が多く、道路拡幅や交差点改良が困難である
3.	**「蔵造り町並み」以外の観光スポットの認知度不足**	• 「蔵造りの町並み」は多くの観光客が訪れる一方、「喜多院」「川越城本丸御殿」「氷川神社」や「昭和の街」など、周辺の徒歩圏内にある観光スポットは、認知度不足や歩行環境が悪いなどの要因により、観光客の回遊が図られていない
4.	**マナーの周知徹底不足**	• 歩行者の車道へのはみ出しや乱横断、ごみのポイ捨て等がみられ、マナーの周知徹底がなされていない • 前述の観光客の移動需要の増加に対応できていない。

川越市の位置

都心から約30kmに位置し、鉄道が３路線乗り入れて交通利便性が高い反面、日帰り客は気軽に訪れて帰りやすく、他都市（東京等）への移動も容易な点が宿泊を妨げる要因にもなっている。

バスが多く通過する蔵造りの町並み

川越駅・本川越駅から蔵造りの町並みを通過する東武バスの平日の１日便数は380本（往復）程度もあり、蔵造りの町並みは住民の重要な生活道路としての機能を有している。



主要エリア別の観光客数

一番街（蔵造りの町並み）周辺とその他の主要エリアの観光客数は10倍近くの差が生じており、喜多院周辺及び川越氷川神社周辺は蔵造りの町並みから徒歩圏内であるにも関わらず、偏りが顕著なため、認知度不足が考えられる。

道路を乱横断する観光客

蔵造りの町並みは西側、東側それぞれに観光客向けの店舗が立地し、信号及び横断歩道の数が限られていることから、逆側の店舗へ移動するために乱横断する様子がたびたび見受けられる。

4．対策の概要

目指す姿	「住んでよし、訪れてよし」の持続可能な観光都市の実現
KGI	指標名：川越観光に対する満足度 目標値：住民50%(令和9年度)、観光客80%(令和9年) 実績値：住民ー(令和7年度計測無し)、観光客74%(令和7年)

既存の観光資源が住民生活の場と連続していることから、観光客の満足度に対し、住民の満足度が低い状況となっている。観光振興を持続可能なものとするため、住民と訪れる人の双方にとってより良い観光地となるよう、概要に掲げる５つのテーマ・視点により事業展開する。

■補助事業の実施概要

受入環境の整備・増強

①無電柱化の推進等、歩行環境の改善による回遊性の向上①

一番街に観光客が集中しているため、一番街周辺道路の無電柱化事業を実施し歩行空間の改善をすることにより、一番街に集中する観光客の分散化を図る。令和７年度は無電柱化に向けて道路予備設計および歩行者交通量調査を行い、令和8年度以降の設計の基礎資料とする。

②無電柱化の推進等、歩行環境の改善による回遊性の向上②

一番街に観光客が集中しているため、回遊性向上のためのルート選択を行い、無電柱化未実施の道路について具体的な整備手法や優先順位の検討、川越市無電柱化推進計画案の作成を行う。

③適切な交通規制等のあり方検討

人と車が錯綜する危険な状況となっているため、５月、11月に試行的に歩行者天国を実施し、交通量調査やアンケート調査を行うことで交通規制の影響や効果を検証する。検証結果をもとに令和8年度以降の交通対策について検討を行う。

需要の分散・平準化

④よる川プロジェクト　～夜の川越をみんなで盛り上げようプロジェクト～

観光客が日中に集中していることから、川越の新たな魅力の開発、ナイトタイムエコノミーの推進による分散化を目的とする。夜（夕方）の街歩きイベントの支援、夜間コンテンツのブラッシュアップ、定期的な夜のイベント開催を通じて、夜間の人流増加を促進し、観光客の分散化と宿泊業・飲食業の活性化を図る。

地域住民と協働した観光振興

⑤商店街等の環境美化活動に対する活動補助事業

観光客によりゴミがポイ捨てされている状況であるため、商店街等の団体による、自主的な環境美化活動等に対し補助を実施する。令和7年度補助事業を行うことで、その取組に共感し、令和8年度以降自主的にゴミ捨ての収集に協力する団体の増加、更なる巻き込みを目指す。

⑥持続可能な観光振興計画の策定

課題等を整理しながら持続可能な観光ビジョンの策定し、目指すべき目標の共有化を図る。市民、事業者、観光関連団体、行政の役割を明確にした上で、日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTD-D）に沿って、データ収集、分析に基づいた観光振興計画を策定する。

調査・分析

⑦観光客混雑区域内市有地の活用方策検討

一番街に市有地の駐車場があるため、観光車両が流入しているが、車両の流入抑制を図るために現地調査、類似事例調査、駐車場等の要望調査、課題の整理、利活用方針の整理を行い、活用方策を検討する。

地域全体の観光地域づくりに関わる事業

⑧ 三者（来訪者・地元事業者・住民）による「川越観光のこころえ」づくり事業

- 三者の相互理解を醸成し、観光客だけに強いることのない、お互いが尊重し合う観光地域づくりが求められている。
- 観光地域づくりに意欲ある地元事業者、住民を市内全域で募集を行いワークショップを実施。アンケート等を通して、三者に共通した「みんなのこころえ」を策定し、それへの賛同と、個々が自分事としてできることを考え「わたしのこころえ」として宣言してもらい、構築した公式ウェブサイトに掲載するなどして、持続可能な観光地域づくりの啓発に取り組んだ。

【本地域における取組マップ】

KGI：川越観光に対する満足度
- 測定手法：
  - 住民：市民意識調査（令和10年3月）
  - 観光客：川越市観光アンケート調査（令和10年3月）
- 現状値：
  - 住民：47.5%（令和6年度）
  - 観光客：76.6%（令和5年）
- 目標値：
  - 住民：50%（令和9年度）
  - 観光客：80%（令和9年度）

商店街等の環境美化活動に対する活動補助事業

KPI：環境美化活動補助の補助事業者数
令和7年度　10件
KPI：R7年度補助対象事業者のうち、継続して自主的に環境美化活動を実施する事業者数
令和8年度　15%
令和9年度　20%前後

持続可能な観光振興計画の策定

KPI：住民及び観光客の川越観光に対する満足度
令和7年度　観光客71.5%
令和9年度　住民50%、観光客80%
令和12年度　住民52%、観光客85%

観光客混雑区域内市有地の活用方針策検討

KPI：観光客混雑区域内市有地活用方針の策定状況
令和7年度　30%＝素案作成（取組の柱の設定及び部内での承認、関係団体との調整）
令和8年度　60%＝活用方針の素案策定（施策を具体化及び目標値設定）
令和9年度　100%＝活用方針設計完了（地域住民との合意形成及び庁内での承認）

三者による「川越観光のこころえ」づくり事業

KPI：川越観光のこころえ賛同宣言者数
令和7年度　30件
令和8年度　100件

よる川プロジェクト～夜の川越をみんなで盛り上げようプロジェクト～

KPI：来訪時間を昼から夜に変更した観光客の割合
令和7年度　5～10%、令和8年度　15%
令和9年度　20%前後

無電柱化の推進等、歩行環境の改善による回遊性の向上①

KPI：無電柱化設計の進捗率
令和7年度　50%以下＝道路予備設計・歩行者交通量調査（道路の縦横断設計、現状交通量把握）
令和8年度　38%以下＝66%＝電線共同溝予備設計（電線共同溝埋設位置の検討、地上機器の配置調整）
令和9年度　100%＝道路・電線共同溝詳細設計完了（設計図面、数量計算書作成）

無電柱化の推進等、歩行環境の改善による回遊性の向上②

KPI：川越市無電柱化推進計画の策定進捗率
令和7年度　60%＝計画案作成（取組の柱の設定）
令和8年度　90%＝有識者との合意形成（計画策定完了）
令和8年度　100%＝事業着手（計画公表）

- 首都圏内の立地特性から、日帰り観光が多数
- 店舗が集積する蔵造りの町並みがある限られたエリアと時間に観光客が集中することによる交通問題の発生と分散化に課題があり、観光客によるマナー問題も発生

適切な交通規制等のあり方検討

KPI：観光客の交通手段に占める自家用車・レンタカーの割合
令和7年度　40%以下、令和9年度　38%以下
令和11年度　36%以下

5-①. 主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業③	適切な交通規制等のあり方検討		
事業目的	地域の負担に配慮した安全安心な歩行環境のあり方検証		
実施主体	川越市	**実施期間**	令和７年８月～令和８年２月

【背景・課題】

- 令和６年度に実施したアンケート調査では、住民の約８割が交通規制に対し比較的肯定的な意見であったが、一番街周辺の地域では、否定的意見が２～３割存在した。
  地域に与える影響が大きい交通規制の実施にあたっては、より丁寧かつ慎重な検討が必要であり、今後の施策の検討を行うため、歩行者天国を試行的に実施し、交通規制による実態上の影響を把握することとなった。
- 交通シミュレーションにより、市街地全体の交通量を10%削減すれば、交通規制を実施した場合でも規制前と同程度となる結果が出たことから、交通規制の実施に当たっては、交通規制の事前周知や混雑予測の発信等により、市街地への通過交通や観光車両の流入抑制を図っていくこととなった。

【事業内容】

- 令和６年度に行った「適切な交通規制のあり方検討」の成果を受け、以下の事業を行う。
- 歩行者天国を試行する。（実施時期：５月、１１月）※５月は補助事業対象外
- 交通量調査やアンケート調査等を行うことで交通規制の影響や効果等を検証する。

【推進ポイント】

- 歩行者天国の試行的実施に当たり、事前の調整や十分な周知を行う（周知方法：広報、チラシ、看板・横断幕、市HP・SNS、関係機関HP等）。
- 周辺交通への影響、生活環境・地域経済への効果や影響、安全性への効果等をしっかり検証する。

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業③	適切な交通規制等のあり方検討

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	観光客の交通手段に占める自家用車・レンタカーの割合

令和7年度に掲げた目標値

- ４０%以下

事業の成果/目標の検証結果

- 3/27時点で非公開
  （内部で公開に向けて準備中、3月下旬以降に公開予定）

成果の詳細

- 一番街周辺の安全性について、交通規制前のアンケートと比較すると、歩行者天国の実施により、「安全」「やや安全」に感じる住民が38.9%増加した。
- 歩行者天国の実施について、5月のゴールデンウィークは住民の7割以上、11月の連休は6割以上が「実施した方が良い」、「ある程度仕方がない」と回答した。
- 5月のゴールデンウィークや11月の連休以外は、「交通規制はしない方が良い」と回答した住民が35.1%と最多であった。
- 5月と11月の歩行者天国実施時、いずれも路線バスの迂回路となる県道川越上尾線で交通規制に起因すると考えられる渋滞が発生した。
- 歩行者天国の実施を知っていた観光客は、5月実施時は29.7%、11月実施時は15.0%となっており、周知に課題が残る結果となった。
- 一番街の歩行者通行量について、川越まつりがある10月を除くと5月が最も多かった。次に11月が多く、特に3連休は通行量が約2割増加した。
- 交通規制以外の対策として、「観光客の交通マナー向上」や「店舗等の行列対策」を望む意見が多く寄せられたほか、「道路整備や交差点改良」、「交通誘導員の配置」、「車両の流入抑制」についても、一定数の意見があった。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

北部市街地交通対策の課題

- 上記の検証結果を踏まえて、今後、概ね５年間を目途に抜本的対策（①車両の流入抑制、②交通円滑化対応、③道路環境の整備、④観光客の交通マナー向上や行列対応、⑤観光客の分散化、⑥観光客への負担の適正化）に取り組むとともに、その間、観光客が集中する5月と11月の連休において緊急的な安全対策として一番街で歩行者天国を実施していくこととなったが、抜本的対策を進めるに当たり、具体的な施策の立案と適切な進行管理が課題になっている。

令和8年度以降の方針

今後の北部市街地交通対策について

- 北部市街地交通対策として、概ね5年間を目途に、車両の流入抑制や交通円滑化対応などの抜本的な対策に取り組むとともに、ゴールデンウィークなど特に観光客が集中する時期においては、緊急的な安全対策として歩行者天国を実施していく予定である。

5-②. 主な取組（詳細）

需要の分散・平準化

補助事業④	よる川プロジェクト　～夜の川越をみんなで盛り上げようプロジェクト～		
事業目的	蔵造りの街並みを生かした魅力的な夜のイベントを開催し、昼から夜へ訪問時間を変更する観光客の増加 （観光客の訪問時間の時間的分散化）		
実施主体	公益社団法人小江戸川越観光協会	**実施期間**	令和7年9月～令和7年11月（効果測定～令和8年1月）

【背景・課題】
- 川越市中心市街地における夜間の滞在時間が短く、昼間に集中する観光動線の分散が課題となっている。
- 観光消費額の向上および地域経済活性化に向け、夜間の来訪動機創出（ナイトタイムコンテンツの充実）が求められている。
- 中心市街地と周辺エリア（新河岸地区等）を含めた広域的な回遊促進により、地域全体の賑わい創出を図る必要がある。

【事業内容】
- **夜間コンテンツの創出・提供**（＝体験の創出）＝夜間来訪のきっかけづくり・滞在時間延長を目的＝
  - ▸夜間音楽イベント「KAWAGOE REMIX」の実施 ▸mini REMIX（小規模音楽ライブ）の実施 ▸宵machiバルの開催
  - ▸歴史的空間を活用した夜間演出・文化コンテンツの提供
- **夜の川越ブランドの形成・情報発信**（＝認知づくり）＝夜間観光の認知向上・来訪動機の醸成＝
  - ▸ポスター・チラシ等による告知 ▸WEB記事掲載・SNS発信 ▸Instagramフォトコンテストの実施 ▸「よるの川越」のイメージ発信・ブランディング
- **回遊促進・地域連携の推進**（＝波及効果の創出）＝川越市全体への経済効果・継続性の確保＝
  - ▸商店街・関係団体との連携 ▸中心市街地および周辺エリアの回遊促進 ▸地域事業者の参画による賑わい創出

【推進ポイント】
- **官民連携による実施体制の確立**　＝川越市中心市街地の一体的な賑わい創出に寄与＝
  - ▸商店街、観光事業者、行政、地域団体等との連携により円滑な事業運営を実現 ▸会場提供、出店協力、広報連携等を通じた地域一体型の事業運営
  - ▸継続実施に向けた協力体制の基盤を構築
- **夜間来訪のきっかけとなるコンテンツの継続的実施**
  - ▸KAWAGOE REMIX、mini REMIX 、宵machiバル等の複数イベントを段階的に実施 ▸音楽・食・ライトアップを組み合わせた夜間体験の提供
  - ▸来訪機会の複数化による滞在時間延長と回遊促進
- **統一コンセプトによる「夜の川越」の可視化デザイン**
  - ▸印刷物・会場演出の統一ライトアップや装飾による夜間空間の演出 ▸「よるの川越」というイメージ形成の推進
- **広報・情報発信の多面的展開**
  - ▸WEB・SNS・印刷物を組み合わせた周知 ▸イベント情報の継続発信による認知向上 ▸来場者動向の把握と今後の改善への活用

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業④	よる川プロジェクト　～夜の川越をみんなで盛り上げようプロジェクト～

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	来訪時間を昼からに夜に変更した観光客の割合

令和7年度に掲げた目標値

- ５～１０％

事業の成果/目標の検証結果

- ９.５％（令和7年10月～11月測定）

成果の詳細

【事業目的に対する成果】
- 夜のイベント参加者向けアンケート　アンケート総数273件（内訳：KAWAGOE REMIX24件 宵machiバル249件）

【実績値】
- 9.5%（16時以降の純増+26人/総数273）

【課題】（参加者アンケート結果を鑑みて）
- 参加者の大半が川越市内在住という結果が確認された（告知期間や方法の見直しが必要）
- 参加者の年齢層が高いことが確認された（本来ターゲットである若年層向けに内容の改善が必要）

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1 市外来訪者への情報発信の強化
- 参加者の多くが川越市内在住者であることが確認された。
  今後は、市外来訪者への認知拡大に向け、告知開始時期や広報媒体の見直しを行い、より広域への情報発信を強化する必要がある。

2 若年層への訴求力向上
- 参加者の年齢層が比較的高い傾向が確認された。
  本来のターゲットである若年層の参加を促進するため、イベント内容や情報発信手法について改善を図る必要がある。

令和8年度以降の方針

1 地域連携による事業展開の拡大
- 「宵machiバル」事業については、開催エリアの拡大や他の地域イベントとのコラボレーションを進める。あわせて、より多くの商店街や地域事業者の参画を促し、地域全体で取り組む夜間観光事業として発展させていく。

2 戦略的な広報プロモーションの強化
- 広報・プロモーションについては、事業開始前から計画的に展開できるスケジュールを構築する。SNSや交通広告など複数の媒体を活用し、ターゲット層に対して能動的に情報発信を行うことで、認知拡大と来訪促進を図る。

5-③. 主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業⑤	商店街等の環境美化に対する活動補助事業		
事業目的	商店街等に補助をすることでゴミのポイ捨て防止に努める		
実施主体	川越市	実施期間	令和7年7月～令和8年2月

【背景・課題】
- 令和6年度において、商店街等の自主的な環境美化活動等に対して補助を行ったが、３団体の補助に留まった。

【事業内容】
商店街等の団体による自主的な環境美化活動等に対し補助を行うことにより、地域全体で継続的なオーバーツーリズム対策を行う。
そのために、以下の対応ステップで推進する。
- -11月～１月　各関係団体周知、申請受理
- -適宜　申請に対し補助を行う

【推進ポイント】
- ゴミ問題やマナー等に関する事業は、短期間で効果が出るものではなく、継続的に推進していく必要がある。
- 活動補助事業については、商店街等に幅広く事業の周知を行うことが重要であり、あらゆる機会を捉えながら事業の周知徹底に努めていく。
- 令和６年度に補助事業で作成したマナー啓発のポスター・ステッカーも活用しながら、地域による啓発活動を継続する。

マナー啓発ステッカー

5-③. 成果及び今後に向けて

補助事業⑤	商店街等の環境美化に対する活動補助事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	指標Ａ：環境美化活動補助の補助事業者数

令和7年度に掲げた目標値

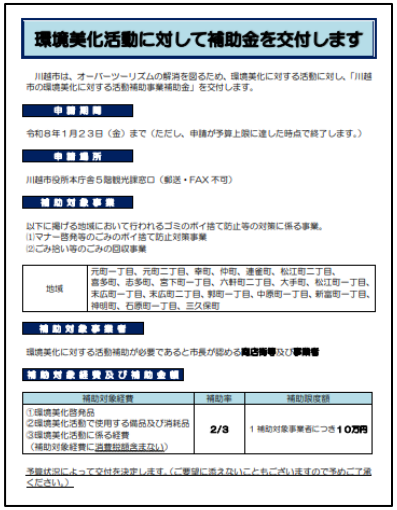
- １０件

事業の成果/目標の検証結果

- ３件（令和8年2月）

成果の詳細

【令和7年度の成果詳細】
■川越クリーンアップ委員会の環境美化活動
・11月27日、12月19日、1月27日に役員において商店街の環境美化活動を試行実施。
市民を巻き込んだ活動とするため、啓発品として手ぬぐいを準備し、参加者に配布する計画とした。
・2月23日に事業者・ボランティアを巻き込んだ清掃活動及びごみ組成調査を実施。
事業者のほか青年会議所、観光協会、DMO、商店のファンなど50名以上が参加した。
■川越一番街商店街のごみ持ち帰り啓発
・2月上旬、川越一番街商業協同組合の事業者が来訪者にごみの持ち帰り用のごみ袋を配布。
・店舗には、株式会社櫻井印刷所が作成したポップやポスターを掲示し、ごみのポイ捨て防止を呼び掛けた。


環境美化活動に対して補助金を交付します

川越市は、オーバーツーリズムの解消を図るため、環境美化に対する活動に対し、「川越市の環境美化に対する活動補助事業補助金」を交付します。

申請期間
令和８年１月２３日（金）まで（ただし、申請が予算上限に達した時点で終了します。）

申請場所
川越市役所本庁舎５階観光課窓口（郵送・FAX 不可）

補助対象事業
以下に掲げる地域において行われるゴミのポイ捨て防止等の対策に係る事業。
①マナー啓発等のごみのポイ捨て防止対策事業
②ごみ拾い等のごみの回収事業

地域	元町一丁目、元町二丁目、幸町、仲町、連雀町、松江町二丁目、喜多町、志多町、宮下町一丁目、六軒町二丁目、大手町、松江町一丁目、末広町一丁目、末広町二丁目、野田一丁目、中原町一丁目、新富町一丁目、神明町、石原町一丁目、三久保町

補助対象事業者
環境美化に対する活動補助が必要であると市長が認める商店街等及び事業者

補助対象経費及び補助金額

補助対象経費	補助率	補助限度額
①環境美化器具品 ②環境美化活動で使用する備品及び消耗品 ③環境美化活動に係る経費 （補助対象経費に消費税は含まない）	2/3	１補助対象事業者につき１０万円

予算状況によって交付を決定します。（ご希望に添えないこともございますので予めご了承ください。）

令和7年度事業を踏まえた継続課題

ごみ組成調査から分かった課題

- ごみの組成調査の結果、廃棄場所および分別の不徹底や飲み残しの廃棄、路上喫煙のごみなどの散逸により、観光地の景観を損ねていることがわかったので、今後これらの解消に向けた地域との連携が期待される。
- ごみのポイ捨て等の環境美化は、短期間で効果が出るものではないため、継続的な環境美化対策が必要となる。

令和8年度以降の方針

ボランティアの募集・商店街関係者との連携

- 各団体が環境美化に関する活動を継続して実施できるよう、ボランティアの募集や周知等の協力を行っていく。
- 商店街等の関係者との協議の継続する。
- 商店街（各店舗）等のごみ対策についての調査を行う。

4．対策の概要

一番街周辺への観光客の一極集中、交通渋滞の発生、観光客のマナー違反等を改善するため計11個の対策事業を実施

- 観光客の一極集中を抑制するため、多様な観光拠点への誘客促進や混雑解消を図る取組みを実施
- 交通円滑化を図るため、調査分析（交通規制やパークアンドライドの検討、無電柱化等）やバス停・駐車場など受入環境の整備を実施
- マナー違反対策として、ごみのポイ捨て禁止を図る取組みやマナー啓発動画の作成を実施

エリアマップ

調査分析

取組み内容 | **①適切な交通規制等のあり方の検討**

- 安全安心な歩行環境の確保と生活環境・生活交通の保全を目指し、交通量調査とそれに基づく交通シュミレーションの実施、地域住民等へのアンケート調査を行い、データや地域の意向を踏まえた適切な交通規制等のあり方を検討する

取組み内容 | **②パークアンドライド事業の拡張性等に関する調査検討**

- 北部市街地内の駐車場の立地・利用状況を調査するとともに、ナンバープレート調査により観光車両の主な流入経路や台数を把握した上で、既存駐車場やバス路線を活用したパーク＆ライドの導入可能性について調査・検討する

取組み内容 | **③無電柱化に関する調査**

- 歩行環境の改善による観光客の分散化を目指し、中央通り線の仲町交差点から連雀町交差点（昭和の街）の無電柱化のための調査を実施し、無電柱化推進に係る計画案を作成する

受入環境の整備・増強

取組み内容 | **④公共交通の利用促進(スマートバス停設置支援)**

- 北部市街地周辺の観光客が利用する主要なバス停において、バス事業者が、バスロケーション機能や多言語表示機能を搭載するスマートバス停を設置することに対し、事業費の一部を補助する

取組み内容 | **⑤駐車場の混雑・満空状況の情報環境整備**

- 観光客の利用率が高い市庁舎北側・南側駐車場及び郊外型駐車場において、混雑や満空状況を発信、収集するシステムを整備する。
  デジタルマップ等でリアルタイムな情報として観光客へ提供する

取組み内容 | **⑥滞留スペースの確保(伝建調査)**

- 伝建地区内における広場や中庭、通り抜けルート等を活用した観光客の滞留空間の確保に向けた調査と効果検証及び実証実験を行う

マナー啓発

取組み内容 | **⑦マナー啓発動画・掲出物等の作成及び周知**

- 観光客のマナー改善を図るため、市内観光施設、北部市街地周辺部の商店街組合加盟店、市内３観光案内所と連携し、マナー啓発の掲出物等を掲示する

取組み内容 | **⑧ごみポイ捨て対策の支援によるまちの環境美化**

- ごみポイ捨て防止対策に関連する事業（広告付きごみ箱の設置等）を実施する際の費用を一部補助し、まちの環境美化を図る

4．対策の概要

一番街周辺への観光客の一極集中、交通渋滞の発生、観光客のマナー違反等を改善するため計11個の対策事業を実施

- 観光客の一極集中を抑制するため、多様な観光拠点への誘客促進や混雑解消を図る取組みを実施
- 交通円滑化を図るため、調査分析（交通規制やパークアンドライドの検討、無電柱化等）やバス停・駐車場など受入環境の整備を実施
- マナー違反対策として、ごみのポイ捨て禁止を図る取組みやマナー啓発動画の作成を実施

エリアマップ

観光客の分散･平準化

取組み
⑨多様な観光拠点への誘客促進

内容
- 日中の観光客を分散するため、喜多院周辺地域、川越城周辺地域、その他郊外地域でARのデジタル技術を活用したスタンプラリーやイベントを実施し、地域一体となった誘客促進を図る

取組み
⑩混雑緩和、マナー向上に向けた観光情報の一元的な発信

内容
- 小江戸川越WEBにおける交通情報（駐車場満空情報等）やマナー啓発等に係る掲載コンテンツを充実させ、観光客向けに一元的な情報発信を実施することで混雑緩和、マナー向上を目指す

受入環境の整備･増強

取組み
⑪行列･混雑の解消支援(整理券システム等)

内容
- テイクアウト品の購入または店内飲食待ちの行列が歩道上に頻繁に発生する飲食店舗に対し、交通の安全性の観点から、整理券システムを導入する際の費用を一部補助し、道路上の混雑緩和を図る

５-①．主な取組み（詳細）

課題	取組み
一番街周辺に観光客が集中し、人と車の錯綜が発生	**適切な交通規制等のあり方の検討** • 実施期間：令和６年９月～令和７年２月 • 実施主体：川越市

事業内容

■ **適切な交通規制等のあり方の検討**

➢ 交通量調査及び交通シミュレーションの実施

- 交通量調査を実施し、当該結果に基づく交通シミュレーションにより、交通規制時の周辺交通への影響や車両流入抑制対策等による効果を算出
- 交通シュミレーションは東京大学の本間准教授に依頼

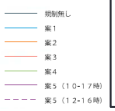
➢ アンケート調査の実施

- 交通対策等に係る住民や関係者に対するアンケートを実施することで、客観的データや地域の意向を踏まえた北部市街地における適切な交通のあり方（交通規制及び交通円滑化策）を協議・検討

交通量調査

主要交差点22箇所の自動車交通量及び３路線の歩行者交通量を調査

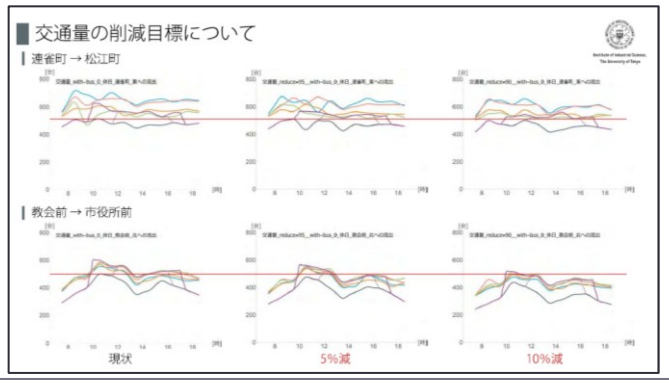
⑪ ⑱は、一方通行出口の交通量のみ計測



交通シミュレーション

調査結果をもとに交通シミュレーションを実施。交通規制時の影響や車両流入抑制の効果等を分析（以下分析結果の主なポイント）

・どの交通規制案でも特定個所に相応の混雑が発生
・バスの迂回は交通量の観点から効果は限定的
・歩行者天国を実施する場合、10%程度交通量を削減することで規制前と同水準を維持可能



アンケート調査

- 北部市街地内にお住まいの全世帯（約7,300件）や商店街、駐車場関係者等（約130件）に対し、交通対策等に関するアンケート調査を実施
- 北部市街地周辺の住民に対して、現在の交通環境への所感や検討中である一方通行や歩行者天国等の交通規制案とそれに伴う路線バス迂回運行に対する意見を確認

【アンケート内容（一部抜粋）】

- 一番街は、歩行者や車両にとって安全な交通環境だと思うか
- 安全対策として、交通規制を実施することをどう思うか
- 安全な好通環境を実現するには、どの案が望ましいか
- 歩行者天国を実施する場合は、春・夏のまつりや川越まつり、小江戸マラソン（合計６日間）を含め、年間どのぐらいの日数であれば受け入れやすいか
- 歩行者天国を実施する場合はどの時間帯が受け入れやすいか

５-①．成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- **交通規制等の交通対策実施に向けた手法、範囲、時期等を検討**し、次年度以降の交通対策へ繋げる

事業の成果／目標の検証結果

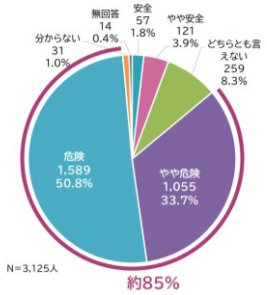
- **客観的データや地域の意向を踏まえた北部市街地における適切な交通のあり方を検討することが出来た**
  - 主要交差点22箇所の交通量調査を実施し、結果に基づく交通シミュレーションにより交通規制時の周辺交通への影響や効果等を算出
  - 交通対策等に係る住民や関係者に対するアンケートを実施

成果詳細

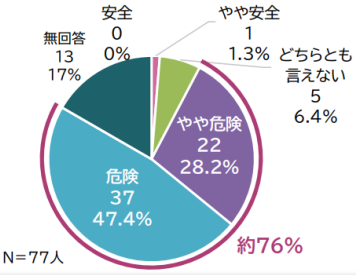
【アンケート結果（一部抜粋）】

Q.1 現在の一番街は、歩行者や車両にとって安全な交通環境だと思うか

住民の回答



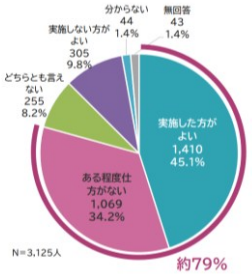
店舗・事務所駐車及び場関係者の回答



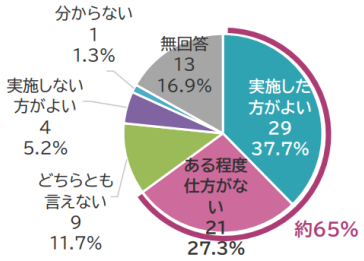
多くの人が一番街の交通環境に対する危険性を感じている状況

Q.2 安全対策として、交通規制を実施することについてどう思うか

住民の回答

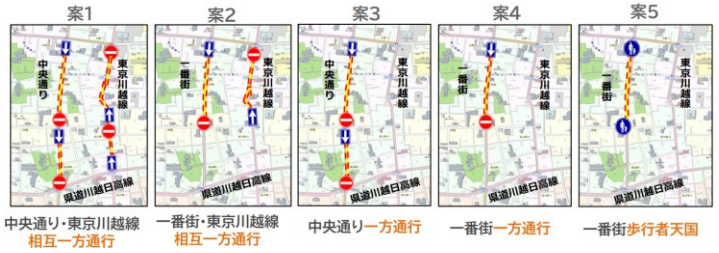


店舗・事務所及び駐車場関係者の回答

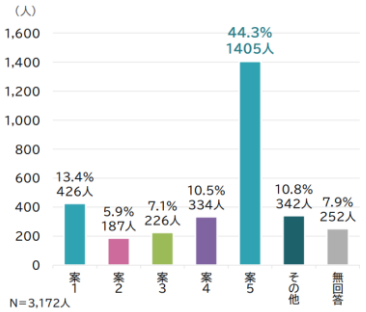


交通規制については比較的肯定的な傾向

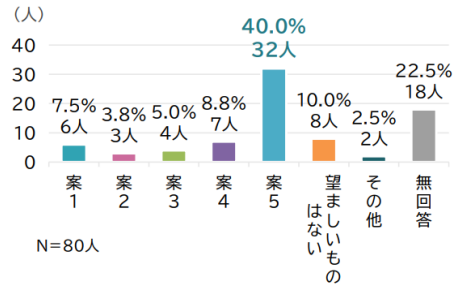
Q.3 交通対策案について、安全な交通環境を実現するためには、どの案が望ましいと思うか



住民の回答



店舗・事務所及び駐車場関係者の回答



案５（仲町交差点～札の辻交差点を歩行者天国にする案）が最も多く選択

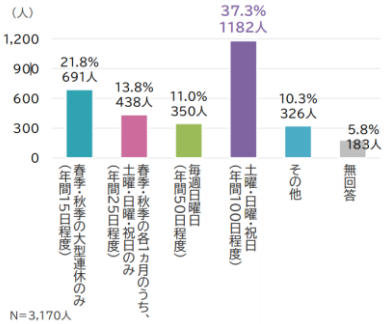
５-①．成果及び今後に向けて

成果詳細

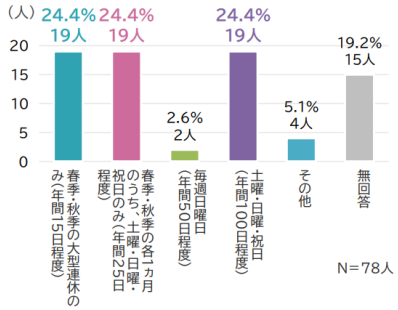
【アンケート結果（一部抜粋）】

Q.4　歩行者天国を実施する場合は、春・夏のまつりや川越まつり等（合計６日間）を含め、年間どのぐらいの日数であれば受け入れやすいか

住民の回答

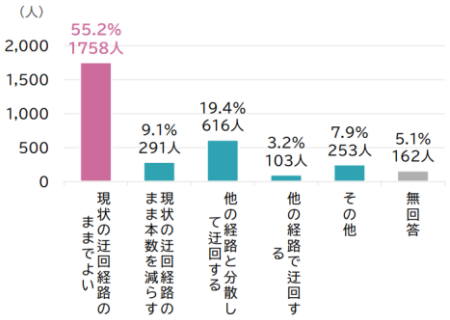


店舗・事務所及び駐車場関係者の回答



住民向けアンケートでは、「土曜・日曜・祝日（年間100日程度）」が最も多く選択されたが、店舗・事務所及び駐車場関係者向けアンケートでは、年間15日程度・年間25日程度・年間100日程度の回答が同程度

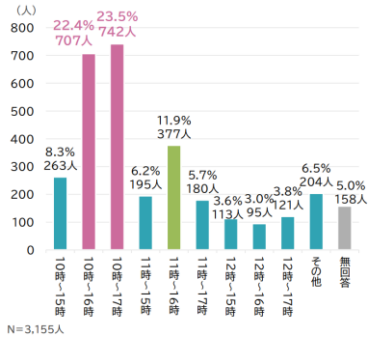
Q.6交通対策案による交通規制を実施した場合、路線バスの迂回運行を行う必要があるが、路線バスの迂回運行については、次のうちどれが重要だと思うか（住民アンケート）



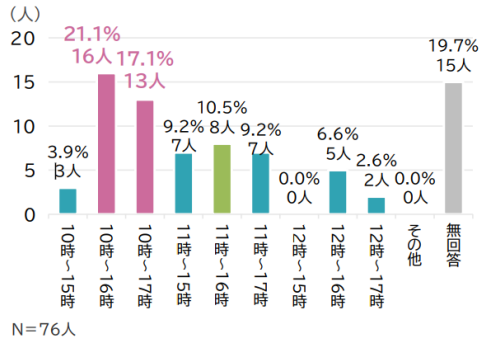
半数強が「現状の迂回経路のままでよい」と回答

Q.5　歩行者天国を実施する場合は、どの時間帯が受け入れやすいか

住民の回答

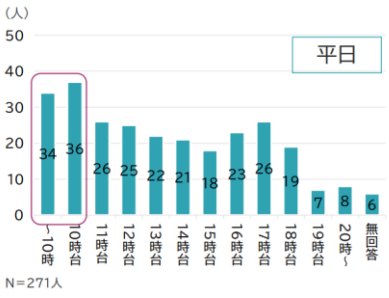


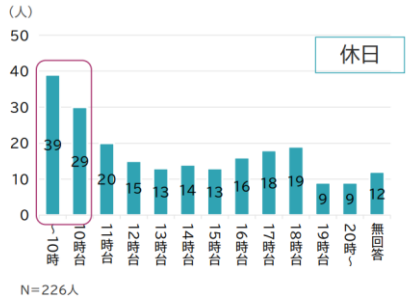
店舗・事務所及び駐車場関係者の回答



最も多く選択された時間帯は、「10時～17時」または「10時～16時」、次いで「11時～16時」

Q.7　駐車場や搬入・搬出に伴う車両の出入りの主な時間帯はいつか（店舗・事務所及び駐車場関係者アンケート）





平日、休日ともに～11時が車両の出入りが多い結果

５-①．成果及び今後に向けて

成果詳細

交通検討の在り方検討の結果

【アンケート】

- 一番街の交通状況について、約85%が危険な状況と認識
- **交通規制については比較的肯定的**な傾向
- 交通対策案としては**約44%が歩行者天国案を選択**
- 歩行者天国の**実施日は約37%が年間度通じて土・日・祝を選択**
- 規制の影響を直接受けるエリアの方はより短い日数を選ぶ傾向

【シュミレーション】

- どの交通規制案でも特定個所に相応の混雑が発生
- バスの迂回は交通量の観点から効果は限定的
- 歩行者天国を実施する場合、**10%程度交通量を削減することで規制前と同水準を維持可能**

次年度以降の取り組み ：歩行者天国の実施

- 調査結果を踏まえ、令和７年５月及び11月の連休時（計６日間）に、一番街において歩行者天国を試行的に実施することで、交通規制による影響や効果を把握する

５-②．主な取組み（詳細）

課題	観光客によるごみのポイ捨て

取組み	ごみポイ捨て防止対策の支援によるまちの環境美化 • 実施期間：令和６年９月～令和７年2月 • 実施主体：川越市

事業内容

■ **ごみのポイ捨て防止対策の支援によるまちの環境美化**

➢ ごみポイ捨て防止対策に関連する事業（スマートごみ箱の設置等）を実施する際の費用を一部補助し、まちの環境美化を図る

■ **ごみに関するアンケート調査**

➢ 観光客に対して川越市のごみに関するアンケート調査を実施

➢ 調査項目：

- 観光をしていて、まちなかにポイ捨てごみが多いと感じたか
- 観光をしていて、ごみ（になるもの）が発生したか
- 観光をしていて、まちなかにごみ箱があってほしいと感じたか

スマートごみ箱設置
＜鍛冶町広場＞

スマートごみ箱設置
＜川越市産業観光館　小江戸蔵里＞

商店街等の自主的な取組みの例
＜清掃用具の購入＞

５-②．成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- 商店街等が実施するごみ**ポイ捨て防止対策に関連する事業（広告付きごみ箱の設置等）を実施する際の費用を一部補助し、まちの環境美化**を図る

事業の成果／目標の検証結果

- **まちの環境美化に関して一定程度改善が見られた**
  - **まちの美化に関する観光客向けアンケート調査**
    「観光をしていて、まちなかにごみ箱があってほしいと感じましたか」：
    69%⇒**30%に減少**（設置したことによる設置希望回答者の減少と推測）

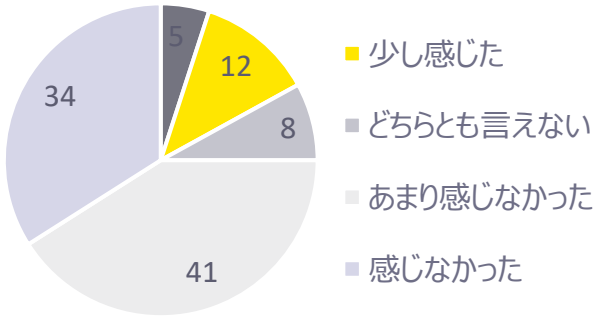
※「感じた」「少し感じた」と回答した割合

成果詳細

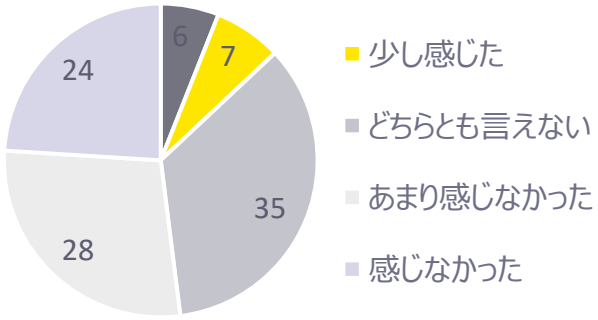
【アンケート結果】

Q.1　観光をしていて、まちなかにポイ捨てごみが多いと感じたか

設置前

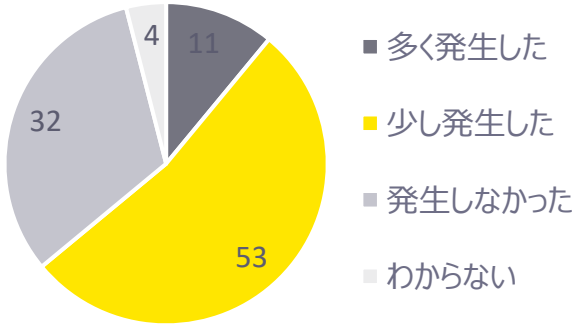


設置後

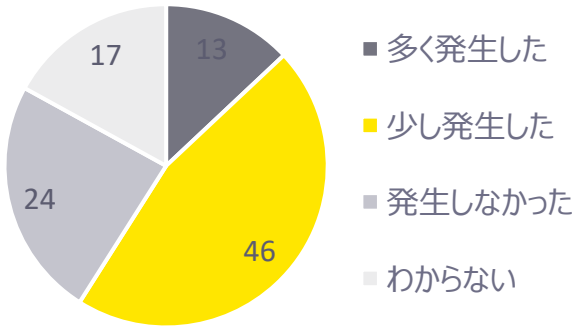


Q.2　観光をしていて、ごみ（になるもの）が発生したか

設置前

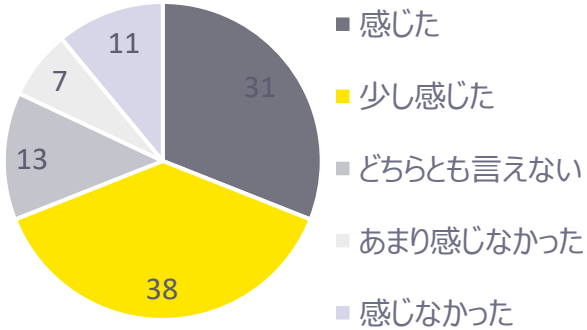


設置後

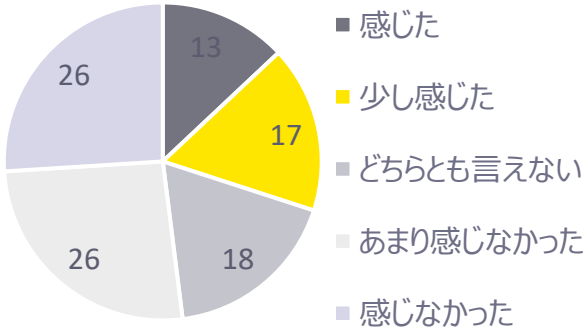


Q.3　観光をしていて、まちなかにごみ箱があってほしいと感じたか

設置前



設置後



5-②. 成果及び今後に向けて

令和６年度の取組みから見えてきた課題

1 地域全体での考え方の共有

- 地域の住民・事業者等との協議や観光関連団体との連携が十分でなく、地域のあり方や対策の方向性など、全体的な考え方が共有されていない

2 中長期の対策の必要性

- 対策の実施から日が浅いこともあり、効果がわかりにくかった
- ハード対策など具体的な取組実施には更なる時間を要するため、中長期での取り組みが必要

3 計画策定の必要性

- 現在の観光振興計画はオーバーツーリズム対策に係る内容が不足しており、新たな計画を策定する必要性がある

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

1 地域一体での継続的な取り組み

- 住民・商店街など、関係者が共通認識の下、地域一体で取り組んでいく
- 令和６年度の実施結果を踏まえ改善を図りつつ、地域での意見も聞きながら、取組みを継続する。
- オーバーツーリズム対策の方向性を包含した観光振興計画を策定する

2 交通円滑化の推進

- アンケート調査の結果を踏まえ、令和７年５月及び11月の連休時（計６日間）に、一番街において歩行者天国を試行的に実施することで、交通規制による影響や効果を把握する

3 観光環境の改善

- 広告付きごみ箱の設置、マナー啓発、観光客の分散化施策など、継続して効果が発現されるよう注視していく必要がある
- 効果検証により、次善策の検討を進める

現状について

- 令和7年度は、地域一体型として事業を実施。

15. 埼玉県秩父市

１．地域概要

計画名	地域住民と観光客が共存した持続可能な山間地域を目指す ”三峰駐車場の混雑分散化事業”
対象エリア	秩父地域、秩父市大滝（三峰地区）
実施主体	秩父市
年間観光客入込数	約856万人 ※令和５年度１市４町全体
年間延べ宿泊者数	約39万8,400人 ※令和５年度１市４町全体
主な観光資源	寺社仏閣、祭、自然、鉱泉、酒、アニメツーリズム、秩父多摩甲斐国立公園

三峯神社

秩父夜祭

芝桜の丘

秩父雲海

● 観光ビジョン

国内外観光客に優しい観光地をつくり、地域住民と観光客が共存した持続可能な山間地域を目指す

- デジタル活用により観光と交通の利便性を向上
- 観光客に公共交通機関の利用を促すことで社会インフラを維持し、地域住民の移動手段や通信手段を確保
- 誘客力のある観光コンテンツを強みに活かしながら、極度な需要集中を抑制
- 回遊を促し、秩父エリア全体に分散化を図ることで、広域的な観光誘客を推進

● 推進体制（協議の場）

秩父オーバーツーリズム対策協議会

行政機関	事業者	住民関係者
秩父市	（一社）秩父地域おもてなし観光公社	大滝町会理事会
	秩父商工会議所	
	秩父鉄道㈱	
	西武鉄道㈱	
	秩父タクシー協会	
	（一社）秩父観光協会	
	オフィスプラス㈱	

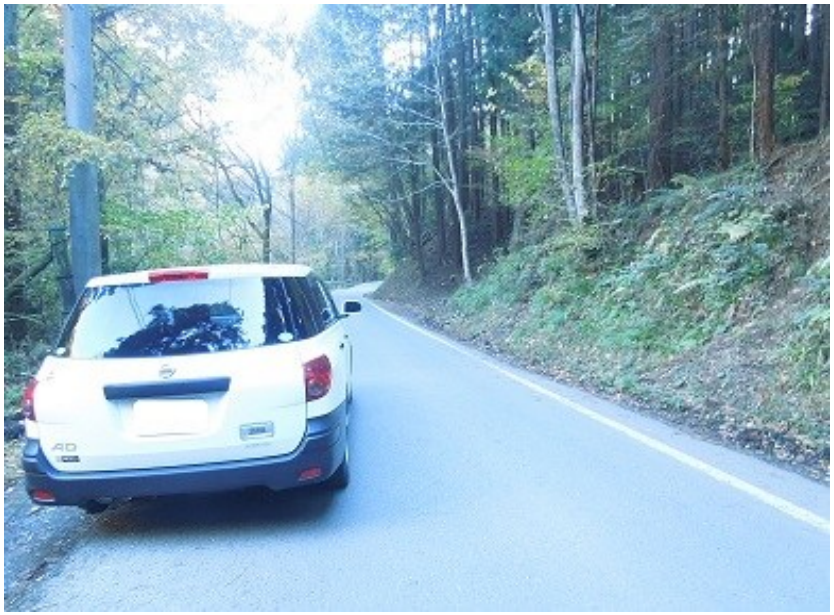
２．課題

● 主な課題

	主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1．交通渋滞	• 三峯神社最寄りの市営三峰駐車場（246台）の混雑により、入庫待ちが発生し、渋滞が発生している（5km、5時間待ち以上の渋滞となることもある） • 渋滞が原因で、折り返しのバスが到着せず、大幅遅延やトイレに行けないなどの問題が発生している • 救急車両や物流トラックの通行に支障をきたし、地域住民にも影響が出ている	観光客・地域住民
2．上記に伴うマナー違反	• 三峯神社周辺は秩父多摩甲斐国立公園の特別地域であるが、渋滞に伴い、路上や空き地等へのマナー違反駐車が散見されている	地域住民・観光資源

１．三峯神社への渋滞の様子

２．路上駐車などのマナー違反

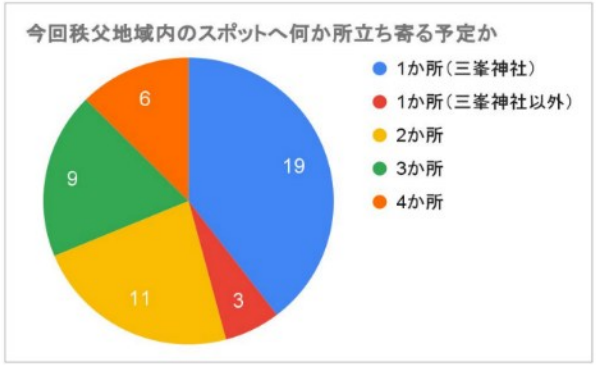


３．背景・要因

● 課題の背景・要因

	主な背景・要因
1. 特定スポットの集中	• 秩父地域には多くの観光スポットがあるが、三峯神社を目当てに来訪する観光客が多い • 街中の秩父神社、番場通り、秩父まつり会館などは、公共交通機関で来訪する場合は立ち寄る可能性が高いが、マイカーで来訪する場合は中心市街地をバイパスで迂回してしまうため街中観光に繋がりにくく、三峯神社混雑時における分散先・代替観光地として活かせていない
2. 特定時間の集中	• 三峯神社への訪問は10時から14時までに集中するため、駐車場が混雑し渋滞が発生する
3. 狭い道への車の集中	• 三峰駐車場（三峯神社）へのアクセス路は片側1車線となっており、交通容量に限りがある
4. 公共交通機関の利便性不足	• 三峯神社は急峻な山間地に位置しているため、アクセス方法は最寄りの市営三峰駐車場（246台）からの徒歩のみ • 駐車場へのアクセスは車（マイカー、レンタカー、観光バスなど）及び路線バスに限られており、さらに中心市街地から車で1時間以上かかる迂回路がない片側一車線の道となっている • 大きな荷物を預ける場所が足りておらず、公共交通機関を利用しての回遊がしにくいため、車での来訪が観光の快適性や利便性において優位となってしまい、マイカー集中に繋がってしまう

1.特定スポットの混雑

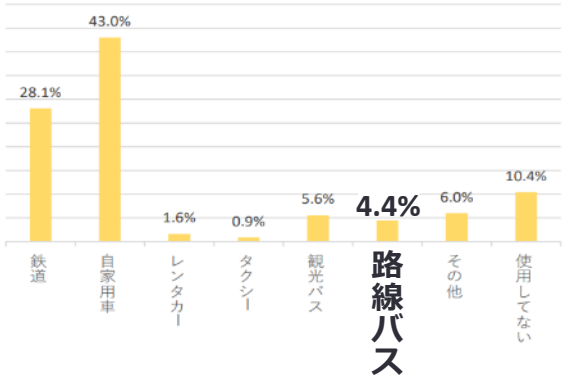


- 三峯神社の1か所のみに立ち寄る割合は5割近く、三峯神社に匹敵する観光コンテンツは少ない
  ※令和6年2月実施のアンケート参照

3.狭い道

- 片側1車線となっており、交通容量に限りがある

4.公共交通機関利用者の利便性



- 秩父地域内での交通手段は自家用車での移動がほとんどであり、三峯神社への公共交通機関を含む路線バスの利用者は全体の4.4%のみとなっている

4．対策の概要

- 秩父市では三峯神社（三峰駐車場）への一極集中に伴い、深刻な交通渋滞が発生している
- 本事業では、主に①車での来訪者②車での来訪予定者③公共交通機関での来訪者に対し行動変容を促す施策を行う
  - ① 車での来訪者に対しては混雑情報と代替観光の情報を発信し訪問時間の変更等の行動変容を促す
  - ② 車での来訪予定者には、混雑予測を発信することで公共交通機関での訪問や時期、時間をずらし訪問するなどの行動変容を促す
  - ③ 公共交通機関での来訪者（公共交通機関への訪問を促した来訪者も含む）には、三峯神社での混雑時に代替観光を選択することができるよう、情報を発信する
- 上記にあわせて、コインロッカーの整備などの受入れ環境整備も実施する

観光客の分散・平準化

取組み **①-a.AIカメラによる混雑予測機能の構築**
①-b.道の駅等へデジタルサイネージの整備

内容
- 訪問前段階から行動変容を促すには、混雑状況の配信のみでは不十分であるため、渋滞予測機能を構築・発信する（①-a.）
- 旅行中の行動変容を強化するために、混雑状況、混雑予測、混雑時の代替観光スポット、マナー啓発に関する発信を行う(①-b.)

取組み **②西武秩父駅へのサイネージ設置**

内容
- ①で発信する情報を、玄関口である西武秩父駅でも確認できるよう、駅構内にサイネージを設置する

取組み **③-a.西武秩父駅前観光案内所のレンタサイクルに予約機能を導入**
③-b.タクシー定額プランの新規造成

内容
- マイカー以外のアクセス手段の周知や秩父来訪後の移動手段の予約の利便性を向上させ、自動車から公共交通機関利用への行動変容を促す(③-a.)
- 公共交通機関での来訪者に対して、混雑時の代替手段を提供する(③-a.)

取組み **④まちなか夜間イベントの実施と観光行動のデータ分析**

背景
- 三峯神社への自動車での来訪者は10～14時に来訪する観光客が多く、来訪時間帯の集中が駐車場の混雑や渋滞の原因となっている

内容
- 夜間イベントを実施し、10～14時から夕方へと来訪時間の分散を促す。併せて、アンケート実施により行動パターン及び行動変容への影響を調査・分析する

受入環境整備

取組み **⑤-a.コインロッカーの更新・増設**
⑤-b.Wi-Fi環境整備
⑤-c.SL客車の高付加価値化

内容
- バスに大きな荷物が持ち込まれることによる混雑や危険を回避するとともに、快適な観光を提供するために、コインロッカーを増設する(⑤-a.)
- ①で発信する情報を主にインバウンド客が閲覧できるよう、主要駅にWi-Fi環境を整備する(⑤-b.)
- SL客車の魅力を向上し、公共交通機関の利用を促進する(⑤-c.)

取組み **⑥手荷物一時預かりサービス及び荷物回送サービス**

内容
- 主に公共交通機関を利用する来訪者が快適に観光できるよう、手ぶら観光を促進する

5-①. 主な取組み（詳細）

課題	取組み
市営三峰駐車場の長時間渋滞・需要集中、マナー違反	**AIカメラによる混雑予測機能の構築** **道の駅等へデジタルサイネージの整備** • 実施期間：令和6年11月～令和7年2月 • 実施主体：秩父市

事業内容

①：混雑予測機能の構築

- 混雑状況のリアルタイム配信に、混雑予測機能を構築する
- リアルタイム混雑状況に加え、日・時間ごとの混雑予測をグラフで表示予定。予測には、過去の統計や天気予報などを組み合わせたアルゴリズムを設計

②：道の駅等へデジタルサイネージの整備

- 混雑予測機能に加え、既存の混雑状況、混雑時の代替観光先、マナー啓発に関する情報を発信するサイネージを設置する

【背景・目的】

- 来訪者の行動変容を促すため、令和５年度より三峰駐車場、三峰駐車場300m手前及び2.2km手前にAIカメラを設置し、混雑状況のリアルタイム配信を行っている
- 設置したAIカメラを用いてどこから来た来訪者かの分析を行った結果、8割以上が関東圏内であることが分かった
- これらの来訪者を主なターゲットとして旅行前段階からの行動変容を促すために混雑予測機能を構築する

混雑状況/予測配信サイト

サイネージ

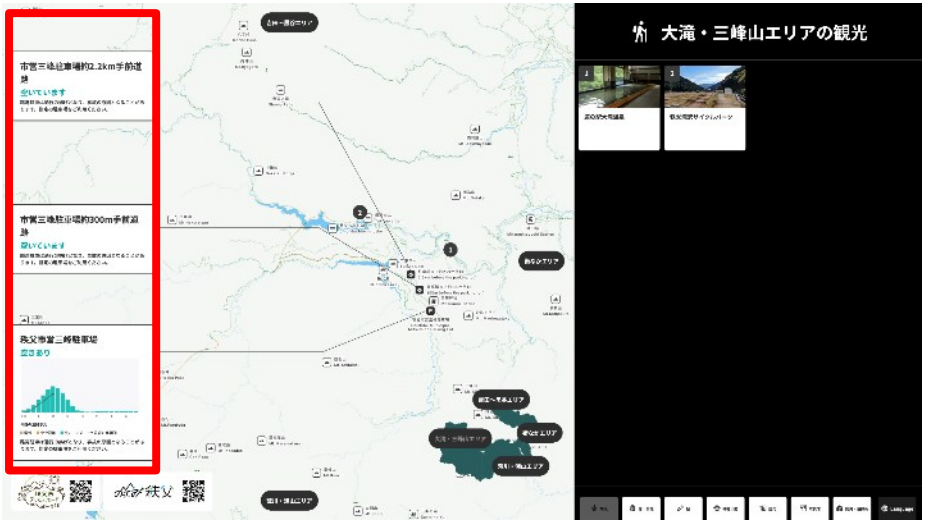
道の駅　大滝温泉

道の駅　ちちぶ

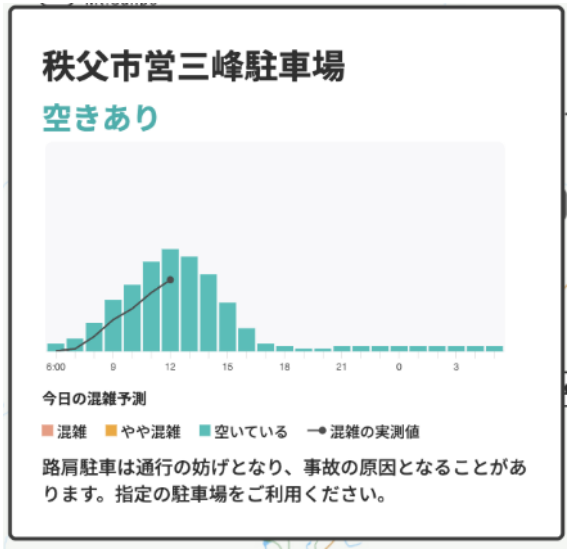
５-①．主な取組み（詳細）

事業内容

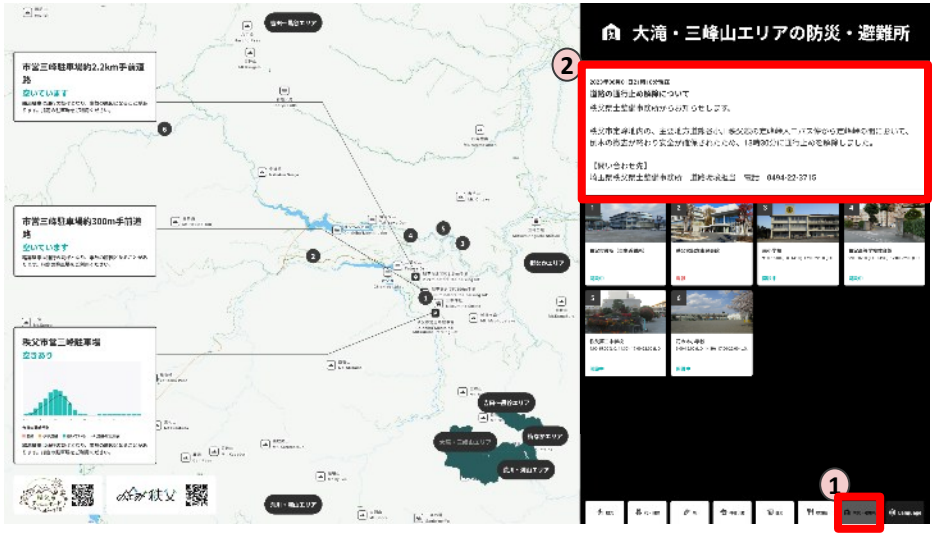
２か所に設置したタッチ式デジタルサイネージの設計・UIデザイン



- 「秩父市営三峰駐車場」、「駐車場まで約300m地点」及び「駐車場まで約2.2m地点」の3箇所における**混雑状況と混雑予測をマップ上に表示**



- 「秩父市営三峰駐車場」、「駐車場まで約300m地点」及び「駐車場まで約2.2m地点」の3箇所について、路肩駐車を防止するため、**「路肩駐車は通行の妨げとなり、事故の原因となることがあります。指定の駐車場をご利用ください。」**という**文言を表示**



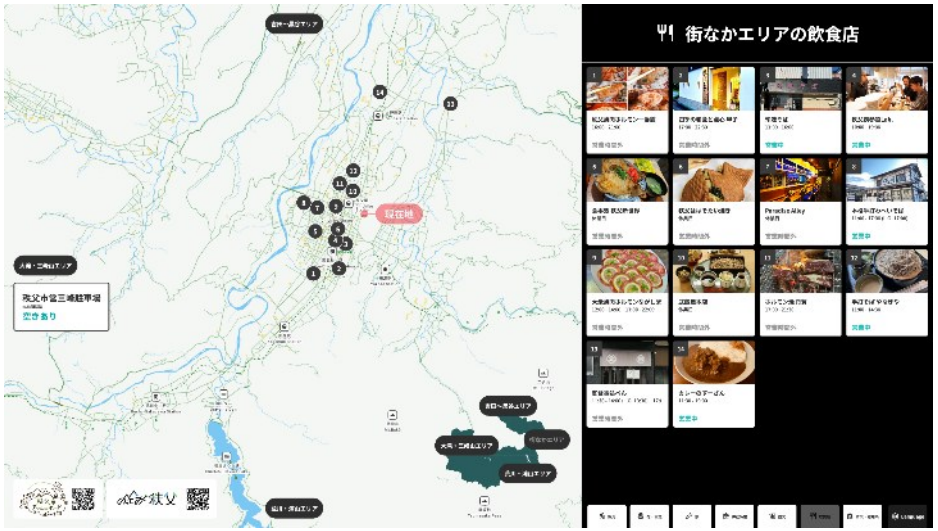
- ジャンルボタンから防災・避難所を選択すると、エリアごとの防災・避難所情報を表示（①）
- 右側では各施設の詳細を表すカードを配置し、タッチすることで各々の施設の詳細画面へ遷移
- ちちぶ安心・安全メールから受け取った災害情報を当日分スクロールする形で表示（②）

５-①．主な取組み（詳細）

事業内容

２か所に設置したタッチ式デジタルサイネージの設計・UIデザイン

- サイネージがタッチ操作できることを明示し、ユーザーの興味を喚起
- 画面上のいずれかをタッチすると「観光スポット」の画面を表示
- 画面から300秒間操作が行われない場合には、この画面へ戻る



- ジャンルボタンからジャンルを選択すると、該当ジャンルのエリアごとの情報を表示
- 左側にマップを配置し、登録施設の場所にピンを配置し現在地からの位置関係を表示
- 右側では各施設の詳細を表すカードを配置し、タッチすることで各々の施設の詳細画面へ遷移

- 「Language」ボタンを選択することで多言語への表示切替が可能

５-①．成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

A：三峰駐車場の混雑が要因の苦情防止

B：三峰駐車場の混雑緩和

- 三峰駐車場における待ち車両数の抑制
- 混雑状況+混雑予測サイトのPV数：**24,000回**

事業の成果／目標の検証結果

A：三峰駐車場の混雑を要因とした苦情については、目標としていた**ゼロ件を達成**

- 苦情（路上トイレや駐車に関する）の件数：**0件**（2月、3月）

B：混雑予測機能の混雑緩和への効果

- 三峰駐車場における車両
- 混雑状況+混雑予測サイトのPV数：**16,178回**（達成率67.4%）

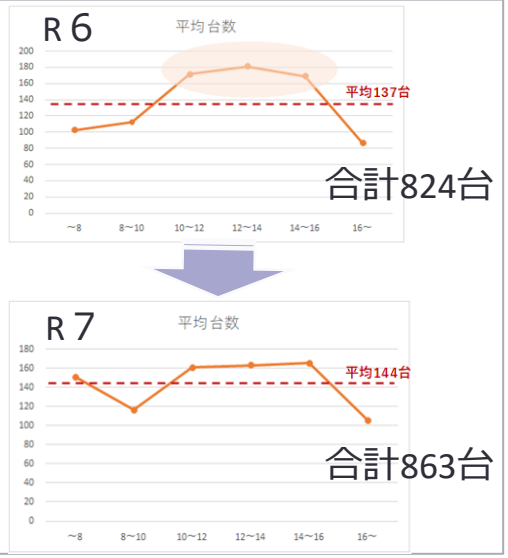
成果詳細

■ **混雑状況･混雑予測サイト**

- **苦情の件数については、0件で達成**
- 混雑予測は2/1から配信開始しており、3月31日の時点でPV数は16,178回と、目標の約67.4%の達成状況
  混雑予測開始前の令和6年4月1日から令和7年1月31日までの総PV数は141,139回であり、
  月あたりの平均は約14,114回
- 渋滞予測と実際の混雑がほとんど一致しており、予測の精度は高い
  ※ライトアップイベント時は、予測よりも実際の混雑が後ろ倒しになった様子も確認できた
- 導入前のGW（繁忙期）は10時～16時の入庫台数が平均より、かなり上振れているが、
  令和7年のGWでは平均との差が小さくなり、三峯神社訪問の時間帯の分散に成功したと言える（右図）
- 一方で、合計台数に変化はなく、自動車への依存状況は変わらない

■ **デジタルサイネージ**

- デジタルサイネージは2/20（木）に道の駅大滝温泉及び道の駅ちちぶに設置し、2/21（金）から供用開始



令和６年度の取組みから見えてきた課題

■ **判読性の課題**

- 文字情報だけでは、混雑状況は伝わりづらい場合があった

令和７年以降に取り組むべきと考えること

■ **混雑状況の画像や動画配信**

- 文字情報とあわせて、画像や映像の配信を検討する

5-②. 主な取組み（詳細）

課題	市営三峰駐車場の長時間渋滞・時間帯の集中

取組み	まちなか夜間イベントの実施と観光行動のデータ分析 • 実施期間：令和6年12月～令和7年2月 • 実施主体：（一社）秩父地域おもてなし観光公社

事業内容

■ **まちなか夜間イベントの実施**

- 秩父駅周辺にてライトアップイベントを実施。混雑する三峯神社からイベントの誘導の仕掛け、旅行前段階からの周知も併せて実施する

Point 1

■ **昼以外の時間帯への誘導／秩父市街地エリアとの連携の仕掛けを追加**

- **夕方移動へのインセンティブ**

  14時以降に駐車場に入った方は夜バルチケットがもらえる

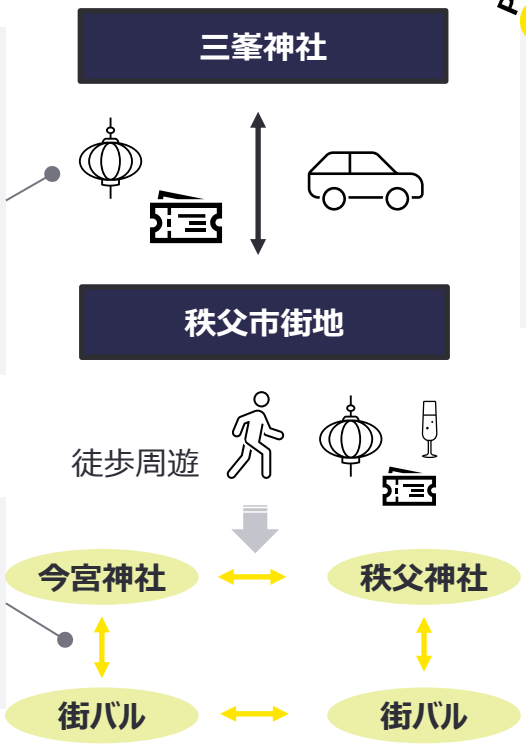
  ➢ 令和６年度、夜間のライトアップイベントとの導線を確立できるか検証

連携

Point 2

■ **マイカー抑制・分散化に資する「徒歩周遊」を促す仕掛けを追加**

提灯持ちながらの夜の街歩き、街バルでのはしご酒の開催



スポット間もライトアップすることで、車ではなく**徒歩での周遊**を促すとともに、**街歩きによる分散を図る**ことで、特定スポットの混雑を緩和

Point 3

■ **夕方～夜間観光へ誘導するための周知**

秩父は夕方～夜が面白い、夕方以降が空いていると認知してもらえるよう、駐車場HP、混雑情報サイト、ライトアップイベントHPなど、多様なチャネルにて三峯神社＋ライトアップイベントをセットにして旅行前段階からの周知を実施

５-②．主な取組み（詳細）

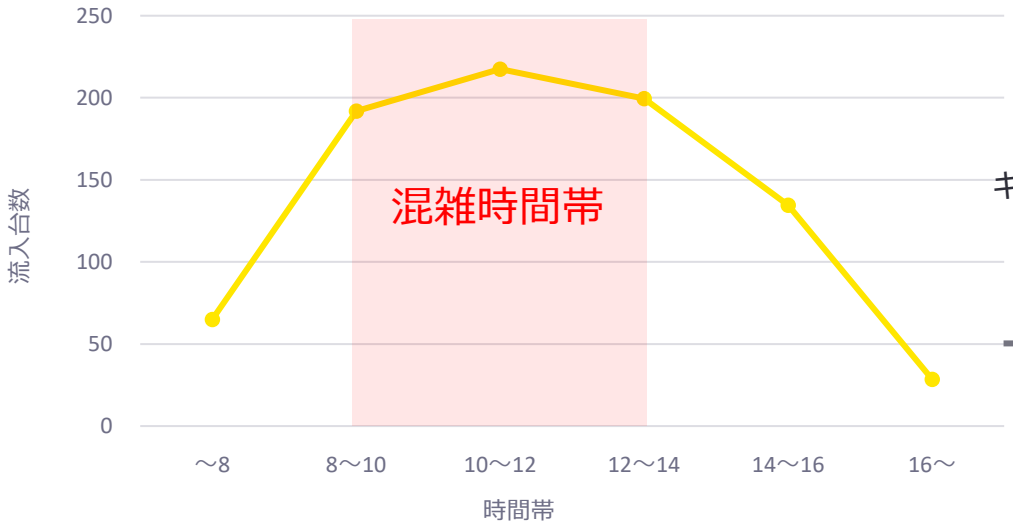
事業内容

【背景・目的】

- 三峯神社への自動車での来訪者は**10時から14時に来訪する観光客が多く、来訪時間帯の集中が駐車場満車及び渋滞の原因**の一つとなっている
- 三峯神社へは秩父中心市街地からも車で約1時間かかる。**日帰りで観光しようとすると、10時から14時の間で三峯神社に訪問する旅程になりやすい**
- そのため、夜間にイベントを実施することで、夜間観光との導線を確立し、**訪問時間が後ろ倒しになるよう行動変容を目指す**
- あわせて、アンケートを実施することで行動パターン及び行動変容への影響を調査分析する

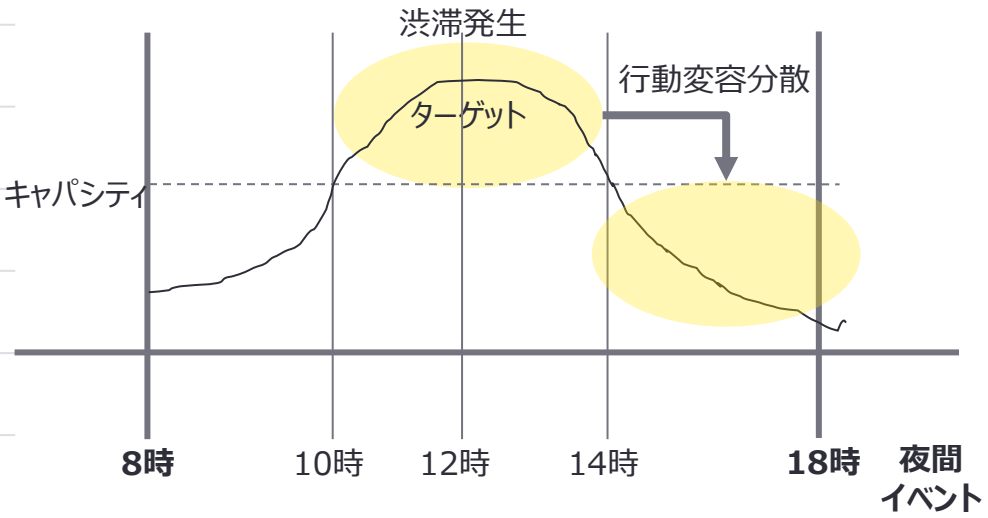
現状分析

連休における車の平均流入台数（三峰駐車場）＊



（＊令和6年9月実績集計）

時間帯の分散による渋滞緩和のイメージ



5-②. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

三峰駐車場の混雑時間帯における入庫割合減少

事業の成果／目標の検証結果

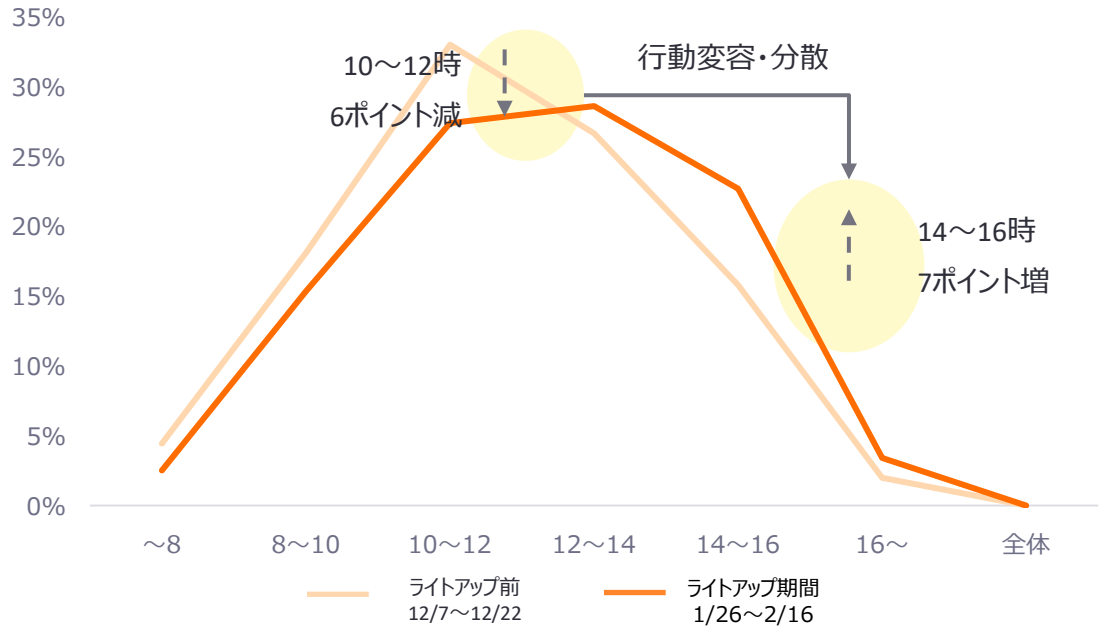
三峰駐車場の混雑時間の入庫割合減少を達成

- 夜間イベント実施により訪問時間帯が変化した割合：**11%**（目標10%）
- 14時以降の入庫数の割合：**9%増**（目標10%）
- 2月の三峰駐車場の渋滞発生有無：**4日**（目標6日以内）
- 2月の300m手前の渋滞発生有無：**3日**（目標4日以内）
- 2月の2.2km手前の渋滞発生有無：**0日**（目標0日）

成果詳細

- 市営三峰駐車場での実施アンケートにおける「夜間イベントが三峯神社への到着時間に関係したか教えてください。」の設問に対する答え
  ：到着時間を遅くしたとの回答は5件/全45件（約11%）
- AIカメラデータを検証すると、夜間イベント実施期間は**14時以降の流入が9%増加、普段のピーク時である10時から12時の間が6%減少**

三峰駐車場への時間別の流入割合



●三峰駐車場への時間帯別流入台数（1日平均）

	ライトアップ前 12/7～12/22		ライトアップ期間 1/26～2/16		
時間帯	**台数**	**割合**	**台数**	**割合**	
～ 8	17	4%	9	2%	
8～10	69	18%	54	15%	
10～12	126	33%	97	27%	
12～14	102	27%	102	29%	
14～16	60	**16%**	81	**23%**	**→7%増**
16～	8	**2%**	13	4%	**→2%増**
全体	383	－	356	－	**計9%増**

5-②. 成果及び今後に向けて

令和６年度の取組みから見えてきた課題

- 混雑情報の発信や受入環境の整備については進捗したが、混雑回避に関する観光客の行動変容については、顕著な成果を得るには至らなかった

1 行動変容まで繋げる取組の実施

- 混雑している、または混雑しそうという情報だけでは、混雑を避けて効率よく観光するという観光客の行動変容にまではつながっていない
- 周遊プランの提示や、望ましい行動を盛り込んだパッケージを提示するなど、実際の行動変容につなげる取組をより強く実施していく必要がある

2 混雑時間帯の車両利用のさらなる抑制

- 移動手段がマイカーやレンタカーへの依存状況は大きく変わらなかった
- 要因として、観光客にとって、なじみの薄い土地で公共交通機関を使いこなすのはハードルが高いことがあると考えられる

3 公共交通機関の混雑への対応

- 公共交通機関の利用を勧めても、三峯神社線等利用者の多い路線は慢性的に混雑している
- 片道1時間以上かけて満員のバスで山道を揺られることを好まない観光客も多く、状況は大きく変わらなかった

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

- 混雑日やピーク時間帯を避けることで、快適性や特別な体験が得られるという口コミを広めるためのプランやパッケージを構築

1 観光バス車両での予約指定席シャトルバスの運行

- 三峯神社までの予約指定席シャトルバスを実証運行
- 持続可能なビジネスモデルや運営体制を検証

2 三峰駐車場にダイナミックプライシング導入を検討

- 土日祝日は基本駐車料金を値上げ
- 14時以降はクーポン券を配布（回遊施策へつなげる）等を検討

3 ライドシェアの導入検討

- ライドシェアの導入に向けて協議を開始

現状について

- 令和７年度は、オーバーツーリズムの観点から、土日の混雑緩和を配慮し、平日にツアーを催行した取組等を実施しました。
- 詳細は、一般社団法人おもてなし秩父地域おもてなし観光公社HP（https://www.chichibu-omotenashi.com/2025/09/7848/）をご覧ください。

16. 東京都台東区

１．地域概要

計画名	台東区浅草地区における持続可能な観光地づくり事業
対象エリア	浅草エリア
実施主体	東京都台東区
年間観光客入込数	3,862万人（R5年、台東区全体）
年間延べ宿泊者数	487 万人（R5年、台東区全体）
主な観光資源	浅草寺をはじめとした江戸時代から築いてきた浅草地域の歴史と文化

浅草寺

● 観光ビジョン

江戸時代から継承される美学「粋」で「いなせ」で「乙」な

情緒的価値を体験できる、世界が憧れる観光地へ

● 推進体制（協議の場）

浅草地区における持続可能な観光地づくり協議会

- 浅草地域における現状分析及び課題の抽出、解決に向けた対策における事業実施のための協議を実施
- 協議会においては、各団体/組織から複数名参加してもらい、協議の活発化を図る
- 事業の進捗報告や振り返り会を行い、翌年度に向けた方向性への材料とする

行政機関	事業者	住民関係者
台東区	一般社団法人 浅草観光連盟	雷門地区町会 連合会
	協同組合 浅草商店連合会	浅草小学校 PTA

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. ポイ捨て等の迷惑行為	• 観光客のごみやたばこのポイ捨てによるマナー違反が更に深刻化することで、**景観や住民感情の悪化**に繋がる恐れがある • 浅草の街の美観が損なわれ、**観光地としての魅力が軽減**する懸念がある	住民
2. 喫煙場所などのわかりにくさによるマナーの低下	• トイレや喫煙場所のわかりにくさは観光客満足度の低下だけでなく、**禁止されている場所での喫煙や吸い殻のポイ捨て**などの問題にもつながる懸念がある • 場所を尋ねられる**店舗側の負担**にもつながっている	住民・観光客・事業者
3. 店舗等の過度な混雑	• 店舗の行列は、快適な観光の阻害に繋がり、**観光満足度の低下**を招く恐れがある • また、**リピート観光への期待も損なわれる**可能性がある • 行列による街路混雑は、**住民の生活利便性や安全性へ影響**を及ぼす懸念がある	住民・観光客

１．ポイ捨て

• 浅草エリアは、買い物や飲食できる店舗が多く、ポイ捨てにつながる懸念

２．場所のわかりにくさ

• トイレ・喫煙場所がどこにあるかわかりにくく、禁止されている場所で喫煙してしまうなどの問題につながる懸念

３．店舗混雑

• 店舗の多い浅草は、買い物やグルメ目的の観光客が多く集まり、人気店舗は常に行列ができている

３．背景・要因

● 課題の背景・要因

主な背景・要因	
1.　観光と住民の生活圏の重複	• 観光地と住民の生活圏が重複しているため、ごみやたばこのポイ捨て、行列による道の混雑などについて、**住民からの不満が出やすい**
2.　規模が大きく、人や情報が溢れやすい都市型観光地	• 規模の大きい都市型観光地であるため、常に大量の観光客が流入。**一部のエリアについては、観光客の満足度低下が懸念される**状況 • 様々な観光情報が発信され、混在しているため、喫煙場所やトイレなどの**台東区が伝えたい情報が観光客に届きにくい**

1.観光と住民生活圏の重複

• 観光客が集まる場所に住宅があるなど、生活と観光客の動線が重複

2.観光客や情報量が溢れている

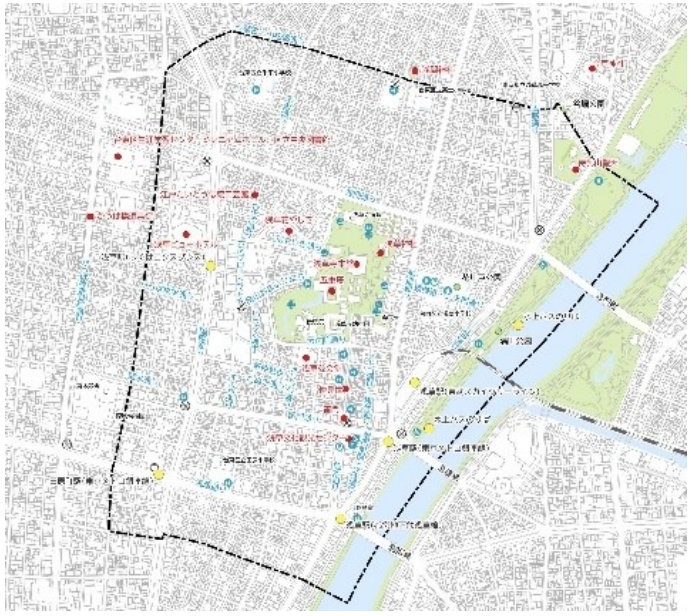
観光案内所　観光案内板
身障者対応トイレ　トイレ
駐車場　喫煙所
警察署・交番　両替所
病院　学校　寺院
消防署　郵便局　神社

• 都内中心部の観光地であり、国内外から多くの観光客が来訪
• 流入のコントロールは難しいため、大勢の観光客を受け入れつつ、住民生活との共存を図っていくことが必要

４．対策の概要

- 協議会での協議の結果、主な課題として以下を抽出
- 居住地と観光地が重複しており、住民へのインパクトの強いエリアであることから、住民の不満につながりやすい、ごみやマナー対策などを中心に事業を実施する
  ①ごみのポイ捨て
  ②喫煙マナー、喫煙所についての周知不足
  ③トイレ場所の周知不足

エリアマップ



調査・分析

取組み ①浅草地区ごみ目視・組成調査

内容
- ポイ捨て問題は、ごみを拾うなどの施策だけでなく、ごみの発生源に対する根本的な対策も必要である
- ごみ組成調査により、排出場所及び製造者を特定することで、製造者も巻き込んだより効果的なポイ捨て削減を検討する

マナー啓発

取組み ②ごみのポイ捨て禁止啓発活動（移動式ごみ箱活用実験）及びイベント開催

内容
- ごみ捨てのルールについて理解していない、意識していない観光客が多い可能性
- 啓発活動や観光客や子どもが参加するごみ拾いイベントの実施により、ポイ捨てへの意識向上を図る

取組み ③共通デザイン・ロゴの作成、全体的なデザインを採用したマナー啓発リーフレット及び持ち帰り用ごみ袋の作成・配布

内容
- マナー啓発について個別事業を実施するのみでは、大勢の観光客に訴求できない
- 共通デザイン・ロゴを用いたPRやごみ袋の配布などにより、台東区のマナー啓発についてより強力に発信し、観光客の意識向上を図る

受入環境の整備・増強

取組み ④デジタル便利マップ及び二次元コードスタンド等配布

内容
- トイレ・公衆喫煙所等の場所がわかりにくく、店舗側の負担につながりやすい
- 情報をまとめたデジタルマップを作成し、観光客へわかりやすい周知を行う

住民と協業した観光振興

取組み ⑤協議会開催

内容
- 各種課題の未然防止を目的とした、住民や地域の団体等と意見交換や協議を行う機会の充実

5－①．主な取組み（詳細）

課題	ごみのポイ捨て問題について、捨てられているごみの種類や発生源が不明なため、根本的な対策を実施できていない

取組み	**浅草地区ごみ目視･組成調査** • 実施期間：令和6年10月～令和7年2月 • 実施主体：台東区

事業内容

■ **浅草地区ごみ目視･組成調査**

1．目視調査

- 令和６年11月1日（金）、11月5日（火）に目視調査を実施
- 目視にて、ごみの種類や量を把握し、分類項目を決定、ポイ捨ての傾向を把握

2．組成調査

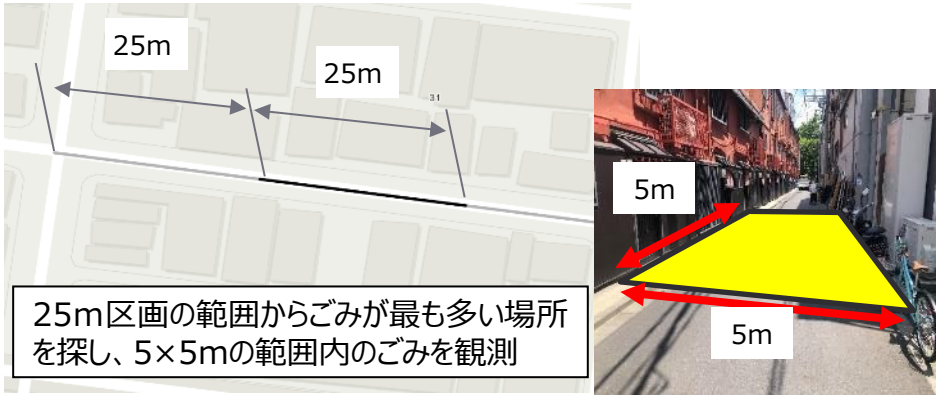
- 11月30日実施
- 目視調査の結果を元に、ごみの多い以下の地点を選定し、投棄量、種類等を調査

【背景･目的】

- ごみのポイ捨て問題は、どのようなごみが捨てられており、どこが発生元であるかなど、発生の根源が明らかになっていないため、一歩踏み込んだ対策を検討しにくい
- 浅草地区の道路等に投棄されたごみの状況を調べ、排出量や排出場所、排出に関係する事業者等を明瞭化し、より効果的な対策の基礎資料を得て、投棄ごみの削減を図る

調査範囲

調査方法



５-①. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- **ごみの調査**を通じ、ポイ捨て**が多い場所**や**製造元の情報の明瞭化**及び**データ整理**を実施し、分析結果を基にした今後の取組案の検討を行う。

事業の成果／目標の検証結果

- **浅草エリアでポイ捨てされているごみについて、**
  - ➢ コンビニ前・駐車場といった場所毎の特性
  - ➢ 特に多い地点の把握

  といった**基礎的な実態を可視化**できた。
- 基礎情報に基づき、関係者で今後の取組案を協議する

成果詳細

1. 目視調査の結果

- 目視調査を踏まえ、調査地点の特定、ごみの分類を設定した上で、ごみの組成調査を実施

ごみの分類

大分類	中分類	細分類	詳細分類	グラフの区分	項目
焼却不適物	プラスチック類	ペットボトル		ボトル	飲料用ペットボトル、ボトルのキャップ、その他のボトルなど
焼却不適物	プラスチック類	その他のプラスチック製容器包装	パック類、カップ類、包装フィルム・ラップ・袋	プラスチック製品	プラスチック製コップ・カップ、プラスチック製容器、パッケージ、容器包装など
焼却不適物	プラスチック類	その他のプラスチック製容器包装	発泡スチロール・発泡トレイ	その他のプラスチック	ストロー、レジ袋、発泡スチロール製品など
不燃物				金属製品（缶、瓶）	アルミ缶、スチール缶、飲料用瓶、瓶のフタなど
可燃物		紙製品類（木含む）		紙製品	紙製コップ・カップ、飲料用パック、紙製包装材、チラシ、割り箸、マスクなど
たばこ				たばこ	たばこの吸殻、たばこのパッケージなど
焼却不適物 不燃物	ゴム・皮革 その他の不燃物			その他	ゴム製品、保冷剤など

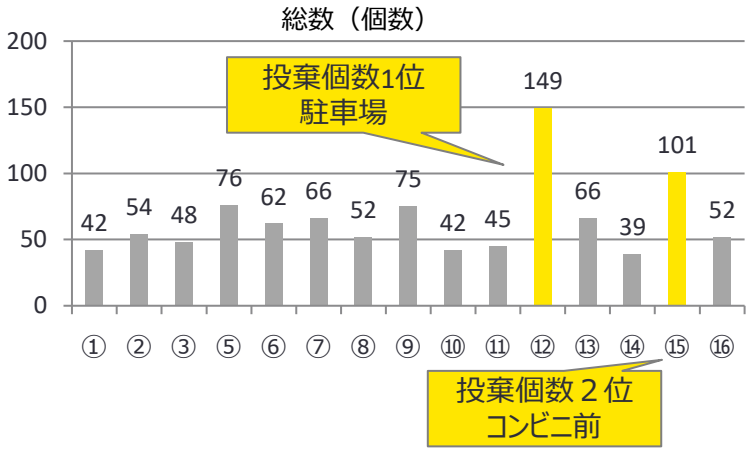
5－①．成果及び今後に向けて

成果詳細

2．　組成調査

- 15か所の調査地点について、ポイ捨ての個数、ごみの内容を調査し、ポイ捨て行動の特徴を分析

調査地点別のごみの個数



①飲食店周辺
②オレンジ通り北端周辺
③駐車場
⑤ごみ箱周辺
⑥コンビニ周辺
⑦コンビニ周辺
⑧飲食店周辺
⑨コンビニ・駐車場
⑩自動販売機周辺
⑪駐車場
⑫駐車場
⑬コンビニ前
⑭コンビニ前
⑮コンビニ前
⑯ごみ箱周辺

調査場所のポイ捨ての特徴

場所	他調査場所より割合の大きいごみ	推測されるポイ捨て行動
コンビニ前	プラスチック製品	コンビニで買った商品をその場で投棄
駐車場	たばこ	車で待機中または夜間に人が集まり、たばこを投棄
道路	紙製品	歩行者が食べた後の容器や包装紙の投棄
その他	ボトルや金属製品	自動販売機やごみ箱の裏に、ボトル、缶、瓶などを投棄

3．　調査結果の見える化・対策の検討

- 今後のごみポイ捨て施策検討の基礎データとして調査結果を整理
- ポイ捨ての場所や種類、傾向等のデータを踏まえ、関係者で具体的な対策を検討する

	場所	推測されるポイ捨て行動	対策の方向性（案）
対策素案の検討	コンビニ周辺	コンビニで買った商品をその場で投棄	• ポイ捨ての多かったコンビニ事業者との連携 • 外国人観光客にも分別方法などがわかりやすいよう、ごみ箱には多言語対応またはピクトグラムを表示
	駐車場周辺	車で待機中または夜間に人が集まってたばこを投棄	• 駐車場事業者と連携し、ポイ捨て禁止のポスター掲示による啓発活動や、駐車場の清掃活動の頻度の増加検討を依頼
	道路脇	歩行者が食べた後の容器や包装紙を投棄	• 外国人観光客は、家庭・事業ごみ置き場を観光客も捨てていいと勘違いしやすいため、多言語対応ポスターやピクトグラムなどでポイ捨て禁止を啓発 • 事業者によるごみ回収の徹底、ネット活用による散乱防止

５-①. 成果及び今後に向けて

令和６年度の取組みから見えてきた課題

- これまで可視化されていなかった浅草エリアのごみポイ捨ての実態が明らかとなった

1 対策検討に向けた関係者の巻き込み

- 各地点のごみの量、ごみの種類、ポイ捨てが多い場所やポイ捨ての多い商品など、**今まで見えなかったポイ捨ての実態を可視化**
- ポイ捨ての傾向、ポイ捨ての多いごみやその販売事業者など、**ポイ捨てに関係のある具体的な関係者を明らかにすることができた**
- 詳細の情報を把握することができたが、**民間事業者等にどのようにアプローチし、どのような方法でポイ捨て対策に協力いただくか**が、今後の課題

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

- 可視化したデータを基に、まずは関係者で協議を実施
- 民間事業者には、ポイ捨て対策への参画メリットを訴求しつつ、連携策を検討する

1 可視化したデータを踏まえた協議の実施

- 具体的なデータをもって関係者で協議することで、より実態に沿った対策の検討が期待できる

2 ポイ捨て対策への参画メリットの訴求

- 民間事業者等の巻き込みにあたっては、企業イメージの向上など、民間事業者等がポイ捨て対策へ参画するメリットを感じられるようにすることがポイントとなる

５-②．主な取組み（詳細）

課題	取組み
ごみのポイ捨て問題に対する観光客の関心や意識が低い	**ごみ拾いイベント及びポイ捨て禁止啓発等活動** • 実施期間：令和6年12月～令和7年1月 • 実施主体：台東区

事業内容

■ ごみ拾いイベントの開催

- 浅草らしいキャラクターなどを活用し、観光客や子ども等を巻き込んだ、ごみ拾いイベントを開催
  イベント開催日時：12月14日（土）（ファミリー向け）
  １月18日（土）（大人向け）
- ごみ拾いイベントは、拾うごみにポイントを付与し、各チームで競うゲーム形式。アプリで配信されるミッションをクリアしながら、ごみ拾いを楽しく体験することができる

■ ポイ捨て禁止啓発活動の実施

- 浅草らしいコスチュームを身にまとい、啓発活動を実施
- 記念撮影や旅行者との明るいコミュニケーションをとる事で、エンターテイメント性をもたせた啓発を実施

【目的】

- 訪日外国人観光客を含む、浅草を訪れる人々の**ごみのポイ捨てに関する意識を向上**させることで、**ポイ捨ての減少、街の美化**、来訪者満足度及び住民快適性の向上を図る

ごみ拾いイベントの実施

拾ったごみにはポイントが付与され、ゲーム感覚で楽しくごみ拾いができる

ポイ捨て禁止啓発活動の実施

浅草らしいコスチュームで啓発とごみ拾いを実施

5-②. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- 浅草を楽しみながらのごみ拾いイベントや啓発活動について、**観光客に満足いただける内容であるか検証**し、今後の取組の継続を検討する

事業の成果／目標の検証結果

- **イベントの満足度は約9割となり、今後の継続見通しが立った**
- **メディアにも好意的に取り上げられ**、多くのPR機会が得られた
  - イベントの満足度：**約9割**
  - 環境への関心が高まった：**8割以上**
  - イベント参加者　：**162名**
  - 巡回回数　　：**124回**

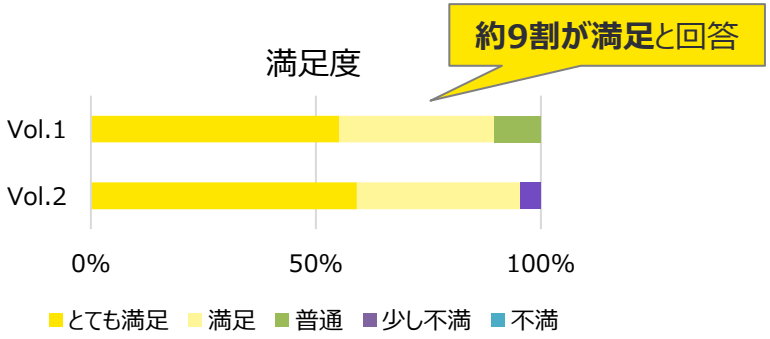
成果詳細

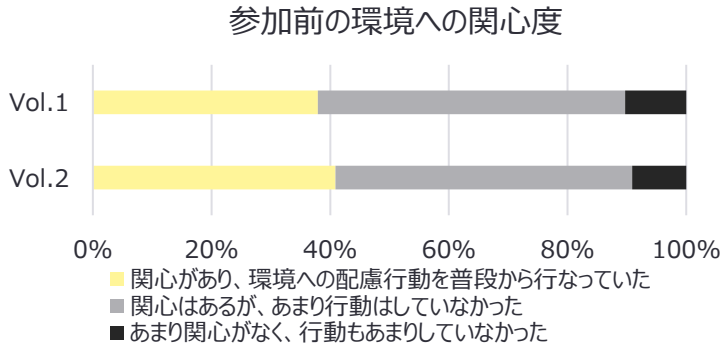
■ ごみ拾いイベントの開催

- 約9割がイベントに満足と回答し、8割以上が環境への意識が高まったと回答
- 100%近くがまた参加したいと回答し、継続開催の見通しが立った

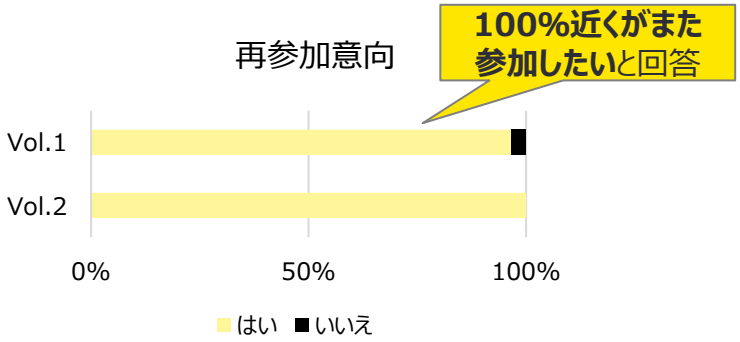
拾ったごみの総量

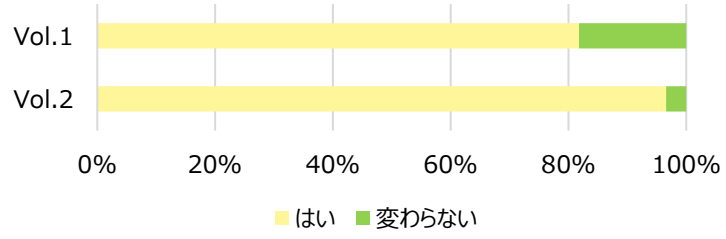
ペットボトル：247本	タバコ： 4.8 kg
ビン・カン：349本	その他： 30.28 kg





イベント参加前は、約4割が環境への関心がない、約9割が環境配慮行動を普段から行っていなかったが、**イベント後は8割以上が環境への関心が高まった**と回答





５-②. 成果及び今後に向けて

成果詳細

■ 啓発活動の実施

- コスチュームが観光客の関心を引き、特に外国人観光客と小学生以下の子どもからの声掛けやコミュニケーションが多かった
- 訪日外国人観光客が進んで清掃活動に協力する場面もあった

ごみ袋・リーフレット入れ

回収したごみ

項目	タバコ(本)	紙(枚)	缶(本)	ペットボトル(本)	ビン(本)
合計	19123	9443	3926	2743	106
一日平均	308	152	63	44	1.7

ユニークな取組で、外国人観光客とのコミュニケーションを創出

令和６年度の取組みから見えてきた課題

■ イベントの開催時期の設定

- 繁忙期ではないこともあり、ごみが比較的少なく、参加者からは浅草の街は意外にも綺麗だったとの声が聞かれた
- 冬の開催は体調不良によるキャンセルなどのリスクが高い

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

■ 観光客が多い時期と連携した開催

- ごみが比較的多い時期、気候の安定している時期での開催
- ごみ拾いイベント後に浅草の街を楽しんでもらうなど、ナイトタイムエコノミーとの連携も検討

現状について

- 令和7年度は、台東区における取組として、持続可能な観光地づくり事業を実施しています。
- 詳細については、台東区ホームページ（https://www.city.taito.lg.jp/kusei/sanka/release/press0709/25.html）をご覧ください。

17.　神奈川県鎌倉市・藤沢市

1．地域概要

対象地域	鎌倉市・藤沢市
申請主体	鎌倉市・藤沢市
計画名	鎌倉市・藤沢市エリアにおけるオーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な観光推進事業

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	19,020（鎌倉市）、19,290（藤沢市）	12,280（鎌倉市）、19,600（藤沢市）	15,940（鎌倉市）、19,600（藤沢市）
- 国内	データなし	データなし	データなし
-訪日外国人旅行者	データなし	データなし	データなし

地域の特徴・観光資源等

【鎌倉市】
- 地域の特徴：人口・市域の面積に対して多くの観光客が訪れていること、訪れる観光客が、季節的・時間的・地域的に見て偏りがあること
- 観光資源等：社寺等の歴史的遺産、別荘建築物等の文化的遺産、海水浴場やハイキングコース等の自然景観

【藤沢市】
- 地域の特徴：訪れる観光客が、季節的・時間的・地域的に見て偏りがあること
- 観光資源等：江島神社、江の島シーキャンドル、江の島サムエル・コッキング苑、江の島岩屋、新江ノ島水族館、海水浴場、龍口寺、遊行寺等

協議体制

協議の場

鎌倉市・藤沢市エリアにおけるオーバーツーリズム未然防止・抑制に向けた協議会

参加者

行政機関等
- 鎌倉市観光課、藤沢市観光課、神奈川県
- 関東地方整備局、関東運輸局

観光協会
- （公社）神奈川県観光協会
- （公社）鎌倉市観光協会
- （公社）藤沢市観光協会

事業者
- 江ノ島電鉄株式会社
- 湘南モノレール株式会社
- 東日本旅客鉄道株式会社横浜支社
- 京浜急行バス株式会社

住民関係者
- 鎌倉小町商店会
- 鎌倉表参道商店会
- 湘南藤沢活性化コンソーシアム

エリアマップ

東京から１時間、横浜から30分常に多くの観光客が流入

大型連休、桜・紫陽花・紅葉のシーズンに観光客が集中

観光客が集まる場所に住宅があるなど、観光と市民生活圏が重複

丘陵部と相模湾に囲まれた場所に市街地が広がり、道が狭い

2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**特定の時間帯・場所への観光客の集中**	• 大型連休期間をはじめ、1月、3月～6月、11月、時間的には休日の日中、場所的には鎌倉地域や鎌倉高校駅前踏切などに観光客が集中しており、分散化が課題である。 • 特定のエリアに観光客が集中することで、観光客が道路上にはみでたり、無理な横断などの問題が発生している。 • 江の島周辺では、近年、ナイトイベント開催時に、いわゆる「オーバーツーリズム」の現象が課題となっており、地域社会や住民においては、多くの観光客が夜間に集中することによる、日常生活への影響が懸念されている。	住民・観光客
2.	**マナー問題**	• 観光客の迷惑行為等により、日常生活に対する住民の不安が生じている。 • 訪日外国人旅行者の増加などもあり、観光客によるごみのポイ捨てが問題となっている。	住民

1 多くの観光客で賑わう長谷駅前

GWなどのシーズンに、認知度が高い場所に観光客が集中し、危険な状態となっている。

2 人気アニメの影響で道路上にまであふれる観光客（鎌倉高校前駅の踏切付近）

アニメの聖地として、鎌倉高校前駅の踏切に訪日外国人観光客が殺到。交通渋滞やゴミのポイ捨てや白タク問題で地域住民の生活に大きな影響を与えている。

3 ポイ捨て等の迷惑行為

ごみのポイ捨て等の迷惑行為

観光施設が多く、ポイ捨ても多発

3．背景・要因

主な背景・要因

1.	**訪日外国人旅行者の急増**	• 江ノ島電鉄鎌倉高校前駅の踏切は、アニメの舞台として国内外から多くのファンが訪れるため、深刻な混雑が起きている。この状況は、地域住民の生活を脅かしており、敷地内への無断侵入や迷惑駐車（白タク問題）、さらにはポイ捨てといった問題も発生している。 • 混雑の背景には、訪日外国人旅行者の増加に加え、マナーを守らない観光客の存在がある。また、観光地と住民の生活圏が重なっていることや、道が狭いといった鎌倉の地理的な要因も課題を複雑にしている。特に、大型連休や季節ごとのピーク時には観光客が集中してたが、近年では年間を通して混雑するようになっている。

鎌倉高校前駅の踏切付近の様子

4．対策の概要

目指す姿	**市民生活と観光の共生。 観光客も非日常を楽しみ、住民も日常生活を安心して送れる都市を目指す。**
KGI	**(指標) 鎌倉市：観光客が多く訪れる鎌倉で生活する住民の現状への満足度 藤沢市：観光客が多く訪れる藤沢で生活する市民の感じる 「誰もが快適に暮らせ、居心地のよいまちである」実現度** 鎌倉市：目標値：70%(令和8年度)｜実績値：62%(令和6年度) 藤沢市：目標値：81%(令和8年度)｜実績値：80.1%(令和6年度)

- 道が狭く混雑しやすい上、特定スポットに観光客が集中。そのため、時間や場所の分散化が対策のポイントであり、混雑予測や非混雑エリアの周知を実施する
- 観光と市民の生活圏が重複するエリアが大半であることから市民の生活環境を守ることも大きな課題。そのため観光客に向けたマナー啓発や災害発生時の避難情報の事前周知を実施する
- また大多数を占める首都圏からの観光客の行動変容も重要であり、首都圏への広告展開を実施する

■補助事業の実施概要

観光客の分散・平準化

①鎌倉観光公式ガイドリニューアル業務

- 訪日観光客の増加に伴い、多言語対応が必要となっている。
- 国内外の観光客へ情報発信力を高め、マナー啓発や分散化といった、情報を効果的に発信。

②観光誌広告掲載

- 鎌倉駅を中心に、多くの歴史的遺産が存在する地域では、休日には慢性的な交通渋滞が発生しており、緊急車両の走行や公共交通機関の運行に支障をきたしている。
- 観光誌にパーク＆ライド及び鎌倉フリー環境手形の広告を展開し、利用促進を図る。

③渋滞緩和を目的とした広告

- 鎌倉駅を中心に、多くの歴史的遺産が存在する地域では、休日には慢性的な交通渋滞が発生しており、緊急車両の走行や公共交通機関の運行に支障をきたしている。
- WEBで渋滞緩和に向けた広告を発信することで公共交通機関での来訪を促進し、観光渋滞を抑制。

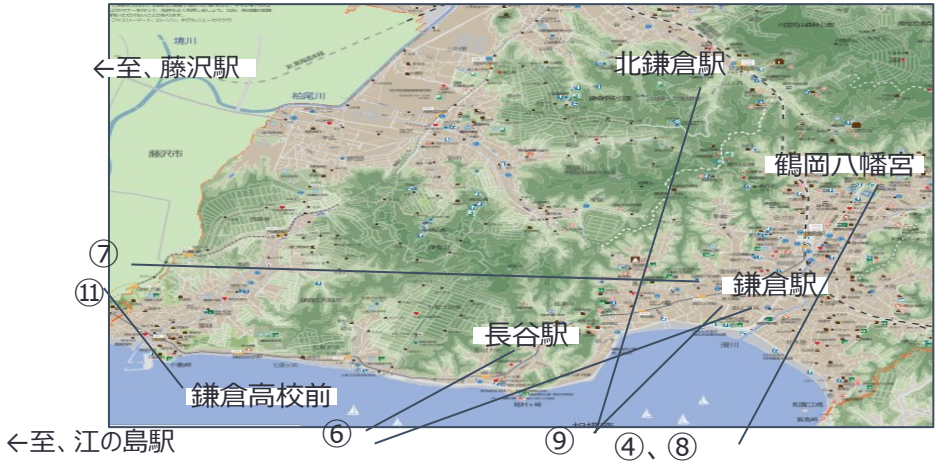
受入環境の整備・増強

④初詣交通規制に伴う交通誘導員の配置

- 鎌倉地域では年末年始に多くの観光客等が訪れ、鎌倉地域への目的交通が増加することで地域の交通環境に影響が生じている。
- 年末年始に鎌倉地域に流入する車両を制限するため交通誘導員を配置。

⑤鎌倉市・藤沢市エリアにおける繁忙期やイベント開催時の駅及び踏切、併用軌道警備増強事業

- イベント開催時に人が殺到することでホーム上等で滞留し列車遅延が発生している。
- 混在する駅に警備員を配置することで、ホーム上や改札口付近の滞留を解消し、安全確保及び列車遅延を防止。



受入環境の整備・増強

⑥ボランティアガイドによる滞留解消(市内特定箇所)

- 例年混雑する紅葉の時期等を中心に、鎌倉駅前及び長谷駅周辺において、目的地までの道のりが分からない観光客が滞留して課題となっている。
- 例年混雑する紅葉の時期等を中心に、観光客が多い地点において、観光案内を行うボランティアガイドを配置することで、滞留を解消し、住民にとっても良好な環境を確保。

マナー違反行為の防止・抑制

⑦鎌倉市内特定箇所交通誘導業務
⑪鎌倉高校前1号踏切道周辺における来訪者誘導等業務

- 小町通り・鎌倉駅東口・鎌倉高校前１号踏切付近では観光客等が増加したことにより、安全確保並びに車両の円滑な運行が課題となっている。
- 各所に交通誘導員を配置し、観光客等の歩行者及び近隣住民の通行等の安全確保と車両の円滑な通行を確保。
- 鎌倉高校前１号踏切道周辺の、観光客の滞留による車両や歩行者等の通行阻害を是正するため、鎌倉市が設置した撮影場所へ来訪者を誘導し、良好な歩行者等の歩行環境を維持する

⑧八幡宮前交差点における交通誘導業務

- 多くの観光客が来訪する八幡宮前交差点では、歩行者信号が赤となっても横断しきれない歩行者が多数おり、青信号にて進行しようとする自動車の円滑な交通が阻害されている。
- 鶴岡八幡宮の混雑が予想される特異日等に交通誘導員を配置し、適切に歩行者を誘導をすることで、青信号にて進行しようとする自動車の円滑な交通を確保。

⑨街頭防犯カメラ設置業務

- 観光客の増加に伴うマナー違反行為等が発生している。
- 街頭防犯カメラを設置し、その周知を行い、持続的・継続的に迷惑行為等を防止・抑制。

⑩ポイ捨て防止のマナー啓発事業

- 市内各所でポイ捨てが発生している。
- 啓発用のごみ持ち帰り袋を作成し、ごみの持ち帰り、ポイ捨て防止のマナー向上及び行動変容に繋がる取り組みとして、観光協会や、市宿泊施設事業者等と連携を図り、啓発を実施。

【本地域における取組マップ】

KGI：
鎌倉市：観光客が多く訪れる鎌倉で生活する住民の現状への満足度
藤沢市：観光客が多く訪れる藤沢で生活する市民の感じる
「誰もが快適に暮らせ、居心地のよいまちである」実現度

- 測定手法：
  - アンケート調査
- 現状値：
  - 鎌倉市：62%（令和6年度）
  - 藤沢市：80.1%（令和6年度）
- 目標値：
  - 鎌倉市：70%（令和8年度）
  - 藤沢市：81%（令和8年度）

- **大型連休期間をはじめ、1月、3月～6月、11月、時間的には休日の日中、場所的には鎌倉地域や鎌倉高校駅前踏切などに観光客が集中しており、分散化が課題である。**
- **特定のエリアに観光客が集中することで、観光客が道路上にはみでたり、無理な横断などの問題が発生している。**

- **ナイトイベント開催時に、地域社会や住民においては、多くの観光客が夜間に集中することによる、日常生活への影響が懸念されている。**

マナー違反行為の防止・抑制

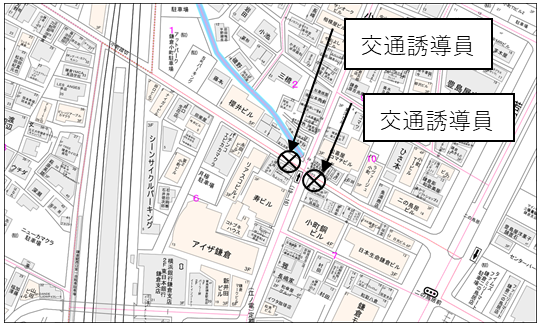
補助事業⑦	鎌倉市内特定箇所交通誘導業		
事業目的	観光客を含む歩行者等の安全確保を図るため必要な交通誘導を行い、必要に応じて通行に関する注意喚起を行う		
実施主体	鎌倉市	実施期間	令和7年7月～令和8年2月

【背景・課題】

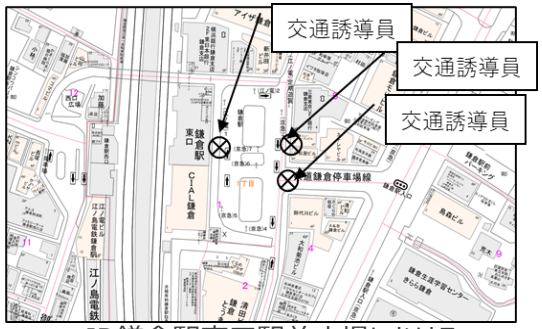
- 小町通りでは、小町通りを車で横切る時に観光客等の歩行者が多く、車が通行できずに渋滞するため、近隣住民から車のクラクション等の騒音、歩行者等の安全確保並びに車両の円滑な運行が課題となっている。
- JR鎌倉駅東口駅前広場におけるロータリー中央部等の横断歩道では、多くの観光客等の歩行者が横断することから、歩行者等の安全確保並びに路線バス等の円滑な運行が課題となっている。
- 鎌倉高校前１号踏切道前は、アニメの影響もあり、多くの訪日外国人旅行者等が，踏切内や道路上で写真等を撮影し、歩行者や車両の通行に支障が生じ課題となっている。

【事業内容】

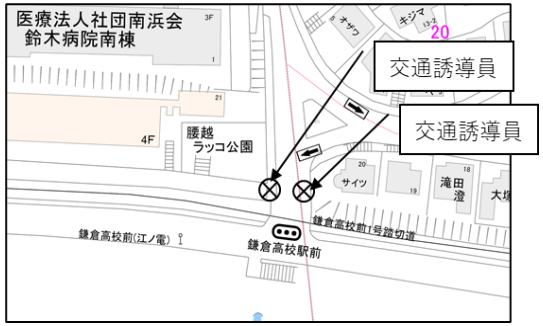
- 課題の箇所に交通誘導員を配置することで、観光客等の歩行者及び近隣住民の通行等の安全確保と車両の円滑な通行を確保する。



小町通りにおける交通誘導員配置場所



JR鎌倉駅東口駅前広場における
交通誘導員配置場所



鎌倉高校前１号踏切道前における
交通誘導員配置場所

【推進ポイント】

- 課題の箇所に交通誘導員を配置することで、観光客等の歩行者及び近隣住民の通行等の安全確保と車両の円滑な通行を確保する。

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業⑦	鎌倉市内特定箇所交通誘導業務

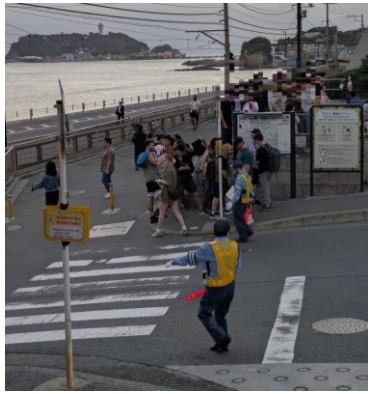
令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	対象箇所における交通事故発生件数

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
0件	1件（令和8年1月末時点）

成果の詳細

- 交通誘導員配置箇所の内、鎌倉高校前１号踏切道前付近での交通事故発生件数を調査
- 数値は所轄警察署から提供を受けた人身交通事故の発生件数
- 本事業の指標である交通事故発生件数０件は未達成であるが、依然、課題の箇所では、観光客等の歩行者及び近隣住民の通行等の安全確保と車両の円滑な通行を確保する必要があるため、引き続き、交通誘導員を配置する。



鎌倉高校前１号踏切道付近における交通誘導

小町通りにおける交通誘導

令和7年度事業を踏まえた継続課題

より効果的な誘導のあり方の検討

- 今年度事業の実施を踏まえ、より効果的・効率的な誘導員の配置や誘導のあり方を検討する。

令和8年度以降の方針

今年度事業の継続課題を踏まえ、継続実施する

- 他事業との連携も進めながら、継続して実施する。

マナー違反行為の防止・抑制

補助事業⑩	**ポイ捨て防止のマナー啓発事業**		
事業目的	マナー啓発		
実施主体	鎌倉市	実施期間	令和7年8月1日～令和8年1月31日

【背景・課題】
- 観光客によるごみのポイ捨てが問題となっており、ごみの持ち帰り、ポイ捨て防止のマナー向上及び行動変容に繋がる取り組みが必要であったため。

【事業内容】
- 啓発用のごみ持ち帰り袋を10,000部作成し、「ごみの持ち帰り、ポイ捨て防止のマナー啓発キャンペーン」を鎌倉駅及び長谷駅周辺で実施した。
  11月３日　マナー啓発キャンペーンを実施し、3,000部配布
  １月12日　マナー啓発キャンペーンを実施し、3,000部配布
- 12月　JR鎌倉駅に御協力いただき2,000部配布
- １月　㈱はとバスに御協力いただき2,000部配布

【推進ポイント】
- 環境に優しいバイオマスプラのごみ袋を作成
- 表紙に４か国語で「ごみはお持ち帰りください」と記載
- ２次元コードでマナー条例ページへのアクセスをサポート
- JR鎌倉駅及び㈱はとバスと協力し配布を実施

「ごみの持ち帰り、ポイ捨て防止のマナー啓発キャンペーン」にて作成したゴミ袋

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業⑩	ポイ捨て防止のマナー啓発事業

令和7年度事業の目標（KPI）	
指標名	マナー条例ページ流入数

令和7年度に掲げた目標値

- 4,000PV（令和7年8月1日～令和8年1月31日）

事業の成果/目標の検証結果

- 4,881PV（令和7年8月1日～令和8年1月31日）

成果の詳細

- マナー条例ページ流入数の目標値4,000PVを達成した。
- ごみ持ち帰り袋を10,000部作成し配布完了した。
- 配布の際に、ごみ袋であること及び無料であることを伝えたことにより、効率よく配布できた。
- 令和6年度に実施したポケットティッシュを用いたマナー啓発キャンペーン時に「これは、ごみ袋か」と尋ねられることが多く、需要の多さがうかがえる啓発グッズを作成した。ポイ捨て防止の意識との結びつきでは、ポケットティッシュよりもごみ袋の方が結びつきやすく、また、「鎌倉市はごみ箱がないから、ごみ袋をもらえるのは助かる」という声が配布時に各所で聞かれたため、一定の効果を得られたと考えられる

令和7年度事業を踏まえた継続課題

マナー啓発に対してより効果的な方法を模索する

- 海外では、無料で配る文化がほとんどなく、無料であることを伝えないと受け取ってもらえない。
- 今回はJR鎌倉駅及び㈱はとバスの御協力いただき配布を行ったが、他のバス会社やタクシー会社等鎌倉を訪れるすべての交通機関に配布できるとより良い。
- ごみ袋は、ポイ捨て防止のマナー啓発として一定の効果は得られたものの、ポイ捨てごみの組成調査など、マナー啓発に対してより効果的な方法を模索していく必要がある。

令和8年度以降の方針

継続もしくは関連事業の実施はしない

- ポイ捨てごみの組成調査の実施を予定していたが、予算が付かなかったため廃止
- 令和8年度は、啓発用物品を用いない形でクリーンキャンペーンを実施予定。

マナー違反行為の防止・抑制

補助事業⑪	鎌倉高校前1号踏切道周辺における来訪者誘導等業務		
事業目的	観光客を含む歩行者等の安全確保を図るため必要な交通誘導を行い、通行に関する注意喚起を行う 鎌倉高校前１号踏切周辺で発生している来訪者の滞留による車両や歩行者等の通行阻害を是正するため、鎌倉市が設置した撮影場所へ来訪者を誘導し、良好な歩行者等の歩行環境を維持する		
実施主体	鎌倉市	実施期間	令和7年12月18日～令和8年1月31日

【背景・課題】
- 鎌倉市では国内外からの観光客の増加に伴い、一部地域でオーバーツーリズム問題が発生している。その中でも、住宅街である鎌倉高校前１号踏切道前付近での対策が必要な状況。

【事業内容】
- 鎌倉市内特定箇所交通誘導業務で配置している２名の交通誘導員に加え、３名（特異日は５名）の誘導員を追加配置し、歩行者等が円滑に歩道等を通行できるように、歩道等に滞留して撮影している来訪者を、鎌倉市が指定する撮影場所に誘導するとともに、ポイ捨てや私有地への侵入等のマナー違反行為を行う者には注意を行う。
- 近隣の踏切に撮影が波及している状況を踏まえ、鎌倉高校前１号踏切道周辺を定期的に巡回し、滞留する撮影者には移動を促し、ごみのポイ捨て等のマナー違反者には注意喚起を行う。
- 業務開始前と終了と及び巡回時に放置ごみの回収を行うことで、ポイ捨ての抑制を図る。

【推進ポイント】
- 課題の箇所に交通誘導員を配置することで、観光客等の歩行者及び近隣住民の通行等の安全確保と車両の円滑な通行を確保する。
- ごみのポイ捨ての状況を改善し、地域住民の負担を軽減する。

5-③. 成果及び今後に向けて

補助事業⑪	鎌倉高校前1号踏切道周辺における来訪者誘導等業務

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	鎌倉高校前１号踏切道における撮影スポット（腰越ラッコ公園）外での撮影者の割合

令和7年度に掲げた目標値

- 鎌倉高校前１号踏切道における撮影スポット(腰越ラッコ公園)外での撮影者の割合について、事業実施開始前の指標値と比較し、30%減少

事業の成果/目標の検証結果

- 実績値：12.6%増加（事業完了時）

成果の詳細

- 事業開始日である12月18日の前後で「撮影スポット外での撮影者の割合」を比較したところ、16.57%から18.66%と12.6%の増加となった。これは、事業の開始以前の10月1日以降、同様の警備体制を敷いていることに加え、新しい警備会社となったことに伴うオペレーション上の課題や警備体制について試行錯誤（例えば、撮影スポットのカラーコーンの配置や誘導用の看板の準備など）をしていた時期があったことも影響していると思われる。
- また、本事業では、時間帯によっては、近隣の踏切への巡回のため、撮影スポットに対応する誘導員が１名減っており、その影響も考えられる。
- 一方で、撮影に関する注意喚起看板の設置前後でみると、一日あたりの撮影された人数は1,045人から1,298人と大幅に増加しているものの、公園外の平均撮影率は19.32%から17.19%と減少していることから、看板を用いた効果的な誘導が行われているものと想定される。

【AIカメラによる状況確認結果】

	事業開始前 35日間 11月13日～ 12月17日	事業開始後 33日間 12月18日～ 1月19日	看板設置後 12日間 1月19日～ 1月31日
①撮影スポットで撮影された人数	38,810人	27,812人	12,896人
②撮影スポット外で撮影された人数	7,709人	6,662人	2,678人
③撮影された人数合計（①+②）	46,519人	34,474人	15,574人
(参考)一日あたりの撮影された人数（③÷日数）	1,329	1,045	1,298
④公園外での平均撮影率（②÷③）	**16.57%**	19.32%	17.19%
		18.66%	

事業開始

令和7年度事業を踏まえた継続課題

ピーク時間帯や巡回タイミングを踏まえた適切な警備体制・仕組の確立

- 撮影スポットのピーク時間帯や近隣の踏切への巡回の適切なタイミングを踏まえた最適な警備体制の確立。
- 警備会社が変更になった場合においても、警備体制に支障をきたすことなく、円滑かつ継続的に警備業務が遂行されるような仕組づくり。

令和8年度以降の方針

AIカメラを活用した警備体制の最適化・効率化

- 令和8年度以降は、最適な警備体制に加え、AIカメラによるアラート機能などを活用した効率的な警備の実施を目指す。

補助事業⑦⑪	鎌倉市内特定箇所交通誘導業務 鎌倉高校前1号踏切道周辺における来訪者誘導等業務

補足内容

＜職員による秩序維持のための実証実験の実施＞

◆　令和７年９月13日～16日の４日間、９時～16時に12名体制で実施
◆　実施内容：周辺の人流整序化のための観光客の誘導
・最寄りの腰越ラッコ公園に撮影エリアを設置し、撮影目的の観光客を誘導し、道路上での撮影を防止
・鎌倉高校前駅周辺への駐停車防止を呼びかけ
・腰越ラッコ公園に、ごみステーションを設置
・近隣の私有地への立ち入り禁止を呼びかけ
・パークアンドライドの利用促進及び実証実験の実施を、市HP、SNSで発信

職員による誘導の様子

⇒結果は
・4日間で約9,490人を撮影スポットに誘導（常時20～100人滞留）
・ロータリー付近に駐車した車への声掛けは67件
・ゴミは持ち帰りを促せる又は警備業務終了後に回収が可　能な量と判明
燃やすごみ：45L相当　5袋（約7,000g）　ペットボトル：45L相当　6袋（約5,000g）
カン：45L相当　1袋（約200g）　　ビン：45L相当　0.5袋（約300g）

＜実証結果を受けた対応＞

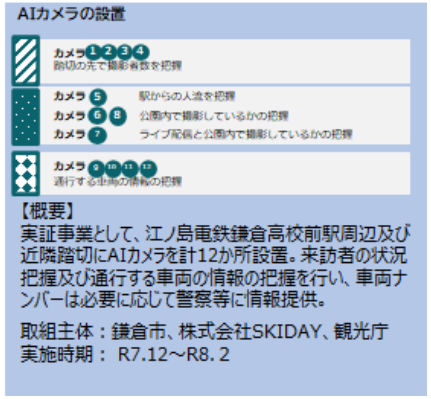
◆　警備会社への委託による誘導体制

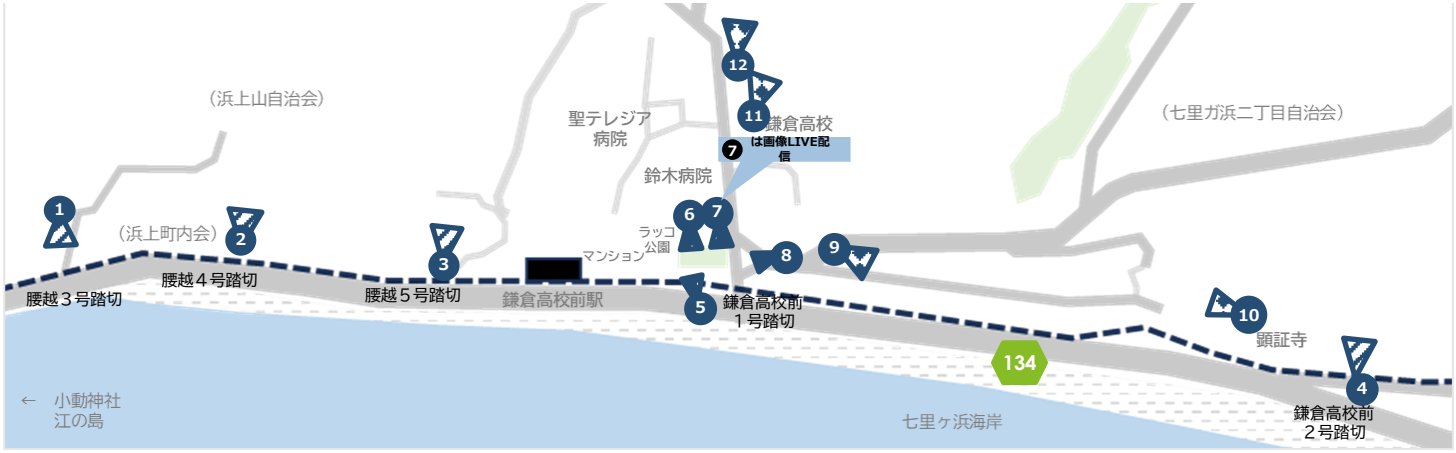
・誘導員を現在の交通誘導員2名に加え、3～5名（特異日は5名）の誘導員を追加配置し、
5～7名体制とする。
・周辺の人流整序化のための観光客の誘導を実施
・隣接する腰越ラッコ公園へ誘導
・歩道等に立ち止まらないよう誘導

フォトスポットを整備

江ノ電鎌倉高校前駅周辺におけるマナー啓発を目的としたAIカメラによる分析及び情報発信事業
【訪日外国人旅行者の受入環境整備向上等に向けた観光現場におけるICTサービス等利活用促進事業】

<AIカメラ事業>





取組内容

- AIカメラの導入（設置）
  - ①画像解析（トリミング解析）
  - ②車両ナンバー解析
  - ③解析結果の集計方法の最適化
- 注意喚起看板の設置（観光庁「持続可能な観光の推進・普及啓発に向けた調査事業」）
- 特定カメラ画像を市民向けに公開する特別サイトの構築、および鎌倉市公式サイトや公式SNSによる事業実施状況の発信

実証の結果

周辺地域住民へのアンケートで「今後も継続して取り組んでもらいたい」と答えた人の割合

98.2%

«その他»

- 鎌倉高校前駅近隣踏切周辺の人数のピーク時間が15時台であることを把握できた
- 乗降のための車両の駐停車・待機車の状況を把握できた
- 本事業に取り組むことをきっかけに、地域住民との対話機会が増え、鎌倉市として真摯にこの課題に取り組んでいる姿勢を理解していただくきっかけの一つとなった。
- また、その実施内容を常時専用サイトで公開し、また実証事業で得られたデータなどを公開することで今後に向けた施策理解をいただけるきっかけとできた。

AIカメラとピクトグラム看板を融合させた、観光マナー啓発の実証的取組
【持続可能な観光の推進・普及啓発に向けた調査事業】

<ピクトグラム事業>

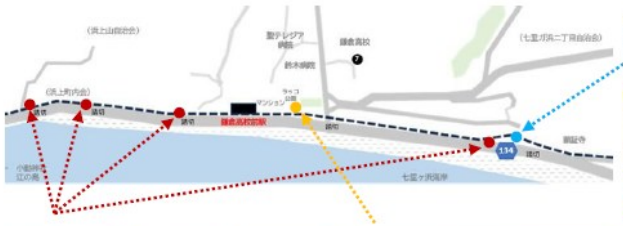
地域の現状

■鎌倉高校前駅の踏切に多くの訪日外国人旅行者が集中することで車両と観光客の接触や円滑な交通維持に影響を及ぼす状況となっている。
　観光客の私有地への立ち入り、ごみの放置等といった迷惑行為により、日常生活に対する住民の不安やストレスが生じている。
■マナー啓発にあたっては、適切な媒体での観光客へのリーチに一定の課題がある状況。

実証事業内容

活用したピクトグラム

実施エリア：鎌倉高校前駅付近の公園及び踏切



踏切先の住宅地（私有地）に侵入して撮影している観光客抑制のため、踏切の手前に看板を設置

看板（120cm×70cm）×8
（4箇所計８枚）

市が設置している撮影スポット（腰越ラッコ公園）に誘導する看板や、撮影に関するマナーを周知する看板を設置

看板（A３）×4
看板（120cm×70cm）×2
（入口１枚、公園内１枚、マナー掲示パネル４枚）

実施施策

顕証寺に注水スタンドを設置

注水スタンド看板×１

AIカメラ設置によるマナー違反抑止

鎌倉市は、鎌倉高校前駅周辺でAIカメラを用いた実証実験を2026年3月末まで実施中。
来訪者数や迷惑行為の状況を把握し、ライブ配信による混雑の可視化等を通じて、マナー違反の抑制を図る。

事業効果

●腰越ラッコ公園周辺でAIカメラによって撮影された人数は、「AIカメラで撮影していること」を表示した注意喚起看板の設置以降、**春節の影響もあり公園内来訪者数は17.1%増加したにも関わらず、AIカメラによる計測では路上人数はほぼ横ばいで2%減少**。
また、看板設置以降、**公園内一人当たりの路上人数の割合が20.2%減少**した。
実証結果から公園の収容能力を超える来訪者が路上に溢れる構造的課題を数値で確認。公園内に30～40人がキャパシティの目安であることが把握できた。これを超えた場合の滞留アラート通知等の対策のための閾値設定への仮説ができた。

●各踏切での撮影人数の変化として、春節の影響もあり看板設置後に周辺来訪者数は21%増加。
通常であれば来訪者増に比例して踏切周辺の人数も増加するはずだが、**AIカメラ看板設置後は、腰越踏切では10%の減少。また鎌倉高校前踏切においては20%の減少。看板による注意喚起が歩行者の行動変容を促し、混雑の分散・緩和に寄与。**

●**地域の多くの意向として、AIカメラの設置継続を希望**しており、非常に高い評価と期待を得ている。
このデータは人流の推計値ではなく実数値として判定されるため、**今後の繁閑期のトレンド把握などへの活用も期待。**

実証後の地域の声

■**フォトスポットへの誘導看板の設置と誘導員の配置**

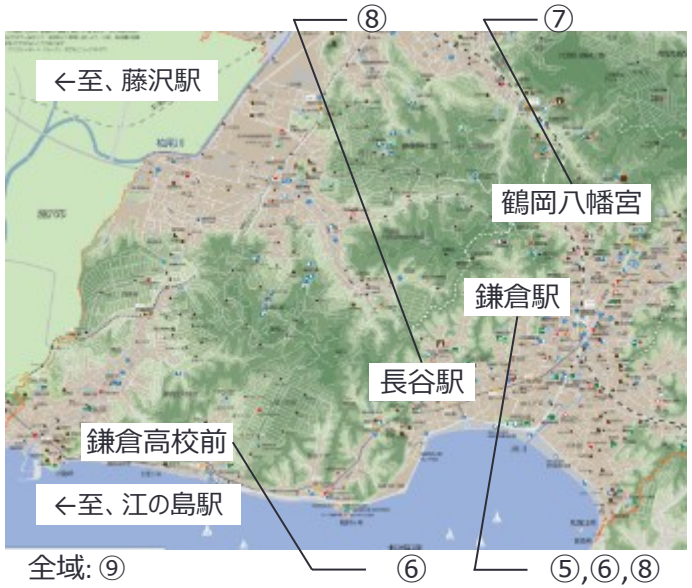
腰越ラッコ公園にフォトスポットを設置し、そこへ**誘導する看板設置と人員を配置したことで、以前は歩道にあふれていた観光客が公園内に収まるようになり、「歩道が通行しやすくなった」**という一定の効果が示された。

■**外国人観光客に伝わる看板でマナー違反が減少**

特にインバウンド観光客をターゲットとし、**日本語よりもピクトグラムや多言語（英語、中国語簡体字）を大きく表示する工夫**を凝らした看板を設置。
これにより、良識ある観光客に対して「やってよい行動と悪い行動」を明確に伝えることができ、**注意書きを読み合わせる姿も確認されマナー違反行為が改善**されたと評価。

4．対策の概要

- 道が狭く混雑しやすい上、特定スポットに観光客が集中。そのため、時間や場所の分散化が対策のポイントであり、混雑予測や非混雑エリアの周知を実施する
- 観光と市民の生活圏が重複するエリアが大半であることから市民の生活環境を守ることも大きな課題。そのため観光客に向けたマナー啓発や災害発生時の避難情報の事前周知を実施する
- また、大多数を占める首都圏からの観光客の行動変容も重要であり、首都圏への広告展開を実施する



全域: ⑨

分散･平準化

取組み内容 | **①公式ホームページ「鎌倉観光公式ガイド」の改修**

- 訪日客や教育旅行向けに、定番スポット以外の魅力を旅行前段階から周知する内容を拡充し、時間・場所の分散を図る。また、災害時の避難方法などを周知するページも新設し、災害発生時における集中の回避につなげる

取組み内容 | **②鎌倉観光混雑マップの改修**

- 従前は、2時間前までの混雑傾向を表示していたが、今回の取組みで、天気別の混雑予測機能の付加や表示箇所の追加を行い、混雑期における行動変容を促す。また、混雑データを収集し、今後の施策に活用する

取組み内容 | **③混雑駅における誘導員の配置による滞留解消と安全確保**

- 江ノ島電鉄鎌倉駅等のホーム上に警備員を配置し、おける適切な誘導等を行うことで、電車の遅延防止やマナー向上を図る

取組み内容 | **④公共交通での来訪を促す広告展開**　（※一般型事業として実施）

- 首都圏に所在する駅等において、公共交通機関での来訪を促進する周知広告を展開することで、自動車で来訪する観光客による渋滞の抑制を目指す

マナー啓発

取組み内容 | **⑤ポイ捨て防止のマナー啓発**

- 訴求力の高いデザイン・メッセージを掲載したプラスチック不使用のエコナティッシュを用いた啓発活動を行い、ポイ捨て防止のマナー向上やプラスチックごみ削減につなげる

取組み内容 | **⑥街頭防犯カメラ設置**

- JR鎌倉駅東口付近及び江ノ島電鉄鎌倉高校前駅付近に街頭防犯カメラを設置し、存在を認知させることで、迷惑行為の防止・抑制を図る

取組み内容 | **⑦八幡宮交差点における交通誘導員の配置**

- 歩行者信号の現示に応じ適切に歩行者を誘導することで、青信号にて進行しようとする自動車の円滑な交通を確保する

受入環境の整備

取組み内容 | **⑧ボランティアガイドによる滞留解消**

- 混雑する紅葉時期を中心に、観光客向け案内を行うことで滞留の解消を図る

取組み内容 | **⑨初詣交通規制に伴う交通誘導員の配置**

- 地域に流入する車両を制限することで、歩行空間の確保や交通渋滞の発生を抑制する

５-①．主な取組み（詳細）

課題

- 特定の観光スポット、特定の時期や時間に観光客が集中
- 従前の「鎌倉観光混雑マップ」は、表示時点の2時間前の混雑傾向しか表示されず、観光客の行動変容を促すには充分でなかった

取組み

鎌倉観光混雑マップの改修

- 実施期間：令和6年8月～令和7年2月
- 実施主体：鎌倉市

事業内容

■ 鎌倉観光混雑マップの改修

- 混雑予測機能を追加し、天気別（晴・くもり・雨）に１週間後までの予測を表示する
- 混雑表示スポットを３カ所追加し、計10か所（小町通り、若宮大路、長谷周辺、鎌倉駅東口周辺、鎌倉駅西口周辺、北鎌倉周辺、由比ヶ浜、浄明寺エリア、極楽寺エリア、建長寺周辺エリア）とする

【目的】

- 予測機能を天気別に表示することで、混雑を避けた来訪や分散化を促す
- スポットごとに推計した混雑データを収集・蓄積できるように改修し、いつ・どこで混雑しやすくなっているかを数値で分析できるようにすることで、データに基づいたより効果的な対策につなげる

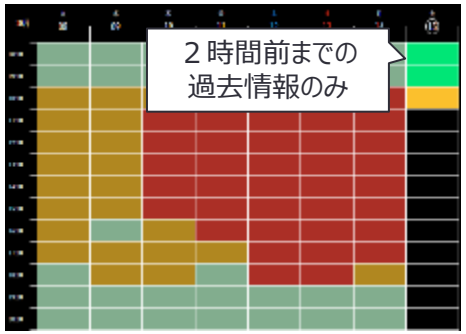
【背景】

- 観光客が集中する時期（大型連休、1月、3月～6月、11月等）・時間（休日の日中）・場所（鎌倉駅周辺、長谷エリア等）に集中しており、分散を図る必要があるが、現マップには以下の課題がある

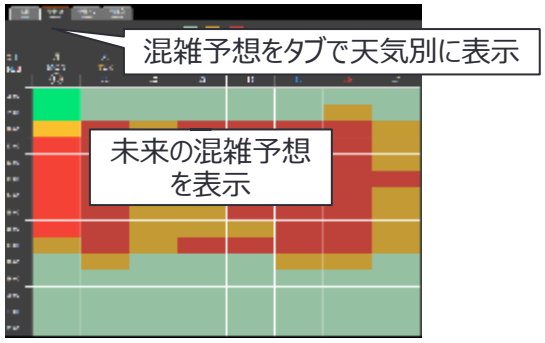
＜現観光混雑マップの課題＞

- 1週間から２時間前までの混雑傾向（「賑わっている」、「通常の混み具合」、「ゆっくり観光できる」の三段階）を確認できるが、過去の情報のみでは行動変容を促すには不十分
- 表示箇所７か所では観光客が求める表示スポットが充分とはいえない
- 拡大推計人数の算出データを収集、蓄積することができておらず、混雑状況の詳細分析ができていない

改修前の「鎌倉観光混雑MAP」



改修後



更に効果的な取組みとするために…

- ✓ 訪日客向けに英語表記を一部追加
- ✓ 旅行前段階からの閲覧を促すため、SNS発信や旅行代理店との連携などにより、鎌倉混雑マップの認知向上を図る

5-①. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

A：リニューアル後の**混雑マップ閲覧数の増加**

B：スポットごとの**拡大推計人数の算出データの収集**、蓄積の構築
（本スポット以外10～15地点の人流データ等）

成果／目標の検証結果

A：混雑マップの**PV数**

43,509回（令和6年2月1日～3月10日）

→ **33,355回**（令和7年2月1日～3月10日）

B：スポットごとの**拡大推計人数の実績値となる算出データを収集**
（本スポット以外10～15地点の人流データ等）

成果詳細

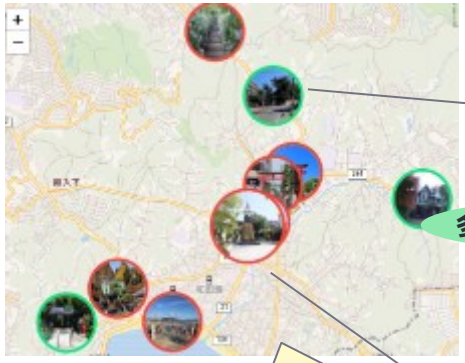
■ **鎌倉観光混雑マップ**

リニューアルのポイント

- ✓ 1週間後までの混雑予測機能の追加
- ✓ 天気別の混雑予測機能の追加
- ✓ 混雑表示スポットを10か所に増加

期待される効果

- ✓ 混雑する日時を避けた来訪
- ✓ 観光客が減少する雨の日の誘客促進
- ✓ 比較的ゆっくりと観光できる観光地への誘導・分散



混雑表示スポットを10か所に増加

比較的ゆっくりと観光できるスポット

建長寺周辺エリア

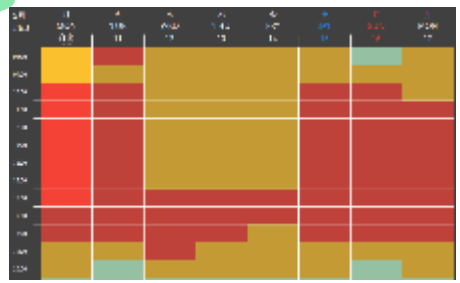
多くの観光客で賑わっているスポット

鎌倉駅西口周辺

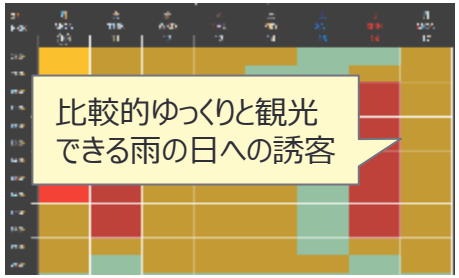
比較的ゆっくりと観光できる観光スポットへの誘導

比較的ゆっくりと観光できる観光情報発信

晴れ



雨



比較的ゆっくりと観光できる雨の日への誘客

５-②．主な取組み（詳細）

課題

- 外国人観光客や教育旅行者が特定スポットや時間に集中し混雑が発生
- 外国人観光客へのマナー啓発不足
- 災害時の観光客の混雑・混乱発生への住民の不安

取組み

鎌倉観光公式ガイドの改修
（多言語マナー啓発ウェブサイト、教育旅行向けウェブサイト、防災情報ウェブサイトの新設）

- 実施期間：令和6年8月～令和7年2月
- 実施主体：鎌倉市

取組み内容

■ 鎌倉観光公式ガイドの改修

- 多言語ウェブサイト「VISIT KAMAKURA」を大幅リニューアルし、観光マナーの周知、啓発を目的とした「Respect Kamakura Guidelines」を掲載
- 教育旅行向けウェブサイト「『いざ、鎌倉』旅のしおり」を新規掲載
- 防災情報「いざという時の鎌倉」を掲載

【目的】

- 外国人観光客や教育旅行者へのマナー周知、啓発強化
- 比較的ゆっくりと観光できるスポットを含めたモデルコースや体験コンテンツ、日本遺産など、多様な見どころの周知による混雑緩和・分散化
- 防災の心得を旅行前に周知

【背景】

- 鎌倉には多くの外国人観光客や小・中・高校生を中心とした教育旅行者が来訪するが、鎌倉観光のマナーや比較的ゆっくりと観光できるスポットの周知・浸透が不足している
- さらに、住民からは災害発生時の際の混雑や混乱について不安の声が上がっており、観光客にも災害リスクや避難場所等を周知することが必要
- このような状況から、外国人観光客・教育旅行者向け及び防災に特化したサイトを構築し、周知・発信を強化する

鎌倉観光公式ガイド

多言語の
マナー啓発ウェブサイト

教育旅行向け
ウェブサイト

防災情報
ウェブサイト

５-②．成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- **新規掲載したウェブサイトの閲覧者の増加**により、旅行前段階からの行動変容を促す

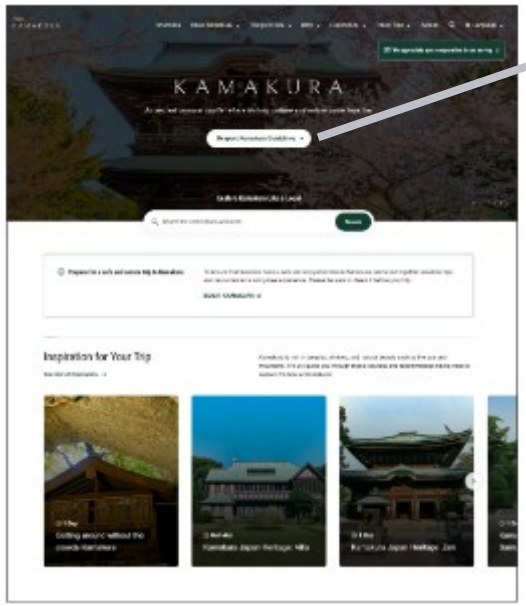
事業の成果／目標の検証結果

- VISIT KAMAKURA　**１日平均132PV**（R5年度）
→多言語ウェブサイト**１日平均約272PV**（令和7年2月15日～3月14日）

成果詳細

■ **多言語サイト「VISIT KAMAKURA」**

- 日本遺産や混雑緩和を意識したモデルコース、宿泊施設、各種体験、季節ごとの見どころなどの情報を集約
- マナー啓発ページは必ず見てもらえるようページトップに設定し、イラストなどで外国人旅行者にも分かりやすく伝える
- 混雑状況や観光客の思考に応じて柔軟にコンテンツを紹介できるよう、カスタマイズしやすいWEBサイトに設計（教育・災害サイトも同）



マナー周知・啓発を目的とした Respect Kamakura Guidelines

Do not take photos in dangerous locations.

- マナー啓発サイトへのリンク先をトップに設定
- 外国人旅行者にも分かりやすいイラストの活用

- 混雑を避けた1日コース・半日コースなど、多様なルート紹介による分散を図る

- 季節ごとの見どころ紹介による季節の分散化を図る

５-②．成果及び今後に向けて

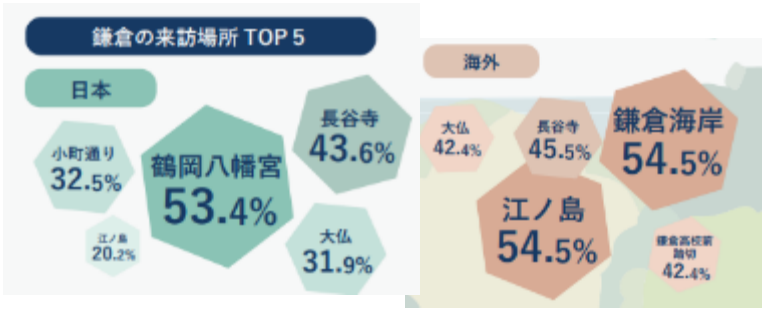
成果詳細

【鎌倉地域共創アンケートの活用】

- 多言語サイト開発にあたっては、旅行中にリアルタイムに「観光客の声」を集める鎌倉地域共創アンケート結果を活用

アンケート活用例

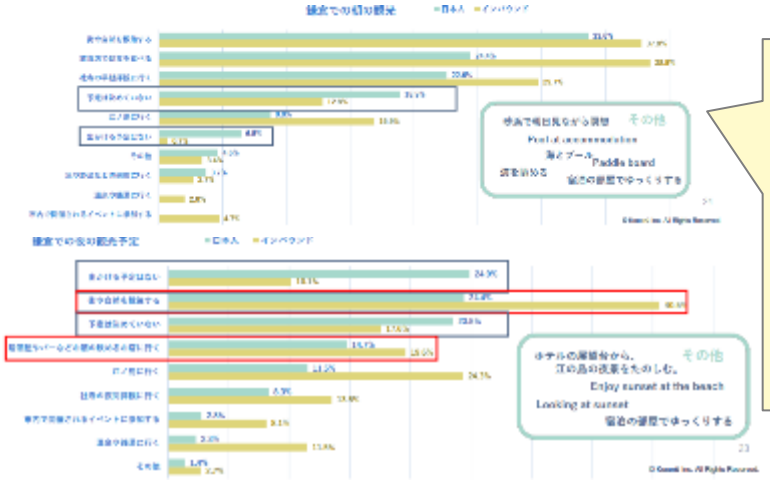
人気の来訪場所分析



- 外国人観光客には江の島や鎌倉海岸など海エリアの人気が高い
- 十分に認知されていないエリア（北鎌倉、二階堂、浄明寺、大町等）にもより焦点を当て、定番ルート以外のエリアのモデルコース紹介や体験アクティビティなどを取り入れながら、地域の特性や魅力を発信

北鎌倉のコンテンツ紹介

朝夜の観光分析



外国人は「散策、早朝拝観、飲食店に行く」との回答が日本人より多い
日本人は「予定はない」との回答が多い

- 多くの観光客が「夜の飲食店」「早朝の神社巡り」などを希望
- 朝と夜の観光について、まず「情報が欲しい」との回答が最も多かった

朝と夜の観光スポット情報

５-②．成果及び今後に向けて

成果詳細

■ 教育サイトの「『いざ、鎌倉』旅のしおり」

- 鎌倉の歴史や観光についての基礎情報、日本遺産など含めたモデルコース、神社仏閣・街中を巡る際のマナーなど、鎌倉を学びながら観光する教育旅行者に必要な情報を集約
- 定番スポットからの分散やマナー周知を図る

比較的ゆっくりと観光できるスポットを含めたモデルコース

お役立ち情報

ダウンロード資料やガイド団体紹介など教育旅行に必要な情報

神社仏閣・街中巡りなどの際のマナー

■ 防災サイトの「いざという時の鎌倉」

- 鎌倉観光の際に災害が起きた場合、どのような心掛けをしておくべきか、ハザードマップ、避難所、緊急時の連絡先、鎌倉の地形の特性と起こりうる災害の情報などを旅行前に周知し、災害発生時の際の混雑や混乱を回避する

海沿いにいるとき

観光中に災害が発生した時にいる場所別に対応策を周知

鎌倉観光の際、持っていくべきものを周知

ハザードマップの周知

災害に役立つリンク集追加
Safety tips などを紹介

５-②．成果及び今後に向けて

令和６年度の取組みから見えてきた課題

- 令和６年度、観光混雑マップ、ホームページ（３つのサイトの新設）の２つの情報発信ツールを改修
- 今後、閲覧者を増やしていくことで、比較的ゆっくりと観光できる日時・場所への誘導及び同エリアへの分散化、マナー改善などを図る

1 観光混雑マップへの流入の仕組みの強化

- 現在、ホームページと観光混雑マップが別のサイトとなっているため、ホームページを見た観光客が観光混雑マップに流入しにくかった
- ホームページ（スマホ版）が見にくく、使いにくい状況

2 マップ・サイトの周知・浸透

- 観光混雑マップ、多言語サイト、教育サイト、災害サイトともに改修・新設したばかりであるため、周知浸透を強化し、観光客の行動変容に繋げることが必要

3 観光消費額の向上

- 鎌倉は日帰りが多く、観光消費額が少ないことが課題
- 宿泊客アンケートでは、観光の予定を決めていない、出かける予定はないという回答が多く、宿泊と周遊の少なさが観光消費額が上がらない要因の１つと考えられる

4 情報発信の即時性

- 観光客向けに周知したい情報（イベント情報や注意喚起など）について即時に多言語翻訳することが難しい状況

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

- 鎌倉観光公式ガイド本体を改修し、観光混雑マップと連携させるとともに、宿泊観光に繋がるコンテンツの増加など、観光客の動向やニーズにあわせ、柔軟にサイトを更新していく

1 鎌倉観光公式ガイドの改修・マップとの連携

- 鎌倉観光公式ガイドを全面的に改修し、観光混雑マップを連動させる
- スマホ版のUX・UIを高めることでホームページ及び混雑マップの閲覧者を増加させる

2 事業者等を巻き込んだ周知

- 修学旅行関係の旅行会社、観光協会の会員事業者を通じた発信などを実施
- サイト構築はオーストラリア大使館に紹介し、注目いただくなど、大使館を通じた海外発信なども検討

3 宿泊観光に繋がるコンテンツの充実

- 多言語サイトでは、宿泊情報を集約したページを設置
- 今後、朝・夜の鎌倉の観光コンテンツ、着地型コンテンツなど、宿泊滞在の促進、観光消費額の繋がるコンテンツを充実させ、ホームページ等により発信する

4 多言語でのリアルタイム発信の仕組み導入

- 観光客向けに多言語でリアルタイム発信できる仕組みの導入を検討

５-③．主な取組み（詳細）

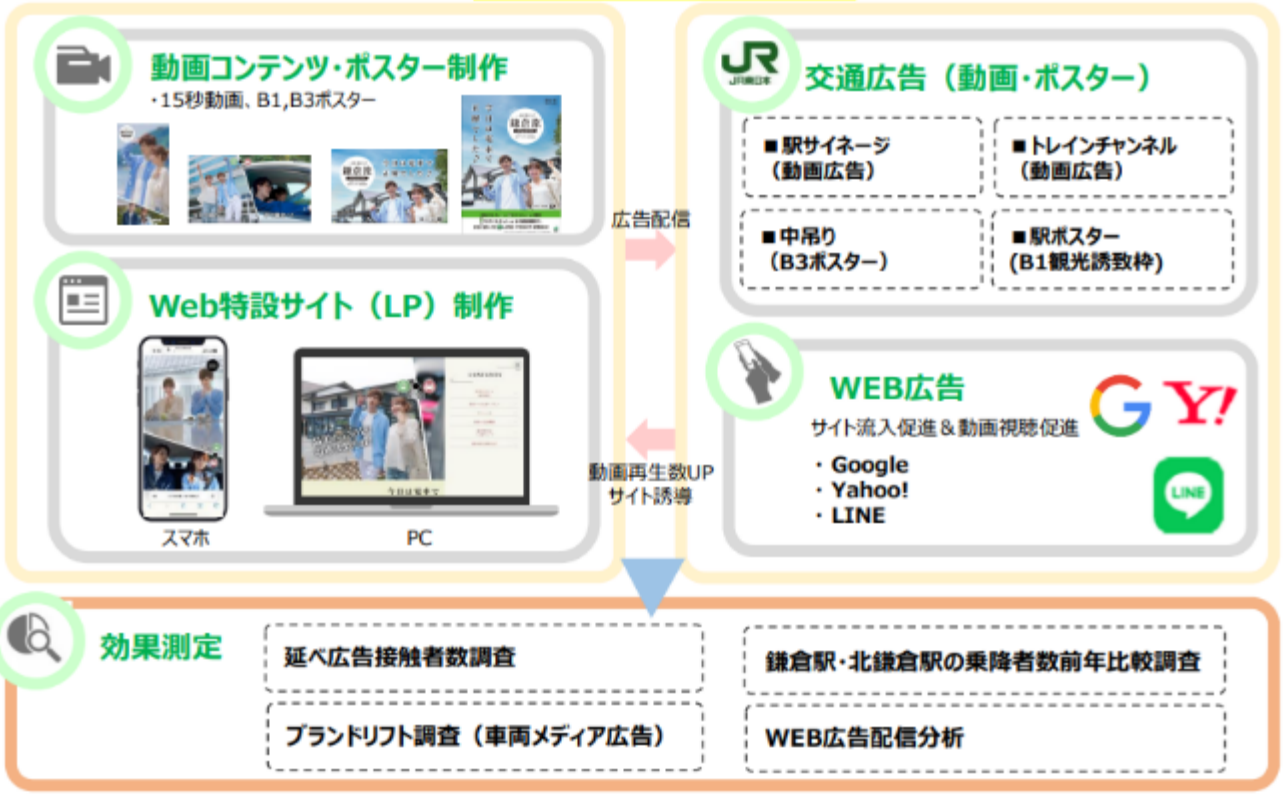
課題	取組み
マイカーでの来訪者等による慢性的な交通渋滞が発生	**首都圏に所在する駅等への広告展開〈一般型〉** • 実施期間：令和6年10月～令和7年1月 • 実施主体：鎌倉市

事業内容

■ **広告展開事業の概要**

• 首都圏の観光客に公共交通機関利用を旅行前に周知することで、マイカー利用を抑制する

1. **交通広告：**駅及び電車内サイネージ掲出／駅及び電車にポスター掲出（東京、品川、横浜、吉祥寺等）
2. **WEB広告：**Google ・Yahoo！リスティング広告、LINE広告
3. **特設サイト**：キャンペーン特設サイトのを期間限定で設け、フリー切符などお得な情報を掲載



5-③. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- 広告を活用した公共交通機関での**来訪促進策の有効性を検証**する

事業の成果／目標の検証結果

- **広告を活用した来訪促進について一定の効果**が得られた
  <アンケート結果>
  - 広告接触後、**約8割に行動変容**が生じたと回答
  - **約34%が鎌倉観光に電車で行った**と回答

成果詳細

1. 交通広告

- 広告接触後、**78.4%の人の意識・行動に変化がみられる**など、主要駅への広告掲出は、公共交通機関利用への効果が一定あったと考えられる

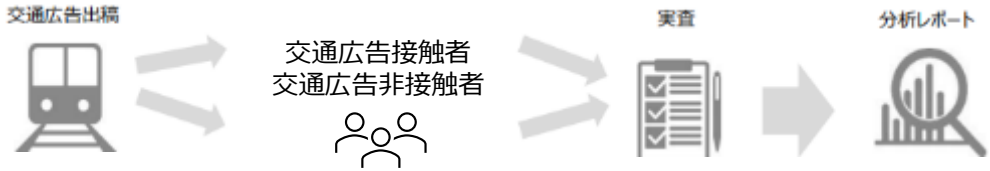
広告実施期間中の延べ広告接触者数の可視化

①2019年度掲出路線の利用者データ、媒体の視認可能な範囲、サイネージロール時間等から、延べ広告可視人数を算出、②スマホアプリの位置情報をもとに算定した人流係数を掛け合わせリアルタイム化、③延べ広告接触者数（imp）として広告効果を計測

JR品川駅、埼京線・横須賀線・総武線快速車内広告
約465万インプレッション

ブランドリフト調査

広告に「接触した方」と「接触していない方」にアンケート調査を実施し、「認知」「興味関心」、「広告喚起」「行動変容」などの効果を分析



広告接触後、行動変容に繋がった人は78.4%※1

- **鎌倉観光に電車で行った：34.2%**
- 鎌倉観光に電車で行こうと思った：29.7%
- インターネットで検索した：30.6%

※１全体から「特に行動していない」の回答者21.6%を引いた割合
※２複数回答のため各回答者割合を合計すると100%以上となる

５-③．成果及び今後に向けて

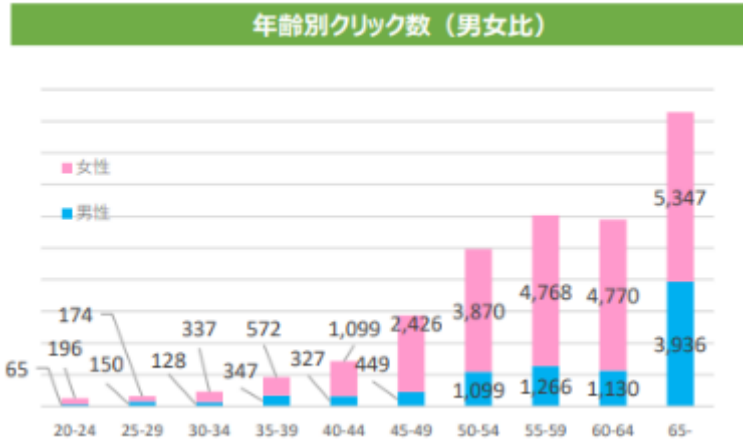
成果詳細

２．３．WEB広告・WEBサイト

- Googleリスティング広告はクリック率ベースでは「群馬県」「栃木県」「茨城県」「千葉県」「埼玉県」「愛知県」の反応が高く、LINE広告では65歳以上のクリック数が多いなど、広告によって地域・属性の反応差が見られた

エリア別	表示回数	クリック数	クリック率
合計	23,524	2,140	9.10%
東京都	8,208	661	8.05%
神奈川県	7,373	638	8.65%
埼玉県	2,152	229	10.64%
千葉県	2,039	229	11.23%
愛知県	1,032	107	10.37%
静岡県	904	80	8.85%
茨城県	890	90	10.11%
栃木県	494	51	10.32%
群馬県	432	55	12.73%

群馬県、栃木県、茨城県、千葉県、埼玉県、愛知県など遠方のマイカー利用層のクリック率が比較的高い



65歳以上のLINE広告のクリック数が多い

令和６年度の取組みから見えてきた課題

■ 女性など一部の層には効果が低い

- 女性は、広告接触者の方が電車利用促進の認知度が低い、電車で行きたいという意向が低いなど、今回の広告の効果が表れなかった

※ブランドリフト調査結果から

- 鎌倉への電車来訪メリットを打ち出せていなかったことなどが考えられる

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

■ ターゲットにあわせた広告の展開

- 女性の関心を引くお得な切符情報を交えた広告など、属性に応じた広告の展開を検討
- 広告への反応が良かった地域や年齢層によって、広告表現を分ける等の工夫をすることにより、より精度の高い情報発信を実施する

５-④．主な取組み（詳細）

課題	取組み
混雑による改札外へ乗車列の発生・近隣への影響 列車の乗降時間を要することによる遅延の発生	**混雑駅における誘導員の配置による滞留解消と安全確保** • 実施期間：令和6年7月～令和7年2月 • 実施主体：江ノ島電鉄株式会社

事業内容

■ **混雑駅への警備員配置**

- 繁忙期における、藤沢、長谷、鎌倉の主要各駅およびイベント開催時における混雑駅に警備員を配置

【目的】

- 乗車列整備、電車との触車防止案内、改札利用のご案内及び交通マナー啓発やホーム上における適切な誘導を実施する

【背景】

- 駅構内が混雑し改札外へ乗車列が出来ることによる近隣への影響、および列車の乗降時間を要することによる遅延が発生。混雑が集中する狭い場所ではスムーズな案内・誘導が不可欠であることから、スポット的に警備員を配置する

イベント	配置駅	事業概要
鎌倉花火大会 2024年7月17日	藤沢駅、鎌倉高校前駅、稲村ヶ崎駅、長谷駅、由比ヶ浜駅、和田塚駅、鎌倉駅	**合計31名**
夏季休暇期間	由比ヶ浜駅	**13日間**各日1名、計**13名**配置
江の島花火大会 2024年7～8月	鎌倉高校前駅	**4日間**各日1名、計**4名**配置
３連休 2024年8月～ 2025年2月	長谷駅	**21日間**各日1名、計**21名**配置
年末年始 2025年1月	鎌倉高校前駅、長谷駅、鎌倉駅	**5日間**各日2名、計**22名**配置

<参考>　由比ヶ浜駅警備員配置状況

夏季休暇期間中に警備員を配置し、乗車列整備、電車との触車防止案内、改札利用のご案内を実施

5-④. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- 混雑駅における警備員の配置による**滞留解消と安全確保**

事業の成果／目標の検証結果

- **多客による遅延発生日数が減少**し、**滞留解消と安全確保に一定の効果**が得られた
  - 多客による遅延発生日数：**133日**（2018年度）
    →**11日**（2025年1月末時点）**92%減**

成果詳細

- 各イベントについて、ダイヤ調整などとも組み合わせて警備員を配置。運転休止や遅延はほぼ発生せず、スポット的に配置する有効性を確認できた

イベント	対策実施前（2019年）	対策実施後（2024年）
鎌倉花火大会 2024年7月17日	混雑により大幅な列車遅延が発生し、 **上下各5本の列車が運転休止**	列車遅延は発生したものの **運転休止の実施はなかった**
夏季休暇期間	**列車遅延22日**	**列車遅延０日**
江の島花火大会 2024年7～8月	**列車遅延なし**	**列車遅延なし**
３連休 2024年8月～ 2025年2月	3連休27日（9回） **列車遅延21日　運転休止17日**	3連休12日（4回） **列車遅延３日　運転休止０日**
年末年始 2025年1月	**列車遅延3日　運転休止3日**	**列車遅延１日　運転休止０日**

令和６年度の取組みから見えてきた課題

■ 外国人観光客急増への対応

- 鎌倉高校前駅で、春節の時期に混雑し、利用客からホームが歩けないとのご意見が発生

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

■ 警備員を配置増・キャッシュレス化

- 訪日外国人旅行者増により、警備員の配置を再考
- QRコード決済の導入を検討し、磁気券を減らすことで改札付近、狭い券売機前の混雑改善を図る

現状について

- 令和7年度は、地域一体型として事業を実施。

18. 神奈川県箱根町

1．地域概要

対象地域	神奈川県箱根町
申請主体	箱根DMO（一般財団法人箱根町観光協会）
計画名	箱根エリアにおける地域一体となった持続可能な観光地域づくり推進事業

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	18,960	19,510	17,590
- 国内	16,460	16,567	14,054
- 訪日外国人旅行者	2,500	2,942	2,825

地域の特徴・観光資源等

- 東京から最短75分でアクセスすることができるリゾート温泉地であり、年間観光客数は約2,000万人。うち訪日外国人旅行者は約200万人
- 大涌谷噴煙地、芦ノ湖などの豊かな自然や17の異なる泉質を持つ温泉場、箱根寄木細工、多様な観光施設や宿泊施設、周遊利便性の高い域内交通網、歴史史跡（日本遺産「箱根八里」）等

協議体制

協議の場

箱根町観光交通総合対策協議会

参加者

行政機関

- 国土交通省関東運輸局
- 箱根町企画観光部観光課
- 国土交通省観光地方整備局
- 神奈川県
- 神奈川県警察

事業者

- 箱根DMO
- 株式会社小田急箱根
- 箱根登山バス株式会社
- 伊豆箱根バス株式会社
- （一社）神奈川県タクシー協会

住民関係者

- 箱根吟遊 専務取締役
- 太田明宏（箱根町宮ノ下在住）

エリアマップ

「かながわの景勝50選」に選ばれている仙石原すすき草原

白い噴煙と硫黄の匂いが立ちのぼる箱根を代表する景勝地 大涌谷

明治期には外国人避暑地として発展した歴史ある温泉街 宮ノ下

箱根観光の代表的なフォトスポット
箱根神社の「平和の鳥居

箱根の玄関口「箱根湯本駅」
商店街では食べ歩きを楽しめる

2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**時期・曜日の集中**	• 年末年始やGWなどの大型連休や土日祝日に混雑が集中し、公共交通機関や観光スポットの混雑や道路渋滞が発生している • 上記の混雑により、観光客の満足度が下がるとともに、地域住民が公共交通機関に乗れないなどの問題が発生している	観光客・地域住民
2.	**特定の時間への集中**	• 観光客の行動が画一的であり、観光スポットにおいて、一日のうちで特定の時間帯に観光客が集中し、観光スポットの混雑や特定の道路の渋滞が発生している	観光客・地域住民
3.	**観光資源への影響**	• 道路渋滞による長時間のアイドリングによりほぼ全体が富士箱根伊豆国立公園に含まれている箱根の生態系への影響も懸念される	住民・観光資源

1 時期・曜日の集中
2 特定の時間への集中

早雲山駅における大涌谷行きロープウェイの混雑

1 時期・曜日の集中
2 特定の時間への集中

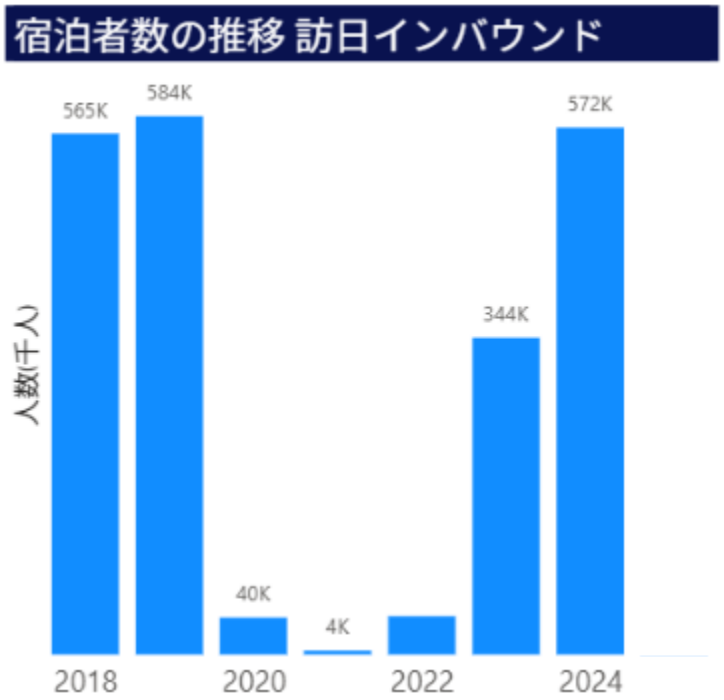
箱根湯本駅前タクシー待ち列

3 観光資源への影響

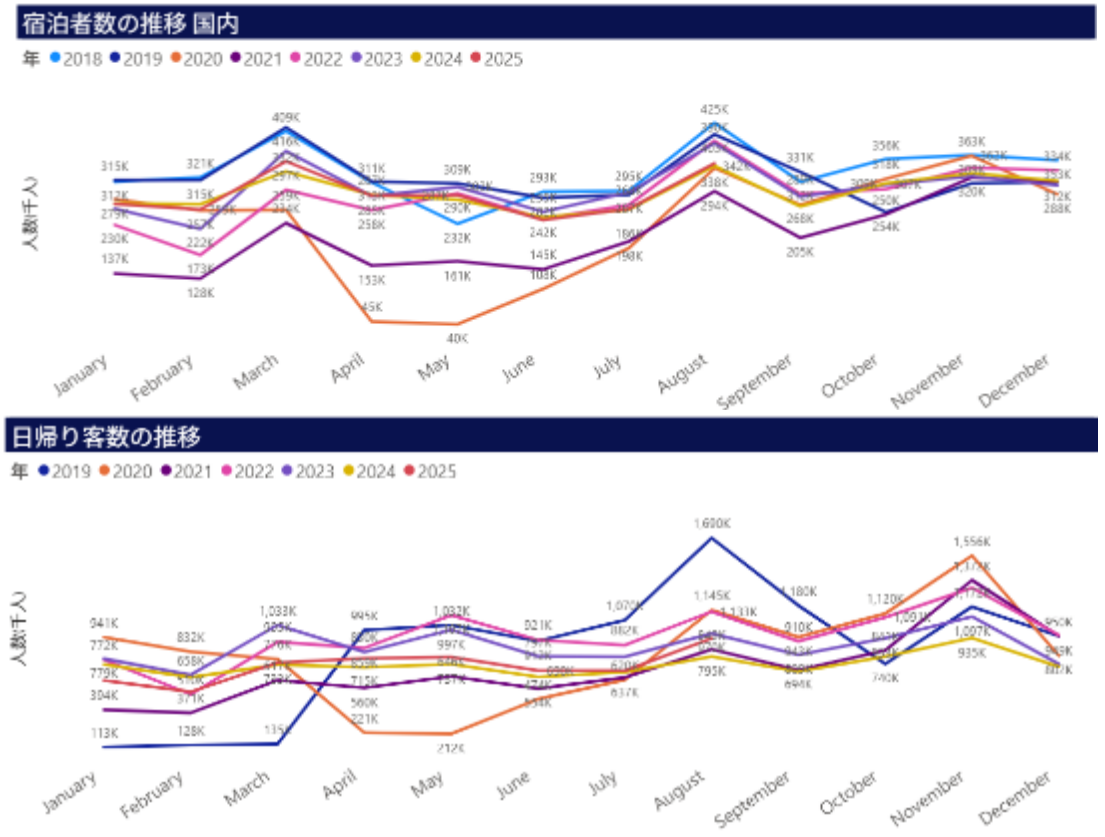
年始の道路渋滞

3．背景･要因

主な背景･要因	
1. **訪日外国人旅行者の急増**	• コロナ禍を経て令和5年頃より訪日外国人旅行者需要が急速に回復 • 特に4月、5月及び10月は、長期休暇期間にあたるため訪日外国人旅行者の来訪増加が見込まれることに加えて、国内の大型連休と重複することにより、公共交通機関及び観光施設における混雑が一層顕在化
2. **季節的偏在**	• 箱根では四季折々の自然をやレジャー楽しめることから、紅葉シーズンや夏休みシーズン、また学生の春休みシーズンに旅客が集中し、公共交通機関のキャパシティオーバーや深刻な道路渋滞が発生 • 一方で1月後半から2月、梅雨の時期6月頃は比較的キャパシティに余裕があり、時期の偏差が顕著



訪日外国人旅行者　宿泊数の推移。
令和6年には平成31年水準まで回復している



宿泊と日帰りの月間推移。3月、8月、11月に集中する傾向がある

4．対策の概要

目指す姿	・観光客が時間・場所ともに分散して行動でき、公共交通機関や観光施設の過度な混雑が解消される ・渋滞の緩和によりアイドリング時間が短縮される
KGI	（指標）箱根の旅行で改善を求める点「道路渋滞」の項目 目標値：宿泊27%／日帰り32%（令和6年度） 実績値：宿泊25% ／日帰り30%（令和9年度）

- 地域資源を活かした多様なルート・時間帯・アクティビティを楽しめるような環境を整備し、多様な観光体験の創出を図る

■補助事業の実施概要

受入環境の整備・増強

①手ぶら観光の推進事業
- 観光客が大きな手荷物を公共交通機関に持ち込むことで遅延や乗車率の低下が発生している
- 箱根エリアにおける手ぶら観光のLPの作成および箱根エリア内で交通広告掲出

②路線バスへのタッチ決済導入
- 路線バスの降車時において支払いに時間がかかり、バスの定時運行の妨げになっている
- 運賃箱にタッチ決済機器を導入

③箱根エリア内路線バスへのタッチ決済およびQR認証端末導入
- 路線バスの降車時において支払いに時間がかかり、バスの定時運行の妨げになっている
- 運賃箱にタッチ決済機器およびQRデジタルチケット読取機器を導入

④閑散地域の魅力理解促進による周遊箇所分散のための観光関連事業者向け研修事業
- 旅客の行動が画一的になっており、特定の時期・スポットの混雑が生じている
- ホテルコンシェルジュや観光案内所スタッフ等を対象に閑散地域の魅力を学ぶバスツアー型研修を実施

需要の適切な管理

⑤「大涌谷パーク＆ライド」プロモーション
- 人気スポット「大涌谷」周辺は新規施設がオープンしたこともあり、駐車場待ちの道路渋滞が深刻
- 既存の「大涌谷パーク＆ライド」の概要を見直したうえで、ウェブ広告、利用訴求看板を設置

⑥大涌谷三叉路誘導員配置の実施
- 人気スポット「大涌谷」周辺は新規施設がオープンしたこともあり、駐車場待ちの道路渋滞が深刻
- 11月の紅葉シーズンの土日に渋滞の起点となる三叉路に誘導員を配置する

需要の分散・平準化

⑦インバウンド向け閑散期来訪のための旅マエ情報発信
- 観光客の行動が画一的になっており、特定の時期・スポットの混雑が生じている
- 閑散期や閑散スポットのコンテンツをWEBメディアで発信。それに関するLPの作成を実施

⑧OTAを活用した閑散期宿泊の促進
- 特定の時期や曜日に宿泊需要が集中し、観光地や宿泊施設の混雑が発生している
- 大手OTA(じゃらん・楽天)と協業し、地域一体で共通ワードを使ったプラン造成およびWEB広告を実施

⑨「箱根観光デジタルマップ」活用促進プロモーション
- 箱根エリア内での観光客の動きが画一的であり、特定の時間に混雑が生じている
- 「箱根観光デジタルマップ」の機能拡充および旅ナカでのプロモーションを実施

⑩「はこねカーシェア」ステーション拡大
- 箱根湯本駅周辺では、上下とも激しい道路渋滞が発生している
- レール＆カーシェアを推進すべく、「はこねカーシェア」のステーション拡大を実施

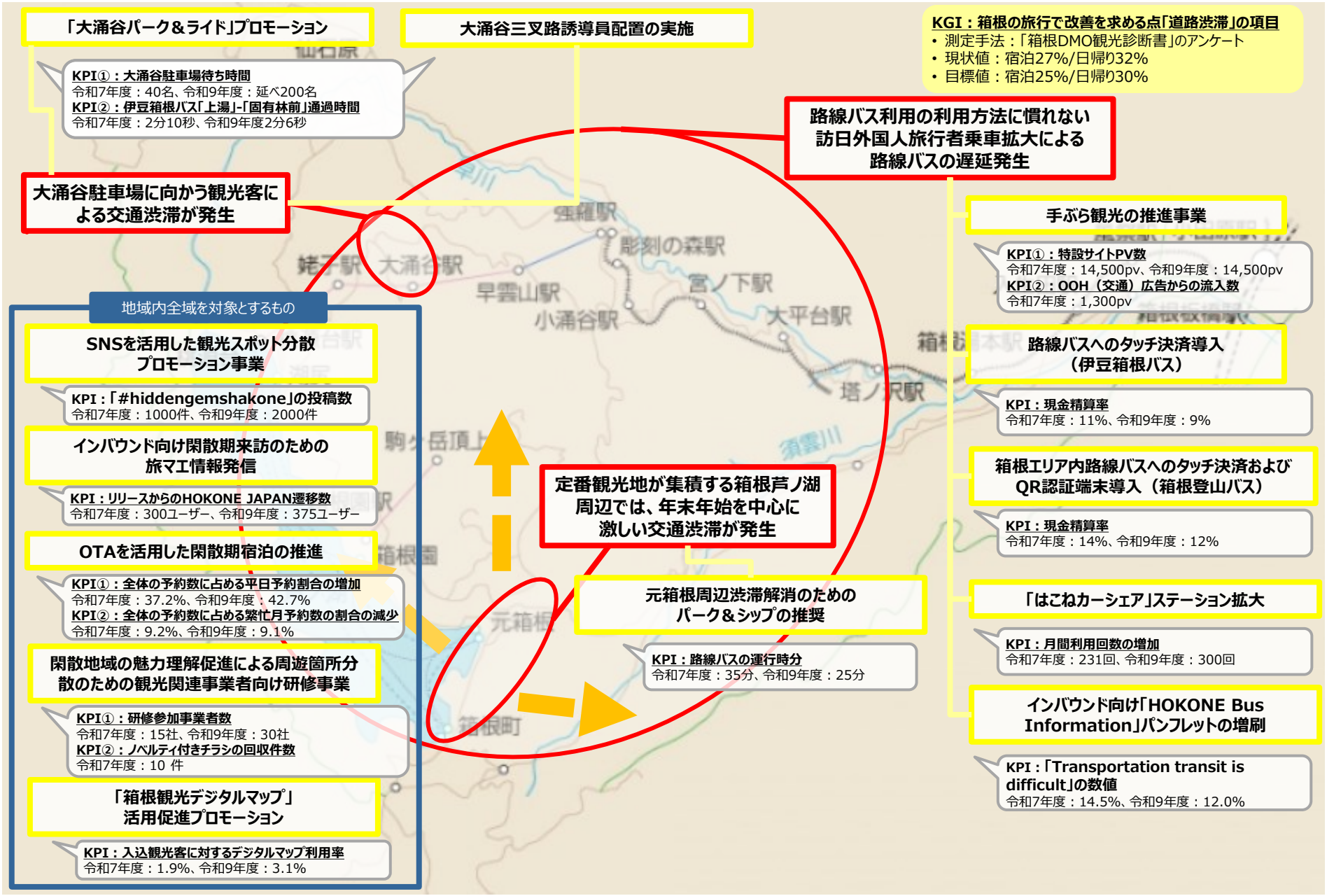
⑪元箱根周辺渋滞解消のためのパーク＆シップの推奨
- 年始になると元箱根周辺で激しい道路渋滞が発生している
- 「パーク＆シップ」利用促進に関しての看板を設置、旅マエではリスティング広告で情報発信を実施

⑫SNSを活用した観光スポット分散プロモーション事業
- 観光客の行動が画一的になっており、特定の時期・スポットの混雑が生じている
- まだ知られていないスポット「Hidden gems(隠れた名所や名店)」のSNSキャンペーンを実施

マナー違反行為の防止・抑制啓発

⑬インバウンド向け「HAKONE Bus Information」パンフレットの増刷
- 箱根のバス路線は複雑で、バス運転手への問い合わせが運行遅延や渋滞を招いている
- 路線図や乗り降りの仕方をまとめた「HAKONE Bus Information」パンフレットの増刷を実施

【本地域における取組マップ】



5-①. 主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業①	**手ぶら観光の推進事業**		
事業目的	観光客のスーツケース等の大きな手荷物を配送するサービスをエリア全体に普及することでスムーズな周遊を促進する		
実施主体	箱根DMO（一般財団法人箱根町観光協会）	**実施期間**	令和7年11月～令和8年2月

【背景・課題】
- 観光客が手荷物を携行したまま公共交通機関を利用することによって生じている、乗降時間の増加や車内スペースの圧迫、ならびに乗車効率の低下といった課題の解消を目的とする
- 箱根エリアにおいて既に提供されている手ぶら観光関連サービスについて、分散している情報を整理・集約し、旅行者に対して正確かつ分かりやすい情報提供を行うことで、手ぶら観光の利用促進を推進する

【事業内容】
- 箱根エリアにおける手ぶら観光関連サービス（手荷物配送、預かり等）に関する情報を一元的に集約・発信するウェブサイトを構築する
- 旅行者が旅ナカにおいて必要な情報へ円滑にアクセスできるよう、観光動線上における交通広告を活用し、ウェブサイトへの効果的な誘導を行うことで、認知向上および利用促進を図る

【推進ポイント】
- 町内事業者を巻き込んだ事業とするため、宿泊施設等へのポスター掲出や口頭でのご案内協力を依頼する

手荷物をもった観光客の様子

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	手ぶら観光の推進事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	①特設サイトPV数　②OOH（交通）広告からの流入数

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• ①14,500pv　②1,300pv	• ①3,928pv　②9pv（令和7年11月～令和8年2月）

成果の詳細

・情報集約・認知の成果
⇒分散していた手ぶら観光関連情報を一元化し、箱根DMOのオウンドメディア「箱根全山」に動線を作ることで、旅行者が必要な情報にアクセスしやすくなった。また、旅行者にマッチした手ぶら観光の診断をランディングページ内に設置することで、比較・検討しやすい環境を整備できた
・行動変容・混雑緩和の促進
⇒サイト閲覧やQRコード流入を通じ、手ぶら観光サービスへの関心喚起が確認された

令和7年度事業を踏まえた継続課題

手荷物受入キャパシティの拡大

- 繁忙期になると、引き続きハード的な面でキャパシティオーバーになるため、特に箱根の玄関口である箱根湯本周辺の手荷物受入キャパシティの拡大が必要である
- KPIについては、箱根DMOのオウンドメディアである「HAKONE JAPAN」の通常のPV数から推計したものの、①については公開が遅れたこと、②については当初予定していたバス車内ポスターへのQRコード掲載ができなかったことが要因で未達となっている

令和8年度以降の方針

配送キャパシティの増強

- 手荷物預かり・配送のキャパシティ増強、既存プラットフォームとの連携によるワンストップの認知拡大、タクシー業者およびタクシー配車アプリと協業した手荷物配送サービスの検討、を推進する

5-②. 主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業②・③	**箱根エリア内路線バスへのタッチ決済およびQR認証端末導入**		
事業目的	路線バスにおいて降車精算時間を短縮し、地域課題である道路渋滞の緩和を図る		
実施主体	伊豆箱根バス／箱根登山バス	**実施期間**	令和7年8月～令和8年1月

【背景・課題】
- 箱根エリアの路線バス車内において、特に訪日外国人旅行者に関しては現金精算の場合、降車に時間がかかることでバスの定時性が損なわれている
- 精算・降車に時間がかかることで、路線バスがバス停に長時間滞留し追い越し車両の渋滞が発生している
- 小田急グループ傘下の箱根登山バスにおいては、年間約100万枚発売される企画周遊券「箱根フリーパス」のデジタル版に付随するQRコード認証に対応していない

【事業内容】
- 国内外の旅客が利用する観光地箱根の路線バスの降車精算において、国際ブランド（VISA、Mastercard、JCB、American Express、Diners Club、Discover、銀聯）のクレジットカードタッチ決済を導入することで降車精算時間の短縮を図る
- 箱根登山バスにおいてはQRコードが掲載されている「箱根フリーパス」デジタル版の利用拡大へ対応するべく、QRコード認証機器の開発導入も同時に行う

【推進ポイント】
- 小田急グループでは、タッチ決済サービス拡大について大々的にリリースを発出し周知を図っているほか、『インバウンド向け「HOKONE Bus Information」パンフレットの増刷』事業においてもバスの乗降方法にタッチ決済での乗車方法を新たに追加し、利用促進を図る
- クレジットカードの決済可能ブランドは7社で、多様な利用者のニーズに対応しており国内外からの来訪者がスムーズに支払いを行える環境を整えている
- 導入後は、バス事業者より利用データの提供を受け、現金精算率の低減に向けた次なる施策の検討を進める

▼実際に設置した機器

【事業実施状況】
伊豆箱根バスの端末運用開始日：9月10日
箱根登山バスの端末運用開始日：9月1日
10月15日現在の利用実績　伊豆箱根バス161件（熱海・箱根線のみ）／箱根登山バス10,663件（全路線）

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業②・③	箱根エリア内路線バスへのタッチ決済およびQR認証端末導入

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	現金精算率の低減

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 【伊豆箱根バス】11.0% 【箱根登山バス】14.0%	• 【伊豆箱根バス】15.2% 【箱根登山バス】14.4%（事業期間中）

成果の詳細

＜伊豆箱根バス＞
タッチ決済サービスは、現金払いにおける両替の概念がないため、その分スムーズな降車が可能になり精算時間は減少する傾向にある。
利用者数（9月10日～10月15日合計）161名
＜箱根登山バス＞
路線バス136両に40日程で取り付けが完了したことから9月1日からクレジットカードタッチ決済のサービスを開始することができた。
全車に車内にポスターを掲出し、旅客への周知を実施し、さらに箱根登山バスおよび小田急電鉄㈱、㈱東海バス、小田急ハイウェイバス㈱の４社ＨＰで共同で情報発信行った
10月12日（日）10時50分小田原駅着の降車数をカウントしたところ、37名の利用者の内訳は
周遊券（箱根フリーパス）10名、交通系ICカード15名、クレジットカード12名、現金0名であった。
⇒完全キャッシュレスが実現されており、現金精算の両替による降車精算時間ロスは発生しなかった。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1. **タッチ決済の利用率（伊豆箱根バス）**
   - 運用開始間もないため、タッチ決済の利用率が低く明確な効果はまだ表れていない
2. **利用方法の周知（箱根登山バス）**
   - 交通系ICカードとクレジットタッチ決済では端末が別になるため、最初に利用する際に戸惑う旅客が散見されるので、更なる周知が必要
3. **QRデジタルチケットの調整**
   - QRデジタルチケットの読み取りに時間がかかるためQRコードのサイズ等の調整が必要

令和8年度以降の方針

1. **認知度向上・情報発信**
   - バス車内放送でのクレジットタッチ決済の案内放送による認知度向上を図る
   - 箱根町観光協会と連携し、クレジットタッチ決済サービスの情報発信を強化する
2. **利用者データの活用**
   - 利用者データを活用した利用状況の分析を検討する
3. **タッチ決済端末の導入拡大**
   - 箱根登山バスにおいては、小型の箱根湯本温泉旅館循環バスへのタッチ決済端末導入予定

5-③. 主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業④	**閑散地域の魅力理解促進による周遊箇所分散のための観光関連事業者向け研修事業**		
事業目的	箱根町内外のホテルコンシェルジュなどの直接旅行者と接する機会をもつ観光関連事業者に対して、 閑散地域の魅力理解のための研修をバスツアー形式で実施し、提案力を向上させることで、旅行者の周遊行動の変化を図る。		
実施主体	箱根DMO	実施期間	令和7年11月～令和8年2月

【背景・課題】
- 大涌谷や箱根神社といった人気スポットに観光客が過集中しており、周遊性の低下を招いている。
- 観光事業者（主に接遇部門）では、シフト制勤務などの影響により、箱根の観光知識を身に付けるためのインプットの時間がとりづらい現状があった。

【事業内容】
- 旧東海道杉並木や芦ノ湖展望公園等の穴場スポットを周遊する現地研修を、12月16日(火)/18日(木)の計2回開催した。
- 研修効果をより高めるため、参加事業者へ向けた研修内容のフォローアップ資料、ならびにお客さまへのご案内に活用できる一般配布可能な資料を作成した。

【推進ポイント】
- 箱根で訪日外国人旅行者を中心とする多数のガイド実績をもつ、(株)やまぼうし金子森氏に研修内容の設計から当日のガイディングまでを委託することで、訪日外国人旅行者の趣向に合わせたプログラムを実施した。
- 研修に組み込むべき観光資源のリストアップや・選定の段階から、参加対象の事業者にも「どういったことを知りたいか」というヒアリングを実施したことで、より前向きな参加意識の醸成が可能となった。
- 観光関連事業者のなかでも、箱根DMOが経済産業省の事業で行う人材不足解消のための「箱根地域の人事部」へ参画する事業者に重点的に告知することで、観光人材育成に前向きな事業者からの参加者を募る。

【事業実施状況】
- 令和7年10月/11月 研修内容の策定、関係各所との詳細調整や手配
- 令和7年12月 全2回の研修ツアーの実施
- 令和7年1月　フォローアップのための資料配布

5-③. 成果及び今後に向けて

補助事業④	閑散地域の魅力理解促進による周遊箇所分散のための観光関連事業者向け研修事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	研修への参加事業者数

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 目標値：15事業者（令和7年度内）	• 実績値：24事業者（事業完了時）

成果の詳細

▶目標値に対する結果
目標値を大幅に超える事業者にご参加いただくことができた。
また当初の想定よりも多様な業種（宿泊・飲食・土産物・美術館・交通インフラなど）の事業者が参加したことにより、事業者間の交流の場という機能も果たした。

▶事業目的に対する成果
後日参加者に実施したヒアリングでは、「人気スポットのすぐ横にも、人が少なくゆったり過ごせる穴場スポットがあることを知れて、ご案内の幅が広がった」といった意見や、
「１つの目的地でも、特に混雑する時間帯や公共交通の状況を把握しておくことで、より満足度の高いご提案ができると思う。」といった意見があがっており、
本研修を実施が周遊分散に繋がる可能性を十分に確認できた。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1. **研修内容の調整**
   - 1日の研修で多くのスポットを周遊するため、講師との質疑応答の時間や、参加者同士でのディスカッションの時間がとれず、インプットが多い研修となった
2. **効果測定手法の再検討**
   - お客様への配布資料において設定したサブKPI（目標値:特定施設での回収10件）においては、回収数がわずか1件となった。実際に観光客の行動変容に繋がったかの効果を測定するには、より適切な効果測定手法の検討が必要である。

令和8年度以降の方針

1. **研修内容・ターゲットの見直し**
   - 参加者から希望の多かった「多様な研修ツアーの実施」（アート・グルメ・ネイチャー）などの実施に向けて、参加費徴収を含む条件を整理する
   - 若手や赴任直後の社員など、参加者のターゲットをより具体的に設定した上での募集を行う
   - 現地での体験やハイキングだけではなく、研修内容について参加者同士でディスカッションするといったフォローアップを実施

5-④．主な取組（詳細）

需要の分散・平準化

補助事業⑫	**SNSを活用した観光スポット分散プロモーション事業**		
事業目的	「Hidden gems（隠れた名所や名店）」をSNS上でキャンペーン化することで、箱根エリアの観光スポットの分散および回遊性・滞在体験の向上を図る		
実施主体	箱根DMO（一般財団法人箱根町観光協会）	実施期間	令和7年8月～令和8年2月

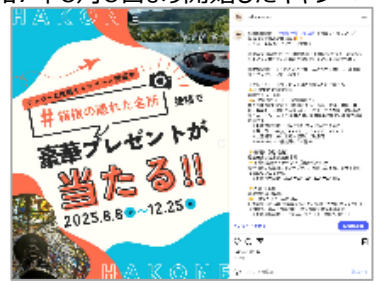
【背景・課題】
- 人気スポットや飲食店に旅客が集中することで待ち時間が発生し、その結果消費行動に制約が生じ、満足度の低下につながってしまっている
- 一方で箱根にはまだ知られておらず、キャパシティに余裕があるスポットや飲食店が多数存在している

【事業内容】
- 箱根エリアの未認知資源の発見を目的としてInstagramでキャンペーンを実施する
- 「Hidden gems（隠れた名所）」ハッシュタグをつけてユーザーに投稿された中から優秀な作品を選出し、箱根の宿泊施設や日帰り温泉施設の招待券をプレゼントする
- 投稿をベースとして、位置情報＋興味関心ターゲティングによって「箱根に行きそうな人」へ効率的に広告配信を実施する

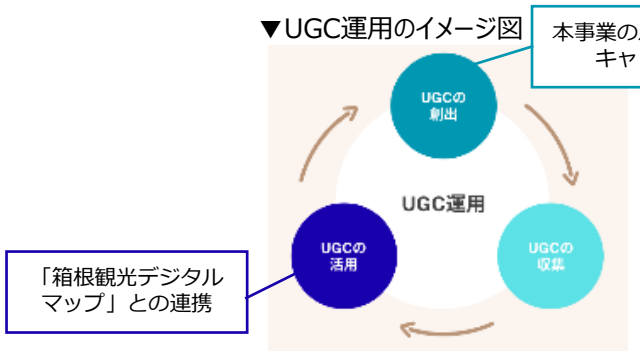
【推進ポイント】
- 配信結果を加味しながら広告配信セグメントの最適化を行う
- 「企業がやっているキャンペーン」ではなく、ユーザーが自分の思い出を語り、自分だけの発見を共有できる場として設計する。こうした心理的欲求にアプローチすることで、キャンペーン終了後も継続的に使用されるムーブメントとなることを目指す
- 加えて、キャンペーン途中に中間結果発表や投稿の集積をもとに「＃hiddengemshakoneマップ」を作成し「箱根観光デジタルマップ」におすすめルートとして掲載することで、ユーザーの参加モチベーションを強化し、UGC（User Generated Content＝ユーザー生成コンテンツ の略）の持続性・波及力を高める

【事業実施状況】
キャンペーン開始　8月8日
現在の実績　　12月25日までの投稿数191件

▼令和7年8月8日より開始したキャンペーン投稿



▼UGC運用のイメージ図



5-④. 成果及び今後に向けて

補助事業⑫	SNSを活用した観光スポット分散プロモーション事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	「#hiddengemshakone」の投稿数

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 1,000件	• 191件（令和7年12月時点の合計投稿数）

成果の詳細

- キャンペーン参加者数およびハッシュタグ投稿件数はKPIの約20%にとどまった
- 副次的な効果として、期間中フォロワーが約1,500名増加した
- 広告運用の結果は以下の通り
  -インプレッション数: 67,175 回
  -リーチ数: 29,490 人
  -プロフィール訪問数（結果）: 3,169 件
  -訪問単価（単価）: 25 円
- キャンペーン参加者数およびハッシュタグ投稿件数は、KPIの約20%にとどまり、観光客分散の即時的・定量的な効果を示すまでには至らなかった
- 一方で、「Hiddengems（隠れた名所・名店）」をテーマとした投稿が一定数創出され、主要観光スポット以外の魅力を可視化する基盤を形成することができた
- 短期的な行動変容の創出には課題が残るものの、中長期的な観光分散に向けた認知拡大および導線づくりという点では一定の成果があったと評価できる

令和7年度事業を踏まえた継続課題

キャンペーン参加者数・投稿件数

- キャンペーン参加者数およびハッシュタグ投稿件数がKPIの約20%にとどまり、量的な広がりが十分ではなかった
- ハッシュタグの土台はすでに形成されているため、これを活用したコンテンツ発信を継続することで、自走し、自然増していくハッシュタグへと成長させていくことが必要である

令和8年度以降の方針

ハッシュタグの継続活用に向けた取組

- ハッシュタグの継続活用に向けた仕組みづくりを検討する
- 英語タグ（#hiddengemshakone）の訪日外国人旅行者強化に向けて、現地POP設置や公式アカウントで“Hidden Gem of the Month”としてリポストすることや、海外インフルエンサーとの連携を検討する

4．対策の概要

- 国内外からの来訪者増加により、特定の期間・時間に道路、交通機関、観光スポット、飲食店などで混雑が発生し、観光客の不満要素の不動の第1位となっており、満足度向上が課題
- 上記を踏まえ、既存会議体である箱根町観光交通総合対策協議会にて対策を検討
- 交通渋滞に関しては、公共交通機関の利用促進や駐車場の分散化などを図る。交通機関においては、主に事業者側の受入環境整備（①～④）を実施
- 時期・場所の集中に関しては、観光客の分散・平準化を図る取組み（⑤～⑪）やロープウェイの事前予約システム導入（⑫）など、複数の取組みを実施する

①,②,⑤,⑥,⑦　　③,④

受入環境の整備・増強

取組み　**①キャリーケース配送簡易伝票システムの導入**

背景
- 大きなキャリーケースを持ったまま観光する外国人が多く、周遊性の低下、バス車内の乗車スペース圧迫や運行への影響、ひいては道路渋滞などの要因となっている

内容
- 東京と京都間の観光地であるため、県外も含めた宿泊施設間の配送による手ぶら観光を実現し、車内混雑・渋滞の緩和、フロントスタッフの負担軽減を図る

取組み　**②路線バス車内のラゲージスペースの整備**

背景
- キャリーケースを置かれてしまい座席を利用できない、通路をキャリーケースが塞ぎ乗降に時間がかかる、カーブや急勾配の多い道路を運行中にキャリーケースが動いてしまい車内事故につながるといった事象が発生

内容
- バス車内にラゲージスペースを設置し、乗車効率の低下防止や車内事故の回避を図る

取組み　**③タクシー乗り場における外国人旅行者向け情報案内ポーター配置**

背景
- 訪日客がタクシー乗り場で行先に迷い、配車効率が下がっている

内容
- 案内ポーターを設置することで、タクシー乗り場付近での立ち止まりによる混雑を防ぐ

取組み　**④タクシーへの携帯型翻訳機導入によるコミュニケーション円滑化**

背景
- 乗務員と訪日客とのコミュニケーションがうまくとれず、発車までに時間がかかる。また、混雑時の代替訪問先の提案等をにも支障

内容
- 携帯型翻訳機を導入、コミュニケーションの円滑化を図る

観光客の分散・平準化

取組み　**⑤,⑥日本政府観光局(JNTO)、OTA等を活用した閑散期宿泊の情報発信**

背景
- 平日と土休日の繁閑差が大きく、繁忙期はスポットや公共交通機関の混雑、道路渋滞が発生する一方、閑散期はキャパシティに余裕がある

内容
- 日本政府観光局（JNTO）やオンライン・トラベル・エージェンシー（OTA）と連携し、平日限定プラン等を作り、旅行前段階からの発信を図る

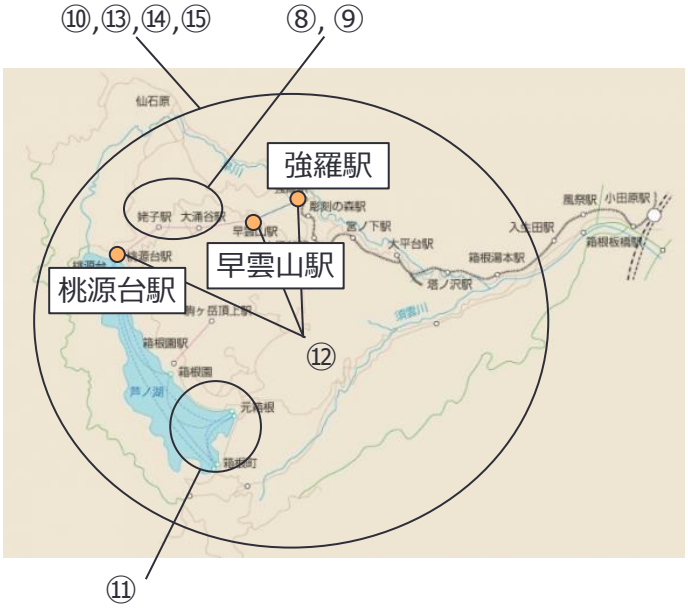
取組み　**⑦「箱根観光デジタルマップ」の活用促進プロモーション**

背景
- 旅客の行動パターンが単一的で、旅客が集中し混雑するスポットや道路がある

内容
- 混雑のリアルタイム情報を取得できるデジタルマップ利用を促進、行動変容を促す

4．対策の概要

- 国内外からの来訪者増加により、特定の期間・時間に道路、交通機関、観光スポット、飲食店などで混雑が発生し、観光客の不満要素の不動の第1位となっており、満足度向上が課題
- 上記を踏まえ、既存会議体である箱根町観光交通総合対策協議会にて対策を検討
- 交通渋滞に関しては、公共交通機関の利用促進や駐車場の分散化などを図る。交通機関においては、主に事業者側の受入環境整備（①～④）を実施
- 時期・場所の集中に関しては、観光客の分散・平準化を図る取組み（⑤～⑪）やロープウェイの事前予約システム導入（⑫）など、複数の取組みを実施する



観光客の分散・平準化

取組み ⑧,⑨大涌谷渋滞情報看板の更新、大涌谷三叉路誘導員配置実施

背景
- マイカー客が一本道に入ってしまい、身動きがとれなくなることで、渋滞を生じている

内容
- 渋滞情報や空き駐車場等への案内を行うことで、渋滞緩和を図る

取組み ⑩「はこねカーシェア」利用促進プロモーション及び移動情報分析

背景
- 車での来訪が多く、昼前後には箱根湯本商店街周辺を起点に下り線が渋滞し、夕方は上り線が渋滞する

内容
- 域内へは公共交通機関、域内移動はカーシェアを利用するモーダルシフトの利用を促進することで域内流入車両を減らし、渋滞の緩和を図る
- 「はこねカーシェア」利用者のGPSデータを収集し、利用者の行動パターンを分析することでステーションの拡大や次の渋滞対策の打ち手を検討する

取組み ⑪箱根神社周辺渋滞解消のためのパーク＆シップの推進

背景
- マイカー来訪者向けの情報が不足しており、年末年始には参拝客の駐車場待ち渋滞が顕著になる

内容
- 渋滞情報の看板設置や空き駐車場等への案内を行うことで、渋滞緩和を図る

需要の適切な管理

取組み ⑫箱根登山鉄道（ロープウェイ）における事前予約システムの構築

背景
- 箱根ロープウェイおよび箱根登山ケーブルカーの結節駅にて待ち時間が発生

内容
- 混雑の緩和のため、事前予約システムを導入、かつ予約可能件数に上限を設定

マナー啓発

取組み ⑬,⑭パンフレット及びWEBによるバスの乗り方や箱根の周遊方法の周知

背景
- 訪日客がバスの乗り方や箱根の周遊の仕方を理解できておらず、滞留することで混雑が発生したり、文化の違いにより地域住民の不満が募っている

内容
- 訪日客向けにバスの乗り方や周遊方法、マナー啓発を行う

地域住民と協業した観光振興

取組み ⑮地域の小学生と協働したEVタクシーラッピング施工

背景
- 地域の子供たちに基幹産業である観光を理解してもらう取組みが不十分であるため、就職を期に町外へ住まいを移すことで人口減少が顕著になっている

内容
- 地域の子供たちが観光事業へ親しみを持つ機会を創出する
- 子供たちの絵でラッピングしたEVタクシーの走行により、マナー啓発の効果を高める

５．主な取組み（詳細）

課題	取組み
• 主に訪日客が大きなキャリーケースを持ったまま移動することで周遊性が低下しているほか、公共交通機関や歩道で他者の快適な観光を妨げている	**キャリーケース配送サービス体制整備** （宿泊施設→次の宿泊施設/空港など） • 実施期間：令和6年11月～令和7年1月 • 実施主体：箱根DMO

事業内容

■ キャリーケース配送サービス体制整備

- 宿泊施設から次の宿泊施設（箱根外も含む）や空港などへのキャリーケースを配送する際のデジタル伝票システムを整備する

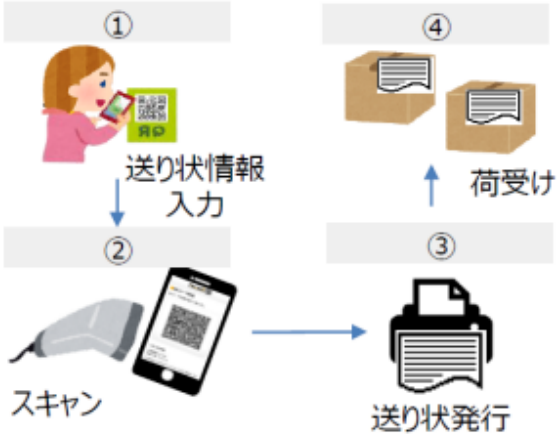
【背景・目的】

- 箱根町では主に訪日客が移動時に大きなキャリーケースを持っていることで、①周遊性の低下②公共交通機関の乗車スペースが圧迫され乗車効率が悪化③路線バスでは乗降に時間を要し、定時運行への影響や停車時間の長期化により交通渋滞などが起きている
- この状況に対し、箱根登山バス㈱が実施している駅⇔宿間の配送サービスに加え、箱根町内の宿から宿への当日配送サービスを実施してきた。過年度事業では、1つの宿泊施設だけでなく複数の宿泊施設へ宿泊する旅行者や次の目的地へ行く旅行者がサービス対象外となり効果が限定的となった
- 本事業の追加により、母国語での伝票入力をシステムで完結することによって配送サービスの利用を促進し、旅行者の快適な観光を支援するとともに公共交通機関や歩道で発生する問題の緩和を図る

現状

- バスや登山電車、ロープウェイ等にキャリーケースを持ったまま乗車し、周遊している

事業イメージ



- 箱根エリアの参画施設において、訪日外国人旅行者ドが簡単に利用できるデジタル送り状発行システム（スマート Cat日本語英語対応）の導入
- フロントの従業員の工数も削減
- 手ぶらでの観光により、本人及び周囲の人がストレスを軽減させ周遊させる

成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

A：手ぶら観光の推進

B：従業員業務負担の低減

事業の成果／目標の検証結果

A：都市間利用を含む手ぶら観光サービスの利用が一定程度進んだ

- 参画施設：**23施設**
- サービス利用者：**206名**、うち**8割が訪日客**
- サービス利用数：**260個**（令和5年度11月～令和6年1月）
  → **456個**（令和6年11月～令和7年1月）

B：従業員業務負担を低減

- 従業員アンケートで業務負担低減したという回答：**33.3%**

成果詳細

＜手ぶら観光の推進＞

- 令和6年11月8日～令和7年1月31日の間に、**利用者206名**、**発送荷物456個の利用あり。**利用者のうち**訪日外国人旅行者の比率は80%**
- **箱根→京都が42%、箱根→東京が32%**を占め、町内だけではなく次の目的地までの新幹線等におけるキャリーケース持ち運び削減にも寄与している
- **訪日客の次の目的地を宿泊施設等が把握できる**など副次的な効果がある

＜従業員の業務負担の低減＞

- 宿泊施設の従業員向けアンケートで、**業務負担が低減した**との回答は**33.3%**に留まった
- 要因としては、大部分はシステム化されたものの、依然として**施設側で帳票を手書きしなければならない部分が残っている**ことが挙げられる

令和６年度の取組みから見えてきた課題

- 配送サービスにおけるサービス体制の構築により取扱い件数が増加するなど一定の成果が出ているが、訪問者数比ではまだ低い割合に留まっており、さらなる促進が必要
- 従業員の業務負担軽減

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

【訪日客向け】

- 本サービスに関する訪日客の認知度は上がってきているため、取組みを計測し、オペレーションの中で浮上する課題を解決していく
- 日本政府観光局(JNTO)やJR等との連携により、本サービスについての広報をより充実させることを構想中

【箱根町内向け】

- 地域内の施設における本システムの導入促進に取り組む

５．主な取組み（詳細）

課題	取組み
• 通路をキャリーケースがふさいでしまい乗降に時間を要する • 座席に荷物が置かれ、着座できない • キャリーケースが動いてしまい車内事故につながる	**路線バスのラゲージスペースの整備** • 実施期間：令和6年8月～令和7年2月 • 実施主体：箱根登山バス株式会社

事業内容

■ **路線バスのラゲージスペースの整備**

- ラゲージスペースをバスに整備

【目的】

- ①運転士がキャリーケースに対応する時間の削減による定時運行率の向上②乗車率の向上③車内事故の未然防止を図る

整備前

ラゲージスペース整備後

成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

A：バスの定時運行率の向上

事業の成果／目標の検証結果

A:運行所要時間の短縮が一定程度確認された

- 訪日外国人旅行者の乗降が多い「大芝」から「元箱根港」バス停通過時間：**2分弱の短縮**（**７分21秒→５分38秒**）

成果詳細

- バス車内にキャリーケースなどを置く荷物スペース整備することで乗車率の向上と車内事故の未然防止に寄与
- 運転士がキャリーケースに対応する時間の削減による定時運行率の向上
- 「大芝」から「元箱根港」バス停通過時間 荷物置き場なしの車両と比較して、2分近い短縮に寄与した

訪日外国人旅行者の乗降が多い「大芝」から「元箱根港」バス停の通過時間

●荷物置き場なし

大芝ー箱根神社入口	３：００
箱根神社入口ー元箱根港	４：２１
合計	７：２１

●荷物置き場あり

大芝ー箱根神社入口	２：５０
箱根神社入口ー元箱根港	２：４８
合計	５：３８

令和６年度の取組みから見えてきた課題

- ラゲージ置き場整備の効果が一定程度確認できたため、同路線や同様に訪日外国人旅行者の利用が多い路線での導入を進めることが必要。

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

- 箱根登山バス及び他のバス会社（伊豆箱根バス）に今回の成果を基に投資検討を協議

５．主な取組み（詳細）

課題	取組み
• 箱根ロープウェイ駅で長時間の待ち時間が発生	**箱根登山鉄道（ロープウェイ）における事前予約システムの改修** • 実施期間：令和6年11月 • 実施主体：株式会社小田急箱根

事業内容

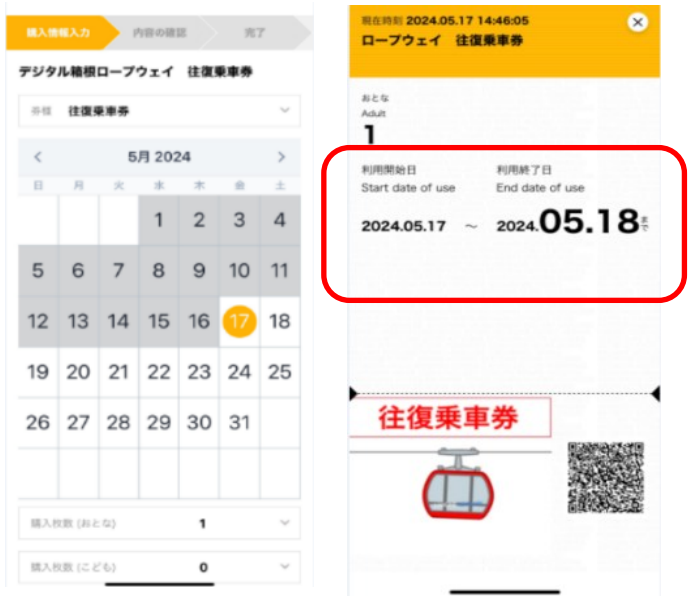
■ **箱根登山鉄道（ロープウェイ）における事前予約システムの改修**

- 事前予約システムの導入（時間指定の仕様を追加）
- 時間単位での予約可能件数の上限設定

【背景・目的】

- 繁忙期には箱根ロープウェイ駅にて長時間の待ち時間が発生、待ち列に並んでいる旅客は満足度が低下するほか、経済消費につながっていない
- 事前予約制を導入し、予約可能件数の上限を設けることにより、分散化を図る。また、乗車までの待ち時間を周辺観光等に活用してもらうことで、域内消費活動を促進させる

従前：利用日のみ指定し予約可能



事前予約システム導入後：利用日及び時間（15分枠）を指定し予約可能

予約枠	8:00	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00
00～15分	-	-	○ 110	○ 120	○ 118	○ 113	○ 110	-	-	-
15～30分	-	-	○ 116	○ 113	○ 120	○ 120	○ 117	-	-	-
30～45分	-	-	○ 117	○ 117	○ 120	○ 120	○ 118	-	-	-
45～60分	-	-	○ 120	○ 117	○ 120	○ 109	○ 118	-	-	-

※予約システムは多言語（日・英・仏・韓・簡体字・繁体字）対応

成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- **ロープウェイ待ち時間の短縮**

事業の成果／目標の検証結果

- **ロープウェイ待ち時間の10分短縮**
  - 繁忙期の同曜日平均待ち時間（13時−14時）：
    40分（令和5年11月） → 30分（令和6年11月）

成果詳細

- 利用旅客がピーク時を避け、オフピーク時間帯に分散化されたことにより、**最大待ち時間が25%低減され、最大30分程**になった。
- また、乗車待機列が短縮されたことにより待合スペースでの過密状態が緩和され、旅客のストレスや不満が減少された。
- 予約時間までの空いた時間で、箱根ケーブルカーや箱根ロープウェイでの消費行動が促進された。

【参考：2024年11月実施データ】
早雲山駅　予約率12%　乗車率*32%
桃源台駅　予約率8%　乗車率*39%
*乗車率は事前予約をした方のうち、実際に予約した時間に乗車した方の割合

令和６年度の取組みから見えてきた課題

- 事前予約システムの導入により、繁忙期の乗車待ち時間が短縮するなど一定の効果が確認できた一方で、予約率や予約者の乗車率は低い割合に留まった。
- 事前予約の乗客とそれ以外の乗客が乗り場で混在するなど、オペレーション面での課題も明らかになったため、少ない現業係員のみでスムーズな対応ができるよう対応が必要。

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

- **予約率の向上**
  - 事前予約の周知（箱根ナビ掲出方法、その他媒体での発信）
- 予約した乗客への円滑な対応
  - 優先改札ゲート設置の検討、フットサインの導入など
- **団体旅客対応の検討**
  - 大涌谷駅での事前予約または整理券、実証実験実施

５．主な取組み（詳細）

課題	取組み
• 大涌谷周辺の道路渋滞	**大涌谷三叉路案内員配置/大涌谷渋滞情報看板の更新** • 実施期間：令和6年11月16日（土）、17日（日）、23日（土）、24日（日） • 実施主体：箱根DMO

事業内容

大涌谷三叉路案内員配置

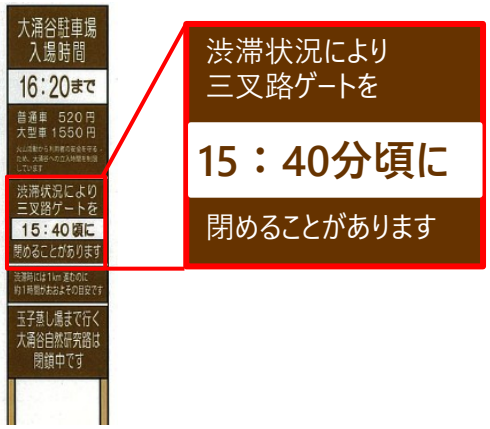
- 11 月の繁忙期（16日（土）、17日（日）、23日（土）、24日（日））をターゲットに、大涌谷三叉路周辺に案内員を配置。案内員は、車両のナンバー等を把握しつつ周辺駐車場のスタッフと連携し、どれだけ行動変容が起こったかの検証ができるよう情報収集も行う
  - 大涌谷三叉路案内スタッフ ：
    - ✓ 大涌谷園地までの所要時間案内（渋滞情報案内）
    - ✓ 周辺駐車場（ロープウェイアクセス含む）案内
    - ✓ 案内車両のナンバー（どこから来たか）チェック
  - 各駅駐車場案内スタッフ：
    - ✓ 大涌谷三叉路案内時に配布したリーフレットの回収

実績：大涌谷三叉路誘導員配置

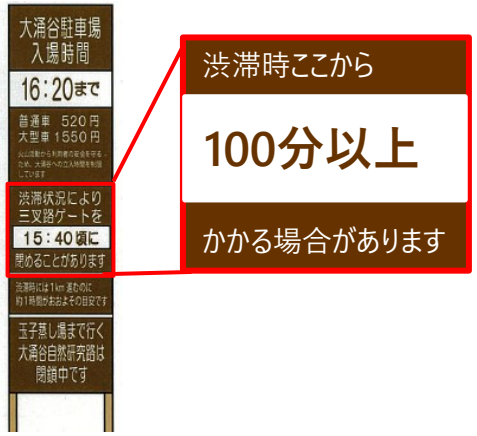
大涌谷渋滞情報看板の更新

- 下記のとおり、渋滞情報の看板を更新

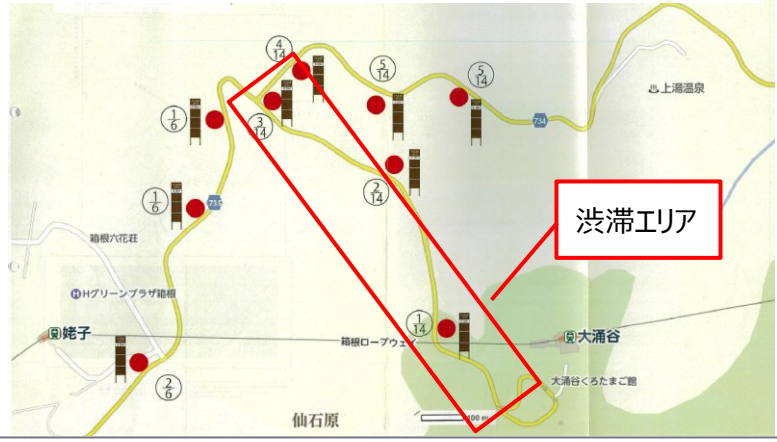
Before：ゲートの閉鎖時間を周知



After（実績）：駐車場への所要時間を注意喚起



看板設置位置図（全体図）●設置場所：9ケ所



成果及び今後に向けて

2023年実績

A：大涌谷駐車場待ち時間短縮

B：バスの運行所要時間減

事業の成果／目標の検証結果

A：大涌谷駐車場待ち時間短縮に寄与

- 11月16日(土)：65分 *11:30～12:30 前年比**▲55分**
- 11月17日(日)：70分 *11:30～12:30 同 **▲30分**
- 11月23日(土)：60分 *10:30～11:30 同 **▲20分**
- 11月24日(日)：70分 *10:30～11:30 同 **▲10分**

B：バスの運行所要時間の短縮　4分15秒短縮

- 伊豆箱根バス「上湯」ー「固有林前」所要時間：**6:49 →2:34**

成果詳細

- 伊豆箱根バス「上湯」から「固有林前」の**バス通過時間についても4分と大幅に減少**した（通常時の通過時間は1分）。
- **大涌谷駐車場待ち時間も前年度と比較して減少傾向**にある
- パンフレットの配布枚数は前年比減少したものの、パンフレットの回収数は増加した。この結果は大涌谷三叉路周辺を通行した観光客の行動変容を促すことができたことを示すものであり、本事業が大涌谷三叉路の渋滞緩和に一定数寄与したといえる。

●配布リーフレット

●リーフレット配布・回収実績

日付	天候		配布数		回収数			回収率	
					本年		前年		
	本年	前年	本年	前年	場所毎	合計	合計	本年	前年
11月16日	曇	晴(強風)	103	341	姥子：14 湖尻：　0	14	0	13.6%	0.0%
11月17日	霧/晴	晴	173	451	姥子：36 湖尻：20	56	45	32.4%	10.0%
11月23日	雲	晴	270	391	姥子：87 湖尻：　1	88	51	32.6%	13.0%
11月24日	晴	曇	418	169	姥子：108 湖尻：　12	120	48	28.7%	28.4%

令和６年度の取組みから見えてきた課題

- 前年に比べ、大涌谷駐車場の待ち時間は短縮傾向を示している。
- しかしながら、この効果は駐車料金の変更や観光客数の減少といった複数の要因が複合的に作用した結果と考えられるため、今後の変化を継続的にモニタリングしていくことが必要である

※月間箱根町入込観光客数（11 月）箱根DMO 観光診断書データより
2023年：1,534,270 / 2024年：1,364,226（▲11.1%）

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

- 継続的にモニタリング

箱根DMOの取組み（推進体制）

- 箱根町では、即時アンケートの結果を基に事業を検討、実施しており、今回のオーバーツーリズム対策事業も同様である
- 同時多発的に事業を実施するために、箱根町内でプロジェクトチームを作り、日々進捗管理を行っている

2018年度より実施している即時アンケート（抜粋）

箱根町の推進体制

- 箱根DMOが事務局となり、官民一体となって7つのプロジェクトに取り組んでおり、プロジェクト毎に週1～月1の頻度で定例会、全体で月1回の戦略推進委員会により進捗などを共有している

プロジェクト	内容
混雑対策（交通インフラ）	観光DXでの取組にも立脚し、データによる効果検証を含めた需要の分散・平準化対策を、箱根エリア全体を対象に実施する
人材不足	コロナ禍を経て人材の質・量両面での不足が深刻化している中、短期的・長期的両軸で箱根エリアの人材を活性化させる
ユニバーサルツーリズム	高齢者や子連れ、障がいを持つ方など、誰でも気兼ねなく安心して過ごせる観光地を目指す
サステナブルツーリズム	持続可能な観光地「箱根」の実現にむけ、パートナー企業と連携し自然環境の保全と観光資源を活用した取り組みを推進する
観光DX	店舗運営のDX化で効率的なリソース活用を支援するとともに、ICT技術を活用し旅行者の周遊利便性向上を目指す
防災対策	地域一体となって自然災害時や感染症発生時等の対応を行い、観光客・地域住民・従業員の安全を確保する
ゼロエミッション	パートナー企業と連携し、箱根町内の食品残渣を飼料化／バイオガス化する資源循環システムや食品リサイクル・ループを構築

現状について

- 令和7年度は、地域一体型として事業を実施。

19. 新潟県新発田市

1．地域概要

対象地域	新潟県新発田市
申請主体	一般社団法人 新発田市観光協会
計画名	月岡温泉を中心とした新発田市の持続可能な観光地域づくり事業

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	2,468	1,992	1,965
- 国内	2,461	1,986	1,959
- 訪日外国人旅行者	7	6	6

地域の特徴・観光資源等

- 新発田市は国内有数の温泉地である月岡温泉を有するとともに、中心市街地には、新発田城や清水園など城下町としての歴史や文化を色濃く残している。また、新発田出身で明治・大正時代の実業家である大倉喜八郎の別邸「蔵春閣」が令和5年より一般公開され、市街地の新しい観光スポットとなっている。
- 新発田市では、「人のインバウンド、物のアウトバウンド」を掲げ、農産物の輸出の促進と、訪日外国人旅行者の誘客促進を行っている。
  当市を訪れる多くの観光客の玄関口は新潟駅であり、新潟駅を発着とした国内観光客と訪日外国人旅行者の誘致が鍵となる。

協議体制

協議の場

- 下記関係事業者による月次会議
- 住民関係者への説明会

参加者

行政機関

- 新発田市観光振興課

住民関係者

- 月岡温泉区(地元自治会)
- 新発田市駅前通り商店街
- 振興組合(地元商店街組合)

事業者

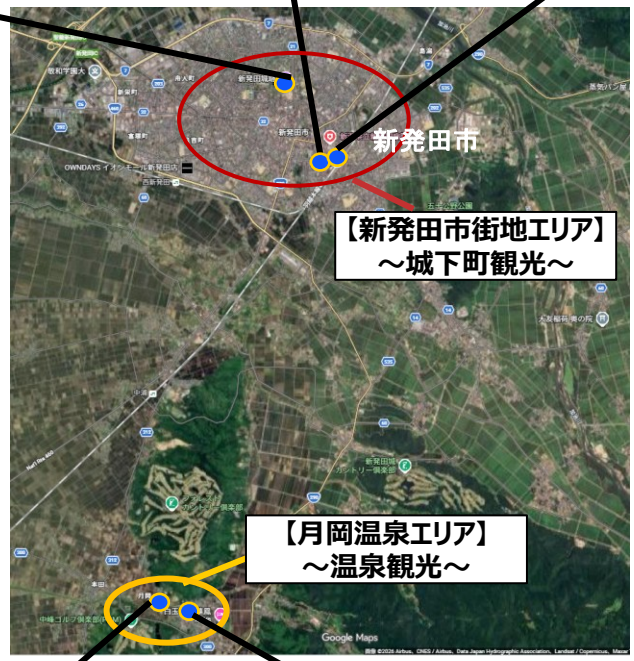
- 一般社団法人新発田市観光協会（DMO）
- 新発田市誘客促進協議会
- 月岡温泉旅館協同組合
- 新潟交通観光バス株式会社
- ドコモビジネスソリューションズ

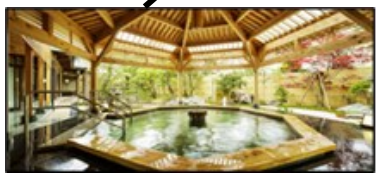
エリアマップ

【新発田城】
日本百名城のひとつ。
表門と隅櫓が、国指定重要文化財。

【清水園】
越後を代表する大名庭園。国指定名勝。

【蔵春閣】
大倉喜八郎の豪華絢爛な迎賓館。国登録有形文化財。





【月岡温泉】
国内随一の硫黄含量を誇る『もっと美人になれる温泉』

【月岡温泉街】
歩いて楽しい温泉街をコンセプトに、旅館経営者達で協力し、ショップや観光スポットを、続々竣工させている

2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**公共交通の混雑と二次交通の脆弱さ**	• 県外客の玄関口である新潟駅と月岡温泉間の直行便がなく交通混雑と不便が発生している。 • 新潟駅・豊栄駅(新潟市北区)間のJR白新線は、住民の通勤通学に欠かせない生活路線であるが、車両の輸送力に対し、訪日外国人旅行者による大型スーツケースを持った観光客増加等の混雑要因もあり、令和5年度の混雑率135%と電車を見送る住民の遅刻が発生し問題となっている（画像①） • 既存のJR豊栄駅と月岡温泉を結ぶシャトルバスにて積み残しが発生するケースが出てきている。（画像②） • 新発田市の中心である新発田駅と月岡温泉間においては、二次交通の不足により、豊栄駅を経由して向かう必要があり、新発田駅周辺の観光資源への観光客周遊が進まず、観光消費額が上がらないという課題を抱えている	**観光客** **地域住民**
2.	**特定の時期・場所への集中**	• 月岡温泉の旅館においては、コロナ禍以降、平日と休日の稼働率に大きな乖離が生じている中で、経験と勘による需要予測では適正なリソース配分が進まず、平日の宿泊者に対し従業員が余る一方、週末については従業員不足で従来の旅館の稼働率が上げられていない事態に陥っている。 • 月岡温泉の宿泊数年間35万人の宿泊後の人流が把握できていない。周辺観光スポットに周遊させられていないため、観光消費額が増加しておらず地域の観光関連産業の持続性への影響が懸念されている。	**観光客** **地域住民**
3.	**マナー問題**	• 新発田市街地エリアに点在する歴史的遺産は、住宅地と隣接しているが、現状、施設利用にあたっての注意喚起は日本語のみで、訪日外国人の私有地への立ち入りやごみ問題が表面化する前に、対応する必要がある。 • 今後は市政として、一層、訪日外国人旅行者の誘客に注力する方針であり、未然防止策として多言語での発信を行わない場合、マナー問題が拡大し住民からの苦情数が増加する可能性がある。	**地域住民**

① **公共交通の混雑**

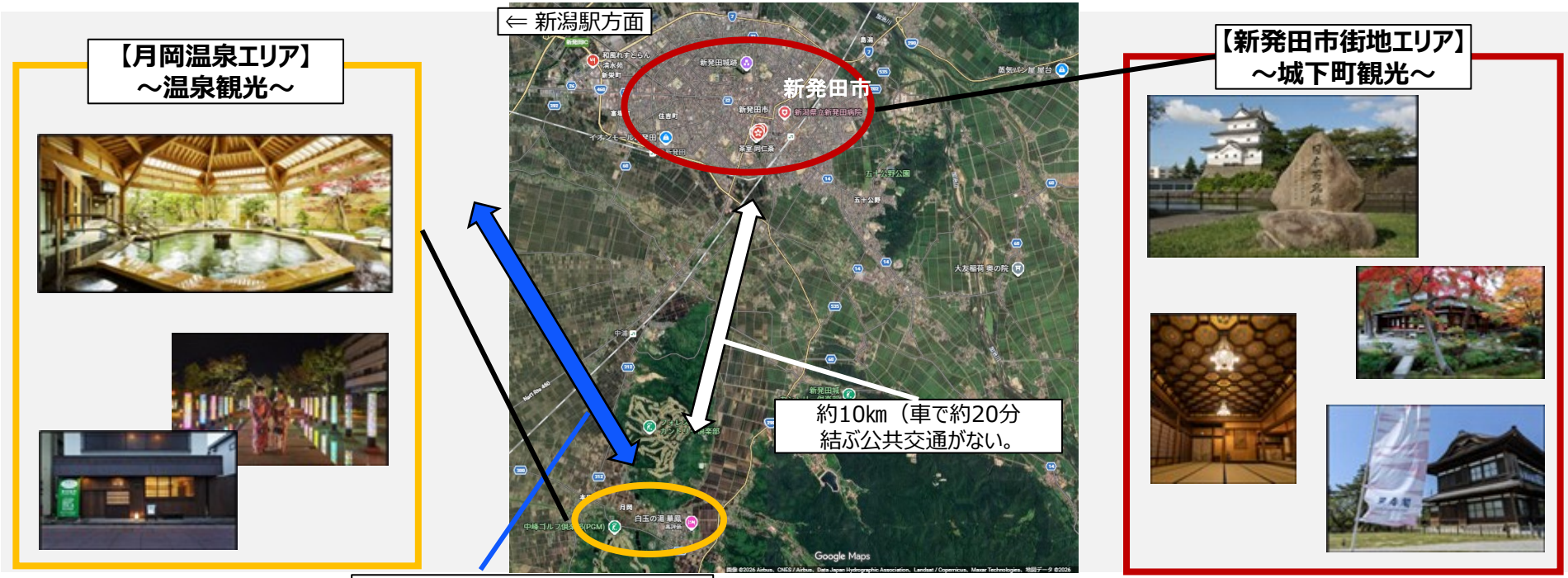
JR白新線における混雑の様子

② **特定の場所への集中**

積み残された住民・観光客

3．背景・要因

主な背景・要因	
1. **二次交通対策の遅れ**	• 当エリアのメイン観光スポットである月岡温泉への交通手段は、9割方が自家用車であり、バスなどの二次交通網の整備が遅れていた。近年のFITの拡大や訪日外国人旅行者に向けた取り組みの中で、時間帯や日によっては、シャトルバスの積み残しが度々あった。二次交通対策・再編が急務となっている。 • メイン観光スポットである月岡温泉エリアと、城下町観光を楽しめる市街地エリア周辺を結ぶ二次交通がなく、周遊による観光消費額の増加を図りたい。
2. **コロナ禍以降の観光ニーズの変容**	• コロナ禍以降、団体旅行ニーズの減少により、個人顧客をターゲットとした施設の改修を各旅館が進めている。個人客をターゲティングしているため、団体客に比べて動向やニーズ、顧客属性などが見えづらく、それによって、明確なターゲティングによるアプローチができず、平日と休日の稼働率に大きな乖離が生じる原因ともなっている。



4．対策の概要

目指す姿	**月岡温泉を基点とした市内観光地周遊促進から観光消費額を増加させ、観光客と住民の双方にとって持続可能な観光地域づくりを行う。**
KGI	**（指標）** **新発田市主要観光地である蔵春閣への来訪者数** 目標値：6.8万人（令和９年度） 実績値：3.1万人（令和６年度）

【本事業の方向性】
- 観光地の一極集中によって起きているオーバーツーリズムの状況を、二次交通網の再編を契機に、エリア全体へと波及を図り、持続可能な観光地域づくりへとつなげるもの。

■補助事業の実施概要

受入環境の整備・増強

① シャトルバス運行による混雑緩和及び周遊促進事業
（課題・背景）
- 二次交通の脆弱さ（課題・背景）観光客の流入により、公共交通に混雑が生じている

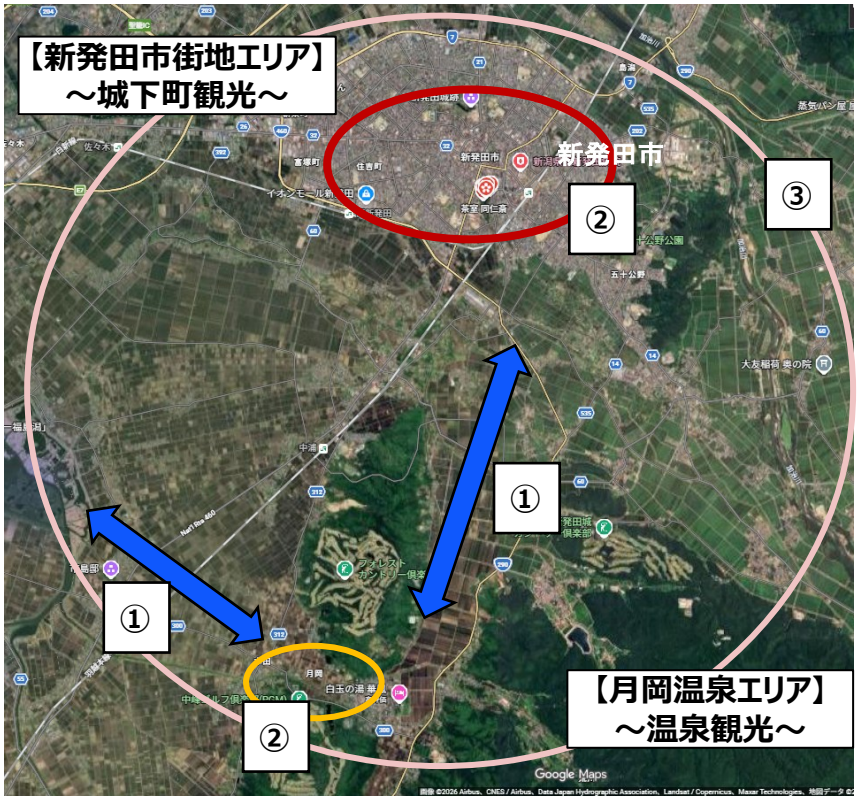
（実施内容）
- 観光客と住民の導線を切り分け、混雑緩和による積み残し改善と、県外客の観光の玄関口であるJR新潟駅からの直行便の運行による更なる利便性の向上。

マナー違反行為の防止・抑制

②月岡温泉・新発田市周遊観光客分散化事業
（課題・背景）
- 市街地エリアの歴史的遺産は、住宅地に隣接しており、訪日外国人旅行者の流入が加速すると、マナー問題が顕在化する可能性が高い。

（実施内容）
- 外国人ライターにより今回の実証バス運行を含めた滞在情報の記事を作成することで、外国人の目線からマナー啓発につながる発信を行い、未然防止を図る。

①シャトルバス運行による混雑緩和及び周遊促進事業（バス運行箇所）
②月岡温泉・新発田市周遊観光客分散化事業（観光情報発信エリア）
③新発田市内の観光地域づくり事業（人流調査エリア(市内全域)）



調査・分析

③新発田市内の観光地域づくり事業
（課題・背景）
- 観光における人流の把握が不足している。

（実施内容）
- 人流調査を実施し、データを基にしたプランの造成とオーバーツーリズム対策実施につなげる。

【本地域における取組マップ】

KGI：新発田市主要観光地である蔵春閣への来訪者数
- 測定手法：入館者直接計測
- 現状値：3.1万人　（令和6年度）
- 目標値：6.8万人　（令和9年度）

KPI：新発田城への来訪者数
令和7年度　62,000人
令和9年度　66,000人

KPI：シャトルバス利用者数
令和7年度　38,000人
令和9年度　60,000人

新発田市内の観光地域づくり事業

シャトルバス運行による混雑緩和及び周遊促進事業

KPI：新発田市街地観光情報ポータルサイト『しばた町めぐり』HPのアクセス数
令和7年度　75,000アクセス
令和9年度　110,000アクセス

5-①. 主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業①	**シャトルバス運行による混雑緩和及び周遊促進事業**		
事業目的	月岡温泉を起点とした公共交通の混雑緩和及び周遊促進		
実施主体	一般社団法人　新発田市観光協会	実施期間	令和7年7月～令和8年1月

【背景・課題】

- 玄関口である新潟駅と月岡温泉間の直行便はなく交通混雑と不便が発生している。
- 新潟駅・豊栄駅(新潟市北区)間のJR白新線は、住民の通勤通学に欠かせない生活路線であるが、車両の輸送力に対し、訪日外国人旅行者の復旧による大型スーツケースを持った観光客増加等の混雑要因もあり、令和5年度の混雑率135%と電車を見送る住民が発生し問題となっている。
- 豊栄駅から月岡温泉までのシャトルバスにおいては、月岡温泉周辺の地域住民の二次交通として活用されているが、 同様に観光客の利用により、R7年2月には約10%の積み残しが生じており、住民の苦情の原因となっている。
- 新発田市の中心である新発田駅と月岡温泉間においては、二次交通の不足により、豊栄駅を経由して向かう必要があり、新発田駅周辺の観光資源への観光客周遊が進まず、観光消費額が向上しないという課題を抱えている。

【事業内容】

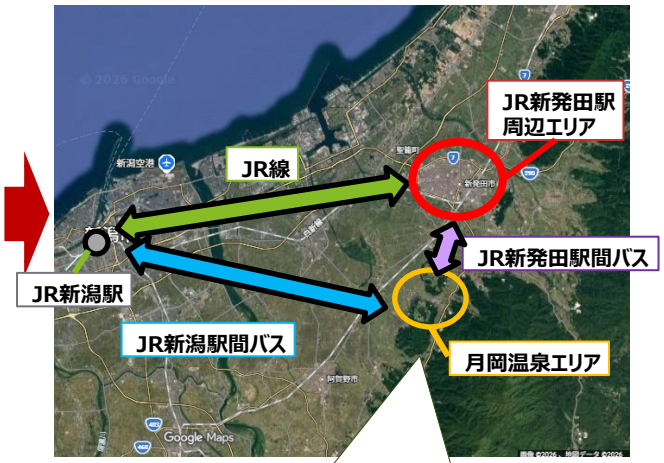
- 観光客と住民の動線を切り分け・分散と二次交通の充実化により、混雑緩和による積み残し改善と市街地への周遊促進を図る。
- 現状、二次交通である「新潟駅～豊栄駅～月岡温泉」の1系統から、「新潟駅～月岡温泉」、「月岡温泉～新発田駅」の2系統に切り替え、新潟駅～月岡温泉便が毎日往復2便、月岡温泉～新発田駅便が往復3便のシャトルバス運行を行う。

【推進ポイント】

- 最終的には実装を想定しているが、本格運行の前に、月岡温泉街の閑散期と繁忙期を網羅した、2025年7月から2026年1月中旬までの期間実証運行を行う。この間、乗降状況による改善状況や運賃収入による損益分岐の検証を行い、関係団体等とその効果を共有し、最終的な本格運行に向けた合意形成を図る。

これまでの二次交通体制

本事業による二次交通再編成後



公共交通機関を含め、トライアングルにすることで、利便性の向上と周遊促進を図る。

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	シャトルバス運行による混雑緩和及び周遊促進事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	令和7年度当市二次交通事業におけるシャトルバス利用者数

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 38,000人（令和6年度同程度数）	• 令和7年度 29,923人（令和8年1月12日現在）

成果の詳細

➢ **補助事業実施の結果・実績**
- バス路線の変更を行ったが、大きな混乱や苦情などなく、新潟便11,662人、新発田便6,906人、合計18,568人の方に利用いただいた。

➢ **事業目的に対する成果**
- これまで、新発田市外であり、且つ観光資源の少ないJR豊栄駅を経由していた観光客を、本事業で観光資源を有するJR新発田駅を経由する導線を増やしたことで、この半年間で約7,000名の観光客が月岡温泉⇔JR新発田駅を移動し、観光周遊促進の可能性の幅が大いに広がった。
- 二次交通の積み残し改善と、JR白新線の利用者をこの半年間約11,000人（新潟駅便利用者総計分）減少させ、混雑緩和につながった。

➢ **うまくいった点とその理由**
- 本事業バス路線2系統とJR線のトライアングルで交通網を整備できていたため、積み残し対策も万全に行うことができた。※位置関係は別紙参照
- 月岡温泉への直行バスは、温泉地へのアクセスという目的路線であるため、乗車の偏りが発生することが実証運行により、改めて確認することができた。

月岡温泉街からJR新発田駅に到着する観光客

➢ **課題**
- JR新発田駅を経由する観光客を増加させることができたものの、周辺観光施設への来訪者数は微増。「旅マエ」の情報発信などの観光周遊促進施策が必要。
- 本補助事業同規模での自主運行を行うほどの利用者数は得られず、収支の改善が必要。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1 JR新発田市駅周辺観光施設への誘因
- JR新発田駅を経由する観光客を増加させれたものの、周辺観光施設への来訪者数は微増。タビマエの情報発信などの観光周遊促進施策が必要。

2 バス運行事業の継続的な最適化
- 観光周遊促進及びバス利用者増を目指す中で、常に乗車数や動向に気を配り、その都度の最適なダイヤを、関係団体との協議も定期的に実施しながら、進めていく。

令和8年度以降の方針

1 JR新発田市駅周辺観光施設への周遊促進
- JR新発田市駅を経由する観光客にJR新発田市駅周辺の観光施設を周遊いただけるような施策検討する。

2 バス運行事業の路線化
- 本路線の運行を継続し、効率的・効果的なダイヤの設定や路線化による経費削減、そして利用者増に向けたPRの実施を図る。

【今後の計画】
令和8年2月～　乗車数の多い時間帯をいいとこどりした形で、バス1台での2路線運行(月岡温泉⇔JR新潟駅又はJR新発田駅)を開始したが、積み残しが多数発生し、現状の乗車傾向を見る限り、採算がとれる形で自主運行が可能との見立てから、再度協議の上、3/16から補助事業時に近いダイヤに再度変更を行う。
令和8年3月　新発田市地域公共交通活性化協議会（本路線の路線化検討・決議）
令和8年6月～　本路線を路線化

5-②. 主な取組（詳細）

マナー違反行為の防止・抑制

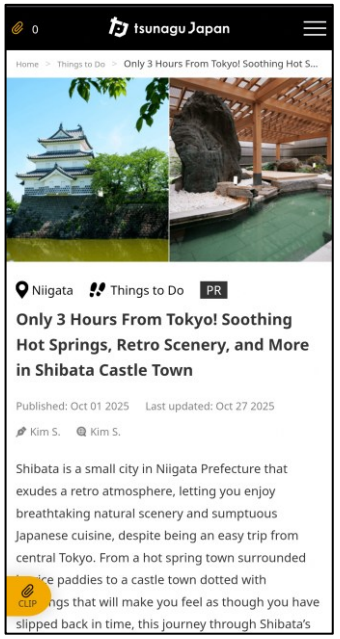
補助事業②	**月岡温泉・新発田市周遊観光客分散化事業**		
事業目的	新規路線シャトルバス認知拡大と観光客分散化		
実施主体	新発田市誘客促進協議会	実施期間	令和7年8月～令和7年11月

【背景・課題】
- 新規路線のバス運行を行う上で、本実証運行の検証を最大化させるためにも、認知拡大を早急に行う必要がある。
- 月岡温泉への一極集中が進み、エリア全体の持続可能な観光地域づくりが進められていない。
- 新発田市街地エリアに点在する歴史的遺産は、住宅地と隣接しているが、現状、施設利用にあたっての注意喚起は日本語のみで、訪日外国人観光者の私有地への立ち入りやごみ問題が表面化する前に、対応する必要がある。

【事業内容】
- SNS・Webメディアやチラシ、新潟県内の主要駅などで情報発信を行い、本事業で運行開始するシャトルバスの認知拡大・利用促進を行うことで、新規路線のバス実証運行の検証を最大化させる。
- 月岡温泉と新発田市街地を結ぶバス運行に合わせて、観光周遊の魅力を発信することにより、新たなブランディングを確立させ、月岡温泉への一極集中をエリア全体へと分散化を図る。
- 外国人ライターにより今回の実証バス運行を含めた滞在情報の記事を作成することで、外国人の目線からマナー啓発につながる発信を行い、未然防止を図る。

【推進ポイント】
- 外国人ライターにより、シャトルバス含めた滞在情報の記事を作成することで、適切な混雑緩和やスムーズな移動を促進させ、また歴史的遺産への周遊を見越し、外国人の目線からマナー問題の顕在化を未然防止する。
- 今回の情報発信による結果を基に、今後のシャトルバス本格運行に向けた利用促進やマナー啓発における情報発信の手段や期間等を検討する。

英語版



Tsunagu Japan
掲載記事抜粋

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業②	月岡温泉・新発田市周遊観光客分散化事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	新発田市街地観光情報ポータルサイト『しばた町めぐり』HPのアクセス数（訪問ユーザー数）

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 75,000アクセス（年度内）	• 87,277アクセス（事業完了時、令和8年1月12日現在）

成果の詳細

➢ **補助事業実施の結果・実績**
- 1/12時点で、KPIを達成。予定より進捗が遅れたが、概ね予定通りの実施ができた。チラシや、新潟県内の主要駅・鉄道内広告などで情報発信・認知拡大を広く行ったことで、交通網の再編による大きなトラブルはなく、バス事業を実施することができた。
- 本事業の概ねの開始となった10月頃よりバス利用者の増加が見られ、一定程度の効果があったように感じる。結果として、補助事業①のKPI達成ができた。

➢ **事業目的に対する成果**
- 月岡温泉と新発田市街地を結ぶバス運行に合わせて、観光周遊の魅力を発信し、分散化に向けて新たなブランディングを確立の一歩を踏み出せた。
- 外国人ライターにより今回の実証バス運行を含めた滞在情報の記事を作成し、外国人の目線から自然な形での観光導線の発信を行ったことで、マナー問題が顕在化する前に未然防止につなげることができ、結果、駅前エリアの住民側からも観光客マナーに関する苦情などは一切発生していない。
- 海外への発信については、当市と親和性の高い韓国ソウルとハワイに絞って実施したが、反応の違い(韓国は食事のクリエイティブ、ハワイは城郭のクリエイティブの反応が良かった)を確認できた。今後の、クリエイティブの精査の参考にしたい。

➢ **課題**
- 魅力発信に関して、足りているようにはまったく感じていない。如何に『旅マエ』時点で、効率的に観光客に情報が提供できるのか、引き続き研究と実施が必要。

本事業で作成した
チラシの一部抜粋

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1 月岡温泉・新発田市周遊観光の魅力発信
- 魅力発信としては、まだまだできることがあると考えている。如何に『旅マエ』時点で、効率的に観光客に情報が提供できるのか、引き続き研究と実施が必要がある。

令和8年度以降の方針

1 効果的情報発信の実施・検証
- 情報発信については、都度結果を見ながら分析・精査し、効果的な発信先とクリエイティブについて検証を進めながら実施する
- 事業者及び地域住民と意見交換をしながら、課題や問題点の洗い出を実施し、必要に応じた情報発信を実施する

2 月岡温泉×新発田市街地の一体型ブランディング
- 相乗効果を発揮することができる施策の検討を引き続き検討、実施する

5－③．主な取組（詳細）

需要の分散・平準化

補助事業③	**新発田市内の観光地域づくり事業**		
事業目的	市内人流の可視化による需要の分散・平準化		
実施主体	新発田市誘客促進協議会	実施期間	令和7年10月～令和8年1月

【背景・課題】
- 月岡温泉の旅館においては、コロナ禍以降、平日と休日の稼働率に大きな乖離が生じている中で、経験と勘による需要予測では適正なリソース配分が進まず、平日の宿泊者に対し従業員が余る一方、週末については従業員不足で従来の旅館の稼働率が上げられていない事態に陥っている。
- 観光における人流の把握が不足している。

【事業内容】
- 従来の勘と経験による予測から、本事業で人流調査（国内/訪日）を行うことで、定量面から観光客の行動パターンや混雑時期を把握し、今後の持続可能な観光地域づくりに向けた観光施策の検討を進める。

【推進ポイント】
- 国内 約8,700万台・訪日外国人 約1,200万台の携帯電話の基地局データを基に、端末数から人口を拡大推計し、正確な人流データを入手する。

モバイル空間統計による移動分析結果
旅行客の他旅行先別旅行客数（総数）

5-③. 成果及び今後に向けて

補助事業③	新発田市内の観光地域づくり事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	新発田城への来訪者数

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 6.2万人(令和7年度)	• 5.6万人（令和7年度）

成果の詳細

➢ **補助事業実施の結果・実績**
- これまで見えなかった日帰り客の状況と、FITの来訪状況について情報を得ることができた。
- 季節ごとの市内エリア別の観光分布状況や、月岡温泉前後の観光や移動状況についても、これまで見えなかった部分の発見があった。

➢ **事業目的に対する成果**
- 市内エリア別の観光分布状況については、月岡温泉エリア及び新発田駅前エリアでの分布が顕著であるものの、周遊という形でなく、それぞれ別の観光客が来訪している可能性が高いことが考察でき、一体的に発信、及び商品として造成することで、新たな魅力、新たな誘客に繋げられる、観光誘客の伸びしろを確認することができた。
- 観光客の新発田市内周遊ルートを明確にすることが目的のひとつであったものの、今回の調査だけでは明確なものは得られなかったというのが現状であるが、今後の事業展開を検討する上での、有益な基礎資料となった。
- FITの経路として、これまで推進先としていた最寄りの新潟空港からよりも、成田・羽田空港から首都圏の観光と合わせて来訪していることが多いことがわかった。

➢ **課題**
- 今回の調査を参考に、新発田市街地観光周遊の最終地点である『新発田城』への誘客を目標とした、月岡温泉と新発田市街地を一体的に魅力発信する新たなブランディングをテーマに商品造成を進めたい。
- FITに向けては、首都圏からの来訪も視野に入れた広い視点でのルート設定、商品造成・提案型の情報発信を行うことで裾野を広げていきたい。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1 月岡温泉・新発田市周遊観光の魅力発信
- 月岡温泉の分散化を図るためには、新発田市街地を一体的に魅力発信する新たなブランディングをテーマに商品造成を進める必要がある

2 来訪者を考慮した周遊ルート設計
- 新潟空港からよりも、成田・羽田空港から首都圏の観光と合わせて来訪していることが分かったため、来訪者の行動に合わせたルート設定、商品造成・提案型の情報発信を行う必要がある

令和8年度以降の方針

1 月岡温泉・新発田市街地の一体型ブランディング
- 令和7年度の事業から月岡温泉、新発田市では、それぞれ別の観光客が来訪している可能性が高いことが分かったことから、月岡温泉、新発田市周辺観光施設を一体的にブランディングする施策を検討する
- 来訪者のアクセスルートを考慮した周遊ルート設定、商品造成を検討

20. 新潟県佐渡市

１．地域概要

計画名	持続可能な佐渡観光の推進に向けた受入環境整備事業
対象エリア	佐渡島
実施主体	佐渡市
年間観光客入込数	約44万人(R5年)
年間延べ宿泊者数	約32万人(R5年)
主な観光資源	史跡佐渡金山、きらりうむ佐渡、鶴子銀山、西三川砂金山、西三川ゴールドパーク、トキの森公園、たらい舟

佐渡金山　道遊の割戸

矢島経島　たらい舟

● 観光ビジョン

地域コミュニティの活性化
～持続可能な地域創生～
～観光と暮らしの連動～

- 自然・文化と調和した観光スタイルの形成
- 地域内外が連携した高付加価値観光の推進
- 国内外に適用する「佐渡（SADO)」のブランディング
- データに基づいたマーケティングに立脚した観光政策の立案

● 推進体制（協議の場）

佐渡市地域公共交通活性化協議会

まちづくりとの連携・一体性を確保しながら交通ネットワークの構築やサービス向上を図り、多様な主体が支える持続可能な公共交通の実現に向けた佐渡市地域公共交通計画策定に向けて検討を進める

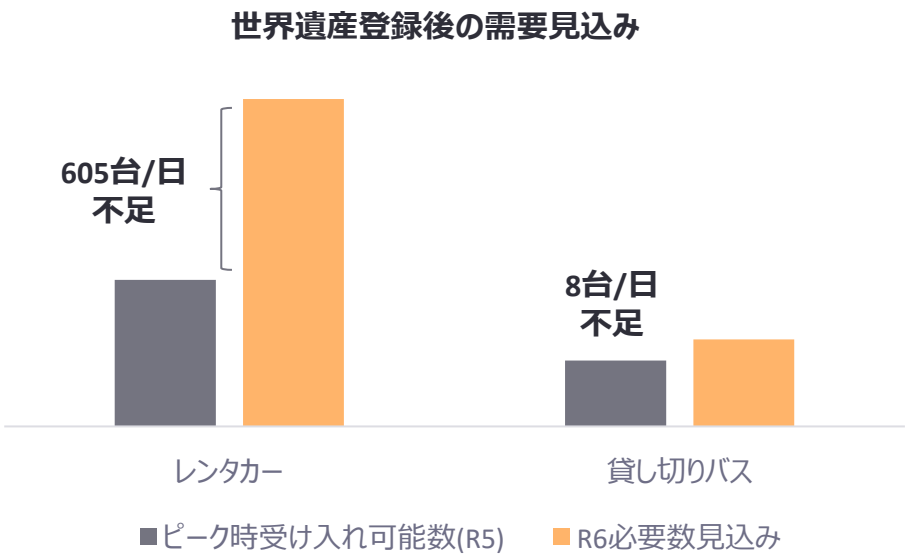
行政機関	事業者	住民関係者
北陸信越運輸局	新潟交通佐渡㈱	佐渡市民生委員協議会
新潟県交通政策局	佐渡地区ハイヤー協会	佐渡市社会福祉協議会
佐渡地域振興局	佐渡汽船㈱	佐渡市女性団体連結協議会
佐渡警察署	一般社団法人佐渡観光交流機構	

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. **二次交通不足による観光客の満足度低下**	• バスやタクシーの台数や運転手が不足しており、二次交通が十分でない • 特に世界遺産登録により観光客数が増加しており、繁忙期はレンタカーも足りていない • 二次交通不足は、**観光客の佐渡観光に対する満足度低下**に繋がる可能性がある	観光客
2. **渋滞や混雑の発生**	• 今回世界遺産に登録された鶴子銀山や西三川砂金山周辺は、片側一車線道路であるため、**マイカー利用が増えると渋滞等が発生**する可能性がある • 島の店舗は限られているため、**急増する観光客に効率的に対応していかなければ、混雑や行列が発生**する可能性がある	住民・観光客
3. **住民や地域資源への影響**	• 世界遺産登録を機に観光スポットとして注目される笹川集落等は、観光客急増による**渋滞発生などにより、住民生活に影響**が出る可能性がある • 観光客が急増すると、**世界文化遺産の保全に影響**が出る可能性がある	住民・地域資源

１．二次交通が不十分



2．渋滞や混雑の発生

世界文化遺産の構成文化財
鶴子銀山にある唯一の駐車場

３．背景・要因

● 課題の背景・要因

主な背景・要因	
1. 世界遺産登録による観光客急増	• 世界遺産登録により、**観光客が増加しているが受け入れ環境の整備が追い付いていない** • バスやタクシーの運転手や車両、飲食店の人手も不足しているため、急増する観光客を受け入れられない • 多くの飲食店がキャッシュレスに対応できていなかったり、解説がないと理解が難しい観光スポットが存在する
2. マイカー移動が主流の観光地	• **公共交通機関が脆弱**であり、多くの観光スポットへの**移動手段がマイカーに限定されやすい** • マイカー利用が多いため交通渋滞が発生しやすい
3. 生活エリアと観光資源の重複	• 佐渡は**住民が作り上げてきた文化が観光資源**になっているため、**生活環境と観光客の動線が重複しやすい** • 笹川集落など住民の居住地近くへの来訪機会が増えており、**渋滞や地域の大切にしてきた資源への影響**の問題が起きやすい

1.世界遺産登録による観光客急増

- 世界遺産登録後、９月の観光入込客数は昨年と比較し１割増加
- 10月以降は団体旅行の予約が好調（10月は37.1%増、11月は49.5%増）

3.生活エリアと観光資源の重複

世界文化遺産の構成資産「西三川砂金山」

- 西三川砂金山で財を成した笹川集落は、現在も住民が住んでおり、観光資源（集落内にもある）と密接している

４．対策の概要

- 世界文化遺産登録により増加が見込まれる来訪者に対応するため、二次交通の充実を図る(取組み①～③)
- 域内事業者(特に飲食店)においてキャッシュレス決済システムを導入する(取組み④)
- 島内の貸切バスが不足しているため、島外からの団体バス輸送に対して補助金による支援を行う

受入環境の整備･増強

取組み ①パークアンドライドの推進

内容
- 世界文化遺産登録により来訪者の増加が見込まれ、島内二次交通の不足と入場施設の駐車場満車による待機渋滞が懸念される。また時期限定で春から初夏に集中しているトレッキングや花鑑賞に関しては、公共交通が整備されておらず、駐車場の収容能力が十分ではない
- 港直行のライナーバスを走らせることで、二次交通の充実を図る
- 世界遺産ライナーバス：両津港とガイダンス施設きらりうむ佐渡間のバス運行
- ネイチャーライナーバス：両津港とドンデン高原、金北山、大野亀を結ぶバス運行

取組み ②相川地区内への人流増加対策（相川周遊バス）

内容
- 世界文化遺産登録された場合、来訪者の増加が見込まれ、島内二次交通の不足と入場施設の駐車場満車による待機渋滞が懸念される
- 相川地区において周遊バスを運行する

取組み ③世界文化遺産構成資産への乗用車の流入抑制(ガイドツアー)

内容
- 西川砂金山や鶴子銀山への道路が片側一車線であり、渋滞等が発生する可能性があるため乗用車に限らない周遊観光のアクセス手段を造成する

取組み ④域内事業者におけるキャッシュレス導入

内容
- 世界遺産登録による来訪者増加に対応するため、域内事業者（特に飲食店）においてキャッシュレス決済システムを導入する

需要の適切な管理

取組み ⑤貸切バス利用団体需要の維持（貸切バス不足支援）

内容
- 島内の貸切バスが不足しており、佐渡観光の機会を損失しているため、貸切バス航送料1/2支援、バス乗務員経費支援を行う

5-①. 主な取組み（詳細）

課題	取組み
• 世界遺産登録による観光客の急増に対応 • 二次交通不足による観光客の満足度低下	**相川地区内への人流増加対策（相川周遊バス）** • 実施期間：令和6年4月～令和7年2月 • 実施主体：佐渡市

事業内容

■ 周遊バスの概要

- ガイダンス施設「きらりうむ佐渡」⇔佐渡金山を周遊するバスを運行
- 運行車両：中型バスもしくはジャンボタクシー
- 料金：無料
- 運航本数：1日5便
- 運行期間：令和6年4月26日(金)～10月31日(木)の189日間

【背景・目的】

- 佐渡金山がある場所は、居住エリアが近く、道路は狭小となっている。また、佐渡金山の駐車場は台数も限られるため、世界文化遺産登録効果により満車となる可能性がある。
- 人流増加対策として、佐渡金山への自家用車、レンタカーの乗り入れを制限し、交通渋滞を未然に防止するため、周遊バスを運行する

相川周遊バス
専用バス停

リーフレット

時刻表 Schedule

佐渡金山 行					
きらりうむ佐渡	10:00	11:00	12:30	13:30	14:30
相川（佐渡市役所支所）	10:05	11:05	12:35	13:35	14:35
相川博物館前（北沢浮遊選鉱場跡）	10:07	11:07	12:37	13:37	14:37
佐渡奉行所（佐渡奉行所跡）	10:09	11:09	12:39	13:39	14:39
佐渡金山	10:13	11:13	12:43	13:43	14:43
きらりうむ佐渡 行					
佐渡金山	10:20	11:20	12:50	13:50	14:50
佐渡奉行所（佐渡奉行所跡）	10:23	11:23	12:53	13:53	14:53
相川博物館前（北沢浮遊選鉱場跡）	10:24	11:24	12:54	13:54	14:54
相川（次便も順次発車）	10:30	11:30	13:00	14:00	15:00
きらりうむ佐渡	10:32	11:32	13:02	14:02	15:02

運行時刻表

バスルート

５-①．成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- **周遊バスを実証運行し、相川地区内への人流増加対策への有効性を検証。**
- 指標として、利用人数（時期、時間帯別）、満足度を測定
- アンケートを実施し、次年度以降の運行に活かす

事業の成果／目標の検証結果

- 利用実績及び利用者の声から、**一定の有効性あり**
- 一方で、**時期や時間帯により利用に偏り**があるなど、**効率化などを検討していく必要**があることが明らかとなった

（利用実績）

- 周遊バスの利用者数　計**4,537名**
  - 特に８月の夏休み期間の需要が多い
  - 時間帯により利用が少ない便も存在

成果詳細

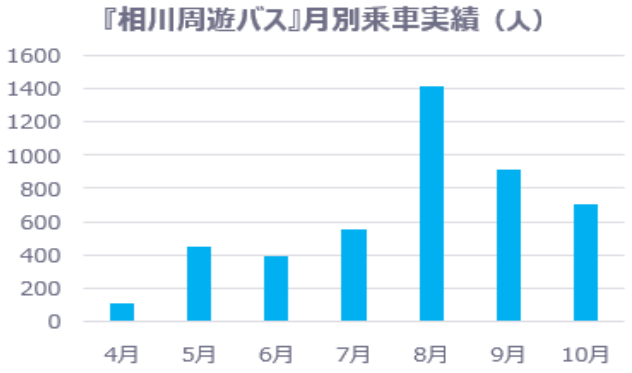
周遊バス実証運行の結果

- 周遊バスの利用者は計4,537名が
- 全利用者のうち、**約30%が８月に集中**しており、夏休み期間の需要が多い
- 中型バス（定員30名弱）とジャンボタクシー（定員８名）を併用していたが、**繁忙期以外はジャンボタクシーで対応可能**な利用人数であることが明らかとなった
- **利用が少ない時間帯が存在**した（10:20佐渡金山発、13:30及び14:30きらりうむ発）

アンケート結果

①バス運行本数：「1便の増便希望」との回答が過半数を占めた
②利用者の声

- バスの本数が少なくて困っていたので、助かった
- 時間通りにきて、無料で素晴らしかった
- レンタカーなしで佐渡金山の観光を楽しめて、助かった
- 他の観光施設へ向かうバスが少ないので、設定して欲しい



月	合計	1便(往) きらりうむ発 10:00	1便(復) 佐渡金山発 10:20	2便(往) きらりうむ発 11:00	2便(復) 佐渡金山発 11:20	3便(往) きらりうむ発 12:30	3便(復) 佐渡金山発 12:50	4便(往) きらりうむ発 13:30	4便(復) 佐渡金山発 13:50	5便(往) きらりうむ発 14:30	5便(復) 佐渡金山発 14:50
4月	109	29	18	7	9	13	7	0	9	4	13
5月	450	75	25	17	70	29	83	20	54	21	56
6月	391	55	14	18	79	36	44	24	37	17	67
7月	558	82	18	33	98	54	87	34	43	25	84
8月	1,417	220	36	106	194	133	272	51	115	90	200
9月	910	132	37	55	150	88	135	42	95	53	123
10月	702	141	24	38	140	70	103	35	54	24	73
	4,537	734	172	274	740	423	731	206	407	234	616

30%が8月に集中

一部の時間帯の需要が少ない

5-②. 主な取組み（詳細）

課題	取組み
• **世界遺産登録による観光客の急増に対応** • **二次交通不足による観光客の満足度低下**	**パークアンドライドの推進（ライナーバス）** • 実施期間：令和6年4月～令和7年2月 • 実施主体：佐渡市

事業内容

A：世界遺産ライナーバス

- 料金（片道）1,000円
- 両津港とガイダンス施設「きらりうむ佐渡」を結ぶ
- 運行期間：7/26~8/31
- 運行本数：３便/日（両津港発２便、きらりうむ佐渡発１便）

B：ネイチャーライナー（3路線）

- **料金**
  - ドンデン高原（料金:2,000円）
  - 金北山（料金:1,700円）
  - 大野亀（料金:1,500円）
- **路線**
  - 両津港とドンデン高原、金北山、大野亀を結ぶ３路線
- **運行期間**
  - 4/27~5/31（ドンデン高原、金北山）
  - 5/25~6/9「土・日のみ」（大野亀）
- **運行本数**
  - ドンデン高原　４便/日（両津港発２便、ドンデン高原発２便）
  - 金北山　１便/日
  - 大野亀　２便/日（両津港発１便、大野亀発１便）

バスルート

【背景・目的】

- 世界文化遺産登録を機に、マイカー来訪による渋滞などが懸念される
- 島内二次交通対策及び入場施設の駐車場待機渋滞を緩和するため、観光地までの直行バスを運行する（パーク＆ライドの推進）

5-②. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

A：世界遺産ライナーバス
- 両津港とガイダンス施設「きらりうむ佐渡」を結ぶ「世界遺産ライナーバス」を実証運行し、**ニーズや利便性を確認**する

B：ネイチャーライナーバス
- 従前から実施していた**「ネイチャーライナーバス」のさらなる利用拡大を図る**ため、関係者および利用者にヒアリング調査を実施する

事業の成果／目標の検証結果

A：世界遺産ライナーバス
- **利用者数は計154名**と**想定（3,330名）よりも少ない結果**となった。今後、観光客ニーズを踏まえルートなどを再検証する

B：ネイチャーライナーバス
- **利用者数は計1,998名**と**花鑑賞やトレッキングを目的**に来島される方に対して、**利便性を確保**することができた

成果詳細

世界遺産ライナーバスの結果

【実証運行の結果】
- 利用者数は計154名で、想定ほど需要が無かった
- 要因としては、**路線バスとライナーバスで所要時間があまり変わらなかったこと**、また**「きらりうむ佐渡」の認知度が低く、直接、佐渡金山に向かうことのできる路線バスを選択する人が多かった**ためと考えられる

【アンケート結果】
① 乗車料金：1,000円までなら利用と過半数が回答
② 運行本数：1本以上増便希望と過半数が回答
③ 利用者の声：
- 路線バスより快適
- 事前に旅行計画が立てやすい
- 復路が少なく、船とのアクセスが悪い
- 路線バス、観光バス、周遊バスと混在しており、港についてから乗り場や時間が分かりにくい
- 路線バスは金山に直通で行けるが、このバスは行けないので安くするか金山直通にしてほしい
- 現金が足りず乗れなかったので、事前決済やキャッシュレスを導入して欲しい

ネイチャーライナーバスの結果

【実証運行の結果】
- 利用者数は計1,998名で、花鑑賞やトレッキングを目的に来島される方に対して、**利便性を確保**することができた

【ヒアリング結果】
①利用者の声
- 一部のバス停においてランドマークから数100m離れており、バス停が見つけづらい
- 運行の事前周知の開始時期を早めてほしい

②関係者ヒアリング結果
- 一部の利用者において、バス停の位置がわからず出発時間に間に合わないという事例があった
- 乗車料金値上げに対しては、利用者にも一定程度の理解が見られ、否定的な意見は聞かれなかった

5-②. 成果及び今後に向けて

令和６年度の取組みから見えてきた課題

1 周遊バスの運用の効率化

- 10:20佐渡金山発、13:30及び14:30きらりうむ発等、利用人数尾少ない時間帯が存在した
- 繁忙期である8月の夏休みシーズン以外はジャンボタクシーで問題ないことが明らかになった

2 観光客ニーズを踏まえた世界遺産ライナーバスの運用見直し

- 「きらりうむ佐渡」に発着したが、両津港から直接、「史跡佐渡金山」に向かう需要の方が高かった
- 「きらりうむ佐渡」の認知度が低く、直接、佐渡金山に向かうことのできる路線バスを選択する人が多かった
- 路線バスと比べ、１０分の時間短縮にしかならず、差別化につながりにくかった

3 周遊バス及びライナーバスの利用促進

- 周遊バスやライナーの存在を知らない方も存在した
- 8月の繁忙期は駐車場が満車になる日もあり、レンタカーではなく公共交通バスの利用を促していく必要がある

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

1 ダイヤの最高及びジャンボタクシーの活用

- 最終便の往路(佐渡金山発)を１便増やす(※1)
- ハイシーズンのみ中型バスを利用し、その他はジャンボタクシーを活用することで効率化を図り、無料運行を継続できるようにする
- 令和７年度の運行期間については、検討中(※2)

※1 令和７年度、実際に増発したのは「復路」となった

※2 令和７年度、実際の運行期間は6月中旬～10月末であった

2 観光需要の高い場所を含めた定期観光バスの運行(※3)

- 「きらりうむ佐渡」に立ち寄り、理解を深めてから金山を訪問できるよう、「史跡 佐渡金山」等の観光需要の高い場所を含めた定期阿寒港バスの運行を検討
- ネイチャーライナーバスについては、路線バスが似た目継続して実施予定だが、花鑑賞やトレッキングの利用者を伸ばすことや乗車賃の値上げを検討

※3 令和７年度、世界遺産ライナー、ガイドツアーの後継に当たる事業は実施せず

3 旅行前段階からの周知

- 旅行前段階からの周知を積極的に行い利用者数を増やす
- 佐渡観光交流機構が運用しているSNSで早めの情報発信を行う（特にGW前や夏休みシーズン前に重点的に周知）
- 佐渡汽船内や新潟港での効果的な発信を検討

現状について

- 令和7年度は、佐渡市における取組として、持続可能な佐渡観光の推進に向けた受け入れ環境整備事業を実施しています。（上記令和7年度の状況を赤字で補記）
- 詳細は以下の各ページをご覧ください
  - ◆ 相川周遊バスお知らせページ：https://www.visitsado.com/information/30500/
  - ◆ 定期観光バスお知らせページ：https://www.visitsado.com/information/30759/
  - ◆ 佐渡版ライドシェアお知らせページ：https://www.visitsado.com/information/30741/

21. 山梨県

１．地域概要

計画名	富士山吉田口における安全登山環境確保に関する事業計画
対象エリア	富士山吉田口
実施主体	山梨県
登山者数（開山期間中）	約14万人
主な観光資源	富士山（富士山吉田口登山道、下山道、御中道）

● 観光ビジョン

集中する登山者に対し、数量規制を行うことで、登山者の混雑緩和、弾丸登山、軽装登山や迷惑行為等の防止、地域一体のオーバーツーリズム解消を目指す

● 推進体制（協議の場）

富士山における適正利用推進協議会

- 富士山の適正利用に係る関係者で情報を共有し、必要な事業について協議を行うことで連携した施策の推進を図ることにより、富士山における安全かつ快適な利用の推進及び自然環境等の普及啓発に資するとともに、富士山における自然環境の保全、良好な風致景観の確保及び形成に寄与することを目的としている

行政機関		事業者 住民関係者
山梨県	環境省	富士山吉田口 旅館組合
静岡県	防衛省	富士山五合目 観光協会
文化庁	関係市町村	
林野庁	国土交通省	

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. 過度な混雑	• **特定の日・時間帯・箇所に著しい混雑が発生**	地域
2. 危険な登山	• **弾丸登山**（五合目を夜間に出発し、山小屋に泊まらず夜通しで一気に富士山頂を目指す０泊２日の登山形態）を行う登山者が存在 • **軽装登山**（登山に必要な装備を持たない登山）、強行登山（準備不足、悪天候でも登山を強行する等）を行う登山者が存在	地域
３．マナー・ルール違反	• 登山道：ごみの投棄、登山道以外への立ち入り、落書き、屋外排せつ等が発生 • 山小屋：予約せずに当日飛び込みで山小屋に来る、予約したにも関わらず当日連絡せずに来ない、騒音の発生等 • トイレ：異物の投棄やごみの放置、協力金の不払い等 • その他：夜間・荒天時に山小屋施設やトイレを占有する、その他指導員のマナー・ルール指導や注意に従わない等	地域、他の登山者

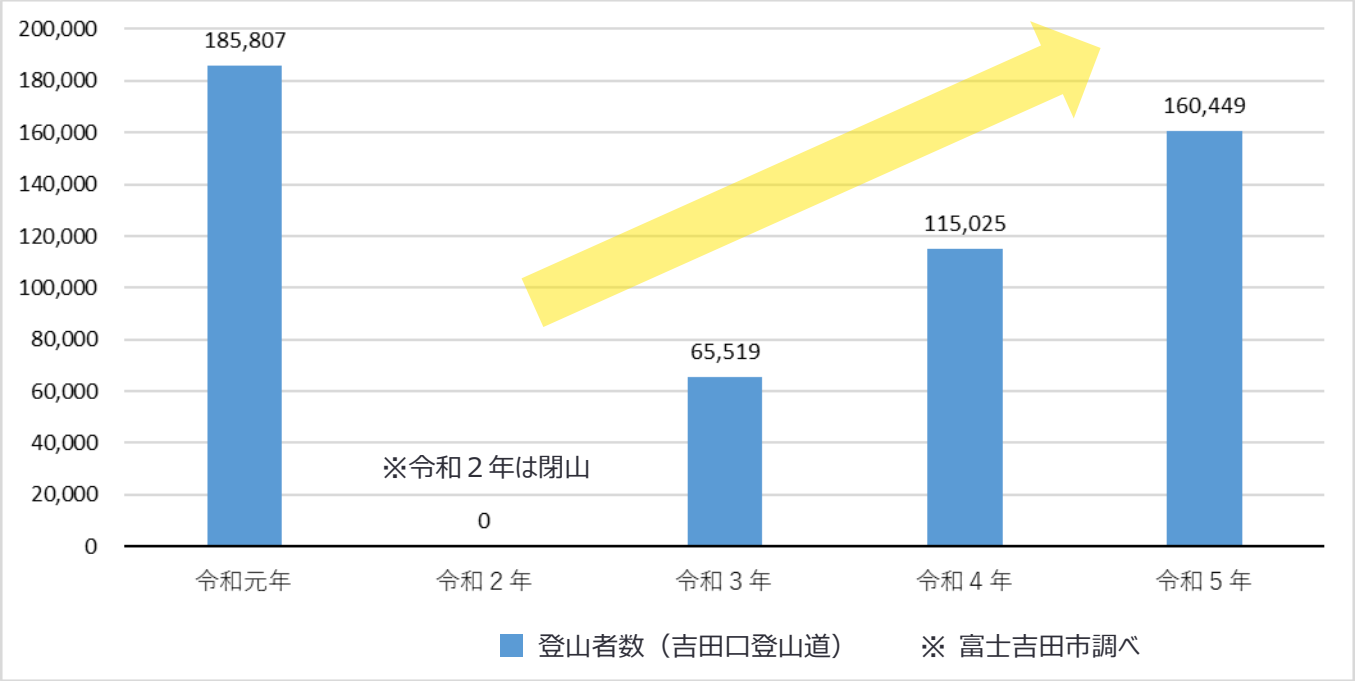
過度な混雑

危険な登山

マナー・ルール違反

３．背景･要因

主な背景･要因	
1．コロナ禍明け後の登山者の急増	• 富士山が世界文化遺産に登録されてから10周年の節目を迎えるとともに、コロナ禍による制限が緩和されたことから、特に令和５年度より富士登山者が増加 • 登山道は１本道で狭く、ご来光の時間帯等、特定の時間帯に多くの登山者が頂上を目指すため、頂上付近で過度な混雑が発生
2．登山者のマナーの悪化	• 夜間に休息を取らずに一気に山頂を目指す弾丸登山者が増加 • 登山道での仮眠や寒さから逃れるためにトイレにこもるなど、登山者のマナーが悪化
3．登山規制についての要望書	• 地元市町村や富士山の関係団体から登山規制についての要望書が提出



４．対策の概要

① 登山者が1日あたり4,000人を超える場合、通行を規制

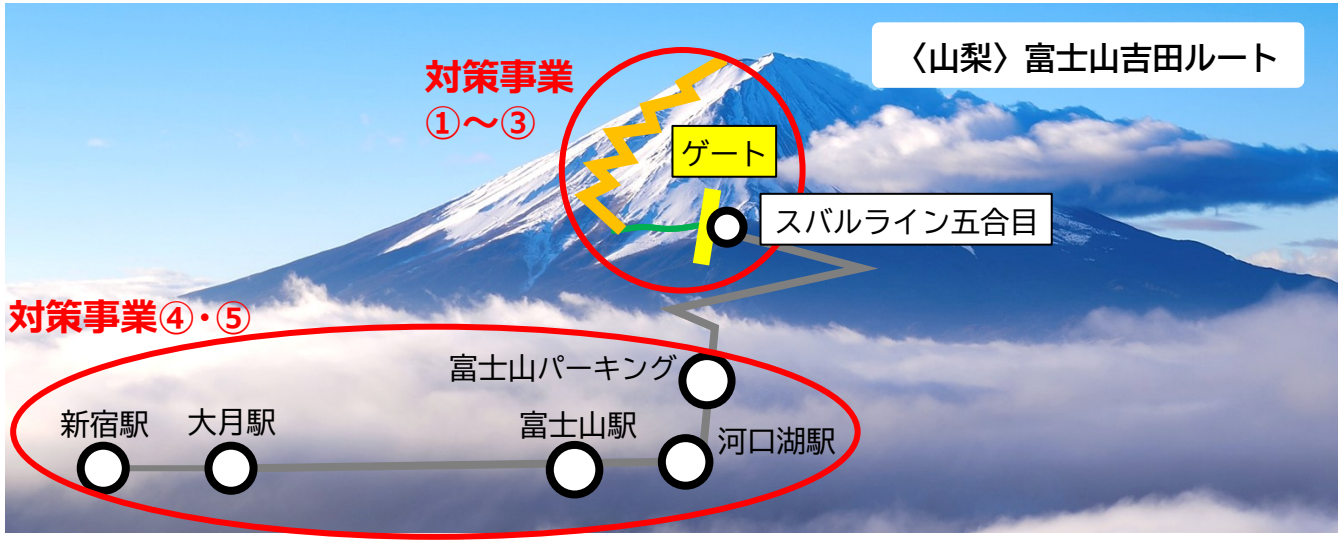
② 夜間（午後４時～翌日午前3時）の吉田口五合目からの通行を規制

③ 山梨県側の通行料（施設使用料）の支払いを義務化

※ただし、①・②については、山小屋宿泊者は規制の対象外

受入環境の整備・増強

取組み①	**富士山登山規制事業**
目的	• 登山道の混雑緩和と弾丸登山防止のための取り組みを実施
取組み②	**富士山登山安全誘導事業**
目的	• 登山者のスムーズな流れを作り出し、事故や道迷いを防止するため、安全誘導員を配置
取組み③	**富士山登山巡回指導事業**
目的	• 登山者の迷惑行為等を防止し、富士山の環境保全を図るため、巡回指導員を配置
取組み④	**登山規制広報事業**
目的	• 富士山の登山規制について国内外に周知するため、広報活動を実施
取組み⑤	**県有登下山道規制周知業務**
目的	• 規制に関する周知を行うため、交通結節点（富士山駅、河口湖駅、富士山パーキング）に周知スタッフを配備



5-①. 主な取組み（詳細）

課題	取組み
特定の日・時間帯・箇所に著しい混雑が発生 **危険な登山など、マナー・ルール違反の発生**	A：登山規制の導入（対策事業①～③） B：広報・周知の実施（対策事業④～⑤）

事業内容

①：富士山登山規制事業

- 五合目登山口にゲートを設置、ゲート前に24時間警備員を配置

②：富士山登山安全誘導事業

- 登下山道上に誘導員を配置（登山道4箇所、下山道4箇所、分岐1箇所、延べ376人）

③：富士山登山巡回指導事業

- 五合目と山頂間を毎日指導員が巡回（延べ196人）

④：登山規制広報事業

- 特急車内、バスタ新宿、登山用品店等において掲示するポスターを作成

⑤：県有登下山道規制周知業務

- 富士山駅、河口湖駅、富士山パーキングにおいて規制内容を周知（延べ430人）

（五合目ゲート）

（バスタ新宿）

（特急車内）

（河口湖駅）

5-①. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

A：ゲート設置･指導員配置

- ゲートを設置し、人数規制･時間規制を行う取り組みが、**特定時間の混雑緩和、弾丸登山などの解決に効果があるか検証**する

B：広報

- 観光客へ**規制内容などが浸透しているか検証**する

事業の成果／目標の検証結果

A：ゲート設置･指導員配置
弾丸登山の解決に効果がみられた

- **登山者数**が**1日4,000人を超過**した日数　**R５:５日→R６:０日**
- **弾丸登山者数**は前年比95%減少

B：広報
規制内容は概ね浸透していることが明らかとなった

- 登山者における規制の認知率　**約９割**

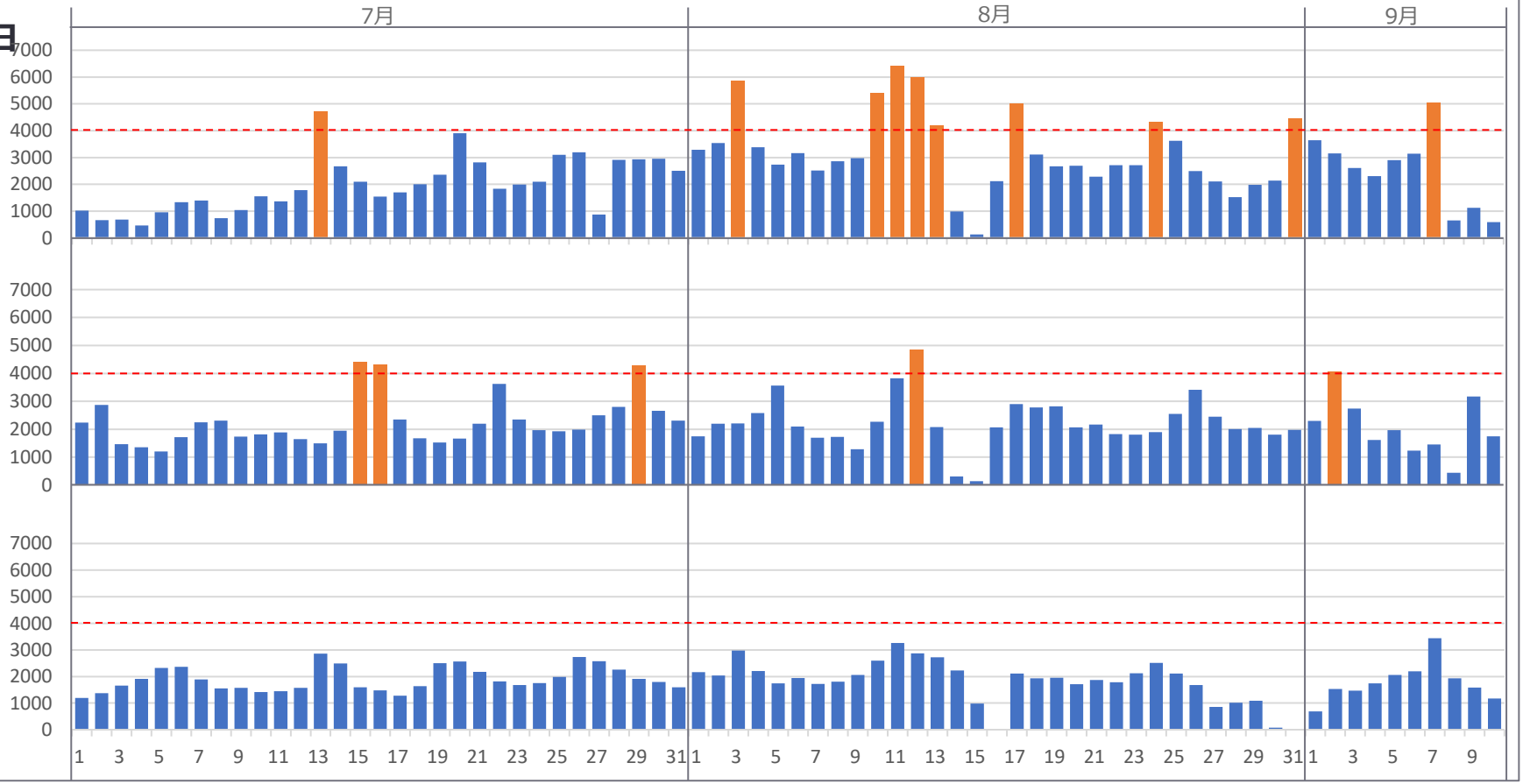
成果詳細

■ **登山者数**

登山者数(吉田口登山道)　※富士吉田市調べ

4,000人超過日

- **R1年　10日**
- **R5年　5日**
- **R6年　0日**



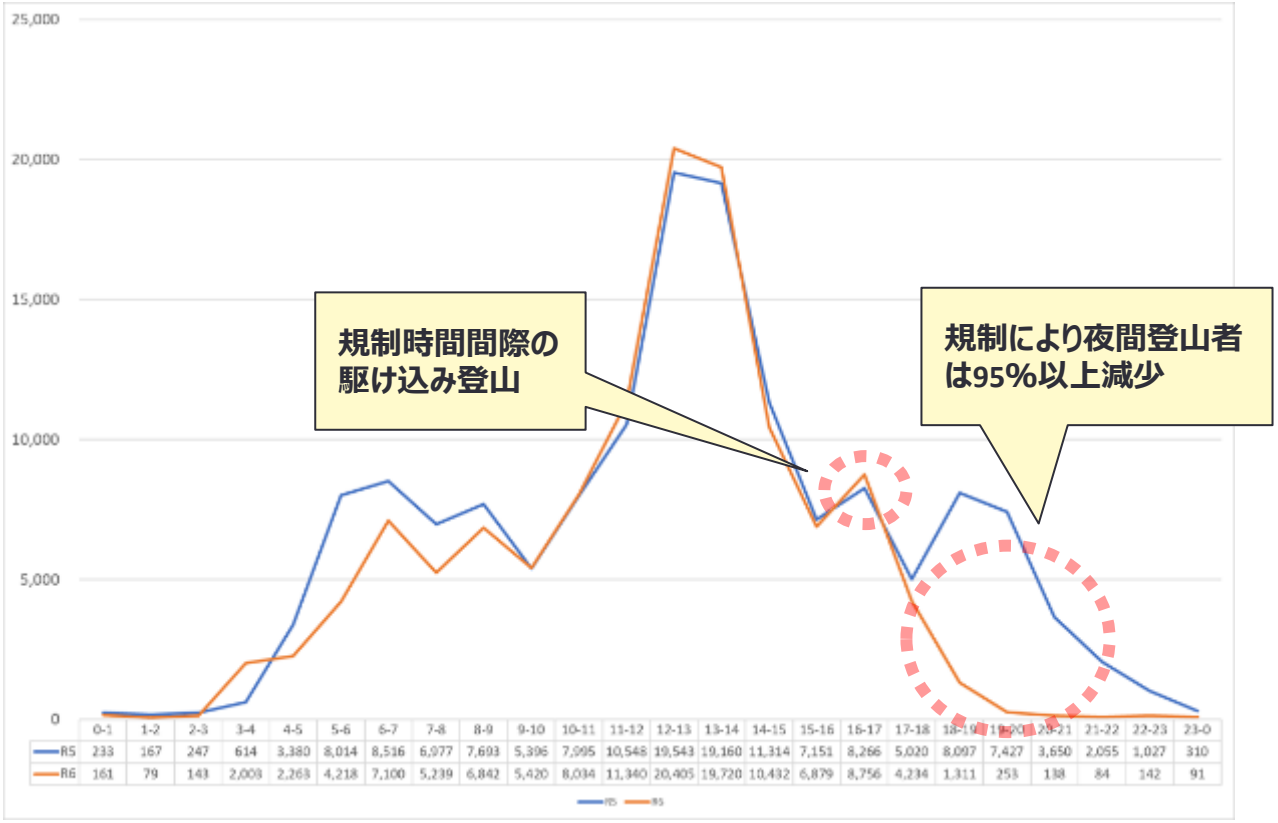
５-②．成果及び今後に向けて

成果詳細

■ 弾丸登山者数の減少

- **弾丸登山者数は前年度比95%減少**
- しかしながら、規制時間の間際（15~16時）にゲートを通過し、山小屋に宿泊せず山頂を目指す「駆け込み登山」が見られた

六合目安全指導センター前　時間別通過者数



※六合目安全指導センター前通過者　（富士吉田市調べ）

累計	R５	R６	増減	前年比
登山者数	152,800	125,287	▲27,513	▲18.0%
夜間登山者数（19時-24時）	14,469	708	▲13,761	**▲95.1%**

５-②．成果及び今後に向けて

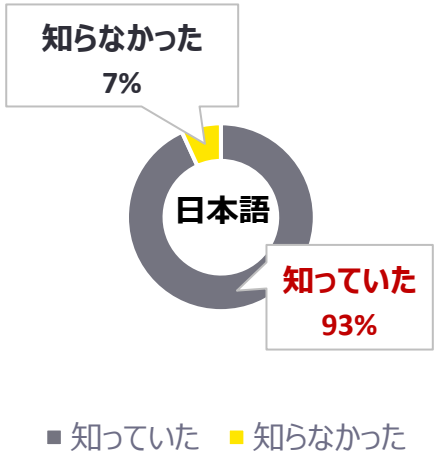
成果詳細

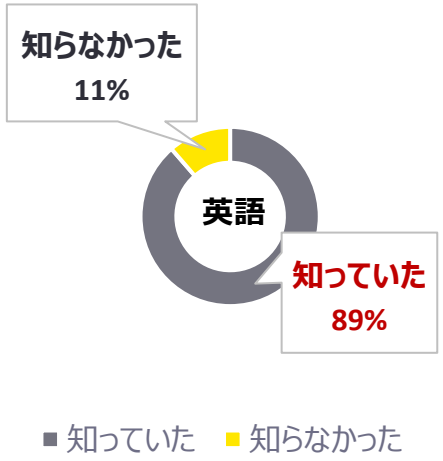
■ 登山規制の浸透

- **登山規制の認知率**は、**日本人９３%、外国人８９%**
- 登山規制については**日本人の９７%、外国人の８７%が賛成**
- 大半の登山者が規制を認知していたことから、一定の事業効果が認められた
- 富士登山者の多くは一回限りの登山である（リピーターではない）ため、次年度以降も国内外で広報を継続していく必要がある

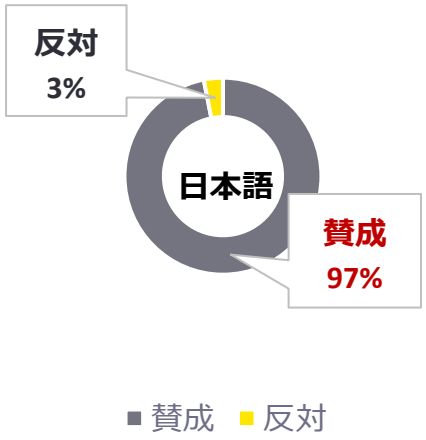
五合目アンケート（日本語：1054　英語：545）

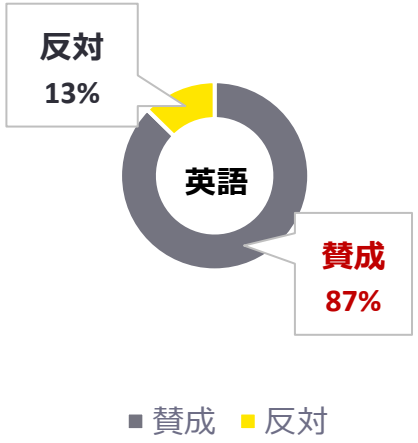
登山規制の認知率





登山規制の賛否





５-②．成果及び今後に向けて

成果詳細

■ **通行料および協力金**

- 令和６年度は**2.97億円の通行料を徴収**した
- 一方で**協力金**に関しては**協力率**が53.1%と前年度に比べ**大幅に低下**した

➢ **山梨県富士山吉田口県有登下山道使用料（通行料）**

許可者数	**149,701人**
使用料徴収額	**297,826,000円**

※免除者を除く許可者数　148,913人

➢ **山梨県富士山保全協力金**

	R5	R6
協力者数	**103,809人**	**60,957人**
協力金受入額	**103,672,726円**	**60,920,790円**
協 力 率	**75.6%**	**53.1%**

【参考】

許可者数合計（人）			149,701
	通行予約システムによる事前許可者		64,443
		山小屋宿泊者	30,405
		日帰り登山者	34,038
	当日許可者		72,143
		山小屋宿泊者	58,511
		日帰り登山者	13,632
	一合目からの登山者及び静岡県側からの下山者		12,327
	減免対象者		788

５-②．成果及び今後に向けて

令和６年度の取組みから見えてきた課題

✓ 取り組みを継続していく上で、以下の課題が明らかになった

1 ゲート閉鎖直前の「駆け込み登山」への対応

- 規制時間の間際（15~16時）にゲートを通過し、山小屋に宿泊せず山頂を目指す「駆け込み登山」が見られた

2 軽装登山者への対策

- 短パン半袖といった軽装登山者が目立った
- 外国人の軽装登山者が多く見られた

3 静岡側と一定程度調和のとれた規制

- 山梨側はゲート設置や規制の効果がみられた一方、静岡側では規制はなく、対策の調和がとれていない状況
- 令和６年度の登山者数は全体では減少しているが、静岡側の登山者数は6%増えており、山梨側でのみ規制を行ったことが影響していると考えられる

4 必要な財源の確保

- 使用料と協力金が併存することなどにより、協力率の低下を招いたことから、確実に利用者から負担をいただき、予定した財源を確保する仕組みを検討する必要

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

✓ 令和６年度事業から見えてきた課題をもとに、効果的な規制内容を検討し、安全安心な富士登山を目指す

1 ゲートの通行規制時間を変更

- 駆け込み登山を防止するために、閉門時間を１６時から**１４時に前倒し**する

2 予約システムの改良と富士山レンジャーの権限強化

- 通行予約システムに登山に必要な装備の確認と遵守事項を誓約させる機能を追加
- 山梨県富士山レンジャーに関する規則を改正し、レンジャーの指導についての法的権限を明示することで、五合目での**登山指導体制を強化**

3 効果的な規制内容の検討

- 静岡側と**規制時間、料金を統一**

  規制時間：１４時～翌３時

  料　　金：一人一回４,０００円

4 協力金を廃止し、通行料を引き上げ

- 協力金を廃止し、通行料と一本化することにより、登山者にとってわかりやすい制度に見直し
- 通行料を２,０００円から４,０００円に変更

現状について

- 令和７年度から、通行規制時間を午後２時～午前３時、通行料金額を１人あたり4,000円に変更し、登山規制を実施しました。
- また、富士山レンジャー等が軽装登山者に対する登山指導を実施し、安全登山のための取り組みを強化しました。
- 詳細は、山梨県ホームページ（https://www.pref.yamanashi.jp/fujisan/annzenn/documents/r7fujitozan.html）をご覧ください。

22. 山梨県大月市

1．地域概要

対象地域	山梨県 大月市 大月エリア
申請主体	大月市
計画名	富士山観光の「Gateway City Otsuki」におけるオーバーツーリズム対策事業

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	222	124*	320
- 国内	未集計	未集計	未集計
- 訪日外国人旅行者	未集計	未集計	未集計

*令和5年に一部集計漏れあり実数より少なくなっている

地域の特徴・観光資源等

- 大月市は江戸時代に甲州街道の宿場町として発展した歴史を持ち、古くからの文化・歴史資源と、周囲を取り囲む豊かな自然景観の両方に恵まれている
- 東京都心から60分ほどで到着できるアクセスのよさと富士山観光への玄関口（交通の要衝）としてのポテンシャルを有する
- 大月駅は首都圏から富士山へ向かう際の乗り換え駅として機能しており、駅構内は多くの訪日外国人旅行者で賑わっている

協議体制

協議の場

大月市オーバーツーリズム対策協議会

- 令和6年度より実施している本協議会を令和7年度も定期的に開催し、オーバーツーリズムの未然防止のモデルケースとなることを目指す
- 本事業を起爆剤として、大月市内の観光だけではなく、多種多様な地域課題の解決に資する取り組みの活性化につなげる

参加者

行政機関
- 大月市役所産業観光課

有識者等
- 大月短期大学
- 都留文科大学

事業者
- 大月市観光協会 他
鉄道、宿泊、観光、交通事業者 等

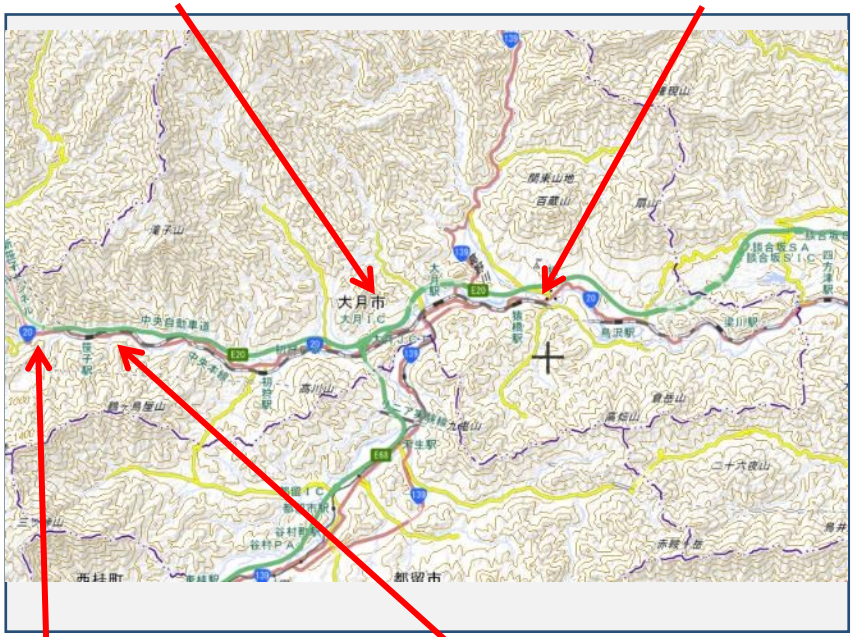
住民関係者
- 大月商店街協同組合
- 大月区／御太刀区

エリアマップ

大月市のシンボル
岩殿山

秀麗富嶽
十二景

日本三奇橋のひとつ
名勝猿橋



樹齢千年を越す矢立の杉

伝統的な酒造り

出典：電子国土WEB（国土地理院）を加工して作成

2．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**	• 首都圏から富士山観光へ向かう訪日外国人旅行者が大月駅構内（乗り換え通路周辺／改札口周辺）に滞留しており、曜日や時間帯により、地域住民の駅構内の移動の妨げになっている	地域住民・観光客
2.	**増加する訪日外国人旅行者の受入体制の未整備**	• 富士山観光から首都圏へ戻る訪日外国人旅行者が大月駅で乗り換える際に改札外に出るケースが増えつつあるが、地域事業者や住民に訪日外国人旅行者の受入体制の整備が十分にできておらず、大月市内での滞在時間の増加につなげられていない	観光客・地域事業者
3.	**きっかけや動機付けの創出**	• 富士山周辺観光地を訪れる訪日外国人旅行者に対して、大月駅周辺の周遊や市内の滞在につなげるため、大月駅改札口の外に出るきっかけや動機付けを創出する必要がある	観光客

① 大月駅構内の混雑

大月駅のJR中央線と富士急行線の乗り換え改札付近に滞留する訪日外国人旅行者

② 訪日外国人旅行者の受入体制の未整備

訪日外国人旅行者を受け入れられていない大月駅周辺

③ きっかけや動機付けの創出

大月市内の観光資源などの情報を伝えるためのツールを積極的に活用していく必要がある

3．背景･要因

主な背景･要因

1. 富士山周辺観光地の一部混雑化

- 富士山は、訪日外国人旅行者にとって非常に人気があり、富士山を望める観光名所や施設には、多くの訪日外国人旅行者が訪れ、一部でかなりの混雑が生じている
- 首都圏から富士山周辺観光地等を訪れる訪日外国人旅行者の多くは、ＪＲ中央本線及び富士急行線を利用するが、鉄道結節点である大月は、通過地点となるため、改札の外に出て、駅周辺や市内を周遊することで富士山周辺観光地の分散などにつなげることができる

上：富士急行大月駅ホーム　下：連絡通路

富士急行大月駅ホームや連絡通路は、富士山周辺観光地を訪れる訪日外国人旅行者で溢れている。特に晴れた日は、富士山の眺望が良いため、より多くの訪日外国人旅行者が訪れる

対照的な光景である

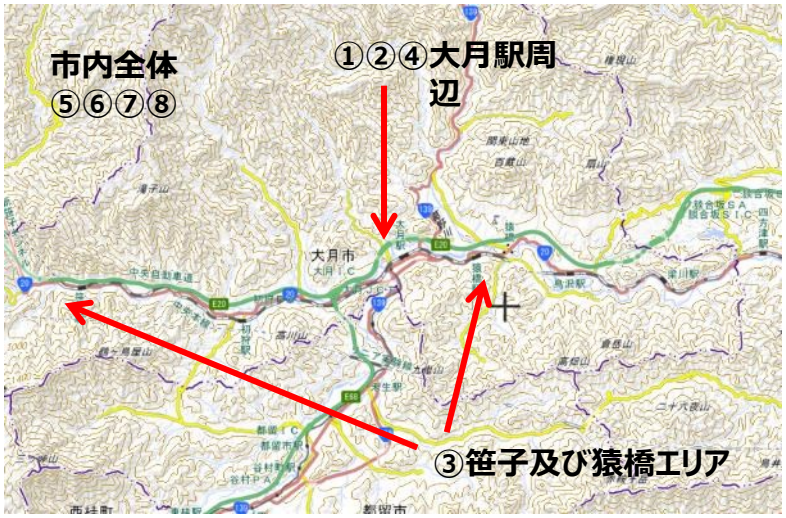
一方で大月駅改札外のロータリーや駅周辺では、訪日外国人旅行者の姿はあまり見られない

上：大月駅前ロータリー
下：晴れの日の駅周辺

4．対策の概要

目指す姿	富士山観光に訪れた訪日外国人旅行者が、その行程の途中で大月市内に立ち寄ることを地域一体となって促進し、好意的に受け入れ、地域住民と訪日外国人旅行者の交流が各所で行われる地域
KGI	大月市内への訪日外国人旅行者の訪問を好意的に受け止める市民の割合 目標値：60%　（令和9年度） 実績値：31%（令和7年度）

- 令和6年度よりオーバーツーリズムの対策事業を開始したが、対策に着手して間もないこともあり、効果を実感できる地点には到達できていない。令和7年度は、令和6年度に形成された協議会参加者間の良好な関係性を軸に事業を推進したい



■補助事業の実施概要

受入環境の整備・増強

① デジタルサイネージならびにWEBコンテンツ活用事業
- 大月駅に関心を持った訪日外国人旅行者に対して適切な情報提供ができていない
- 令和6年度事業にてJR大月駅構内に設置したデジタルサイネージの磨き上げを実施

需要の分散・平準化

② 大月駅周辺における実証実験事業
- 大月駅構内に滞留する訪日外国人旅行者を大月市内に誘導できていない
- 各取組等により、大月駅構内や大月駅周辺に滞留する訪日外国人旅行者に生じる影響の検証を実施

③ 滞在時間創出のための観光コンテンツ活用事業
- 訪日外国人旅行者が大月市内を周遊するためのモデルコースを充実させたい
- モデルコースの定着と前年度の取組から見えてきた地域内の観光資源のコンテンツ化を実施

④ 富士山周辺エリアへの広報PR事業
- 富士山周辺エリアに集中する観光客を大月市内へ誘導できていない
- 富士急行線の電車内への広告の掲出や駅周辺でのPR施策等を実施

地域住民と協働した観光振興

⑤ 地域観光ガイドの育成事業
- 訪日外国人旅行者に対して大月エリアを案内する人材が不足している
- 地域住民を対象とした地域観光ガイドの育成プログラムの運営と磨き上げを実施

調査・分析

⑥ 新たな取組の導入の検討ならびに効果検証事業
- 大月市内を移動する交通手段のニーズに応えられていない
- 前年度事業から見えてきたニーズに対する二次交通導入にする調査や検討を実施

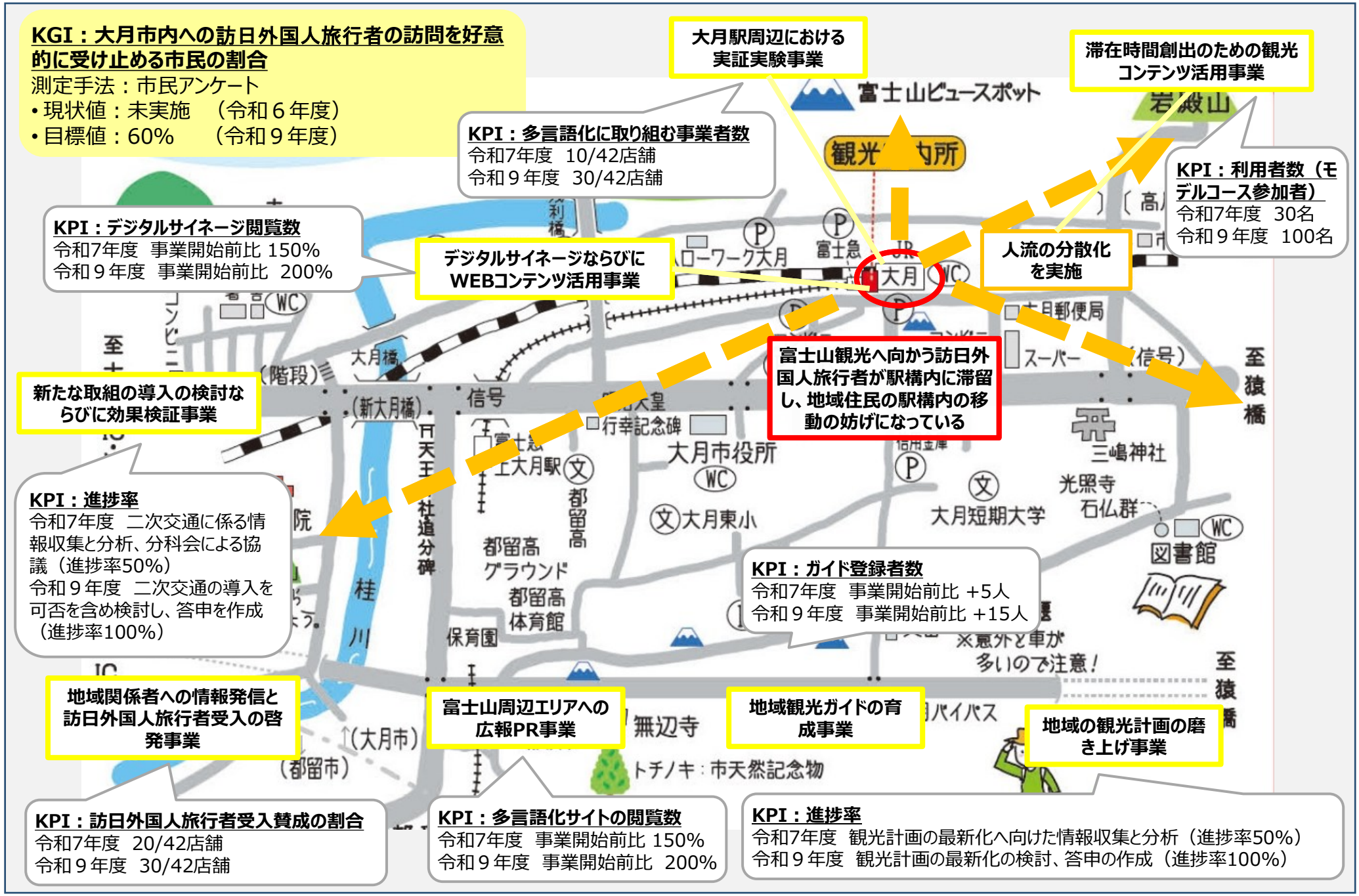
地域全体の観光地域づくりに関わる事業

⑦ 地域関係者への情報発信と外国人観光客受入の啓発事業
- 地域住民や地域事業者が訪日外国人旅行者を受け入れるための理解や認知が深まっていない
- 地域の訪日外国人旅行者受入への理解や認知を深めるための茶話会・セミナー実施

⑧ 地域の観光計画の磨き上げ事業
- 地域の観光計画の更新が滞っており、現状に対応する計画の磨き上げができていない
- 地域関係者や有識者へのヒアリングなど地域内外の知見を反映させる磨き上げ事業を実施

出典：電子国土WEB（国土地理院）を加工して作成

【本地域における取組マップ】



5-①. 主な取組（詳細）

需要の分散･平準化

補助事業②	**大月駅周辺における実証実験事業**		
事業目的	大月駅構内に滞留する訪日外国人旅行者を駅周辺に誘導するための実証実験		
実施主体	大月市	実施期間	令和7年9月～令和8年2月

【背景･課題】

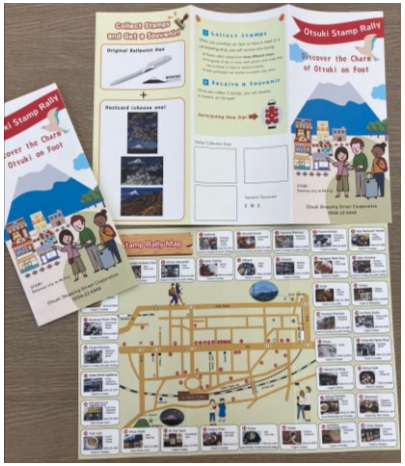
- 大月駅構内に滞留する訪日外国人旅行者を大月市内に誘導できていない

【事業内容】

- 大月駅周辺商店街の魅力を発信するとともに、スタンプラリーを実施し、大月駅周辺を周遊するきっかけとする
- 大月駅周辺商店の多言語化に取り組む

【推進ポイント】

- 訪日外国人旅行者が好むスタンプを押す行為とありのままの商店街を歩いてもらう
- 取り組みをより多くの訪日外国人旅行者に知ってもらうため、富士山周辺や富士急行電車内などにおいて、発信していく必要がある
- 訪日外国人旅行者が大月駅周辺を周遊することで訪日外国人旅行者の受入体制が徐々に構築されるよう取り組んでいく必要がある



スタンプラリーの実施状況

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業②	大月駅周辺における実証実験事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	多言語化に取り組む事業者数

令和7年度に掲げた目標値

- 10/42店舗

事業の成果/目標の検証結果

- 4/42店舗
  その他2店舗（大月駅周辺の組合に加入していない店舗）(事業終了時)

成果の詳細

➢ **事業目的に対する成果**
- 実施期間：令和7年11月9日（月）
  ～令和8年1月16日（金）
- スタンプラリー参加店舗　36店舗
- 参加者　市内：4名　市外：4名
  県外：25名　外国人：32名　計　65名

➢ **事業目的に対する成果**
- 参加者の内訳でみると外国人が約半数を占めることから大月駅周辺を周遊するきっかけとして多少なりとも効果があった
- スタンプラリー参加店の店頭に英語によるポスター（Ｂ３判）の掲出、スタンプラリーの台紙を設置し立ち寄った店でも気軽に参加出来る仕組みとした

➢ **うまくいった点とその理由**
- 大月駅周辺の商店が加盟する大月商店街協同組合が主体となり、周遊を促す取り組みの検討、企画したことにより、加盟店のほぼ全店舗が参加し、実施期間後も自主的に継続している

➢ **課題**
- スタンプラリーをきっかけに訪日外国人旅行者の受入に前向きになったものの、店頭などに多言語による表示までには、至らなかった
- 実際に訪日外国人旅行者が多く立ち寄る大月駅ロータリー周辺の店舗やカフェ等は、多言語化しているものの、一部のエリアに留まらず大月駅を中心に周遊する範囲を広げるような仕組みや仕掛けづくりが必要となる

スタンプラリーの実施状況

令和7年度事業を踏まえた継続課題

多言語表示の壁
- スタンプラリーをきっかけに訪日外国人旅行者の受入に前向きになったものの、店頭などに多言語による表示までには、至らなかった

令和8年度以降の方針

大月駅周辺の周遊施策の検討
- 駅構内の外国人の周遊に効果はあったものの、まだまだ少ないので、スタンプラリーの磨き上げなど、更なる周遊施策を検討する

5-②. 主な取組（詳細）

需要の分散・平準化

補助事業④	**富士山周辺エリアへの広報PR事業**		
事業目的	富士山周辺エリアからの首都圏へ戻る訪日外国人旅行者の大月市内への誘導		
実施主体	大月市	実施期間	令和7年9月～令和8年2月

【背景・課題】

- 富士山周辺エリアにて訪日外国人旅行者に対して、隣接している富士山の玄関口である大月市を発信するとともに、市内観光資源などを周遊するきっかけとなる取り組みをする

【事業内容】

- 富士山観光を終えて首都圏へ戻る訪日外国人旅行者を大月市内へ誘導するために、富士山周辺エリアや富士急行線内中吊り広告にて広報PRを実施する
- 市内の観光情報に加えて、令和7年度に実施する事業の実証的な取組の案内や大月駅周辺にて実施するイベント情報を掲載したチラシを配布する
- 富士山周辺観光地を訪れる訪日外国人旅行者に対して大月駅改札を出る契機となるイベントを実施する

【推進ポイント】

- 富士山周辺エリアにて富士山の玄関口である大月市をＰＲすることと同時に、単一的なＰＲに留めず駅周辺などにおける取り組みなども併せてＰＲを実施していく
- 富士山周辺エリアにて訪日外国人旅行者が立ち寄る・利用する場所等にて重点的にＰＲすると同時にＱＲコードなどを利用して追跡・分析していきたい

富士急行線内中吊り広告イメージ

大月駅前周辺広場イベントイメージ

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業④	富士山周辺エリアへの広報PR事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	多言語化サイトの閲覧数

令和7年度に掲げた目標値

- 事業開始前比150%　（令和7年2月～6月：244アクセス）

事業の成果/目標の検証結果

- 328%（令和7年7月～令和8年1月：802アクセス ）

成果の詳細

➢ **補助事業実施の結果・実績**

- 中吊り広告を富士急行電車内に、9週間36枚、大月のPRや大月駅周辺の取組みを掲出
- 大月駅前にて改札から出てきた訪日外国人旅行者をメインターゲットに大月の伝統文化や日本の文化体験するイベントを実施
  追分人形芝居に触れる（笹子追分人形芝居保存会）
  ミニ織機による織物体験（大月織物研究会
  書道体験（山梨県立都留高校書道部）
  大月市内から撮影された富士山の青空写真展

➢ **事業目的に対する成果**

- 中吊り広告については、乗車時間が１時間程度あるため、多くの訪日外国人旅行者の目に触れる機会を創出した
- 訪日外国人旅行者を含めた観光客が各ブースにて体験することで乗り継ぎ時間などの有効活用を図れた
  体験者数：60名程度

➢ **うまくいった点とその理由**

- 大月駅前で実施したことで、大月市の伝統文化などを訪日外国人旅行者を含めて多くの方の目に触れることで、市内で滞在するきっかけとなったことに加え、参加団体からも継続性望む前向きな意見が多く得られた

➢ **課題**

- 中吊り広告については、ある一定の効果が得られたが、QRコードの掲載が出来ないため、定量的な効果測定が難しい
- 改札外でのイベントへの誘導、それらをきっかけとした市内周遊への誘導
- 定期的な体験機会の創出及び仕組みづくり

富士急行線内中吊り広告掲出状況

大月駅前周辺広場イベント実施状況

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1 情報発信の効果検証

- 中吊り広告については、ある一定の効果が得られたが、QRコードの掲載が出来ないため、定量的な効果測定が難しい

2 単発イベントとして終了している

- 改札外でのイベントへの誘導を実施したものの、それらをきっかけとした市内周遊への誘導にはつながっていない

令和8年度以降の方針

1 定期的なイベント実施の検討

- 令和7年度は実証としてイベントを実施したが、令和8年度以降は定期的なイベントとして実施を検討する

2 モニターツアーとの連携

- イベントに参加した外国人をモニターツアーに誘導するなど、他事業との連携を図る

5-③. 主な取組（詳細）

地域住民と協働した観光振興

補助事業⑤	**地域観光ガイドの育成事業**		
事業目的	大月を訪れる観光客の満足度向上とリピーター獲得		
実施主体	大月市	実施期間	令和7年9月～令和8年2月

【背景・課題】

- 訪日外国人旅行者に対して大月エリアを案内する人材が不足している

【事業内容】

- 主に地域住民を対象とした地域観光ガイドの育成プログラムの運営と磨き上げを行う
- 地域関係者、観光分野に精通した有識者など、多様な講師を招いた講義形式とプログラム参加者間の交流を促すワークショップ形式等を織り交ぜたプログラムを展開する

【推進ポイント】

- 大月市の広報紙などを通じて、市民からガイドを募集し、地域住民の方と一体的に取り組んでいく必要がある
- プログラムを実施してガイドを養成することも目的でもあるが、ガイドの仕組みづくりも見据えて取り組んでいく必要がある

ガイド育成プログラムの様子

5-③. 成果及び今後に向けて

補助事業⑤	地域観光ガイドの育成事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	ガイド登録者数

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• +5人	• +7名（令和７年１２月）

成果の詳細

➢ **補助事業実施の結果・実績**
- 大月市の広報にて参加者募集を行った
- 大月市郷土資料館、大月市観光協会、大月市役所、本事業の関係者、富士山周辺で観光ガイドに従事している方に講師を依頼し、全3日間にわたってプログラムを実施
- その他に希望者を対象に地域の観光スポットに触れる機会を作った

➢ **事業目的に対する成果**
- 募集に対して11名の応募があり、うち7名が全日程参加
- 自主的な参加者に応募してもらいたいという狙いがあったため、募集をあえて大月市の広報に絞った結果、多くの方々に参加していただいた
- 参加者のモチベーションが高かったことから、プログラムの実施期間内に開催されたイベントなどを案内し、実際に地域の観光スポットに足を運んでいただいた
- 令和8年度以降の取組みにも引き続き関わりたいという意向を多くの参加者からいただいた

➢ **うまくいった点とその理由**
- 募集方法を絞ったことにより、自主的に参加した方が多かった
- プログラムの内容に応じて、講義形式とワークショップ形式を織り交ぜて配置したため、参加者間のコミュニケーションが多く生まれた
- 積極的な参加者が前向きな雰囲気の醸成に貢献してくださり、プログラム全体が和やかなものになった

➢ **課題**
- モチベーションの高い参加者の今後への接続が不完全だった
- 参加者の意欲が高く、受講後にガイドとしてどのような活動を想定しているかなどといった意見もあり、従来のボランティアガイド制度と合わせた観光ガイド制度の構築に向けた検討が必要である

ガイド育成プログラムの様子

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1 参加者の満足度
- モチベーションの高い参加者の今後への接続が不完全だった
- 参加者が前向きだったが故にプログラムの内容への要望が出て、一時的にネガティブな状況に陥った

令和8年度以降の方針

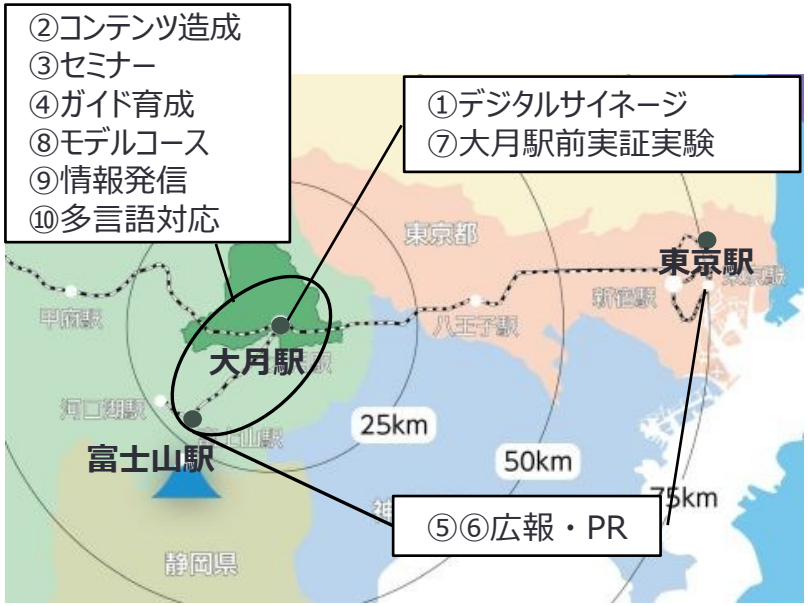
1 地域観光ガイドの育成の継続
- 今後も継続して地域観光ガイドの育成を実施し、ガイド登録者を増加させる
- プログラム内容の充実を図る

2 ガイド登録者の活動場所の創出
- ガイドに登録いただいた方の活躍の場の創出を検討する

3 制度のリニューアル
- 従前より実施してきた観光ボランティアガイドと併せて制度のリニューアルを進める必要がある

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訪日外国人旅行者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
- そもそも訪日外国人旅行者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
- 訪日外国人旅行者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

5-①.主な取組み（詳細）

課題	取組み
大月駅周辺で時間を過ごす可能性がある訪日外国人旅行者に対して、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	**訪日外国人旅行者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

■ **訪日外国人旅行者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

5-①.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

① 樹齢千年超といわれる「矢立の杉」の見学
② 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

① 「妙楽寺」の見学および座禅体験・お茶体験
② 「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
- 事業者側の受入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、どういった風景が喜ばれるか精査が必要

5-①.成果及び今後に向けて

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に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

現状について

- 令和7年度は、地域一体型として事業を実施。

23. 長野県野沢温泉村

1．地域概要

対象地域	長野県 野沢温泉村全域
申請主体	一般社団法人 野沢温泉マウンテンリゾート観光局
計画名	野沢温泉オーバーツーリズム対策計画

観光客データ

	令和31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	701	597	715
- 国内	–	–	–
-訪日外国人旅行者	120.820	4.574	100.978

地域の特徴・観光資源等

- 野沢温泉村は国内有数の豪雪地帯であり、温泉観光を中心に、冬季においてはスキーやスノーボードなどのウィンタースポーツが盛ん。オリンピアンもフィールドにするなど国内外からの評価の高いスノーリゾート地であり、国内・訪日外国人両方の旅行者でにぎわう。
- 野沢温泉村へのアクセスは、北陸新幹線の飯山駅からバス「野沢温泉ライナー」が運行し、旅行客の多くはこのバスを利用するが、最近ではレンタカーの利用も増えている。

協議体制

協議の場

野沢温泉オーバーツーリズム対策協議会

- 事業はDMO主要5団体で連携して行う。
- 観光業従事者が全体の8割であり、5団体での連携を持って、地域住民の意向も踏まえた検討・協議が可能である。

参加者

行政機関
- 野沢温泉村

事業者
- 地元団体（商工会、旅館組合、スキー場）
- のざわ温泉交通
- ＪＲ東日本（予定）

有識者等
- 東京都立大学 清水哲夫教授

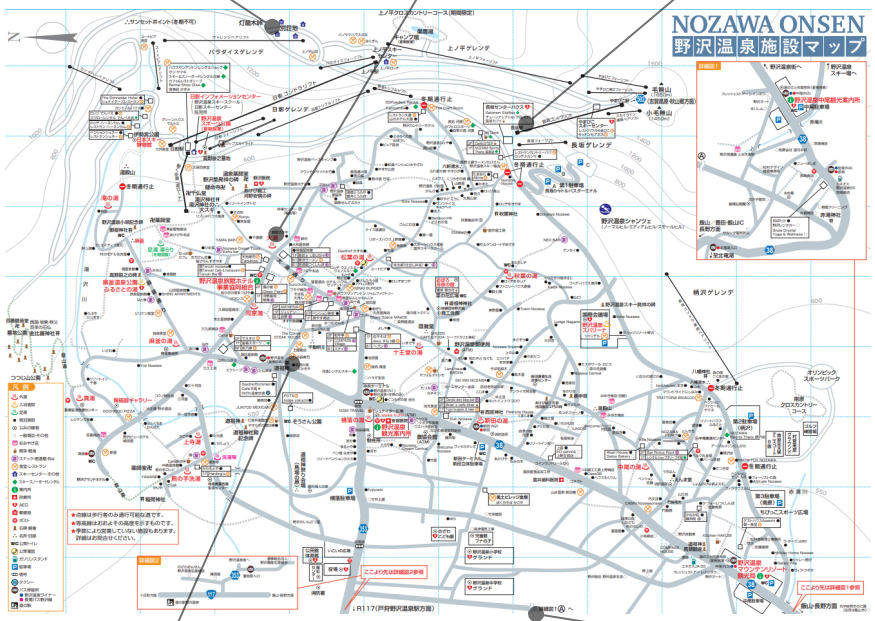
住民関係者
- 地元団体（商工会、旅館組合、スキー場）

エリアマップ

野沢温泉スキー場

13の外湯/温泉文化

長坂ゴンドラ



野沢温泉中央バスターミナル

谷地系の温泉街エリア

2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**公共交通事業の担い手の不足、公共交通の混雑、自動車依存**	• 野沢温泉村でバス・タクシー事業を営む「のざわ温泉交通株式会社」では、ドライバー不足と働き方改革に伴う国の指導により事業を縮小している。例えば、タクシーの営業時間は8:00～18:00となり、朝や夜間における公共交通による移動サービスが途絶えている状況にある。 • 訪日外国人旅行者も多く利用する「野沢温泉ライナー」では、ピーク時間帯では乗り切れない状況も発生、新幹線に間に合わなかった、といった意見も挙がり、リゾート地としての信頼性低下にもつながっている。 • 上記のとおり今後も公共交通の利便性低下が想定され、それに伴い自動車来訪が増加、小さな道で構成される村の中心地では、自動車によって交通安全の低下や街で過ごす快適性が損なわれ、リゾート地としてだけでなく居住エリアとしての魅力も低下する懸念がある。	国内外の観光客 地域住民
2.	**観光客のマナー問題**	• 特に訪日外国人旅行者による、ごみのポイ捨て、夜間の騒音（夜飲みによる深夜の大声での会話）、レンタカーの違法駐車による除雪の妨げなどが発生し、地域住民に迷惑が生じている。 • 村の主要産業が観光事業であり、リゾート地としてのブランド価値を高めたい一方で、地域住民との共存のバランスが課題となっている。	地域住民
3.	**関係者が一体となりモビリティに対して協議する場がない**	• オーバーツーリズムに起因するモビリティ（観光交通や地域の公共交通）に関する様々な問題が生じているものの、村内の交通状況、村民や観光客の移動実態も把握されず、モビリティに関する現状診断が行われていない。また、村内関係者が一体となりモビリティが抱える問題に対処・議論する場がなく、地域が連携して施策を講じる体制が整っていない。 • さらに、オーバーツーリズム対策を講ずる先にある、リゾート地としての将来の野沢温泉村のあるべき姿が関係者間で共有されておらず、一致団結した取組ができていない。	国内外の観光客 地域住民

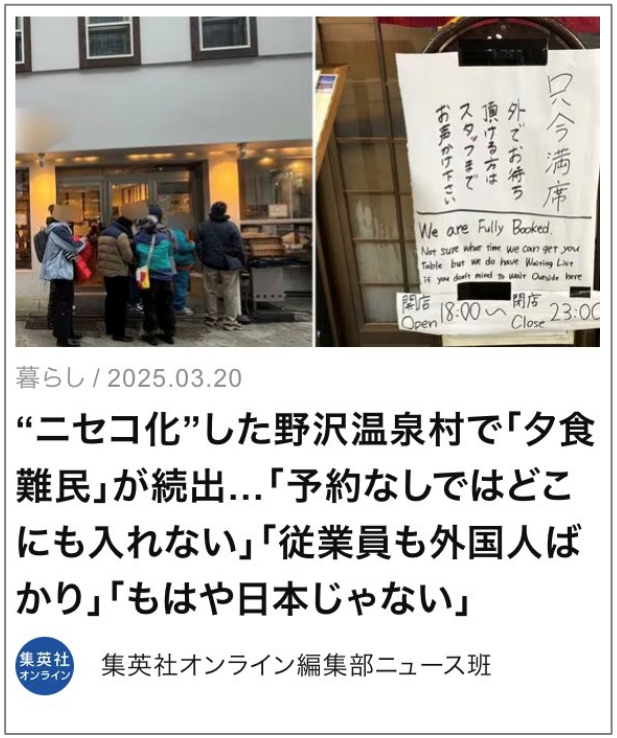
1 冬季シャトルバスを待つ観光客の待ち行列の状況

2 村内の落書き 日本語でないものも散見される

3 村のメインストリートである大湯通りの自動車流入の様子（生活交通のほか、冬季は観光のクルマが多く通行する）

3．背景・要因

主な背景・要因	
1. **アクセス方法の多様化**	• 野沢温泉村は国内有数の豪雪地帯であり、温泉観光を中心に、冬季においてはスキーやスノーボードなどのウィンタースポーツが盛ん。オリンピアンもフィールドにするなど国内外からの評価の高いスノーリゾート地であり、国内・訪日外国人両方の旅行者でにぎわう。 • 野沢温泉村へのアクセスは、北陸新幹線の飯山駅からバス「野沢温泉ライナー」が運行し、旅行客の多くはこのバスを利用するが、最近ではレンタカーの利用も増えている。
2. **季節変動性と訪日外国人旅行者の急増**	• 観光入込客数のうち、毎年50%以上がスキー観光により構成されており、一方で温泉観光を中心としたスキー観光以外の観光入込客数は年間25万人前後で安定している。 • 野沢温泉村の宿泊者数のうち外国人は３割ほど、野沢温泉村の訪日外国人旅行者の延べ宿泊数は、松本市、軽井沢町、長野市に次ぐ、長野県内４位である。



暮らし / 2025.03.20

“ニセコ化”した野沢温泉村で「夕食難民」が続出…「予約なしではどこにも入れない」「従業員も外国人ばかり」「もはや日本じゃない」

集英社オンライン編集部ニュース班

https://shueisha.online/articles/-/253412#goog_rewarded

移住したくても「家が見つからない」…訪日客に沸く野沢温泉、物件「争奪戦」になる特別な事情

2024/02/08 06:05

f シェア　𝕏 ポスト　B! ブックマーク

記事をクリッピング

外国人観光客でにぎわう温泉街＝１日、野沢温泉村

趣のある建築の外湯（共同浴場）が点在する路地を、外国人観光客が行き交う。温泉やスキー場が国際的に知られる下高井郡野沢温泉村。観光立村を支えるのが、冬場に多い外国人客の存在だ。

宿泊施設でスタッフとして働く誉田(こんだ)貴子さん（３２）は、活気あふれる温泉街の様子とは裏腹に、浮かない表情で言う。「家が見つからないんですよね」

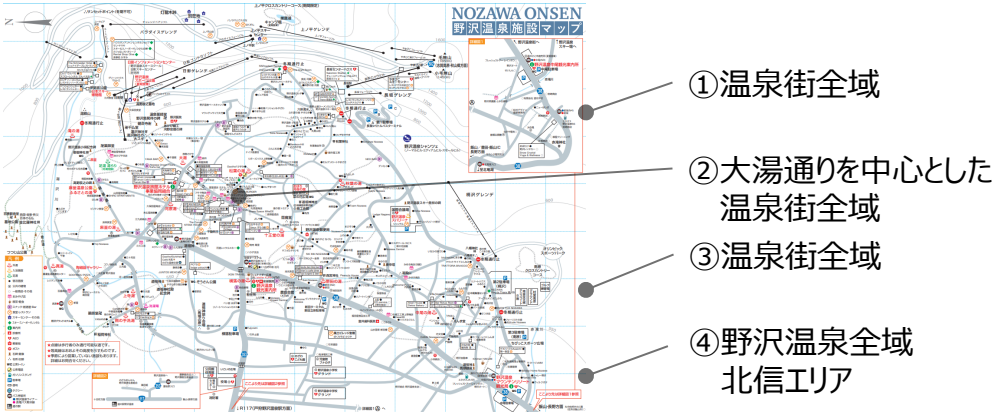
京都市出身。子どもの頃からスキー競技に打ち込み、何度も訪れた村に愛着を抱いて昨

https://www.shinmai.co.jp/news/article/CNTS2024020701133

4．対策の概要

目指す姿	カーフリービレッジによる村民ウェルビーイングの実現
KGI	（指標）観光客と共存する住環境に対する村民の満足度
	目標値：90%(令和12年度) 実績値：35.4%（令和7年度）

- 本計画は冬季シーズンに事業を実施する。事業開始前と開始後にアンケート調査を実施し、事業効果を把握していく予定である。



■補助事業の実施概要

需要の分散・平準化

①村内のスキー場シャトルバスの混雑状況の可視化と情報提供

【背景・課題】

- 冬季限定で村内の中心地とスキー場を巡回するシャトルバスが運行しているが、ピークの時間帯では車内混雑により乗り切れない状況が発生している。
- しかしこの状況をデータで把握できていないことから、車内カメラ等を設置し、混雑状況や乗降状況を把握する。
- この結果を運行事業者に提供し、利用予定の方に事前に案内するなど、シャトルバス利用時間帯の平準化を図る。

【事業内容】

- 冬季に運行するシャトルバスの混雑状況の可視化
- 運行事業者や利用者への情報提供

マナー違反の防止・抑制

②マナー啓発のための動画作成と配信

【背景・課題】

- 特に訪日外国人旅行者による、ごみのポイ捨て、夜間の騒音、レンタカーの違法駐車等のマナー問題が発生している。

【事業内容】

- ごみのポイ捨て、夜間の騒音、落書き、駐車マナーのほか、地域住民も利用する外湯の利用方法も含めて、マナーの意識啓発を図る英語の動画等を作成する。
- 動画は、野沢温泉ライナーの車内モニターに投影し、訪日外国人旅行者に対し、効果的に周知する。

調査・分析

③オーバーツーリズムの解消・緩和に向けた現状診断

【背景・課題】

- 野沢温泉村では、観光客が乗車するクルマの流出入の状況や公共交通の混雑状況、また村民の観光客の受入環境の意向などが、数字で把握できていない実態がある。

【事業内容】

- そこで、オーバーツーリズムの状況や地域内交通の現状診断を行うため、人流データの分析のほか、村内を出入りする車両の調査と、村民の観光客の受入環境等を把握するアンケート調査を実施する。

地域全体の観光地域づくりに関わる事業

④野沢温泉におけるモビリティ将来構想の検討

【背景・課題】

- 温泉街は狭い通りに飲食店が集中しており、歩いて楽しむ魅力があるが、車両交通量が多く車両と歩行者が混在する空間となっている。

【事業内容】

- DMOを主体とし、地域の関係事業者と学識経験者が参画する協議会を組成、運営する。
- 専門家を招いて、地域内の観光・地域の交通事情を分析するとともに、勉強会等の開催を通じて、交通まちづくりの観点から、将来のあり方（DMOが掲げるカーフリーリゾート）を提示し、関係者との共有を図る。
- 地域交通の現状診断結果を踏まえ、有効と考えられるオーバーツーリズム対策やモビリティ施策について関係者と議論し、実効性ある対策計画を立案する。
- 将来的には、村内中心地へのクルマの乗り入れを制限し、人中心の道路空間とすることで、村民のウェルビーイングを高め、環境にもやさしいカーフリーリゾートを目指すことを検討する。

【本地域における取組マップ】

KGI：観光客と共存する住環境に対する村民の満足度
- 測定手法：村民へのアンケート
- 現状値：35.4%（令和7年度）
- 目標値：90%（令和12年度）

KPI：住民の対策計画に対する認知度
年度内：50%（令和7年度）
中期　：80%（令和9年度）

野沢温泉におけるモビリティ将来構想の検討

マナー啓発のための動画作成と配信

KPI：村民の観光客受入環境に対する意向のうち、マナー違反に対する不満足の割合
年度内：30%（令和7年度）
中期　：10%（令和9年度）

公共交通事業の担い手不足、自動車来訪の増加

特に訪日外国人旅行者による、ごみのポイ捨て、夜間の騒音（夜飲みによる深夜の大声での会話）、レンタカーの違法駐車による除雪の妨げなどが発生

オーバーツーリズムの解消・緩和に向けた現状診断

KPI村民の観光客受入環境に対する意向のうち、混雑に対する不満足の割合
年度内：30%（令和7年度）
中期　：10%（令和9年度）

新幹線発着駅から運行するシャトルバス「野沢温泉ライナー」の混雑（乗り切れない状況も発生）

村内のスキー場シャトルバスの混雑状況の可視化と情報提供

KPI：バス停での積み残し回数
年度内：年間16回（令和7年度）
中期　：年間7回（令和9年度）

受入環境の整備・増強

補助事業①	**村内のスキー場シャトルバスの混雑状況の可視化と情報提供**		
事業目的	冬季に運行するシャトルバスの混雑状況の可視化と、運行事業者や利用者への情報提供		
実施主体	一般社団法人 野沢温泉マウンテンリゾート観光局	**実施期間**	令和7年10月～令和8年2月

【背景・課題】
- 冬季限定で村内の中心地とスキー場を巡回するシャトルバスが運行されているが、ピークの時間帯では車内混雑により乗り切れない状況が発生している。しかしこの状況は、事象として関係者に認識されているものの、データなどで客観的に把握できておらず、具体的な対策を検討できない状況である。
- 村内の観光客が主に利用する公共交通の中でも混雑状況をデータで把握できていないのが本シャトルバスであることから、本事業を選定した。

【事業内容】
- バス車内に定点カメラ（ドライブレコーダー）等を取り付け、運行中の車内状況を撮影、各便の混雑状況や乗降人数を把握・集計する。
- その上で、乗り切れない状況が発生する時間帯やバス停などの傾向を分析し、運行事業者や利用者へ混雑状況について情報提供する。
- 冬季シーズン開始前（～12月）までに調査の実施計画を策定、シーズン初期（1月）に調査を実施、シーズン中盤（2月）に情報提供の実験を行い、シャトルバス利用時間帯の平準化を図る。

【推進ポイント】
- 利用者へ事前の情報提供をするが、混雑による不便改善の有効な手段であるかを判断するためにも、調査結果から明らかな混雑の傾向を把握し、運行事業者の理解・協力を得ることがポイントとなる。

◀冬季シャトルバスを
待つ観光客の
待ち行列の状況

◀シャトルバスの
バスロケーション提供
（表示は日本語のみ、
混雑状況などは
提供されていない）

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	村内のスキー場シャトルバスの混雑状況の可視化と情報提供

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	バス停での積み残し回数

令和7年度に掲げた目標値

- 16回

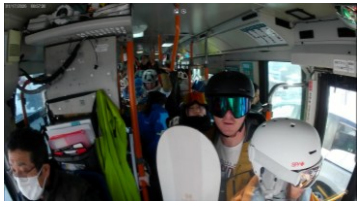
事業の成果/目標の検証結果

- 1回/日（現状値のみ本事業にて把握）

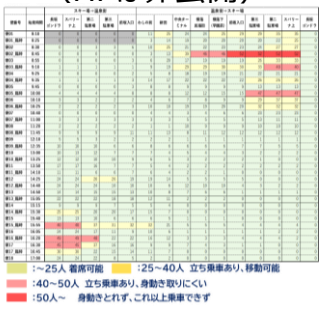
成果の詳細

- 指標とした「バス停での積み残し」は、調査日では1便のみの発生だったが、滞在日数の長い訪日外国人のスキー客と、休日に訪れる国内スキー客の来訪が重なる、連休や日曜日は、より混雑や積み残しが発生する可能性が高いことを、バスドライバー等からのヒアリングにより把握した。
- これまで混雑実態が定量的に把握されていなかった状況から、本調査によって明らかにすることができた。
- また車内混雑緩和に向けた改善ポイントを示すことができた。

バス車内の混雑状況



各便・各区間の車内混雑（HPは非公開）



令和7年度事業を踏まえた継続課題

データ収集・分析

- 車内混雑は日取りや曜日によって混雑状況が変動するため一般化するのが難しく、継続的な観測やリアルタイム情報の取得が望まれる。
- 混雑分散を図る情報提供は、お願いベース（利用者の自主的な行動変容を促す）での案内では、平準化の効果は限定的と推測される。
- そのためサービス供給面での混雑緩和対策として、運行便数の増加、運行間隔の平準化、運行ルートの変更、リアルタイム情報の取得による関係者間の情報連携などの施策について検討の余地があるといえる。

令和8年度以降の方針

データ収集・分析

- 人流、車両データを継続的に取得し、混雑状況を把握する。
- シャトルバスドライバー、駐車場運営スタッフ、スキー場マイクロバスドライバーが混雑状況を共有し連携できるシステムを構築する。

5-②. 主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業②	**マナー啓発のための動画作成と配信**		
事業目的	訪日外国人旅行者の村内滞在時のマナー向上		
実施主体	一般社団法人 野沢温泉マウンテンリゾート観光局	**実施期間**	令和7年10月～令和8年2月

【背景・課題】
外国人のマナー問題は、村民の暮らしと観光客のおもてなし環境に影響を及ぼしており、喫緊に対策が必要であることから、本事業を選定した。

【事業内容】
- ごみのポイ捨て、夜間の騒音、落書き、駐車マナーのほか、地域住民も利用する外湯の利用方法も含めて、マナーの意識啓発を図る動画を作成する。
- 冬季シーズン開始（12月～）に間に合わせるため、11月までに動画などの作成と配信準備を終える。

【推進ポイント】
- 動画コンテンツ作成にあり、外国人のマナー違反行為による実情を訴えるため、村民や観光事業者へのヒアリングにより、リアルな実情報（例えば、飲み終わった瓶を雪に突っ込んで帰り、除雪時に瓶が割れて飛び散り危ない、など）を聞き取り、実情に即したマナー啓発動画とする。
- 各地のルール（ニセコ・白馬）を確認し、掲載内容に留意する。
  - ・倶知安町暮らしのマナー https://www.town.kutchan.hokkaido.jp/Living_Information/kurasi_kankyoutaisaku/5513/
  - ・ニセコマナー向上キャンペーン https://www.hokkaido-np.co.jp/article/1269717/
  - ・白馬村マナー条例 https://www.vill.hakuba.lg.jp/material/files/group/2/manazyoureiseitei.pdf

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業②	マナー啓発のための動画作成と配信

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	村民の観光客受入環境に対する意向のうちマナー違反に対する不満足の割合

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 30%（令和7年度） 10%（令和9年度）	• 58.2% （令和7年度）

成果の詳細

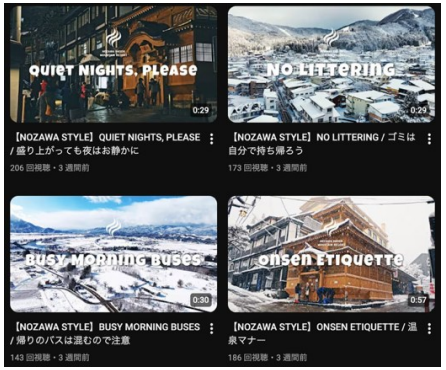
訪日外国人専門家、関係者を含めた検討の会議体を設け、複数回の検討ののちに、マナー啓発のテーマを設定した。

「Quiet Night Please」「No Littering」「Busy Morning Buses」「Onsen Etiquette」として、個別で表現できる形式として制作した。

Youtube Facebook Instagramをはじめ関係HPなどで周知、Instagramにて3,000いいねなどを得た。

マナー啓発映像作成者に対して、地域側が細かなディレクションを行ったことにより、地域の事情を正確に反映した映像となった。

禁止ばかりをアピールするのではなく、レスポンシブルトラベルとしての表現を行うことができた。



作成マナー啓発動画のyoutubeサムネイル

令和7年度事業を踏まえた継続課題

- 特になし

令和8年度以降の方針

1 観光産業の維持・オーバーツーリズム対策

- 住民感情の推移把握と、対応の柔軟化
- 旅行会社に対する、入域誓約書の導入検討

2 その他

- ウィンターシーズンが終わった後のアンケート調査の実施
- 観光マスタープランにおける取組事項の検討

5－③．主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業③	**オーバーツーリズムの解消・緩和に向けた現状診断**		
事業目的	来訪ピークや地域内交通の実態把握と現状診断		
実施主体	一般社団法人 野沢温泉マウンテンリゾート観光局	**実施期間**	令和7年10月～令和8年2月

【背景・課題】
データによる実態把握がなされておらず、地域全体の観光地域づくりに関わる事業において地域協議を円滑に進めるためにも、調査実施とその分析が必要となることから、本事業を選定した。

【事業内容】
村では、観光客が乗車するクルマの流出入の状況や公共交通の混雑状況、村民の観光客の受入意向などを、数字で把握できていないのが実態である。
そこで、オーバーツーリズムの状況や地域内交通の現状診断を行うため、人流データの分析、村内を出入りする車両の調査、村民の観光客の受入環境等を把握するアンケート調査を実施し、観光客のピーク時間帯や日常生活行動への影響を把握した。
村民へのアンケート調査は冬季シーズンが始まる前の11月、車両の調査はシーズン中（1月）に実施した。

【推進ポイント】
村民アンケートではオーバーツーリズム対策のKGI・KPIの現状値を把握するほか、村民の日常的な外出行動を尋ね、オーバーツーリズムによる影響、地域内交通の意向等を把握し、将来的に村が地域公共交通の維持・確保に取り組むきっかけとなる調査内容とすることで、村の協力・理解を得て、調査を実施した。
車両の調査は、村民の車や観光客のレンタカー等の判別を画像解析技術を試験的に活用し、令和8年度以降、カーフリービレッジの実現に向けた交通需要マネジメントを検討する際に、常時の車両観測のきっかけづくりとした。

◀村内中心地へのアクセス道路となる県道

◀村民の日常の移動手段にもなっている「野沢温泉ライナー」（平日朝の利用）

5－③. 成果及び今後に向けて

補助事業③	オーバーツーリズムの解消・緩和に向けた現状診断

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	村民の観光客受入環境に対する意向のうち、混雑に対する不満足の割合

令和7年度に掲げた目標値

- 30%

事業の成果/目標の検証結果

- 55.8% （令和7年度）

成果の詳細

- 人流データの分析、村内を出入りする車両の調査、村民の観光客の受入環境等を把握するアンケート調査を実施し、観光客のピーク時間帯や日常生活行動への影響を把握した。
- 車両調査では、土休日の並びや天候ごとに村内流入のボリュームとその変動を把握した。

車両調査結果

令和7年度事業を踏まえた継続課題

データ収集・分析

- 村内流入の自動車交通量やスキー場来訪者数は把握できたものの、温泉街含めたエリアでの滞在人数や訪日外国人旅行者や国内旅行者の内訳、消費額など把握できない数値がある。
- アンケートは村民受容性の観点からサンプルに偏りが生じ、特に若年や公共交通利用者の移動実態把握が課題である。

令和8年度以降の方針

データ収集・分析

- 人流、車両データを継続的に取得し、混雑状況を把握する。

24. 岐阜県高山市

１．地域概要

計画名	「住んでよし、訪れてよし」の持続可能な地域の実現に向けた観光課題対策事業
対象エリア	高山市
実施主体	岐阜県県高山市
年間観光客入込数	約407万人（令和5年）
年間宿泊者総数	1,918千人（令和５年） （内外国人観光客数452千人）
主な観光資源	伝統的町並、高山祭（ユネスコ無形文化遺産）、乗鞍山麓五色ヶ原の森（第16回エコツーリズム大賞）等

古い町並

乗鞍山麓五色ヶ原の森

● 観光ビジョン

国際観光都市 飛騨高山

- 飛騨高山特有の風土と飛騨人（先人）が生み出し、先人たちが守り、築き上げてきた自然や歴史・伝統が後世に引き継がれるとともに、それらを活かした地域経済の発展が図られ、心豊かな暮らしが営まれている、国内外から選ばれ続ける「国際観光都市　飛騨高山」の実現を目指す

※現在、（一社）飛騨・高山観光コンベンション協会において「飛騨高山 観光ビジョン2025～2029」を作成中

● 推進体制（協議の場）

観光課題対策事業　実務者懇話会

- 全体会を令和６年度中に２回、各部会を2～6回開催予定。
  ※懇話会開催前には「持続可能な観光に関する勉強会」を2回開催し、当該分野の内容や高山市の状況について関係者と共有

行政機関	住民関係者
高山市	（一社）飛騨・高山観光コンベンション協会
	（一社）奥飛騨温泉郷観光協会
事業者	
JR東海　高山駅	飛騨高山旅館ホテル協同組合　等
濃飛乗合自動車株式会社	

１．地域概要　推進体制

実務者懇話会で幅広い関係者から意見を聴取、事業詳細については各部会において検討を図る

観光課題対策事業　実務者懇話会（事業実施主体：高山市（観光課））

【役割】
- **持続可能な観光にかかる課題の共有**
- 本事業の**実施内容にかかる意見聴取**
- 次年度以降の取組や会議体のあり方に係る意見聴取
- 本事業の**実施結果についての共有**

【構成員】
- **公共交通**
  - 東海旅客鉄道（株）　高山駅
  - 濃飛乗合自動車（株）
  - 岐阜県タクシー協会飛騨支部
- **観光関連団体**
  - （一社）飛騨・高山観光コンベンション協会
  - （一社）奥飛騨温泉郷観光協会
  - 高山市旅館ホテル連絡協議会
- **高山市**
  - 副市長
  - 関係各課
    （危機管理課、医療政策課、都市計画課、環境政策課　等）
- **メディア**
  - 飛騨高山ケーブルネットワーク（株）
  - （株）飛騨高山テレ・エフエム
- **医療機関**
  - 高山赤十字病院
  - 久美愛厚生病院
- **官公庁**
  - 高山警察署
  - 中部運輸局（オブザーバー）

【実施日】
第1回：2024/11/18
第2回：2025/02/04

11月18日
懇話会開催時の様子

各部会について、検討課題に応じ適宜関係事業者・団体より意見聴取を実施

マネジメント指標検討部会

【構成員】
- 高山市観光課
- （一社）飛騨・高山観光コンベンション協会

※ アドバイザー　東洋大学国際観光学部
教授　古屋　秀樹　氏

【開催頻度】
11月～2月に計6回開催

TAKAYAMA STYLE(仮称）検討部会 マナー啓発部会

【構成員】
- 高山市観光課
- （一社）飛騨・高山観光コンベンション協会

【開催頻度】
11月~2月までに計4回開催

災害時旅行者対応検討部会

【構成員】
- 高山市観光課、危機管理課、高山市消防本部
- 東海旅客鉄道（株）高山駅
- 濃飛乗合自動車（株）

【開催頻度】
11月～2月までに計2回開催

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.	**観光マネジメント指標における内容の不足**	• 観光客に関する指標（入込客数、宿泊客数等）は存在するが、**住民や観光関連従事者等に係る指標がない。** • 結果、**「住んでよし、訪れてよし」の観光地といえるか定量的に測れない**状況にある。	地域住民・事業者
2.	**市民生活と観光振興の調和**	• **市中心部への観光客の集中。** • 観光客のごみや交通ルール違反など**特に外国人観光客増加に起因する課題が存在。** ※観光客来訪が生活環境に与える影響に関して、「交通渋滞や混雑」「観光客のマナー違反」といったマイナスの影響を感じている市民も一定数存在。	地域住民
3.	**災害発生時における情報伝達の確立**	• 発災時における**観光客に対する情報発信の具体行動が明確化されていない。** ※能登半島地震発災時には、公共交通機関の運休等により観光客が行き場を失い、市職員がJR高山駅周辺にて対応に当たった。	観光客

1.観光マネジメント指標の不足

	H31・R1	R2	R3	R4	R5	R5/R4
アジア	340,443	85,808	1,341	20,492	171,475	836.79%
中東	14,286	99	2	1,925	9,291	482.65%
ヨーロッパ	142,190	6,081	100	5,302	107,584	2029.12%
北米	43,600	2,540	159	4,296	38,461	895.27%
中南米	8,076	736	46	441	5,780	1310.66%
オセアニア	30,064	3,587	11	2,359	23,885	1012.51%
アフリカ	1,347	27	3	24	526	2191.67%
在日	-	585	1,034	152	721	474.34%
不詳	32,198	9,257	298	5,502	94,777	1722.59%
計	612,204	108,720	2,993	40,493	452,500	1117.48%

「観光統計」において国・地域別の年間宿泊者数を公開

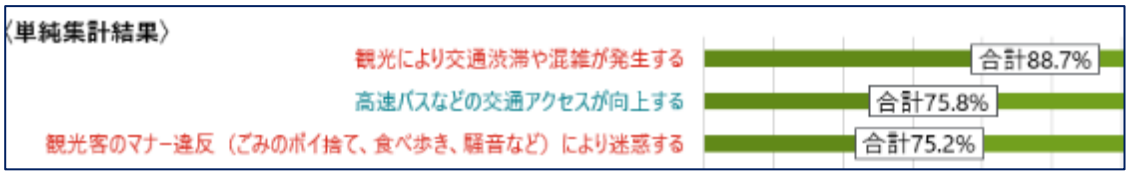
V）高山の観光の満足度について

エリア	東アジア	東南アジア	欧州
1）高山の観光の満足度とその理由	非常に満足：52% （食べ物が美味しい、景色（人が少なくて良い）、町並み、温泉、人が優しい） 概ね満足：47% （開店時間が早い、雪が降らなかった、宿泊施設に不満）	非常に満足：69% （食べ物・酒が美味しい、景色、雪、町並み、温泉、人が優しい） 概ね満足：31% （ホスピタリティ、英語が通じる、開店時間が早い）	非常に満足：75% （景色、町並み、祭、温泉、料理・酒、歴史、人が優しい、徒歩圏内で観光できる、英語が通じる） 概ね満足：19% （ナイトライフを楽しめない）

「外国人旅行者ヒアリング調査」の分析結果（滞在満足度等）を公開

２．市民生活と観光振興の調和

観光客の増加により、飲食店前に出来る行列



交通渋滞や混雑、マナー違反に対するネガティブな意見が多い
（令和5年「高山市の観光に関する意識調査」結果抜粋）

3．災害発生時における情報伝達の確立

- 能登半島地震発災直後のJR高山駅の様子
- 多数の外国人観光客が滞留、市職員が紙資料にて案内

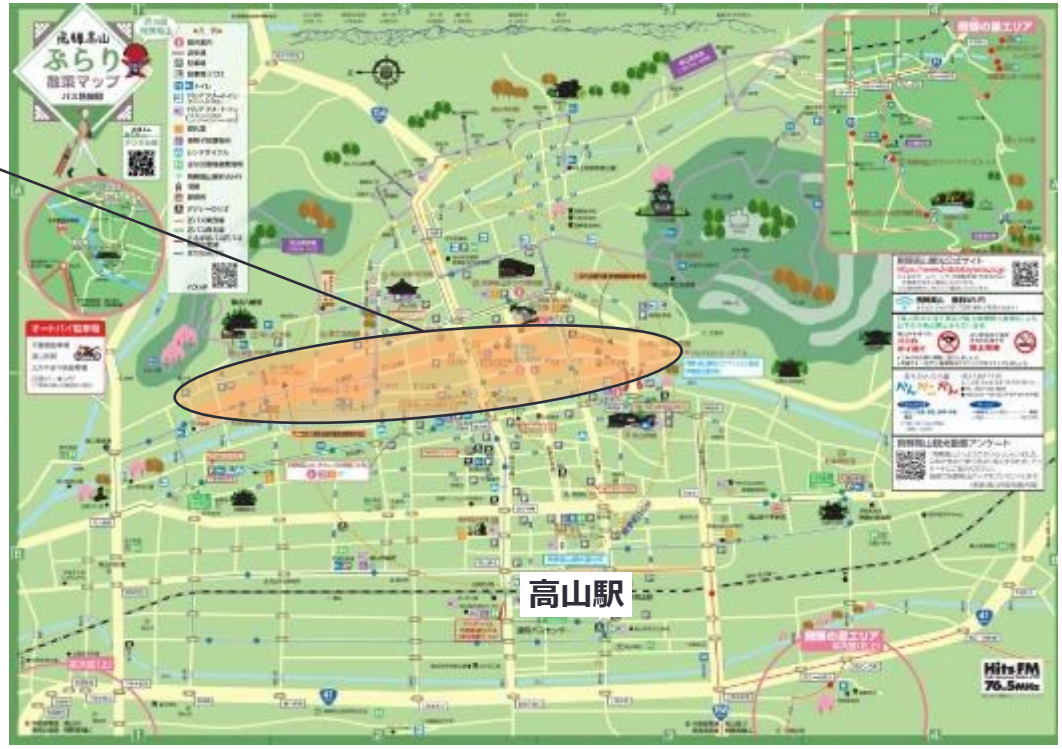
３．背景・要因

● 課題の背景・要因

主な背景・要因	
１．観光地と住民生活の近接性、特定エリア（古い町並）への集中	• 主な観光スポットである「古い町並」は市中心部に位置しているため、観光スポット内及び周辺は市民の居住エリアであることから、観光スポット周辺の道路の混雑、観光客によるマナー問題等が、住環境に直接的な影響を与える • 「古い町並」に観光客が集中しており、現状では場所の分散化が図れていない
２．旅行者と共有すべき「地域として守るべき価値」が言語化できていない	• 高山に訪れる観光客を対象としたマナー啓発に留まらず、より広範な意味を持つ高山が大切にしているものについて、定義の上で、観光客だけでなく住民にも認識していただく必要がある

三町・下二之町大新町伝統的建造物群保存地区

高山駅から徒歩約15分　面積：約11ヘクタール
※当地区内及び周辺エリアは、市民の居住エリアである



高山市内6施設間の立ち寄り状況
（日本人,2024年1－9月）

1地点のみが**半数以下**.
他地点とのセットで滞在

	飛騨の里	三町伝建地区	宮川朝市	飛騨高山まちの博物館	屋台会館	新穂高ロープウェイ
施設別来訪者数	31,602	368,597	178,689	54,384	21,494	130,955
1地点のみ	53%	63%	40%	35%	26%	84%
2施設	29%	31%	48%	44%	45%	12%
三町伝建	21%		39%	34%	16%	8%
まちの博物館		4%	5%	8%	14%	
朝市	3%	22%				2%
3施設以上	18%	6%	11%	20%	29%	4%

2施設の上位2位を抽出

（分析： 東洋大学国際観光学部 教授 古屋 秀樹 氏）

4．対策の概要

- 外国人旅行者数の急回復に伴い、ごみ・交通違反などマナー問題等により住民の生活の快適性に影響を及ぼしていることが、令和5年度に実施した「高山市の観光に関する意識調査」の結果からも明らかになった
- また、地震、豪雨等の災害時における旅行者に対する情報発信・対応等、受入面での課題も表面化している
- こうしたことから観光に係る諸課題に対して対策を講じ、「住んでよし、訪れてよし」の持続可能な地域の実現を目指す

受入環境整備　**調査・分析**

取組み　**①指標設定および指標に基づいたマネジメント体制の構築**

内容

a. マネジメント指標の設定
b. 指標の基となるデータ収集及び分析手法の検討
c. 「観光課題対策事業　実務者懇話会」の開催
- オーバーツーリズムの未然防止等を図っていくためには、マネジメント指標及びマネジメント体制を構築することが必要であるため、当該指標を設定する

取組み　**②市民生活と観光振興の調和を図るための施策の具体化と実行**

内容

a. 観光客に提唱する旅行スタイル（TAKAYAMA STYLE （仮称））の方針及び具体案を作成
b. 看板設置やバス車内動画等により旅行者に求めるマナーの周知
c. 混雑の緩和を目的とした、支所地域の観光スポット及び二次交通情報の発信強化
d. 市民を対象とした、市の広報媒体等を用いた観光に係る経済効果等の周知
- 市民の観光振興に対する理解を高めるために、マナー・渋滞対策を行っていくと同時に市民に対してわかりやすく観光振興の意義や効果を伝える必要がある

取組み　**③災害時の体制構築事業**

内容

a. 既存計画等の課題整理・分析・見直し・方針作成
b. 災害時の最適な情報発信の仕組み等の検討
c. 非常時における体系的な情報伝達経路・手段（デジタルサイネージやWEB媒体）の確立
- 令和6年1月1日能登半島地震発災時、公共交通機関の運休等により多数の観光客が行き場を失い、市関係職員がJR高山駅周辺において対応に当たった
- 外国人観光客がV字回復する中、災害発生時には、関係機関が連携し効率的・効果的にひとりでも多くの観光客に対して必要とする情報を伝達するために、災害時の体制や手段の見直し、確立を目指す

５-①. 主な取組み（詳細）

課題	取組み
市民生活と観光振興の調和を図ることができていない可能性がある	**市民生活と観光振興の調和を図るための施策の具体化と実行** マナー啓発多言語周知ツール等を作成し、市内駐車場等に看板を設置 • 実施期間：令和6年10月～令和7年2月 • 実施主体：高山市

事業内容

■ 市民生活と観光振興の調和を図るための施策の具体化と実行

- 旅行者の来訪が市民の生活・住環境の悪化などを引き起こすことが無いよう、市内滞在時のマナー・ルールの順守について市内駐車場への啓発看板を設置
- 11月～2月にマナー啓発部会にて計4回開催の協議を行い作成
- **「with Respect」**を軸として据え、**マナー啓発**看板として、令和５年度実施した市民アンケートの結果から、以下3点を盛り込んだ。
  - ① **歩道でのルールを守ること**
  - ② **ごみのポイ捨てをしないこと**
  - ③ **人々が暮らす場所であること**

with Respect
「敬意を持って」
Care for Locals, Environment, and Tradition
「地元の人（の生活）、環境、伝統を大切に」
Walk Mindfully
「周りに配慮して、譲り合って歩く」
Carry Your Trash
「ごみを持ち帰ることでまちをきれいに保つことに協力する」
Stay Quiet
「日が暮れたら、近所のためにも静かに過ごす」

実際の啓発看板

５-①．成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- **マナー啓発看板の作成**
- **看板掲示による旅行者への市内滞在時のマナー・ルール周知**

事業の成果／目標の検証結果

- **マナー啓発看板の作成、掲示を実施**
- **メディアでも取り上げられたほか、訪日外国人旅行者・外国人モニターに加え、住民からも好反応が得られた**

成果詳細

- 1月28日からの中国の大型連休「春節」にあわせて、別院駐車場（男女トイレの入り口）、神明駐車場（トイレ横）に看板を設置
- 当日は市長が観光客に直接チラシを手渡しし、注意喚起を行った

【外国人旅行者の反応】
- 高山には初めて来たが、素晴らしいところ。呼び掛けは清潔な環境を守るために良い取組み（シンガポールからの旅行者）

【住民の反応】
- 行政やDMOが、旅行者に対して住民への配慮を求めていくという姿勢がいい。住民へのリスペクトは非常に重要。

【外国人モニターによる評価】
- 看板サイズについて十分目につく。
- デザインについて街になじんでおり違和感がない。
- ごみに関するメッセージは有用

モニター調査の様子

▼神明駐車場（屋内トイレ前）

▼別院駐車場（女子トイレ前）

▼神明駐車場（トイレ横）

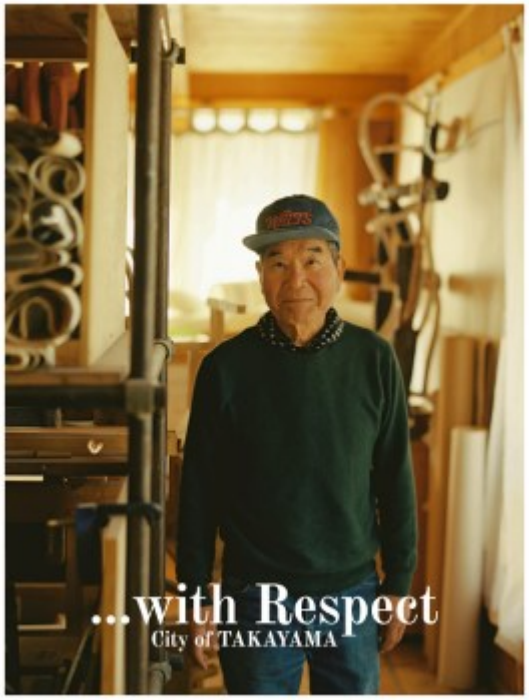
５-①. 成果及び今後に向けて

令和６年度の取組みから見えてきた課題

- 今回の取組みでは「with Respect」を軸としたメッセージの取りまとめや看板作成を中心に実施。
- 実際の啓発活動は春節期間（令和7年１月下旬）に開始。初期としては良い反応が得られているが、今後、このメッセージの浸透度合いや、実際にマナー違反行為等が少なく抑えられるかといった実効性について引き続きモニターし、取組みを続けていく必要。

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

- **継続的なキャンペーンの実施**
  「with Respect」を合言葉に、看板だけではなく、ポスターやフリーWi-Fi利用時のトップ画面等、様々なチャネルを用いて、旅行者に対して適切なメッセージを発信する必要がある。



キャンペーンイメージ

市広報誌において「with Respect」を含む観光の取り組みを紹介
（令和７年３月20日発行）

５-②．主な取組み（詳細）

課題	取組み
災害発生時における観光客対応に関する情報伝達の流れが確立されていない	**災害時の体制構築事業** • 実施期間：令和6年10月～令和7年2月 • 実施主体：高山市

事業内容

■ 災害時の体制構築事業

観光分野における災害時の体制構築に向けて、高山市役所内部（行政として）の課題と観光事業者や警察、医療機関、マスコミなどの関係者（地域として）の課題の洗い出しの大きく二つのアプローチに分けて、検討を行う

- **高山市役所としての課題整理**
  - ✓ 既存計画を分析、課題整理を実施

- **地域としての課題整理**
  - ✓ 11月～2月の間に災害時旅行者対応検討部会を2度実施し、以下の論点から、ケースワークを行い課題整理を実施
    - ① 観光客に対する観光関連事業者等の災害時の役割分担
    - ② 観光関連事業者等における「高山市の情報提供窓口と情報の流れ」
    - ③ 帰宅困難者対策としての情報発信のあり方（デジタルサイネージで情報提供すべき内容）

部会の様子

5-②. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

能登半島地震発生時における対応の反省も踏まえ、
・市防災部署・関連部署における計画や対応
・関連事業者等も含めた観光客向け対応
における課題を洗い出す

事業の成果／目標の検証結果

市内部における業務分担の円滑・適正化を図るとともに、**実際に災害が発生した場合における**市役所、観光案内所、観光関連事業者における**観光客対応**に関する**改善案を作成**した

成果詳細

- 以下のとおり、行政計画等に関する課題を整理

	高山市地域防災計画（一般対策編）	災害時等の旅行者対応計画	災害時初動対応マニュアル
作成主体 担当課	高山市防災会議 高山市　市長公室危機管理課	高山市 飛騨高山プロモーション戦略部　観光課	高山市 飛騨高山プロモーション戦略部　観光課
目的	災害対策基本法の規定に基づき高山市の災害の対策に関する防災計画を定めるもの。	地域防災計画及び業務継続計画に基づく、災害時等における旅行者の安全確保に関する業務を記載。	「市及び宿泊施設や観光施設等の観光関連事業者」向けの取るべき行動を規定
概要	• 市及び関係団体、自主防災組織、その他重要な施設の管理者が処理すべき事項を定めるのもの。 • 防災に係る事前調査、予防、災害応急対策に関する計画を定めるもの。 • 各班の行動内容を示している。（ただし、具体行動手順までは示していない。）	• 市の災害発生時の非常時優先業務を記載。	• 市、観光、宿泊施設等の管理者がとるべき旅行者への手動対応内容を規定。 • 旅行者が求める情報コンテンツとその情報提供方法が整理されている。
課題	① 地域防災計画の「避難計画には、旅行者への避難対応の具体的な記載はない。（市と各観光施設との連絡体制を整えるのみ） ② 「要配慮者への配慮」の記載には、旅行者への避難誘導に関する記載はない。避難所等の避難者に対する配慮のみ。 ③ 旅行者等が求める「避難所開設情報」などは、災害広報の情報内容には、具体明記が見られない。	① 市による旅行者への情報提供や避難誘導、帰宅困難者への対応内容について記載しているが、具体的な行動手順までは示していない。 ② 市の担当（要配慮者支援班・飛騨高山プロモーション推進部観光課）が具体行動が実施できる保証がなく、実効性が担保されていない。	① 「施設管理者」は、事前に避難誘導先を選定しておく設定で、発災後の具体手順が示されていない。 ② 「観光課」に照会しても、観光課は広報担当に最新の情報を随時確認を取らなければ回答できない。 ③ 避難誘導先は、市役所・避難所・協定先宿泊施設等と規定されているが、適切な誘導先なのか懸念される。 ④ 観光庁災害時情報提供ポータルサイト「Safety tips for travelers」」は提供される情報内容に限界がある（地域ローカル情報の欠落） ⑤ 高山市から各施設に報告される情報提供を施設にて多言語変換できるか懸念される

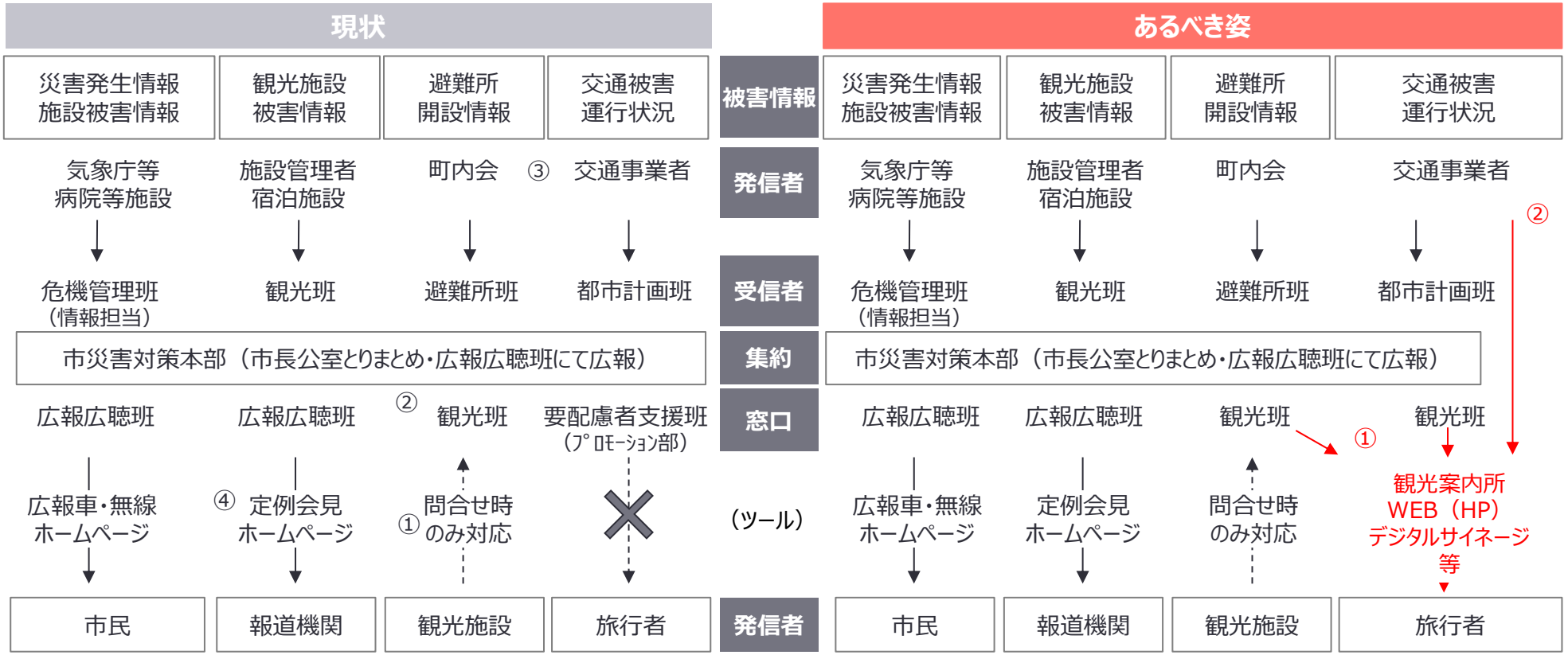
５-②. 成果及び今後に向けて

成果詳細			
• 以下のとおり、課題を整理し、対応の方向性を認識合わせ			
論点	**観光客に対する観光関連事業者等の災害時の役割分担**	**観光関連事業者等における「高山市の情報提供窓口と情報の流れ」**	**帰宅困難者対策としての情報発信のあり方**
課題	① 高山市の災害時等の旅行者対応計画（マニュアル）には、フェーズ別での役割分担について明確に規定されていない ② 特に「避難誘導における役割分担」と「旅行者への情報提供」の２つの視点に着目した連携方法と手順（フロー）の整理が必要 ③ 旅行者の避難場所が定まっていない	① 高山市役所との連携体制、情報フローなどは定められていない（高山市⇒観光事業者/観光事業者⇒高山市も同様）	① 国等により「Safety tips と NHK WORLD」での情報提供の仕組みがあるが、「地域ローカル情報」の提供が上記でなされていない。 ② 市マニュアルでは、地域ローカル情報として、「市の防災情報のページ」等の閲覧を推奨しているが、防災情報ページには情報量、スピードの限界がある。
対応の方向性	• 旅行者対応計画（マニュアル）を改訂し、観光関係者の役割分担について整理 • 旅行者の避難場所の選定と連携方法	• 旅行者対応計画（マニュアル）を改訂し、観光関係者の役割分担について整理（左記同様） • 交通の運行状況、道路の通行状況、避難所開設情報など、一度に見ることができる媒体を作成（右記同様）	• 交通の運行状況、道路の通行状況、避難所開設情報など、一度に見ることができる媒体を作成

５-②．成果及び今後に向けて

成果詳細

- 災害時の情報発信の問題点を以下のとおり洗い出し



問題点

①観光施設・旅行者（要支援者）への情報提供の仕組みがない
（現状は、照会があった時に、窓口担当が対応する形）
②観光班（観光案内所含む）が災害情報発信に対応していない
③交通事業者の情報は、各事業者に委ねられている
（旅行者・観光施設等は独自に収集するしかない）
④避難所情報は災害対策本部に集約されているが、広報を通じて対外発信されるとは限らない。

改善案

① 観光班が、旅行者向けに必要な情報を集約し、旅行者向けサイト・デジタルサイネージ等を活用して情報提供を行う仕組みを構築し、提供する。
② 交通事業者の運行情報は、リンクする形で提供する仕組みを作る。

５-②. 成果及び今後に向けて

令和６年度の取組みから見えてきた課題

1 役割分担の整理

- 高山市の災害時等の旅行者対応計画（マニュアル）には、フェーズ別での役割分担が明確に規定されていない
- 特に「避難誘導における役割分担」と「旅行者への情報提供」の２つの視点に着目した連携方法と手順（フロー）の整理が重要

2 情報発信までのフローの改善

- 観光施設・旅行者（要支援者）への情報提供の仕組みがない
- 観光班（観光案内所含む）が災害関連の情報発信対応していない
- 交通事業者の情報は、各事業者に委ねられている
- 避難所情報は災害対策本部に集約されているが、広報を通じて対外発信されるとは限らない

3 旅行者向けの避難誘導先の確保

- 「安心できる避難場所の確保」にむけ、旅行者のための「指定避難所」を決めておく必要がある
- あわせて、上記を旅行者へ伝える体制の整備も必要

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

1 「災害時等の旅行者対応計画」の見直し

- 庁内の観光班と関係部門（危機管理班・避難所班・都市計画班（交通）・物資供給班等）との役割分担・連携方法を明確化し、計画、マニュアル等に反映
- 観光関連事業者、公共交通事業者及び市との役割分担、情報連携方法を計画、マニュアル等に反映
- 発災時における観光班市職員の具体行動・手順の明確化した「市観光部門アクションカード」の作成

2 旅行者向けの情報発信を観光班で集約、発信する体制の構築

- 観光班が、旅行者向けに必要な情報を集約し、観光案内所を経由して、旅行者向けサイト・デジタルサイネージを活用して情報提供を行う仕組みを構築し、提供する（旅行者向けサイト・デジタルサイネージでは、政府が発信する全国情報と、高山市災害対策本部にて提供する地域情報の２本立てにより構成）
- 交通事業者の運行情報は、上記にリンクする形で提供する仕組みを作る

3 旅行者向け避難場所の指定と受入対応方法の確認

- 現在の避難想定施設のキャパシティも踏まえた適切な避難場所の検討
- 民間宿泊施設や県施設の活用等、具体施設の選定と連携方法（協定締結）の検討

現状について

・令和７年度は、公共交通事業者等の観光関係者との複数回の会議を開催。

・発災時における観光関係者及び旅行者の行動フロー図や情報伝達の流れを整理。実際の発災を想定した図上訓練も実施。

25. 岐阜県下呂市

1．地域概要

対象地域	岐阜県　下呂市　下呂温泉郷エリア
申請主体	一般社団法人　下呂温泉観光協会
計画名	オーバーツーリズム未然防止に地域一体で取り組み、ウェルビーイング向上を目指す「下呂モデル」の構築

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	1,025	962	1,006
- 国内	904	873	878
-訪日外国人旅行者	120	89	128

地域の特徴・観光資源等

- 下呂温泉郷エリアは、日本三名泉である「下呂温泉」をはじめとした７つの温泉から成り立ち、御嶽山や飛騨川・馬瀬川など多様な自然の宝による「温泉とお宝体験でディープな日本に浸かれる場所」。
- 観光まちづくりの好循環を目指し、その起点となる地域住民向けの冊子（市民理解ツール）を作成・配布するなど、市民の観光理解を促進する活動も積極的に実施。

協議体制

協議の場

下呂温泉郷オーバーツーリズム未然防止協議会

- 新たに設定する下呂温泉郷オーバーツーリズム未然防止協議会への住民関係者の参画。
- 調査結果を観光事業者内で共有するだけではなく、地域一体となった協議を実施。

参加者

行政機関	有識者等
下呂市　観光商工部	株式会社リクルート（じゃらんリサーチセンター）
事業者	**住民関係者**
下呂温泉観光協会会員 下呂温泉旅館協同組合 各機関の加盟外事業者	下呂市商工会 下呂市飲食業組合 各機関の加盟外事業者

エリアマップ

江戸時代に天領の地として栄え、旧街道の面影を残す萩原。温泉100%プールも。

霊峰 御嶽山の麓に広がる滝のまちに、泉質がずば抜けた温泉が湧く。天然の炭酸泉。

飛騨川と馬瀬川が合流し、江戸時代には４つの藩の境の宿場町として栄えた金山。

「日本で最も美しい村」連合に加盟し、地域が持つ資源を活用しながら守る自然豊かな馬瀬。

約千年前から今もなお源泉が80.2℃という高温で湧き続ける下呂温泉。

2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**観光客増加による弊害**	• 令和6年度のアンケート調査では、観光客増加による「ゴミ捨て」「騒音」等のマナー問題や「特定エリアへの集中（混雑）」を改善点として挙げる意見が寄せられた。 • 一部の観光客のマナーと「集中（混雑）」が観光客や地域住民の満足度を下げている。	観光客・住民
2.	**対策を打つべき事象の“詳細”把握**	• 各所からオーバーツーリズムの予兆となり得る課題について声は寄せられている。 • 一方で、優先順位を付けて対策を打つには至っておらず、詳細な課題把握が必要。	観光客・住民
3.	**「喫食需要」への対応**	• 「素泊まり」「一泊朝食」の人気により、国内客・訪日客の「喫食需要」が高まっている。 • 住民が出入りする飲食店も多く、地域一体となって対応方針を定める必要がある。	観光客・住民

① **昼夜問わず人が押し寄せる足湯スポット**

② **特急の到着時間前後には立つ人も出る下呂駅（住民も利用する）**

③ **観光客が行列を作るスイーツ店**

3．背景・要因

主な背景・要因

1. 国内に加え、訪日外国人旅行者も増加 課題の中でも、対策を打つべき事象の“詳細”把握には至らず

過年度調査において、

- 国内旅行者／訪日外国人旅行者の**「定量＋人流データ」**から、国内・訪日／閑散・繁忙のクロス分析を実施。国内・訪日／閑散・繁忙問わず、下呂を訪れる観光客が市内の定番スポットに集中する状況が明らかになるなど**「オーバーツーリズムの予兆」**を察知した。
- 同事業で行なったアンケート調査からも、**今まで察知できていなかった「観光客が増えたことによる弊害」**が意見として多く寄せられたため、**オーバーツーリズム未然防止に取り組む必要性**が出てきていることが判明した。

2. 「素泊まり」「1泊朝食」ニーズの増加

- 宿泊プランのニーズ変化と、それに伴う宿泊施設・飲食店側の受入体制整備が必要となった。
- 宿泊施設では人手不足もあり、特に「夕食付予約」の受入が難しくなっている事情もあるため、複数の事業者において「トヨタ生産方式カイゼン」を導入することで少ない人手でも夕食付予約に対応ができるよう体制整備を行なっているが、今後については飲食店側の受入状況や受入意向も加味し、宿泊施設・飲食店双方の受入バランスを見極める必要があると判断した。

国内・訪日／閑散・繁忙のクロス分析結果

	冬	冬	冬	春	春	春	夏	夏	夏	秋	秋	秋
（下呂市）	23.12月	24.1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
①国内来訪	138,849	130,462	135,679	166,194	159,465	164,903	138,440	149,804	224,554	167,433	168,116	191,025
	冬休み			学生旅行	お花見	GW			夏休み	学生旅行		紅葉
	12月、1月中旬～3月下旬　冬花火				桜ライトアップ		6月下旬～9月上旬　夏花火					紅葉ライトアップ
								7月下～8月中 サマーフェスティバル				
②訪日 宿泊	4,541	5,659	6,479	5,069	5,730	6,676	4,576	4,839	6,134	6,145	5,025	8,050
③訪日 滞在	9,980	10,339	11,950	12,206	11,989	14,852	8,573	8,418	12,936	13,509	11,134	11,981
④国内＋訪日	153,370	146,460	154,108	183,469	177,184	186,431	151,589	163,061	243,624	187,087	184,275	211,056
⑤韓国 宿泊	1,203	399	562	255	238	1,347	473	847	？（200）	？（500）	605	1,137
⑥韓国 滞在	1,804	626	1,186	828	653	1,291	591	476	105	362	825	479
	小中高 休み（12月下旬~1月末、2月中旬~2月末）			新年度		GW		夏休み（7月下旬~8月上旬）		旧正月（最大10日）		
							★大学生 夏休み（6月中旬~8月末）					
⑦香港 宿泊	983	1,035	1,481	1,551	529	1,466	781	253	474	145	325	1,378
⑧香港 滞在	1,556	1,647	1,934	2,078	1,114	1,437	1,367	903	758	464	797	1,906
	クリスマス休暇	春節（1月末～、3日程度）			復活祭（4日程）	GW		夏休み（7月初旬～8月末）		新年度	連休	
⑨台湾 宿泊	520	1,143	746	1,499	645	676	494	804	975	358	659	1,782
⑩台湾 滞在	1,041	1,951	1,832	1,894	1,161	1,413	1,199	371	670	1,135	1,263	1,296
		冬休み（1/21～2/10）			春休み（4日）	GWなし		夏休み（7月～8月）		新年度		
		春節（2月末~3月初旬）										
（岐阜県）												
⑪国内来訪	2,881,324	2,933,719	2,712,425	3,125,761	3,614,234	3,941,862	3,046,738	3,241,588	4,395,196	3,527,097	3,838,676	4,043,651
⑫訪日宿泊	103,071	93,202	84,241	110,274	125,055	111,968	106,472	93,450	115,067	128,030	152,723	129,693
⑬訪日滞在	107,325	95,644	90,108	129,685	142,647	126,395	95,968	107,600	133,598	128,828	153,915	117,723
⑭国内＋訪日	3,091,720	3,122,565	2,886,774	3,365,720	3,881,936	4,180,225	3,249,178	3,442,638	4,643,861	3,783,955	4,145,314	4,291,067

アンケート調査結果

●WEBアンケート：困ったこと・嫌だったこと・改善した方がいいこと RECRUIT

データから抽出した主要な課題トップ10と具体的なコメント

1.駐車場（873件）
・駐車場がどこにあるのか分かりにくい
・どこも満車で、停められる場所を探すのに時間がかかる
・料金が高く、長時間の観光には向かない
・観光地周辺の駐車場はすぐ埋まるのに、案内が不十分
・「駐車場の空き情報をリアルタイムで知りたい」「車で来る観光客向けのサービスがもっとあればいい」

2.温泉（799件）
・温泉の温度が熱すぎて長く入っていられない
・施設が古く、シャワーの水圧が弱い、清潔感が足りない
・休日や観光シーズンは混雑しすぎてゆっくりできない
・露天風呂の景色が期待していたほどではなかった
・「温泉の温度調整ができると助かる」「貸切風呂や静かに入れる場所があればいい」

3.アクセス（436件）
・バスや電車の本数が少なく、移動が不便
・最寄り駅から観光エリアまでのアクセスが悪い
・車がないと移動が難しいが、レンタカーも少ない
・タクシーの数が足りず、待ち時間が長い
・「駅やバス停からの送迎がもっと充実していれば便利」「観光スポット間を結ぶシャトルバスがあるといい」

4.道路（265件）
・道が狭く、車のすれ違いが大変
・観光地周辺は渋滞がひどく、移動に時間がかかる
・道路標識が少なく、目的地に迷いやすい
・徒歩で移動するにも歩道が狭く、歩きにくい
・「カーナビではうまく案内されず迷った」「観光客向けの道路案内をもっと分かりやすくしてほしい」

5.飲食店（194件）
・飲食店の数が少なく、選択肢が限られる
・お昼時や夜はどこも混んでいて、長時間待たないといけない
・予約が取れず、飛び込みでは食事ができないことが多い
・夜遅くまで開いている店が少なく、食事の選択肢がない
・「人気店はどこも行列で入れなかった」「もう少し気軽に入れるお店が増えてほしい」

4．対策の概要

目指す姿	**下呂温泉郷各エリアの観光従事者・地域住民のそれぞれが、多種多様な観光客の受入と各自の“ありたい姿”を同時に追求し、地域として観光歓迎度が高まっている状態。**
KGI	**（指標）観光従事者 及び 下呂市民の観光歓迎度** 目標値： 初年度＋10%（令和9年度） ｜実績値：未取得

オーバーツーリズム未然防止協議会を、既存の重要組織である誘致宣伝委員会の傘下に設置することで、組織の継続性を担保し、適宜、協議を実施する。

■補助事業の実施概要

地域全体の観光地域づくりにかかわる事業

① 観光による地域活性を地域一体で歓迎するための“下呂のありたい姿”追求事業

【背景・課題】

- 令和6年度のアンケート調査では、観光客増加による「ゴミ捨て」「騒音」等のマナー問題や「特定エリアへの集中（混雑）」を改善点として挙げる意見が寄せられた。
- 一部の観光客のマナーと「集中（混雑）」が観光客や地域住民の満足度を下げている。
- 各所からオーバーツーリズムの予兆となり得る課題について声は寄せられている。
- 一方で、優先順位を付けて対策を打つには至っておらず、詳細な課題把握が必要である。

【事業内容】

- 観光従事者・下呂市民の観光歓迎度、「飲食店調査（後述）」の調査結果に基づき、課題を明確に把握し、観光客・観光従事者・地域住民それぞれにとってのありたい姿の実現に向けた「三方良しの未然防止策」を策定する。
- 初年度においては、「三方良しの未然防止策」において、取り組むべき重点指標を決定する。

①②ともに、下呂温泉郷の全エリアを対象とする

調査・分析

② 受入体制整備と喫食需要への対応を目的とした飲食店調査の実施

【背景・課題】

- 「素泊まり」「一泊朝食」の人気により、国内客・訪日客の「喫食需要」が高まっている。
- 住民が出入りする飲食店も多く、地域一体となって対応方針を定める必要がある。

【事業内容】

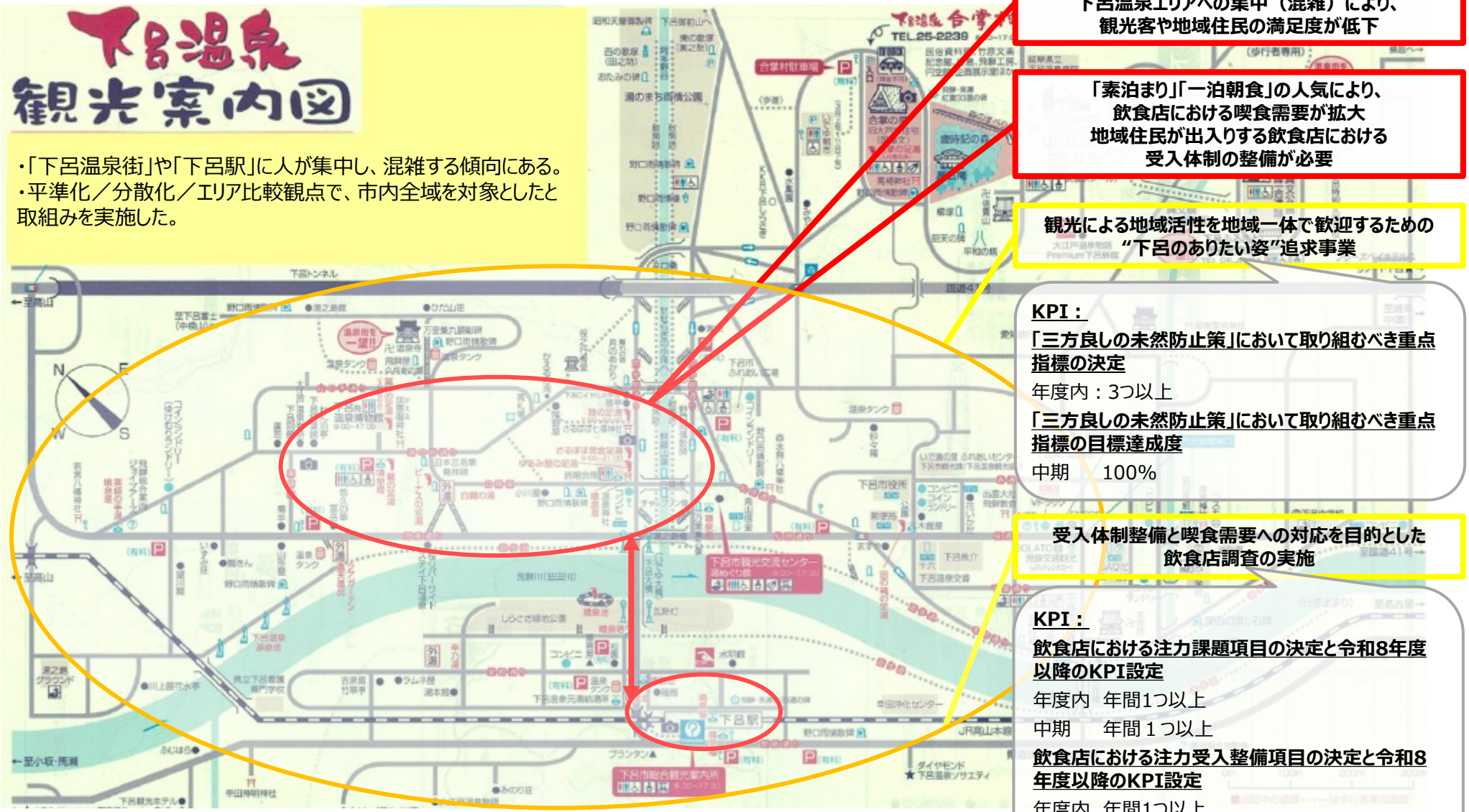
- 観光客を受け入れる上での飲食店側の課題を現地調査にて把握、令和8年度以降の対応策の検討を開始する。

初年度においては、

- 飲食店における注力課題項目の決定と令和8年度以降のKPI設定
- 飲食店における注力受入整備項目の決定と令和8年度以降のKPI設定を目指す。

【本地域における取組マップ】

KGI：観光従事者及び下呂市民の観光歓迎度
測定手法：下呂市民調査
• 現状値：73.9%（観光従事者）｜67.4%（市民）
• 目標値：初年度+10%（令和9年度）



・「下呂温泉街」や「下呂駅」に人が集中し、混雑する傾向にある。
・平準化／分散化／エリア比較観点で、市内全域を対象としたと取組みを実施した。

**ゴミ捨て、騒音等のマナー問題
下呂温泉エリアへの集中（混雑）により、
観光客や地域住民の満足度が低下**

**「素泊まり」「一泊朝食」の人気により、
飲食店における喫食需要が拡大
地域住民が出入りする飲食店における
受入体制の整備が必要**

**観光による地域活性を地域一体で歓迎するための
“下呂のありたい姿”追求事業**

KPI：
「三方良しの未然防止策」において取り組むべき重点指標の決定
年度内：3つ以上
「三方良しの未然防止策」において取り組むべき重点指標の目標達成度
中期　100%

**受入体制整備と喫食需要への対応を目的とした
飲食店調査の実施**

KPI：
飲食店における注力課題項目の決定と令和8年度以降のKPI設定
年度内　年間1つ以上
中期　年間１つ以上
飲食店における注力受入整備項目の決定と令和8年度以降のKPI設定
年度内　年間1つ以上
中期　年間１つ以上

5-①. 主な取組（詳細）

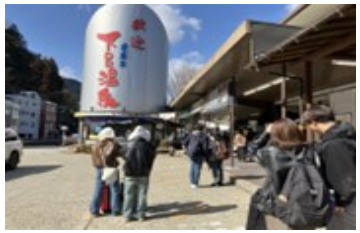
地域全体の観光地域づくりに関わる事業

補助事業①	観光による地域活性を地域一体で歓迎するための“下呂のありたい姿”追求事業		
事業目的	オーバーツーリズム未然防止を契機とした「ALL下呂」体制の確立		
実施主体	一般社団法人　下呂温泉観光協会	実施期間	令和7年8月～令和8年2月

【背景・課題】

- 観光従事者を対象とするアンケート調査（令和6年度）では、観光客増加による「ゴミ捨て」「騒音」等のマナー問題や「特定エリアへの集中（混雑）」を改善点として挙げる意見が寄せられた。
- 一部の観光客のマナーと「集中（混雑）」が観光客や地域住民の満足度を下げている。
- 各所からオーバーツーリズムの予兆となり得る課題について声は寄せられている。
- 一方で、優先順位を付けて対策を打つには至っておらず、詳細な課題把握が必要。

▼市内各所の混雑



【事業内容】

令和6年12月に実施した「観光地点調査」では観光客の属性や来訪理由、満足度等が可視化でき、
観光従事者にとっては有益な情報となっている。そこで、本事業では未然防止策の納得感を意識し、下記を実施する。

➢ 観光従事者・下呂市民の観光歓迎度を可視化することを目的とした「下呂市民調査」

➢ 上記の２種類の調査結果に加え、喫緊の課題を捉える「飲食店調査（後述）」の調査結果を合わせた３つの調査に基づき、地域一体となった協議

上記により、観光客・観光従事者・地域住民それぞれにとってのありたい姿が盛り込まれた「三方良しの未然防止策」を策定し、納得度を計測する。

【推進ポイント】

下呂市民調査

- 観光従事者と下呂市民の両者を対象とした設計とする（“地域一体”の醸成）。
- 各人の観光歓迎度を測る他、課題や解決策を提言する機会とする。
- 令和8年度以降も継続的に調査ができるよう、調査後の振り返りや改善について可能な限り実施する。

未然防止策の策定協議

- 各調査の内容をもとに“観光協会として”取り組むべきことは何かを明確にした上で策定協議を開始する。
- 参加者同士が互いを認め合うことで、未然防止策に対する納得感を高める他、地域が一体となって観光客を受け入れる風土を醸成する。

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	観光による地域活性を地域一体で歓迎するための“下呂のありたい姿”追求事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	「三方良しの未然防止策」において取り組むべき重点指標の決定

令和7年度に掲げた目標値

３つ以上の指標を決定する。

事業の成果/目標の検証結果

３つの指標を決定した。

- 時間／エリア分散化（団体客受入強化による滞在時間／エリアコントロール）
- 情報発信強化（観光協会HPの更新頻度向上、協会だより 臨時号の発行）
- 住民における経済実感向上（域内消費の見える化、観光GDPの算出・公表）

成果の詳細

【住民意識調査】 実施期間：令和7年8月28日～令和7年9月29日

- サンプル数：399、観光歓迎度：86.5%（内　まあ歓迎する 19%）
- マナーや混雑、訪日客への漠然とした不安、周辺地域への積極誘客に関する声

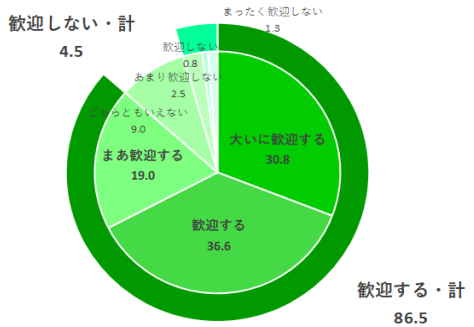
【観光事業者調査】 実施期間：令和7年9月11日～令和7年10月30日

- サンプル数：207、観光歓迎度：90.3%（内　まあ歓迎する 16.4%）
- 働き盛りの30代は、ありたい姿として「普段の自分たちの生活を重視」する傾向

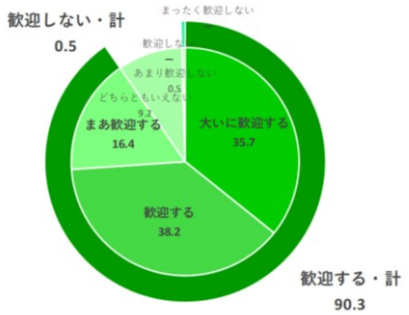
【未然防止協議会】 令和8年1月13日（火）10:00~12:00

- 参加者：21名、宿泊施設、体験施設、飲食店、市 商工課・観光課、商工会、自治会関係者 他
- 「現状はオーバーツーリズムとは言えないが、未然防止のために何ができるか」を議論
- エリアの潜在意識をアンケートによって顕在化できたことで、データをもとにした具体的な協議を実施

■【住民】観光客の歓迎度
Q6. あなたは観光客を歓迎しますか？



■【事業者】観光推進への是非
Q6. 観光関連事業に携わる一員として、下呂市が観光を推進していくことに対して、あなたはどのように感じますか？



今年度事業を踏まえた継続課題

1. **データ収集・分析**
   - 周辺地域への来訪機会創出には、温泉に負けずとも劣らないコンテンツ開発が必要となる。
   - 観光GDPの算出は令和7年度より実施。今後はデータ取得精度を向上させる必要がある。

次年度以降の方針

1. **時間/エリア分散化**
   - 団体客の積極受け入れれによる滞在時間/エリアコントロール
2. **マナー周知と周辺地域の認知拡大**
   - 情報発信強化（情報発信ページの高頻度更新）
3. **域内消費の見える化と住民の経済実感向上**
   - 観光GDPの算出・公表、住民における経済実感の向上

5-②. 主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業②	**受入体制整備と喫食需要への対応を目的とした飲食店調査の実施**		
事業目的	訪日客含む観光客の受入実態を把握し、対応策の検討を開始		
実施主体	一般社団法人　下呂温泉観光協会	**実施期間**	令和7年7月～令和8年2月

【背景・課題】

- 「素泊まり」「一泊朝食」の人気により、国内客・訪日客の「喫食需要」が高まっている。
- 住民が出入りする飲食店も多く、地域一体となって対応方針を定める必要がある。

【事業内容】

- 飲食店調査をきっかけに、観光関連事業者における喫緊課題の実態把握と地域へ接続する契機を生む。
- 観光客を受け入れる上での飲食店側の課題を現地調査にて把握する。

（ex.訪日客を受け入れるにあたっての受入整備状況等）

- 現地調査で判明した課題を踏まえ、令和8年度以降の対応策の検討を開始する。

【推進ポイント】

- 観光客の利用が見込まれる飲食店を調査対象とする（例：全国チェーンを除く）。
- 調査のみを目的とするのではなく、飲食店側とのコミュニケーションのキッカケを生み、今後の連携を円滑化させる　。
- 集計・分析の際には実現可能性や難易度を加味し、優先順位を付ける。

観光客が行列を作るスイーツ店

夜間には「夕食難民」も

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業②	受入体制整備と喫食需要への対応を目的とした飲食店調査の実施

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	①飲食店における注力課題項目の決定と令和8年度以降のKPI設定 ②飲食店における注力受入整備項目の決定と令和8年度以降のKPI設定

令和7年度に掲げた目標値

①年度内目標値： １つ以上設定｜中期目標値：年１つ以上設定
②年度内目標値： １つ以上設定｜中期目標値：年１つ以上設定

事業の成果/目標の検証結果

①②について、１項目ずつ設定した。

①混雑状況の可視化
②受入余力の拡大と柔軟性向上

成果の詳細

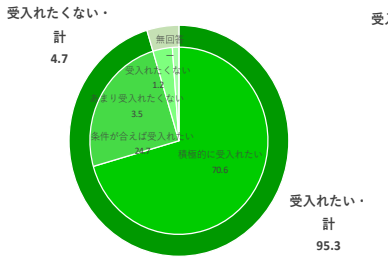
【飲食店調査】

- 実施期間：令和7年9月1日～令和7年9月30日
- サンプル数：85 、日本人受入れ意向：95%、外国人受入れ意向：77%（いずれも条件付含む）
- 「受入拡大」を目指す上では「混雑状況の可視化」や「受入れ体制の構築」などが重要との結果に。
- 8月は「回答しやすく、課題を捉えやすい」調査票設計に注力。
- 閑散期の9月に発送することで時間的にも余裕ができた飲食店に積極的に回答いただけた（電話や突然の訪問にも応じていただけた）。
- 適量の「自由回答欄」を設けることで、飲食店経営者の生の声を拾うことができた。

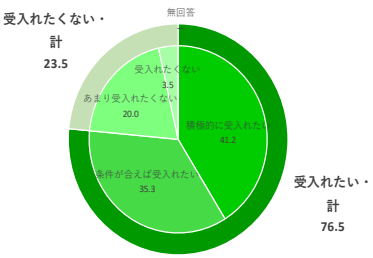
【報告会（ワークショップ）】

- 実施期間：令和7年12月17日（木）13:00~15:00
- 参加者：12名　飲食店経営者、市 商工課・観光課、商工会、旅館組合、観光協会
- 課題を設定した後、飲食店経営者からの意見も参考に「周辺から間接的に支援できることはないか」について'
- 飲食店経営者にもご参加いただくことで現場感を知りつつ、周辺からの支援可能性について検討できた。

Q.店舗では、日本人観光客の受入に前向きですか。



Q. 店舗では、訪日外国人旅行者の受入に前向きですか。



今年度事業を踏まえた継続課題

1 観光産業の維持・オーバーツーリズム対策

- 「創業から浅い飲食店」と「老舗飲食店」では観光客の受入れ意向に差がある（一律ではない）。
- 郊外エリアの方が席数は多いが、特に訪日外国人旅行者の受入れには慣れていない。

次年度以降の方針

1 混雑状況の可視化

効果検証済の「混雑状況可視化システム」について飲食店への導入を支援する。

2 受入余力の拡大と柔軟性向上

希望する飲食店に対して「トヨタ生産方式カイゼン」の導入を支援する。

26.　岐阜県白川村

1．地域概要

対象地域	岐阜県 白川村 荻町合掌造り集落エリア
申請主体	岐阜県白川村
計画名	続白川郷観光最適化デザイン計画

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	2,151	1,724	2,083
- 国内	1,132	1,066	969
- 訪日外国人旅行者	1,019	658	1,114

地域の特徴・観光資源等

- 世界遺産「白川郷・五箇山合掌造り集落」の荻町合掌造り集落は、独特の建築美と四季折々の風景が魅力。国内外から多くの観光客が訪れる中部地方屈指の人気観光地となっている。
- 白川村は山間部に位置し、アクセスは車に限られる。公共交通機関はバスのみで、人気観光地の高山市、金沢市からバスが運行している。

協議体制

協議の場

荻町交通対策会議

- 地域の代表を委員とし、定期開催される荻町交通対策会議の結果は、令和6年度から地域内住民に対して議事録が回覧される仕組みとしている。

参加者

行政機関

- 白川村役場 ・ 鳩谷駐在所
- 教育委員会事務局

事業者

- (財)世界遺産白川郷合掌造り保存財団
- (一社)白川郷観光協会

住民関係者

- 村議会議員代表
- 荻町発展会会長
- 荻町女性会会長
- 荻町区長
- 荻町副区長
- 守る会会長

エリアマップ

集落を散策する訪日外国人旅行者四季折々の景色が楽しめる

訪日外国人旅行者に人気の冬季限定白川郷ライトアップ

五穀豊穣・家内安全・里の平和を山の神様に祈願する「どぶろく祭」での振る舞い

集落総出で行う秋の一斉放水訓練。火に弱い合掌家屋を守る意識が村人全員に根付く

「結」と呼ばれる村人同士の相互扶助の精神に基づき、村人たちが協力して屋根を葺き替える

2. 課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**道路の渋滞**	• 渋滞は毎日発生するわけではなく、ゴールデンウィーク、お盆、シルバーウィーク、秋の紅葉シーズン、年末年始などの特定の時期に限定される。 • 生活道路でもある国道156号内で2キロメートル以上の渋滞が続き、う回路もないため、村内の交通が麻痺する深刻な事態に陥る。	観光客・住民
2.	**マナー問題**	• 火気厳禁区域での喫煙、ゴミのポイ捨ては、火災による集落の焼失や環境汚染のリスクを高める。 • 住宅や田畑への侵入、違反駐車は、住民のプライバシーや生活を侵害してしまう。	住民
3.	**集落内の混雑**	• 世界遺産集落への観光客の集中により、集落内の至る所で行列が発生する。	観光客・住民

① **道路の渋滞**

駐車場待ちの車両による渋滞

② **マナー問題**

便座が壊され、ごみが溢れるトイレ

③ **集落内の混雑**

バスターミナルの混雑

3．背景・要因

主な背景・要因		
1.	**訪日外国人旅行者比率の上昇**	• 中部運輸局様の「昇龍道」プロジェクトの取組み（平成24年～）を契機に訪日外国人旅行者増加。また、岐阜県高山市もしくは石川県金沢市を宿泊地として、日帰りで来訪される訪日外国人旅行者が増加しているが両市発着のバスの増便も要因となっている。 • 直近の令和6年は国内外旅行者の比率において訪日外国人旅行者数が国内旅行者数をはじめて上回ったが、訪日外国人旅行者の多さから来訪を敬遠する国内旅行者も一定数いると考えられる。
2.	**個人旅行客の増加**	• コロナを契機に国内外の観光客ともに団体旅行から個人旅行へのシフトが起こった。 • 交通アクセスが限られる当地域において、レンタカーで来訪される観光客が国内外問わず増加した。

観光客数統計（令和6年）
訪日外国人旅行者数が国内旅行者数を上回っている。

4. 対策の概要

目指す姿	地域住民の生活と文化を守りつつ、多様な観光客と喜びを分かち合うことができる持続可能な共生型の観光地
KGI	（指標）観光客の受入に対して満足している村民の割合 目標値：40.0%（令和8年度） 実績値：36.0%（令和5年度）

- 荻町世界遺産集落は今もなお住民が実際に生活をしているエリアである。観光の商業化一辺倒でなく、住民生活との両立を図っており、これまでも様々な切り口から持続可能な観光地づくりを行ってきた。
- 地域特有の事情（地理的制約、エリアの集中、受入容量を超える観光客の来訪、世界文化遺産による制約など）を踏まえて取組みを実施した。

■補助事業の実施概要

需要の適切な管理

①せせらぎ公園駐車場料金設定システム改修

【背景・課題】

- 観光客の分散を図るために村営駐車場料金の変動制を導入したいがシステム上対応できない。

【事業内容】

- 現在検討している変動料金に対応できるよう料金精算機のプログラムを特別仕様に改修する。

需要の適切な管理

② 駐車場予約システムの開発

【背景・課題】

- 大型バスの駐車台数が観光客の混雑に大きく影響しているが、制御の手段がない。

【事業内容】

- 大型バス向け予約システムを開発し、予約制を導入する。（令和7年度はシステムの導入のみ）を実施する。

需要の分散・平準化

③ 白川郷混雑等情報サイト機能改善事業

【背景・課題】

- 令和6年度情報サイトを開設したが、混雑緩和やマナー向上を達成するための情報が不足。

【事業内容】

- 混雑等情報サイトの告知機能強化、混雑予測カレンダーに駐車場料金を表示し、変動料金制導入へ対応、特集記事の拡充を実施する。

マナー違反行為の防止・抑制啓発

④ 海外OTA・訪日外国人旅行者を通じたマナー等情報発信業務

【背景・課題】

訪日外国人旅行者のマナー向上のためにレスポンシブル・ツーリズムを推進しているが、十分に浸透していない。

【事業内容】

レスポンシブル・ツーリズムをテーマにした多言語記事を作成し、訪日外国人への情報発信を実施する。

調査・分析

⑤ 広報業務および観光バスを対象とした駐車場事前予約制の導入検討

【背景・課題】

- 旅行会社目線でのシステム開発をするためのリソースが不足している。

【事業内容】

- 大型バス向け予約システムのオペレーション・フローの検討やシステムデザインのディレクションを実施、円滑な導入に向けて旅行会社等への意見徴収と周知、プレスリリースを実施する。

調査・分析

⑥ 事業間調整・アンケート調査業務

【背景・課題】

観光客と住民の双方の調査は重要であるが、調査実施に当たってのリソースが不足している。

【事業内容】

観光客と住民を対象としたアンケート調査を実施し、事業の効果を客観的に評価する。

【本地域における取組マップ】

KGI:観光客の受入に対して満足している村民の割合
測定手法：村民の観光満足度調査
• 現状値：36%（令和5年度）
• 目標値：40%（令和8年度）

KPI：特設サイトの閲覧者総数
年度内　年間70万件
中期　　※再考中

火気厳禁区域での喫煙、ごみのポイ捨て、住居侵入等のマナー違反が発生
世界遺産集落内への観光客への集中により、集落内のいたるところで行列が発生
（展望台行きシャトルバス、バス待合所含む）

KPI：訪日観光情報サイトの閲覧者総数
年度内　年間50,719件
中期　　年間90,000件

海外OTA・訪日メディアを通じたマナー等情報発信業務

白川郷混雑等情報サイト機能改善事業

情報発信強化
白川村独自のマナー定着

KPI：２種類のアンケートのサンプル総数
年度内　年間630件
中期　　年間650件

事業間調整・アンケート調査業務

KPI：1日700台以上の利用日
年度内　年間30日
中期　　年間28日

せせらぎ公園駐車場料金設定システム改修

KPI：大型バス1日100台以上の利用日
令和8年度※　年間25日
※システム稼働は令和8年度を予定
中期　　年間25日

駐車場予約管理システムの開発

KPI：大型バス1日100台以上の利用日
年度内　年間25日
中期　　年間25日

広報業務および観光バスを対象とした駐車場事前予約制の導入検討

大型バス予約制による台数管理

生活道路でもある国道156号内で、2キロメートル以上の渋滞が続き、う回路もないため、村内の交通が麻痺する深刻な事態に陥る。

受入環境の整備・増強

補助事業①	**せせらぎ公園駐車場料金設定システム改修**		
事業目的	利用料金の変動に対応するため、料金精算機のプログラムを改修する		
実施主体	岐阜県白川村	**実施期間**	令和7年8月～令和7年11月

【背景・課題】
- 白川村では、昨今の観光客数の増加や様々な物価高騰に伴い、駐車場の維持管理経費が増大している。また、オーバーツーリズム対策も重要な課題となっており、これらの状況を踏まえ、令和7 年10 月1日より、村営駐車場の利用料金を値上げ改定することになった。

【事業内容】
- 観光受入経費の増大を踏まえ、駐車場料金の改定を行ったことにより、料金精算機の設定変更が必要となったため、料金精算機のプログラムを改修する。
- 変動料金制の導入にも対応できるような改修内容とする。

【推進ポイント】
- 今後の料金改定や混雑時等における割増料金の設定のため、複数の料金を登録し、時期に応じて徴収料金を円滑に変更できるようにする。

料金精算機（遠景）

料金精算機（近景）

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	せせらぎ公園駐車場料金設定システム改修

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	1日700台以上の利用日

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 年間30日	年間3日（令和7年4月1日～令和7年12月15日） ※令和7年6月2日～9月30日駐車場の改修工事を実施したため受入ゼロ

成果の詳細

- 利用料金の変動に対応するためのシステムを構築できた。
- 予定通り令和7 年10 月1日より、村営駐車場の利用料金を値上げ改定。滞りなく実施できた。
- 駐車場の指定管理者と連絡を密に取り、システムを構築した。
- 10月1日の利用料金の見直しでは、半年以上前から役場ホームページ等で周知を実施し、見直し後の大きなトラブルは発生していない。このノウハウを特別料金の導入時にも活用していきたい。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

駐車場料金見直しの影響判断

- 令和7年10月1日からの駐車場利用料金の改定を踏まえ、繁忙期を含む3段階の料金設定が可能なシステム改修を完了した。
- 直近の料金改定が利用者数に与える影響が未検証であるため、繁忙期料金の導入タイミングおよび妥当性の判断基準が不明確となっている。

令和8年度以降の方針

繁忙期の料金設定

- 一定期間の利用データ（訪者数・客層等）を蓄積・分析し、その結果に基づき繁忙期料金の導入開始時期を判断する。

需要の分散・平準化

補助事業③	**白川郷混雑等情報サイト機能改善事業**		
事業目的	サイトの情報発信強化により、渋滞緩和と現地情報を広く伝える		
実施主体	岐阜県白川村	**実施期間**	令和7年8月～令和8年2月

【背景・課題】

- 観光客が白川郷合掌造り集落をテーマパークと誤解し、集落内は何処に入っても良いとの誤解が生じている。具体的には火気厳禁区域での喫煙、田畑・住宅敷地・住宅内への侵入、個人宅の駐車場への駐車、ゴミのポイ捨てなどにより、観光客のマナー面の行動をめぐる住民とのトラブルが頻発している。
- 住民の生活とプライバシーを守るため夜の観光を受け入れていない（駐車場の受入を8時から17時までとしている）が、それを知らずに観光客が来村したことによるトラブルが起こっている。
- 上記と交通渋滞に対応するために、令和6年度情報サイトを開設したが混雑緩和やマナー向上を達成するための情報が不足している。

【事業内容】

- 混雑等情報サイトの充実を図るために、①告知機能強化、②混雑予測カレンダーへの駐車場料金表示、③新たに2つのマンガ（シラカワ・ゴーイングの活用、冬タイヤ活用）を表示、④特集記事の拡充、を実施する。
- 旅行前の情報源として、特集記事を増やし、観光客の興味を引く。
- 多言語対応や多様な情報発信手段を活用し、幅広い層に情報を届ける。
- 混雑予測カレンダーや駐車場料金表示機能は、観光客が直感的に利用できる設計にする。

【推進ポイント】

- 令和6年度実施した当サイトに関するアンケート調査において、サイト閲覧者の行動変容が期待できる結果となり、まずは村の取組みを知ってもらうことが重要だと再認識した。そこで旅行前の情報提供をさらに充実させ、当サイトの閲覧数を増やし、観光客の行動変容を促すことで、住民の観光客受入満足度向上につなげる。
- ライブカメラによる混雑状況や混雑予想などの情報をリアルタイムに提供することで、観光客の利便性を向上させ、混雑緩和に貢献する。

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業③	白川郷混雑等情報サイト機能改善事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	特設サイトの閲覧者総数

令和7年度に掲げた目標値

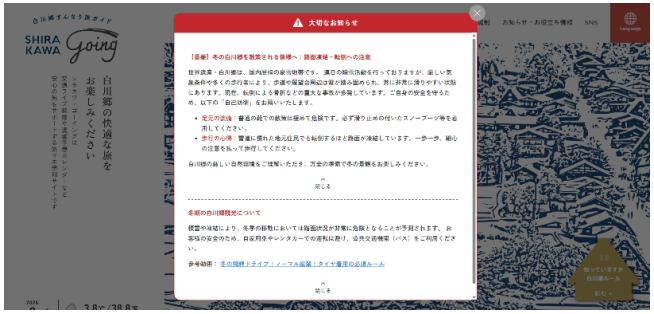
- 700,000件

事業の成果/目標の検証結果

- 1,259,077件（令和8年2月19日時点で日本語1,050,292件、英語150,491件、簡体字9,900件、繁体字41,949件、フランス語6,445件）

成果の詳細

- 混雑等情報サイトの告知機能を強化した。
- 旅行前の情報源として、特集記事を制作した。
- 混雑回避を促すマンガを制作した。
- 特設サイトの閲覧者総数において、目標を達成できた。
- サイトの自走化を目的とした研修会を複数回開催した。



▲混雑等情報サイト上で表示される告知

◀混雑回避を促すマンガ
～白川郷マンガガイド～
（混雑等情報サイトに掲載）

▲混雑等情報サイトの特集記事

令和7年度事業を踏まえた継続課題

サイトの認知度向上

- 令和7年度は補助事業④で行った広告運用（Google Display Network）のおかげもあり、アクセス数を増加させることができた。引き続きサイトの認知度向上に向けた取組みを推進する必要がある。

令和8年度以降の方針

特設サイトの改善

- 引き続き利用者や関係者の声を聞きながらサイトの改善を図り、より良いサイトとしていくことで、アクセス数の増加を目指す。

5-③. 主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業④	**海外OTA・訪日メディアを通じたマナー等情報発信業務**		
事業目的	訪日外国人旅行者に対し、白川村独自のマナー定着を目指す		
実施主体	岐阜県白川村	**実施期間**	令和7年8月～令和8年1月

【背景・課題】

- 訪日外国人旅行者のマナー向上のためにレスポンシブル・ツーリズムを推進しているが、十分に浸透していない。
- 火気厳禁区域での喫煙、ゴミのポイ捨ては、火災による集落の焼失や環境汚染のリスクを高める。
- 住宅や田畑への侵入、違反駐車は、住民のプライバシーや生活を侵害してしまう。

【事業内容】

- 内閣府の政策の一環となるクールジャパンで評価のあった「LIVE JAPAN」を活用し、信頼性の高い情報を訪日外国人に届ける。
- 「白川郷レスポンシブル・ツーリズムサイト」への誘導を増やすことにより、観光客のマナー向上を促し、地域との摩擦を軽減する。
- オーバーツーリズム対策への貢献として、マナー啓発を通じて、観光客の行動変容を促し、地域への負荷軽減を図る。

【推進ポイント】

- レスポンシブル・ツーリズムの重要性を分かりやすく伝える記事を作成する。
- 多くの訪日を予定している訪日外国人旅行者に、正確な情報を発信する。
- SNSやインフルエンサーを活用し、情報を拡散する。
- サイトへのアクセス数や記事の閲覧数を分析し、情報発信の効果を測定する。海外OTAを含む300万以上のサイトに広告配信できる「Google Display Network（GDN）」を活用。白川郷への訪問者が多い6か国を対象に、各国の言語でマナー啓発バナーを掲出し、ターゲット層へ直接かつ効果的に情報を届ける。

5-③. 成果及び今後に向けて

補助事業④	海外OTA・訪日メディアを通じたマナー等情報発信業務

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	特設サイトの閲覧者総数

令和7年度に掲げた目標値

- 550,000件
  ※令和6年度当初 約9,000件 → 令和6年度事業完了時　約90,000件

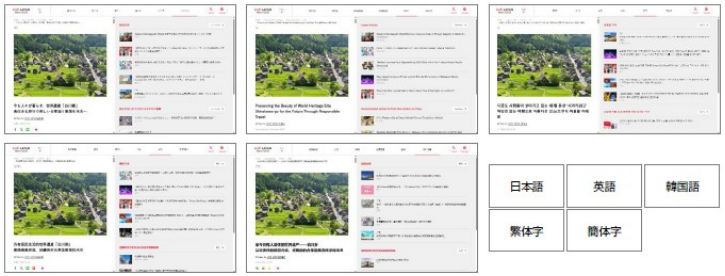
事業の成果/目標の検証結果

- 610,604件 ※ 令和8年1月20日時点
- （日本語：74,755件、英語：457,469件、簡体字：6,295件、繁体字：69,687件、フランス語：2,398件）

成果の詳細

- レスポンシブル・ツーリズムの重要性を分かりやすく伝える記事を1本作成できた。
- 多くの訪日を予定している訪日外国人旅行者に正確な情報を発信し、上方修正したKPIを達成した。
- 「白川郷レスポンシブル・ツーリズムサイト」への誘導を増やし、観光客のマナー向上を促すことができた。
- 地域独自の観光マナー定着に努めることができた。

▶作成した記事
訪日外国人旅行者向け観光情報サービス
「LIVE JAPAN」ウェブサイト・アプリより発信



令和7年度事業を踏まえた継続課題

情報発信の継続

- 令和7年度実施した村民アンケートにおいて、「観光客のマナー違反により迷惑している」と回答した方の割合は92%となり、依然として訪日外国人旅行者のマナー向上を求める住民の声は大きい。情報発信を継続する必要がある。

令和8年度以降の方針

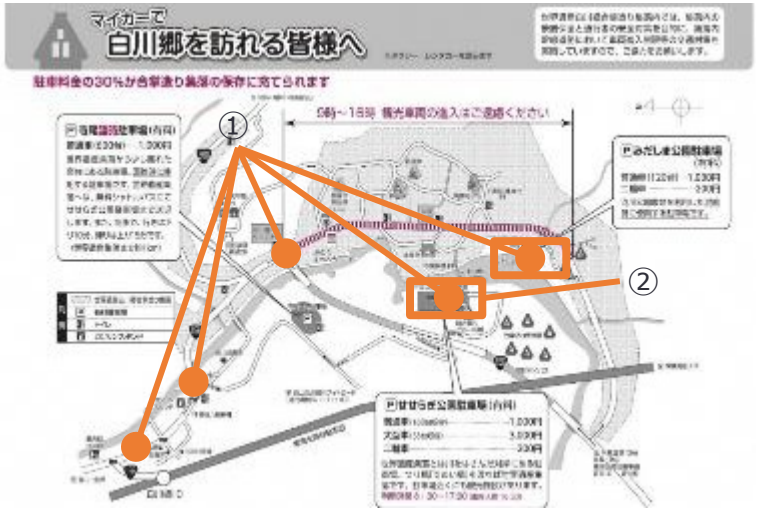
マナー定着

- マナー向上に向けた情報発信は継続することが何より大切であり、今後も同様の事業を、より効果的に行えるよう検討し、実行していく。
- マナー啓発を目的とした動画を作成するなど、より効果的な情報発信の手法を検討し、令和8年度以降も継続して実施する。

4．対策の概要

- 山間地かつ公共交通機関が発達していないことから道路の渋滞が起きやすく、観光スポットが集中していることからエリアに人・車が集中しやすい構造となっている
- 世界遺産であることから、地域における集落の保全活動が厳格、新たに恒久的な構造物を設置することが困難等の対策に制限がある
- そのため、事前の周知による来訪者の行動変容と既存設備の更新による受入環境整備を行う。
- 大きくは以下の３点である
  1. 交通対策：混雑情報をリアルタイムに発信するウェブサイトの開設とマルチ決済に対応した全自動料金精算機の導入
  2. マナー対策：広告やメディアへの情報発信を通じた観光客への啓発
  3. イベント対策：白川郷ライトアップイベントの混雑対策、ルール違反対策

エリアマップ



全域：③,④,⑤

観光客の分散・平準化

取組み **①駐車場及び動線となる主要交差点等5か所の混雑情報をリアルタイムで発信するWEBサイトの開設**

内容
- 繁忙期に観光車両の収容台数を超え、駐車場待ちの車で渋滞する
- 「混雑状況」を事前に知らせることで、ずらし観光などの行動変容を促し、現地に来てしまってからでは手遅れとなる渋滞問題の緩和を図る

受入環境の整備・増強

取組み **②指定駐車場にマルチ決済に対応した全自動料金精算機を導入**

内容
- 来訪者の約半数を占める訪日外国人旅行者の中に、現金を使用する文化がない、もしくは見慣れない硬貨での支払い等により、駐車場出口で立ち往生してしまい、新たな車が入場できない事象が発生している
- 駐車場の退出を円滑にすることを通じて駐車場内における混雑解消を図るとともに、駐車場利用待ちの車両による道路の交通渋滞を緩和する

マナー啓発

取組み **③白川村のマナーを知らない観光客への啓発（レスポンシブル・ツーリズムサイトの海外発信強化、白川郷ライトアップの申込ルール周知、メディアリリース）**

内容
- 路上喫煙・タバコのポイ捨てなど集落の存続が危ぶまれる行動（茅葺屋根、木造建築のため火元にはより注意が必要）や住宅敷地等への侵入など住民との摩擦が発生している
- 上記はマナー自体を認知していない、もしくは理解できないことが理由であると考えられるため、分かりやすい内容に変更する

調査・分析

取組み **④モバイル空間統計のデータを活用した統計データ分析ツールの開発**

内容
- 白川村への来訪者は、観光客の多様化（国・地域）で対策ターゲットの絞り込みが難しい
- 来訪者データ等をストックしているが、分析までは行えていないため、RAWデータを分析できるツールを作成し、施策検討の材料とする

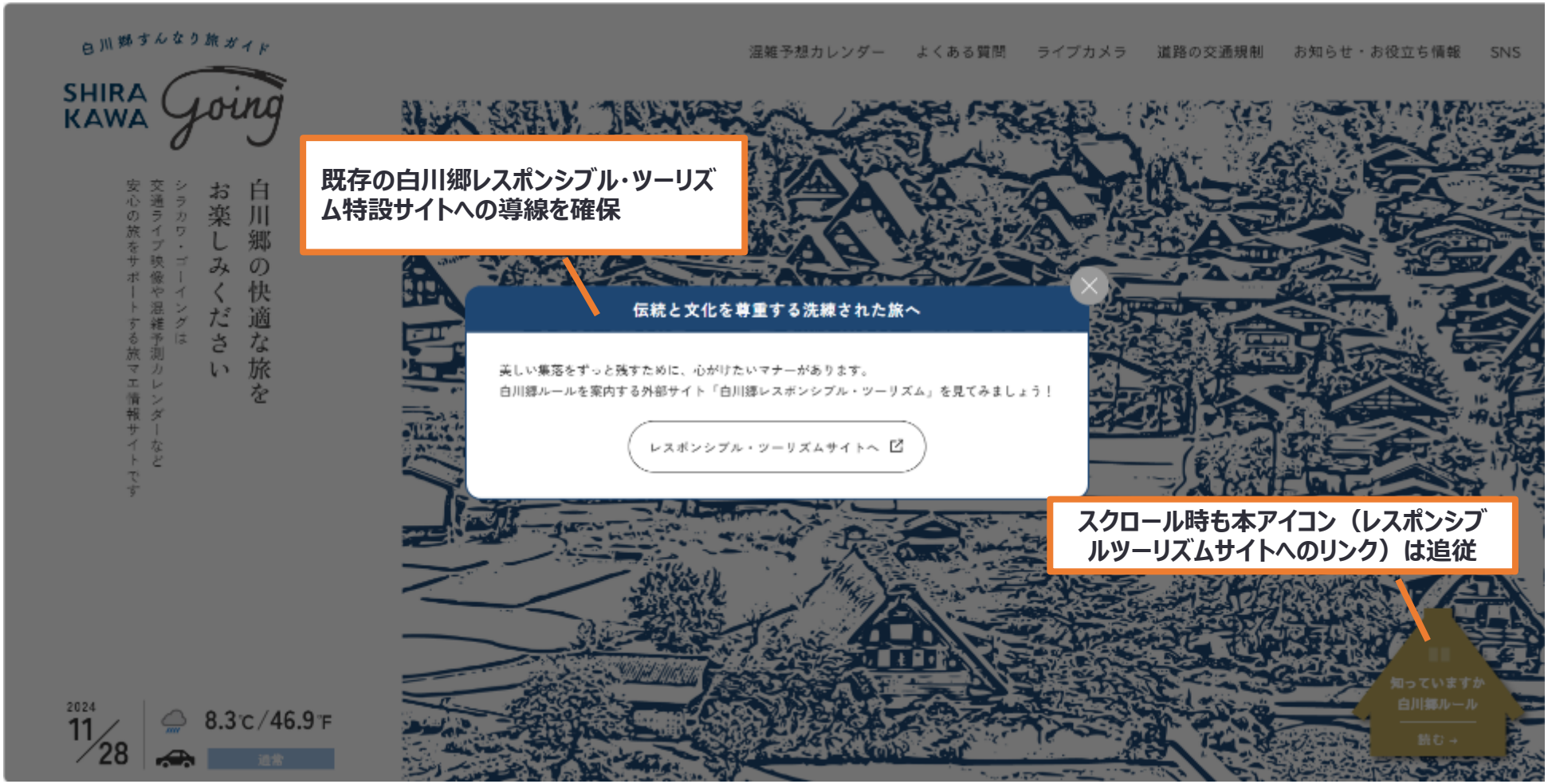
取組み **⑤事業間調整、コーディネート業務**

内容
- オーバーツーリズム対策に係る人材の量及び質が不足している
- 各事業の連携を図るとともにOT対策の体制をえ持続的な取組みを狙う

５-①．主な取組み（詳細）

事業内容

追従ボタンによる白川郷レスポンシブル･ツーリズム特設サイトへの誘導



５-①．主な取組み（詳細）

事業内容

混雑状況の写真の公開

５-①．主な取組み（詳細）

事業内容

混雑予想カレンダー（週間、3か月）

５-①．主な取組み（詳細）

事業内容

交通ライブカメラ

5ヶ所のライブ映像を配信

事業内容

各道路の交通規制状況

５-①. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- **白川郷ICから本線への渋滞発生減少**

事業の成果／目標の検証結果

- **白川郷ICから本線への渋滞発生減少**
  - 白川郷ICから本線への渋滞発生日：**2日間→0日間**
    ※村営せせらぎ駐車場から約5.3kmの地点
    ※令和7年2月14日現在

成果詳細

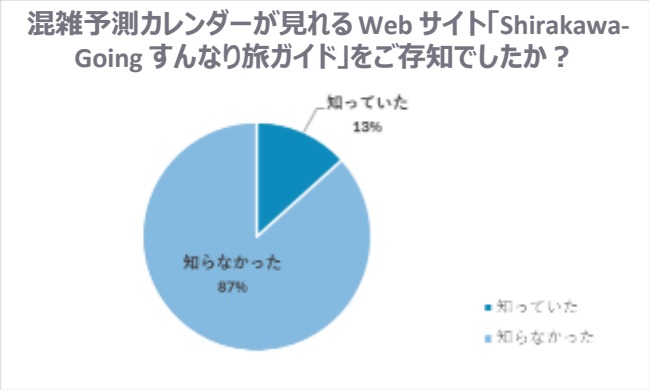
■ **渋滞発生について**
- 白川郷ICから本線への**渋滞発生日2日間→0日間**　※村営せせらぎ駐車場から約5.3kmの地点

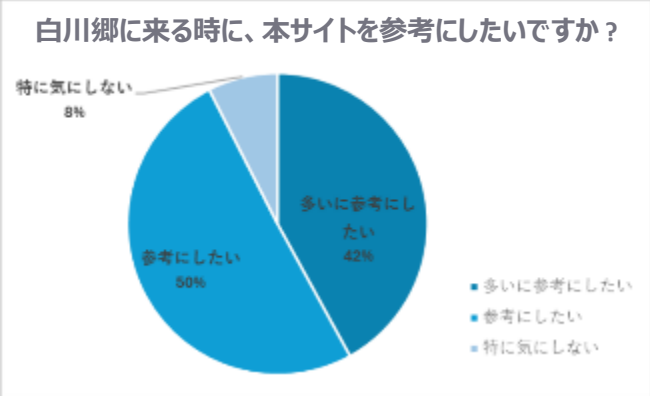
■ **本サイトについて**
- 11/28に日本語版、12/20に英語版、中国語版（簡体字及び繁体字）、フランス語版を公開
- 各サイトのPV数は右表のとおり
- サイト分析によるとPCからの閲覧率が高く、個人観光客ではなくメディアおよび観光業界、訪日客関連のマーケティングや研究機関などの閲覧か推測される

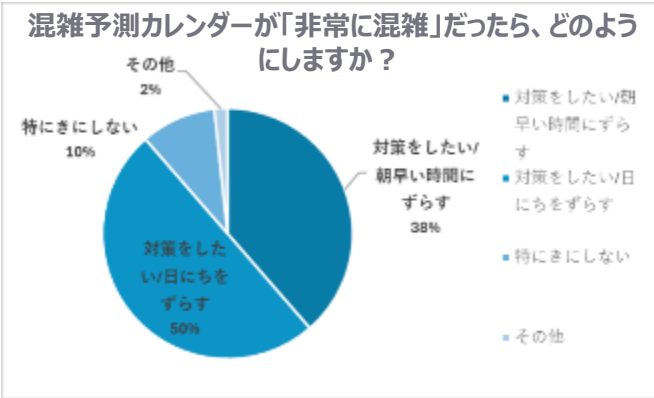
■ **アンケート調査結果**（N＝412　対面188・Web224）
- **白川郷に来るときに本サイトを参考にしたいと回答した人は全体の92%**と関心が高く、混雑予測が「非常に混雑」であった場合に、回答者の9割弱（88%）が来訪する日にちや時間をずらすなど、混雑を避けて訪問する意向を示した。本サイトが、白川郷における観光客の集中の緩和に貢献することが期待される
- 一方で、**本サイトの認知度は13%に留まり、さらなる周知が必要**と思われる

●各サイトのPV数（2/14時点）

言語	PV数
日本語版	126,045
英語版	3,616
中国語版（簡体字）	4,936
中国語版（繁体字）	1,446
フランス語版	736







５-①. 成果及び今後に向けて

令和６年度の取組みから見えてきた課題

1 訪日外国人旅行者の行動変容

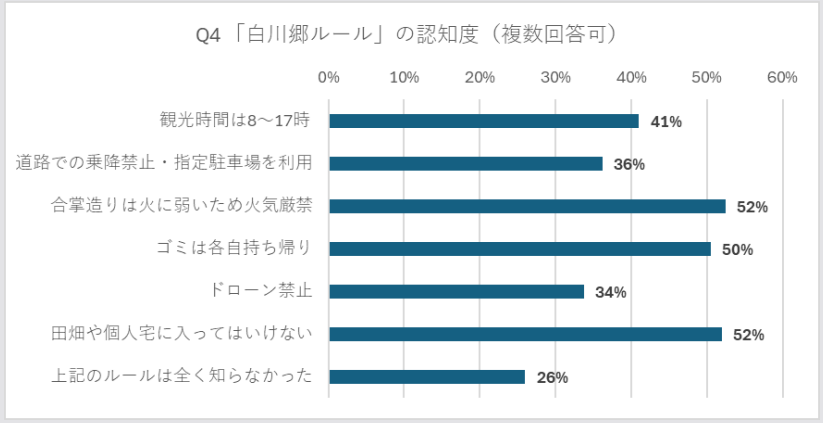
- 訪日客は出発前に行程を固めているため、日本に来てからの行動を変えづらい
- 本事業で制作した情報サイト「シラカワ・ゴーイング」は中国本土のアクセスに課題があることが判明した

2 重要情報の掲示

- 現在の設計では重要情報はサイトを開いた際のポップアップのみで、かつデザインの関係で1項目の掲載となってしまい、複数掲示が難しいことが判明した

3 交通以外のマナー啓発

- 白川郷では世界遺産集落と村民の暮らしを守るために独自の「白川郷ルール」を設けているが、今回の調査では訪問前に何らかのルールを認知していたのは約半数にとどまり、多くの旅行者が現地で初めて知るという課題が浮き彫りになった



令和７年度以降に取り組むべきと考えること

1 「白川郷レスポンシブル・ツーリズム」の発信強化

- 混雑情報の配信サイトからレスポンシブル・ツーリズムサイトへの連携を強化する
- 特に訪日外国人旅行者に対する周知活動の継続・強化を行うことで更なるマナー向上を目指す

2 駐車場の予約システムとダイナミックプライシングの導入検討

- 一般的にオーバーツーリズム対策で有効な手段は、「分散、規制、課金」の3つと言われており、村営駐車場の予約システムとダイナミックプライシングの導入を検討することで、個人及び団体旅行者の「総量規制」の検討を実施する
- 令和６年度に実施した駐車場精算機の改修を活用し、ダイナミックプライシングの導入検討を実施する
- ただし、過度な規制をかけると観光客の満足度を下げ、観光客の減少を招く恐れがあるため、住民や観光客の声を聞きながら慎重に対応していく

3 旅行前段階からの情報発信サイトの機能強化

- 今後も残る課題に取り組み、「シラカワ・ゴーイング」を通じて混雑回避に役立つリアルタイム情報の充実、白川郷ルールの周知強化、レスポンシブル・ツーリズムのさらなる浸透を進め、観光と地域住民の暮らしの調和を図る
- サイト閲覧者が重要情報を見逃さないために、重要事項を複数掲示できる設計に変更する

現状について

- 令和7年度は、地域一体型として事業を実施。

27. 静岡県

１．地域概要

計画名	富士山（富士宮口、御殿場口、須走口）における安全登山環境確保に関する事業計画
対象エリア	富士山（富士宮口、御殿場口、須走口）
実施主体	静岡県
登山者数	約8.9万人（令和６年）
主な観光資源	富士山各登山道（富士宮口、御殿場口、須走口）
計画名	富士山（富士宮口、御殿場口、須走口）における安全登山環境確保に関する事業計画

富士山頂

登山道

● 観光ビジョン

- 効率的・効果的な対策を推進することにより早期に登山者の混雑の偏り、弾丸登山や軽装登山、マナー違反などの課題を解決し、富士山の風致景観の保全と登山者の満足度向上を図る

● 推進体制（協議の場）

富士山における適正利用推進協議会

- 富士山の適正利用に係る関係者で情報を共有し、必要な事業について協議を行うことで連携した施策の推進を図ることにより、富士山における安全かつ快適な利用の推進及び自然環境等の普及啓発に資するとともに、富士山における自然環境の保全、良好な風致景観の確保及び形成に寄与することを目的としている

行政機関		事業者・住民関係者
山梨県	環境省	観光協会
静岡県	防衛省	登山組合・山岳連盟
文化庁	関係市町村	道路公社
林野庁	国土交通省	富士急行㈱

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. 混雑の偏り	• **特定の日・時間帯・箇所にのみ著しい混雑** • 御来光を目指し、夜間登山や弾丸登山などの危険な登山も増加しており、ご来光前の時間帯は**山頂付近が混雑** • 渋滞を避けるため登山道から外れて登山する者が引き起こす落石の危険や渋滞による将棋倒し等の危険を生じている • 渋滞は**観光客の満足度を低下させ、観光体験の質に悪影響**を与えている	観光客
2. マナー・ルール違反とそれに伴う環境悪・景観悪化	• **弾丸登山**（５合目を夜間に出発し、山小屋に泊らず夜通しで富士山頂を目指す登山）や**軽装登山**（登山に必要な装備を持たない登山）を行う登山者の存在 • トイレや登山道におけるマナー違反（異物の投棄やごみの放置、協力金の不払い等） • ごみのポイ捨てや野外排泄等のルール・マナー違反による**環境悪化や景観悪化** • 山小屋におけるマナー違反（事前予約なしの当日飛び込み、当日無断キャンセル） • 指導員のマナー・ルール指導に従わない登山者 • 外国人登山者への情報提供不足 • **富士宮ルートの登山者の緊急避難やルール指導等の安全対策及び入域管理拠点となる施設がない**	地域

１．混雑の偏り

御来光目的の夜間における混雑状況

2．マナー・ルール違反

荷物を放置した登山

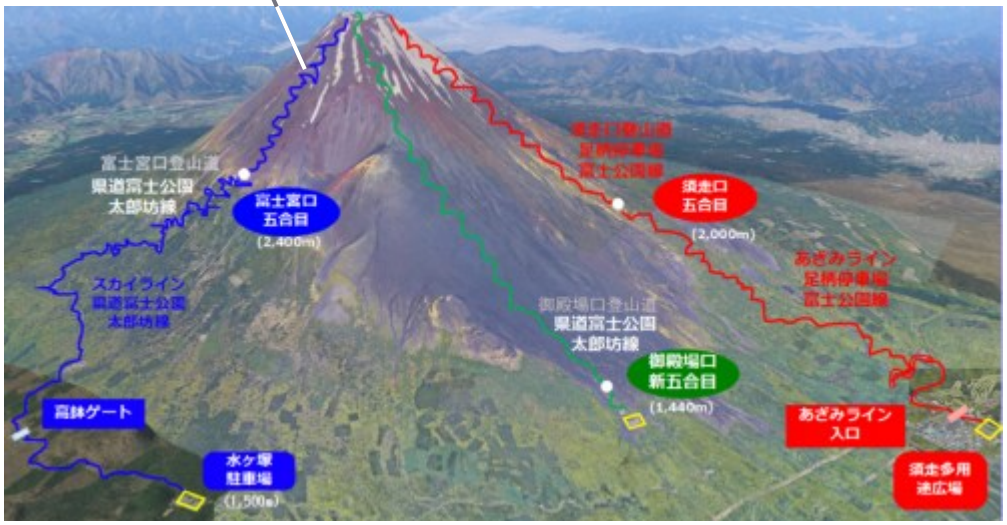
３．背景・要因

● 課題の背景・要因

主な背景・要因	
1. 狭い登山道	• 登山道が１本道で狭い • 御来光の時間帯等、特定の時間帯に登山者が集中することにより、頂上付近で混雑が発生
2. マナーに関する情報が浸透していない	• 従前からマナー啓発を実施しているが、特に外国人登山者等には情報が浸透していない
3. 外国人登山者の増加	• 富士登山・御来光登山人気が高まっており、外国人を含めた観光客の増加が見込まれる • 外国人観光客など、ルールや知識不足の観光客が増加し、事故や遭難のリスクが発生しやすい
4. 登山者や登山形態の多様化	• 富士山人気の高まりにより、御来光を目指した弾丸登山や夜間登山等の危険な登山が増加 • 登山者も多様化している（国内外の観光、登山、ガイドツアー、団体旅行、個人旅行、トレイルラン、等）

1. 狭い一本道

静岡県側登山道（富士宮・御殿場・須走ルート）

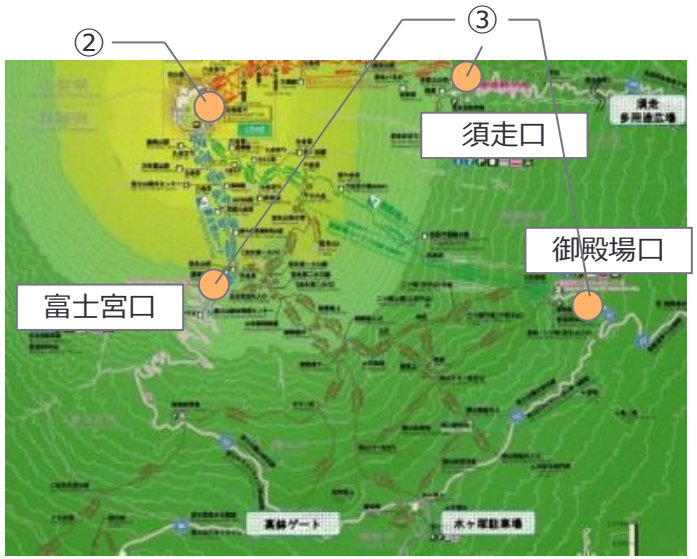


静岡県側の３つの各登山道は、狭い一本道で混雑が発生することもあり

マナー啓発によるルールが必ずしも浸透していない

4．対策の概要

- 静岡県は安全な富士登山を目指し、受入環境整備、マナー啓発、調査分析の計4事業を実施
- 「静岡県富士登山事前登録システム」を導入し、ルールの事前周知を行うことで、安全快適な富士登山の実現を目指す
- 将来的な入域管理の拠点となる施設の設置に向け、基礎調査事業を実施する



受入環境の整備・増強

取組み | **①「静岡県富士登山事前登録システム」の導入と試行**

背景
- 富士登山ルール・マナー違反や夜間弾丸登山が課題となっている

内容
- 本システム導入、事前周知・広報により、夜間弾丸登山の抑制、ルール・マナーの事前学習を徹底し安全快適な富士登山の実現を目指す

※本事業では、周知広報等を実施しました。

マナー啓発

取組み | **②山頂付近への安全誘導員の配置**

背景
- 8合目～山頂付近の混雑、マナー違反が課題となっている。また、文化の違いや知識不足等による主に外国人登山者のマナー・ルール違反を解決する必要がある

内容
- マナー違反を指導する安全誘導員を配置する

調査・分析

取組み | **③登山者の実態調査**

背景
- 登山者に関するデータは、八合目地点での情報しかないことが課題である

内容
- 本事業では、五合目地点でデータを収集する

取組み | **④富士宮口における入山管理及び安全対策の拠点となる、来訪者施設整備に関する計画策定基礎調査**

背景
- 来訪者の安全確保及び将来的な入域管理の拠点となる施設がないことが課題

目的
- 施設設置に向けた基礎調査事業を行う

５-①．主な取組み（詳細）

課題	取組み
登山ルール・マナーの違反 **夜間弾丸登山・軽装登山を起因とした遭難救助の増加** **山頂付近の混雑**	**「静岡県富士登山事前登録システム」の導入と試行** **実施期間**：令和6年7月10日～9月10日（開山期） **実施主体**：静岡県

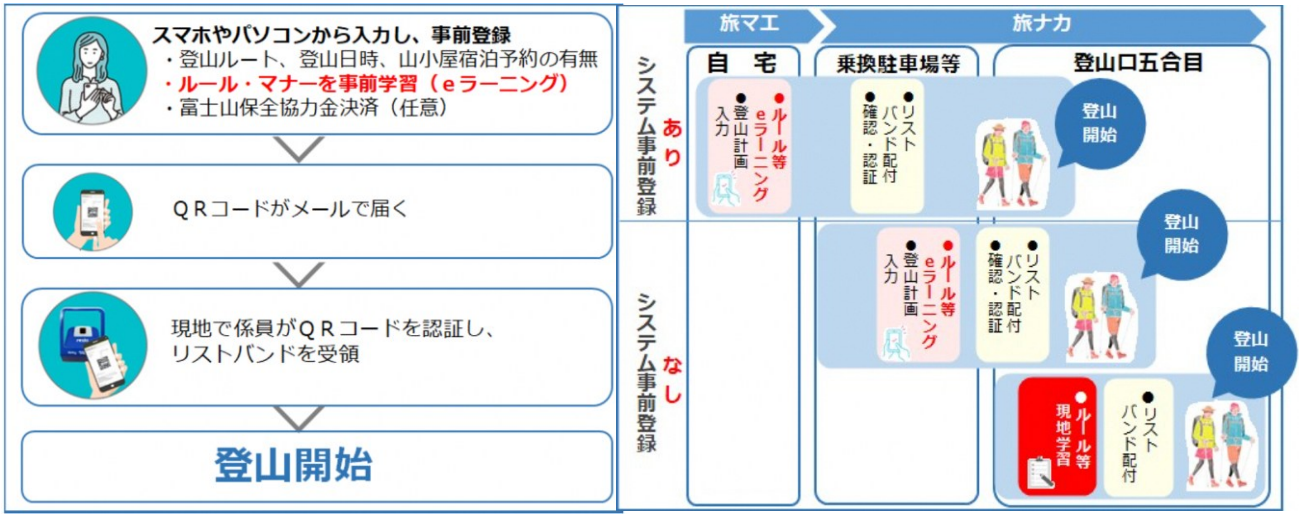
事業内容

■ 「静岡県富士登山事前登録システム」の概要

- 安全で快適な富士登山のため、静岡県側からの登山者に、システムへの**登山計画（登山時間や山小屋宿泊予約の有無等）の登録**と、**富士登山のルール・マナーの事前学習（e-ラーニング）**を行っていただくシステム
- システムは**多言語（日・英・中（簡体・繁体）・韓・ベトナム・タイの７言語）に対応**
- システム上で、**富士登山保全協力金の決済**も可能（任意）

■ 事業概要

- 静岡県側の３つの登山道（五合目地点）で現地スタッフがシステムへの事前登録後に発行される**QRコードを認証**
- 現地では、午後４時以降に登山を始める方に対して**山小屋宿泊予約の有無を確認**
- 開山期間中（１９日間：７月10日～９月10日）の登山者の実態（登山者数、外国人登山者数、弾丸登山者数、ヘルメット持参者数）を調査し、**システム利用率等を算出**する。またシステムに関するアンケート調査を実施し、**システムの利便性を検証**する



システムを活用した入山の流れ

QRコード認証確認の様子

5-①. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- 入域管理システムの実証実験を行い、**利用率やシステムの利便性を検証**する
- 登山者の実態（登山者数、弾丸登山者数、外国人登山者数等）を調査し、**システムの効果等を検証**する

事業の成果／目標の検証結果

システムの効果を検証し、**次年度以降のシステムアップデートに繋げるポイントを明確化**することができた

- **システム利用率70%**(利用率：システム登録者÷登山者数)
- **弾丸登山者数10.2%**（R5年度と比較し、**約5%減少**）

成果詳細

【結果】

- **システム利用率は70%**（システム認証者数61043人÷登山者数89459人）
- 弾丸登山者の割合は、15.1%(R5)から**10.2%(R6)に減少**
- **富士山保全協力金の協力率は74.3%と過去最高**となった
- 開山期間中(7/10-9/10)の遭難救助件数は、70人(2023年)から64人(2024年)に減少したが、死亡者数は６人と過去10年で最多
- 外国人登山者割合は、**25.5%**（R5年度比10.1%増）

【システムに関するアンケート調査の結果】

- 「システムを利用する際に会員登録が必要」、「配信されるメール数が多く煩わしい」といった意見があり、システムの利便性に課題が見られた
- システムと山小屋予約の連携を求める声が多く聞かれた

【事業結果に対する分析と見解】

- 弾丸登山者数については、本年の「静岡県富士登山事前登録システム」の導入と施行による一定の成果が得られたと見られる
- 外国人登山者数については、訪日客需要の増加が見て取れ、今後外国人に向けた取組の周知を徹底していく必要がある
- システムに関しては令和６年度はOTAであったが、来年度は静岡県独自のシステムに移行し、利便性を向上させる。山小屋予約については、山小屋ごとに予約の取り方が多様なため、静岡県システムとの連携が難しいが、将来的には山小屋予約機能も拡充したいと考えている

登山者に占める弾丸登山者および外国人登山者の割合

登山者の割合	R５(%)	R6(%)
弾丸登山	15.1	10.2
外国人	15.4	25.5

富士山保全協力金の協力率

５-①. 成果及び今後に向けて

令和６年度の取組みから見えてきた課題

1 山梨県側と一定程度調和のとれた規制

- 静岡県側ルートの登山者数は6%増えた一方、山梨県側ルートの登山者数は減少しており、山梨県側の通行規制の影響があったものと考えられる
- 開山期間中の遭難救助件数は、令和5年と比較し減少したが、死亡者数は６人と過去10年で最多となった
- 外国人登山者割合も増加しており、外国人へのマナー啓発も重要
- 安全安心な富士登山実現にむけ、山梨県側と一定程度調和のとれた規制を行うことが重要

2 条例に対応した体制の整備

- システムによる事前登録は任意であるにも関わらず、利用率は７割と高い結果となった
- 今後、条例による登山規制が実現した場合は、システムによる入山管理ができるよう、新たな機能を付加したシステム構築及び保守管理が必要
- システム登録後の受付対応、システム未利用者の現地学習スペースが必要。今後条例で制定すると、24時間対応できるよう、拠点や人員の整備が必須

3 弾丸登山者への対応

- 夜間弾丸登山者は15.1%(R5年)から10.2%(R6年)に減少しており、本年の「静岡県富士登山事前登録システム」の導入と施行による一定の成果が得られた
  さらなる弾丸登山者減少のための対策が必要
- 山梨県側の取り組みで、登山規制が弾丸登山抑制に大変効果的であることが示された

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

1 条例の制定

- ■ 山梨側と一定程度調和のとれた規制を実施するため、令和7年２月の県議会にて条例案を提出した
  【条例案の概要】
  - ルール・マナーの事前学習
  - 夜間登山規制の実施（規制時間：午後２時～翌午前３時。山小屋宿泊者を除く）
  - 入山料の徴収（4000円を徴収）
- ■ 環境省及び山梨県と協力し、事前学習動画（６言語）を制作中

2 県独自システムへのアップデート

来年度は静岡県独自のシステムにアップデートし、より使いやすいシステムを目指す。また、変更条例に合わせ、新たに以下の機能を追加予定

- 入山管理料決済機能
- GPS機能の安全対策活用
- 気象情報等のプッシュ配信機能、等

3 拠点整備や人員整備

- 来訪者施設の早期整備を目指す
- 登山規制を実施し、弾丸登山者のさらなる減少を目指す
- 弾丸登山者等のマナー違反者に対して適切な指導ができるよう人員整備を強化する
- 現地体制を整備し、事前学習及び現地学習を必修化

現状について

- 令和7年度は、静岡県側（富士宮ルート、御殿場ルート、須走ルート）における登山規制を実施しました。
- 詳細は、静岡県公式ホームページ
  （https://www.pref.shizuoka.jp/kankosports/kanko/mtfuji/1002809/1072062.html） をご覧ください。

28. 静岡県熱海市

1．地域概要

対象地域	静岡県 熱海市 熱海駅周辺エリア
申請主体	熱海市役所
計画名	熱海駅周辺エリアにおける交通渋滞緩和事業

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
観光交流客数（千人）	7,217	5,516	6,273
宿泊施設利用（千人）	3,342	2,779	3,279
観光レクリエーション（千人）	3,875	2,736	2,994

地域の特徴・観光資源等

- 熱海市は、年間約630万人の観光交流客数がある国内有数の温泉観光地である。
- その観光エリア周辺には、国道135号、主要地方道熱海函南線等の幹線道路が通り、広域交通のアクセス性を確保しているものの、観光スポットや人気飲食店等が熱海駅を中心とする狭いエリアにあることから、駅周辺の道路渋滞や混雑が問題となっている。

協議体制

協議の場

熱海駅前広場満足度向上市民懇話会

- 現状の課題や対策検討に関する意見等を、懇話会に出席する代表者が、住民や構成員から意見の吸い上げを行うことで、地域との連携を強化する

参加者

行政機関
- 熱海土木事務所(県)
- 熱海警察署
- 熱海市（関係4課）

関係団体
- 観光協会
- 温泉ホテル旅館協同組合
- JR東日本、JR東海　等

事業者
- 第一ビル商栄会
- 熱海平和通り商店街
- 仲見世振興会

住民関係者
- 東部町内会連合会
- 身体障害者福祉会

エリアマップ

來宮神社

熱海駅前商店街
（平和通り・仲見世）

熱海駅ビル
「ラスカ熱海」

銀座商店街

熱海サンビーチ

2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**熱海駅周辺道路渋滞・混雑**	• 県道熱海停車場線は市街地から熱海駅に向かう唯一の路線であるが、観光客の増加による、駐車場不足によるうろつき車などの影響で、平均旅行速度が3.7km/hになり、人が歩く速さより遅くなるなどの過度の混雑が生じている。その影響で路線バスが最大1時間程度遅れが生じるなど、市民の足にも影響を与えている。	観光客・住民
2.	**熱海駅前広場混雑**	• 送迎用エリアに宿泊施設の送迎車両が、長時間かつ指定場所以外に駐車しており、一般市民が利用ができない状況も発生し、円滑な交通確保に課題が発生している。 • 熱海駅前広場にある一時利用駐車場はロック板方式で管理をしているが、ロック板等の接触事故等のトラブルが発生している。また、ロック板があることで、入出庫に時間を要し、駐車場の利用効率も下がっている。	観光客・住民

① 駅周辺道路渋滞・混雑

熱海駅前交差点の状況…ロータリーへの進入・退出車両で立ち往生！

熱海駅に接続する道路は、駐車場を探すうろつき車両による渋滞が発生！

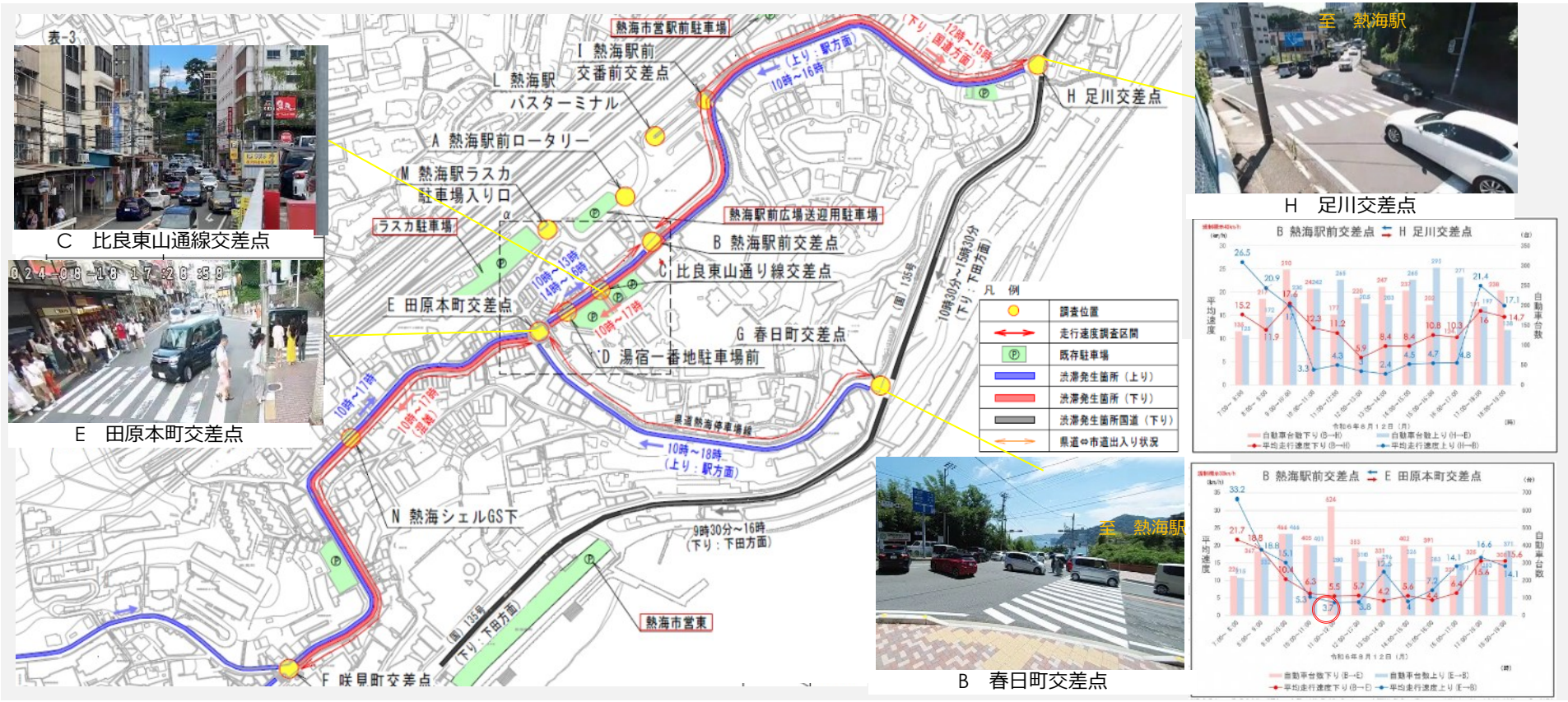
② 熱海駅前広場混雑

一般車の送迎スペースに長時間駐車するホテルの送迎車両（ワンボックスタイプ）！

ロータリー内の駐車場への入庫待ち状況…後続車両が進めない！

3．背景・要因

主な背景・要因		
1.	**日帰り観光客の増加**	• プリンを代表するスイーツ等が、グルメ旅番組を通じて、若い人たちに話題が広がり、首都圏からの立地を活かし、駅前商店街で食べ歩きを楽しむ、車利用による日帰りの観光客が増加したことや、熱海に立ち寄って伊豆半島を南下する車が増えたことにより、渋滞が深刻化している
2.	**インフラの容量不足**	• 集中する観光客の移動行動に対して、道路・駐車場などインフラの容量が不足していることや、狭い範囲に車と歩行者が混在することによる車両の速度低下など、様々な渋滞要因が挙げられる



4．対策の概要

目指す姿	「変化しつづける　温泉観光地　熱海」を目指し、熱海にかかわる全員が、一体となって魅力ある観光地域づくりの推進
KGI	（指標）県道熱海停車場線上り車線旅行速度
	目標値：10.0km/h｜実績値：3.7km/h（令和6年度）

- 懇話会で挙がった意見を踏まえ、早急に対応可能な取り組みを実施
- 道路などのインフラ管理者としての対策が中心

■補助事業の実施概要

受入環境の整備・増強

①熱海駅前広場一時駐車場改良工事

- ロック板があることにより、利用者が入出庫に時間を要しており、円滑な運営が阻害になっている
- 熱海駅前広場一時利用駐車場の管理方式をロック板システムからロックレスシステムへの工事を実施

②熱海駅前ロータリースペース改良工事

- ロータリーの送迎エリアが一般車及び宿泊施設送迎車と区別されているものの、トラブルが生じている
- 路面に着色をして、エリアを明確化することや、スペースを改良するなど工事を実施する

調査・分析

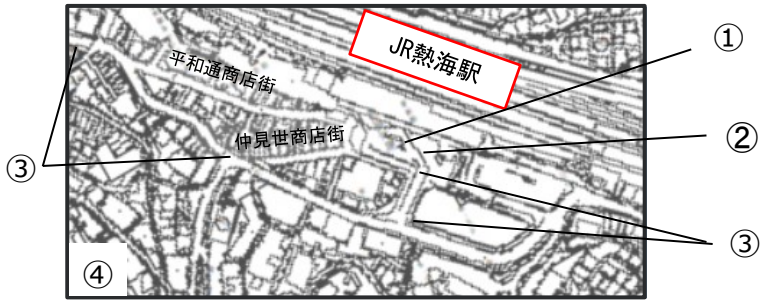
③熱海駅周辺エリア交通渋滞状況調査・対策検討業務委託

- 人気スポットの駅前商店街へ行くため、熱海駅周辺で駐車場を探す「うろつき渋滞」生じている
- 道路状況等をライブ配信や、混雑箇所への交通誘導員の配置など実証実験を実施
- カメラ映像をAI解析を実施し、交通量及び旅行速度等を把握する

地域全体の観光地域づくりに関わる事業

④熱海駅前広場満足度向上市民懇話会運営補助業務委託

- 年3回の開催を予定する「熱海駅前広場満足度向上市民懇話会」の運営補助業務を実施する。



現状の駐車場（ロック板による管理）

入庫待ち車両によって混雑発生

ライブカメラ映像画角（駅前広場）

車道に駐車する送迎車両

ライブカメラ実証実験

熱海駅前の県道の状況

【本地域における取組マップ】

KGI：県道熱海停車場線上り車線旅行速度
測定手法：カメラ映像による速度測定
- 現状値：3.7Km/h　（令和６年度）
- 目標値：10.0Km/h（令和９年度）

KPI：交通渋滞等の意見数
令和7年度　18件
令和９年度　11件

KPI：繁忙時期の利用台数（台/日/車室）
令和７年度　26台
令和９年度　30台

熱海駅前ロータリースペース改良工事

熱海駅前広場一時駐車場改良工事

熱海駅前広場満足度向上市民懇話会運営補助業務委託

KPI：懇話会で挙がった意見の対応件数
令和７年度　4件
令和９年度　6件

熱海駅周辺エリア交通渋滞状況調査･対策検討業務委託

KPI：1日平均JR熱海駅乗車人数
令和７年度　16,000人
令和９年度　17,000人

KPI：掲載されるWEBサイトのアクセス数
令和７年度　12,100PV/月
令和９年度　42,100PV/月

5-①. 主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業①	**熱海駅前広場一時駐車場改良工事**		
事業目的	駐車場の入出庫がスムーズに行えることで利用効率が上がる		
実施主体	熱海市	実施期間	令和7年9月～令和8年2月

【背景・課題】
- ロック板があることにより、年配や初心者ドライバーの利用時は入出庫が時間を要しており、円滑の運営の阻害になっている。
- また、ロック板があることによる、運転操作ミスの事故や故障によるトラブルも発生している。
- 精算機が現金支払い（硬貨及び1,000円札のみ）となっているため、キャッシュレスが支払いに手間取る者も多い。
- 熱海駅周辺地区の渋滞要因の一つに、駐車場不足が挙げられている。熱海駅周辺の人気観光スポットの商店街に最も近い本駐車場の利用効率があがれば、渋滞緩和を図る点において高い効果が見込める。

【事業内容】
- 熱海駅前広場一時駐車場において、円滑な入出庫阻害や事故発生の要因となっているロック板を撤去し、ロック板が必要ない管理方式へ改良する。
- 精算機についても、キャッシュレス決済可能なものに変更する。

【推進ポイント】
- 本駐車場の供用をとめることは、利用実態から難しいため、供用しながらの改良工事になる。

【駐車場の利用効率を向上させるため改良工事を実施】

①ロック坂（フラップ）の撤去

駐車場の形状により、通路が一方通行のため、駐車方法も前向きで、スペースが斜めになっているため、ロック板があることで円滑な入出庫を妨げていた

ロック板がちょうどドアからの乗り降りの位置にあり、足が不自由な方や年配の方から、乗降しにくいとの意見があり、乗降にも時間を要していた

②キャッシュレス対応機能の追加（精算機）

現金支払いのみ対応の精算機（1,000円札及び硬貨）からキャッシュレス対応機能を追加し、精算時間の短縮を図る

③部分的な改良

入出庫が難しい箇所など部分的に撤去するなど、改良を行い、円滑さの向上を図った

④歩行者通路の確保

入緑地帯だった部分を舗装して、利用者が駐車場内を歩けるスペースとし、自動車と歩行者と交錯をさけ、より安全かつ円滑な駐車場となるように整備した

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	熱海駅前広場一時駐車場改良工事

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	駐車場の日当たり利用台数　（梅まつり時期１日平均1車室当たりの利用台数）

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 27台/日/車室（令和7年2月）	• 23台/日/車室（令和8年2月）

成果の詳細

➢ **補助事業実施の結果・実績**
- 全19車室のロック板を全室撤去し、カメラ管理による駐車場となった
- キャッシュレス機能付きの精算機により使いやすくなった
- 利用者が歩けるように、植栽帯の舗装を実施
- 隅切り部の改良を行った

➢ **事業目的に対する成果**
- 入庫時に何度も切り返す回数車両の台数が減った
- 1日最大利用の駐車台数が増えた（521台／日）
- フラットになったことから、車への乗り降りがスムーズになった
- ナンバープレート精算となり、利用車両の特性を把握可能となった

改良工事後の駐車場

カメラ式に変更

➢ **課題**
- 30分無料としていることから、ロック板をなくしたことにより、精算せずに出庫する車両が発生
- 緑地帯を舗装したが、通行する利用者が少ない

令和7年度事業を踏まえた継続課題

周辺地域駐車場より安価な駐車料金

- 地域住民の駐車場という位置づけであるため、駐車料金が安く設定されており、周辺の駐車場より安くなっていることから、本駐車場に駐車を希望する観光客が一定数いる
- 30分無料としていることから、ロック板をなくしたことにより、精算せずに出庫する車両が発生した

令和8年度以降の方針

駐車場運用方法の検討

- 近隣駐車場と同程度の価格にするなど、駐車料金の見直しや駐車場利用を予約制にするなど、運用方法の見直しの検討を行う

5-②. 主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業②	**熱海駅前ロータリースペース改良工事**		
事業目的	トラブルの低減及び地域市民の駅への送迎のストレス軽減を期待		
実施主体	熱海市	実施期間	令和7年10月～令和8年2月

【背景・課題】

- 熱海駅ロータリーの送迎エリアについて、一般利用車と宿泊施設のマイクロバス優先のエリアが分かれているが、一般車両が宿泊施設のエリアに駐停車することによりトラブルが発生している。
- 一般車両エリアには、ミニバンタイプの宿泊施設の送迎車も利用しているが、繁忙期は熱海駅周辺の渋滞が見込まれることから、お客さんをお迎えする予定時間より早く待機しているため、一般利用者が使用できない状況になっている。
- 上記のほか、送迎エリアの区画が抜本的に足りていないため、ロータリー内の車道へ駐車するなど、円滑な交通を阻害している。

【事業内容】

- 熱海駅前ロータリーについて、一般の送迎車両と宿泊施設の送迎車両の駐車スペースをより明確にするとともに、現状の形状を部分的に改良し、より効率的に利用できるよう工事を行う。

【推進ポイント】

- 本ロータリーの供用をとめることは、利用実態から難しいため、供用しながらの改良工事になる。

【ロータリースペース改良工事を実施】

①乗降場増設のためロータリーを拡幅

送迎バスの乗降スペースが足りず、指定場所以外での駐車が指摘されていることから、ロータリーの線形を改良し、宿泊施設の送迎用マイクロバスの乗降スペースを１台分増設

②ロータリーの線形改良

ロータリー内に車両が駐車していても曲がりやすくするため、隅切り部の改良工事を実施した

③乗降指定場所の明示化

一般の乗降車と送迎マイクロバスとの駐車位置をめぐるトラブルが多く、指定エリアをカラー舗装を行い、明示化を行った

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業②	熱海駅前ロータリースペース改良工事

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	交通渋滞等の意見数（市民アンケート調査結果）

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 22件（令和6年8月調査）	• 25件（令和7年8月調査）

成果の詳細

➢ **補助事業実施の結果・実績**
- 隅切り箇所２箇所改良
- 宿泊施設用マイクロスバスペース1台増設
- 駐車場への横断帯新設

➢ **事業目的に対する成果**
- バス優先スペースに一般車が駐車することがほぼなくなった
- 拡幅し混雑時でもスムーズにロータリーを走れるようになった
- ロータリーの形状を改修したことにより、マイクロバスの駐車場スペースが1台増することができ、指定場所以外での駐車が少なくなった

➢ **課題**
- 乗降スペースを増設したものの、未だ指定場所以外に駐車する車両の存在
- 短時間駐車を守らない車両の対策

拡幅工事後のロータリー

カラー舗装によるスペース明示

令和7年度事業を踏まえた継続課題

駐車マナーの徹底
- 乗降スペースを増設したものの、いまだ指定場所以外に駐車する車両の存在や短時間駐車を守らない車両の対策

令和8年度以降の方針

運用ルールの徹底
- スペースの拡幅や明示によって、スムーズな駐車ができるようになったが、運転手のマナーによっては、混雑時に指定場所以外での駐車が起きる可能性があるため、引き続き懇話会等を通じてルールの徹底への協力を要請する

5-③. 主な取組（詳細）

調査・分析

補助事業③	**熱海駅周辺エリア交通渋滞状況調査・対策検討業務委託**		
事業目的	混雑状況のライブ配信視聴により代替え交通手段の検討		
実施主体	熱海市	実施期間	令和7年6月～令和8年2月

【背景・課題】
- 熱海駅周辺地区という特異なエリアの中で、どのような対策が有効ななのか、社会実験での対策効果を踏まえ、恒久的な対策を検討する。
- 検討内容について、懇話会で意見を聞き、今後のスケジュール等を検討していく。

【事業内容】
- 熱海駅前周辺道路におけるカメラ映像による渋滞調査を実施し、旅行速度等を計測する。
- 熱海駅前の混雑状況をライブカメラで配信する実証実験や、交通整理人を配置するなど今後の対策立案のために検証を行う。
- 熱海駅前広場ロータリースペースについて、課題や地元からの要望を踏まえ改良の検討・設計を行う。

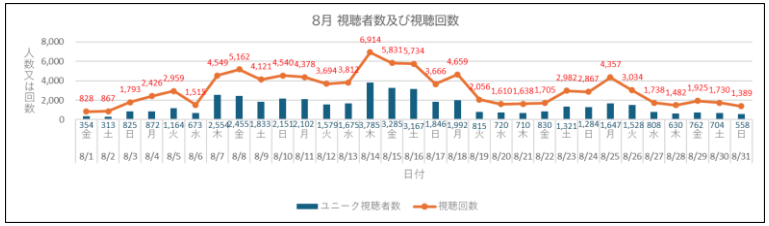
【推進ポイント】
- 懇話会での意見を踏まえて、検討する。

【渋滞対策に効果があるか実証実験を実施】

①道路状況のライブ配信

カメラ設置位置図

- 熱海駅前に集中する車両に対し、混雑状況のライブ配信視聴による代替交通手段や時間分散の検討を促進させる
- 混雑時間や場所を回避するツールとしてYouTubeライブ上で熱海駅周辺の道路状況を24時間配信
- 併せてGoogleフォームを利用したアンケートを開設し、利用時間や役立ち度を調査した



YouTube視聴回数

②渋滞になる交差点に交通誘導員を配置

渋滞要因の一つである交差点に、試験的に交通誘導人を配置し、効果検討を行う

5-③. 成果及び今後に向けて

補助事業③	熱海駅周辺エリア交通渋滞状況調査・対策検討業務委託

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	掲載されるWEBサイトのアクセス数（繁忙期の8月の一ヵ月間）

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 12,100PV/月	• 22,183PV/月

成果の詳細

➢ **補助事業実施の結果・実績**

- お盆休み期間は昨年度の道路状況に関するHPの閲覧回数は2,063回／月だったのに対し、令和7年度は22,183回/月と多くのアクセスがあった
- 8月の月間YouTubeのアクセス数は約96,000回と想定以上であった

➢ **事業目的に対する成果**

- 市民から「常設を希望する」や「混雑を避けられる行動がとれた」等、ライブ配信継続の意向が多く寄せられたことから、12月補正予算にて事業化が決定した
- ロータリーの進入車両台数はピーク時間の11時～12時の時間帯において、昨年より少なくなり、来場時間の分散・平準化の傾向を確認できた

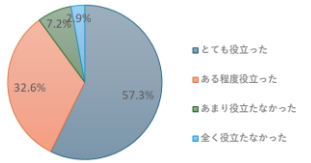
➢ **課題**

- タビマエの観光客へのライブ配信の周知について
- 駐車場の満空情報等の情報も併せた提供方法について

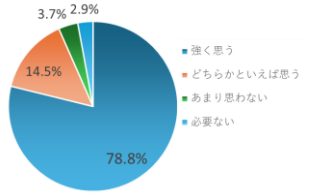
熱海駅前ロータリーの流入台数

利用者アンケート結果

Q. ライブ配信が外出の役に立ったか？



Q. ライブ配信を継続してほしいと思うか？



令和7年度事業を踏まえた継続課題

ライブ配信カメラの周知

- 初年度ということ、および事業開始までの時間がなかったことから周知が十分ではなかった。
- 観光客にも広く知っていただくように、タビマエの観光客への周知を強化する必要がある。

令和8年度以降の方針

ライブ配信カメラの本格運用

- 一定のアクセス数があり、継続を希望する声も多かったことから、常設でカメラを設置する
- 必要に応じて、増設についても検討する
- 本格運用について、懇話会、DMO等を通じて観光客、地域住民に広く周知を実施する
- 駐車場の満空車情報等の情報も合わせた情報提供を検討する

29. 静岡県河津町

1．地域概要

対象地域	静岡県河津町 河津桜まつりエリア
申請主体	河津町
計画名	「河津桜まつり」渋滞・駐車場問題緩和による、地域一体で創る観光地計画

観光客データ

	令和2年2月	令和6年2月	令和7年2月
入込観光客数（千人）	907	622	542
- 国内	-	448	-
-訪日外国人旅行者	-	174	-

地域の特徴・観光資源等

- 河津桜発祥の地として、伊豆半島に春の訪れを告げる「河津桜まつり」を楽しむ国内・訪日外国人旅行者でにぎわう河津町、伊豆エリアの観光に大きく寄与している。
- 首都圏からJR踊り子号で120分の立地にあり、伊豆半島の伊豆縦貫自動車道の整備も進みアクセスが良い。
- 河津桜以外でも伊豆半島ジオパークを構成する河津七滝、川端康成氏執筆「伊豆の踊子」ゆかりの地であり、踊子歩道等をE-BIKEで周遊するアクティビティも人気。

協議体制

協議の場

運営主体：河津町

・地域住民団体の代表者による協議への参加
・アンケート調査による住民意見の聴取
・商工会関係者への意見聴取

参加者

行政機関

・河津町産業振興課

事業者

・河津町観光協会

住民関係者

・河津町行政連絡委員会
・河津桜まつり実行委員会
・河津桜まつり対策協議会

エリアマップ

一部混雑エリア

河津桜花見舞台

河津川沿い桜並木

シャトルバス発着地点
河津バカデル公園

桜まつりメイン駐車場

桜まつりメイン会場付近

伊豆急行 河津駅

2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**道路渋滞による マイナス**	• 伊豆循環道、国道135号の交通集中で河津へ向かう道路では時間的計画が困難 • 河津桜まつり＝渋滞イメージが根付き、近隣や首都圏観光客の減少傾向が顕著	観光客(乗用車/バス) 観光事業者
2.	**中心エリアへの 集中**	• 駐車場空き情報の発信がなく中心部へ駐車場探しの車が集中、状況が悪化している	観光客・地域住民
3.	**桜まつり中心エリア 混雑**	• 河津川沿いの桜並木への集中、桜祭りエリア内分散と手荷物軽減による混雑緩和	観光客

1 道路渋滞

河津桜まつりへ向かう交通渋滞

2 中心エリアへの集中

中心エリアの駐車場状態

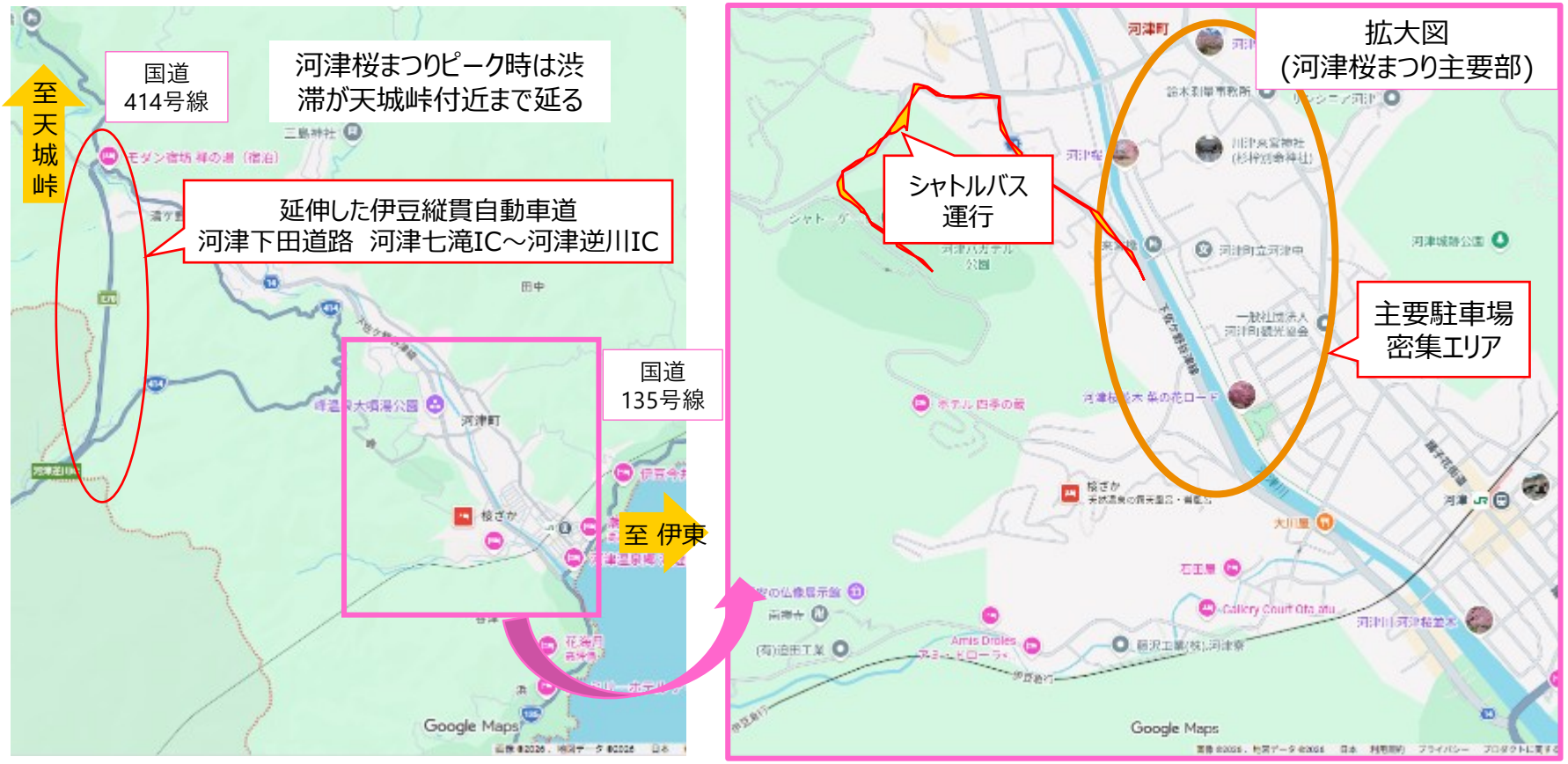
3 河津桜まつり中心エリア混雑

河津桜まつり中心部の混雑

3．背景･要因

主な背景･要因

1.	**訪日外国人旅行者の増加**	• 河津桜まつり期間においては令和２年2月まで段階的に訪日外国人旅行者が増加、国内客もこのタイミングがピークとなる • 河津へ向かう国道の延伸により訪日外国人旅行者のツアーバス、近年のレンタカー需要等による自動車来訪の増加
2.	**中心エリアへの駐車場集中混雑による増加**	• 道路渋滞や桜まつり中心エリアの集中混雑としては、駐車場の空き状況の情報がないため、桜まつり中心エリアに自動車が集中し、混雑している。また、道路渋滞により時間計画が困難であり、観光客へのマイナスイメージとなっている。 • これまで大きな対策は未着手であったが、令和７年2月に駐車場･交通渋滞への対応として郊外の河津バカデル公園よりシャトルバスを運行、また駐車場においてスムーズな出入りを目的に電子マネー決済を導入、適正な効果を得られていない状況にある。



4．対策の概要

目指す姿	河津桜まつりを通じて訪れる観光客が河津(伊豆)の魅力を知り、河津桜以外の季節でも伊豆を旅行したくなる風土を造成、国内外の観光客が毎年10%増加、地域住民の満足度80点以上を継続できる観光地へ
KGI	（指標）交通渋滞の改善を感じる市民の割合と 河津桜まつり来場者満足度 現状値：市民23%/来場者47.7%　（令和７年2月） 目標値：令和８年2月対比10%UP（令和９年2月）

【協議計画】
①令和７年10月
事業計画(案)の説明、住民アンケート(事前)実施説明
②令和７年12月
住民アンケート(事前)内容共有、2回目(検証用)の説明、事業の方向性の確認
③令和８年2月
事業実施結果(速報値)報告、本年度課題の協議(アンケート反映)
次年度計画(案)の協議

■補助事業の実施概要

需要の分散･平準化

①河津桜まつりにおける駐車場状況の可視化による混雑緩和事業

現在の駐車場は官民が混在しており駐車場の位置や空き状況が不明確で混雑の要因となっている、駐車場情報の共有により適切に空き駐車場への誘導が可能、適切な駐車場情報の可視化で混雑が緩和。また、稼働率UPや収入増加する繋がる。

今までの駐車場における負のイメージを払拭、河津桜まつりへの誘客動機を造成。

調査･分析

②河津桜まつりにおける人流調査、分析による持続する観光地経営

河津桜まつり中心部駐車場エリア、メイン会場付近に人流が集中している状況で域内分散が必要。期間中GPSデータ等による行動分析と回遊導線の把握による、混雑緩和や河津桜まつり需要の平準化に向けたデータを取得分析、結果を反映した適正な回遊計画の立案。

KGI：交通渋滞の改善を感じる市民の割合と河津桜まつり来場者満足
- 測定手法：河津町民と来場者へのアンケート調査
- 現状値：市民23%／来場者47.7%　（令和７年2月）
- 目標値：令和8年2月対比10%UP（令和９年2月）

KPI：河津桜まつりエリアを3ブロックで計測、人流データによるエリア毎の人流数
令和７年度：【A】59.6%【B】24.1%【C】16.3%
令和８年度：【A】60%【B】25%【C】15%

KPI：河津桜まつり期間の国道414号・県道14号・町道大堰笹原線調査による渋滞距離（令和7年2月混雑時10ｋm）
令和７年度：8km
令和８年度：5km

5-①. 主な取組（詳細）

需要の分散･平準化

補助事業①	**河津桜まつりにおける駐車場状況の可視化による混雑緩和事業**		
事業目的	駐車場状況の可視化による駐車場難民の減少と混雑緩和		
実施主体	河津町	実施期間	令和7年10月～令和8年2月

【背景･課題】

- 河津桜まつりの一番の課題である駐車場問題、河津桜まつり時期の土日祝やピーク時付近は交通集中による慢性的な渋滞が発生。
  国内の観光客はこの渋滞により来場が減少傾向にある

- 複雑な駐車場配置により適正に空き駐車場への案内ができていない状況。地域住民の生活を守る為、駐車場混雑による渋滞の軽減が重要。

【事業内容】

駐車場情報の可視化により、適切に空き駐車場へ誘導することで駐車場の混雑を緩和する

【推進ポイント】

- 官民運営が点在する為、駐車場の情報収集と最適な案内導線の把握によるルート整備、民間駐車場運営者の協力
- 路地など交通に支障が出やすい場所の把握、必要な対策の実施
- 河津桜まつりエリア全体へ交通や人流を分散する企画、回遊性向上
- 最適な可視化システムの採用と各種広報連携

駐車場までの渋滞

満車の駐車場

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	河津桜まつりにおける駐車場状況の可視化による混雑緩和事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	河津桜まつり期間の国道414号・県道14号・町道大堰笹原線調査による渋滞距離

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
・5 km	・9.5km （令和８年2月）

成果の詳細

【成果】
- 月次進捗進行管理において、河津町と河津町観光協会（河津桜まつり実行委員会）とが密に連携をとり、実施内容の漏れ防止ができた。
- 交付決定後の速やかな機材手配により、外部要因からの遅延防止ができた。
- AIカメラ設置箇所の効率化で導入台数の削減（13台→6台）が可能となった。
- 多方面（メディア向け、利用者向け等）へのプレスや広報ツールの配布でアクセス数が飛躍的に向上した。
  2月7日13,971件→2月15日77,424件
- 駐車場管理者説明会を通じて、来場者へのサービス向上に意識を向けることができた。
- 河津桜まつり会場の混雑緩和事業との整合性も良く、オーバーツーリズム緩和への足掛かりができた。

【課題】
- 民間駐車場への参加拡大が出来ず（50箇所のうち参加25箇所参加率50%）
  効果が十分ではなかった(周知期間の不足)
- スマートフォン等からWEB上の専用サイト内で混雑状況項目を手動設定するため、機械操作に不慣れな方では慣れるまでに時間を要する(手動操作による課題)
- 次回の河津桜まつりではオンライン、オフラインでの広報活動にてさらなる周知の徹底が必要

周知チラシ

駐車場の状態が可視化されたマップ

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1 民間駐車場経営者の巻き込み

- 令和7年度は初年度ということもあり、民間駐車場経営者の参加は約半数に止まった。
- 可視化の取組みを拡大するためには、民間駐車場経営者の方の協力が不可欠であるため、令和8年度以降も本事業に参加いただける経営者を増やす必要がある。

令和8年度以降の方針

1 駐車場可視化システムの拡充
- カメラを複数台設置し検知精度を上げる
- 民間駐車場経営者の巻き込み

2 駐車場可視化の周知広報
- 駐車場可視化システムに駐車状況の可視化ができる駐車場の増加（民間駐車場経営者の巻き込み）
- 継続した周知広報を実施することで、来場者に駐車場可視化システムを知ってもらい活用いただく

5-②. 主な取組（詳細）

調査・分析

補助事業②	**河津桜まつりにおける人流調査、分析による持続する観光地経営**		
事業目的	河津桜まつりにおける人流調査、分析による持続する観光地経営		
実施主体	河津町	実施期間	令和7年10月～令和8年2月

【背景・課題】
- コロナ前令和2年2月の河津桜まつり来場者数は約90万人にであるが、その後減少傾向となっている。観光事業者が衰退する中、早期に来場者数の回復を図る必要がある。
- 現状把握や戦略立案ができていない、持続する観光地経営に向けてデータに基づいた戦略戦術が必要であり、河津桜まつりを軸とした通年の誘客に向け、回遊計画を考える必要がある。

【事業内容】
- 期間中GPSデータ等による行動分析と回遊導線の把握による、混雑緩和や河津桜まつり需要の平準化に向けたデータを取得分析
- 持続する観光地経営に向けて、交通混雑緩和事業と連携して河津桜まつりを軸とした、データ分析結果に基き回遊計画を立案

【推進ポイント】
- 河津桜まつり期における、適正な人流データの取得・分析
- 課題の抽出と改善、地域住民や観光事業者との協議の実施
- データに基づいた可視化と地域意見の融合によるPDCAの推進

【実施場所】（河津桜まつりエリア　3スポット）
- 【Aブロック】 国道135号～来宮橋
- 【Bブロック】 来宮橋～踊り子温泉会館
- 【Cブロック】 踊り子温泉会館～峰大橋エリア

河津桜まつりエリアのA,B,Cのブロック

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業②	河津桜まつりにおける人流調査、分析による持続する観光地経営

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	河津桜まつりエリアを3ブロックで計測、人流データによるエリア毎の人流数

令和7年度に掲げた目標値

【A】70%【B】20%【C】10%
※【Aブロック】 国道135号～来宮橋【Bブロック】 来宮橋～踊り子温泉会館
【Cブロック】 踊り子温泉会館～峰大橋エリア

事業の成果/目標の検証結果

【A】59.6%【B】24.1%【C】16.3% （令和8年2月）

成果の詳細

【成果】
- 「駐車場状況の可視化による駐車場難民の減少と混雑緩和」により駐車場の利用分散の効果と重なり、混雑するAブロックからBブロック、Cブロックへ分散し目標値を達成できた。しかし、Aブロック集中構造は依然として高く、Cブロックのポテンシャルは一定存在するなど回遊の滞留構造が明確化になった。
- ブロック別の人流割合のデータはなく、今までは感覚地判断であったが本事業により 実際に計測すると想定目標値は満たしていたことがわかる。令和7年度により定量的判断が可能となった。
- 河津桜まつり実行委員会が発表する来場者数と近く、オフィシャルの数値の裏付け資料としても有効となった。

【課題】
- 必要な数値を得たことで、誘導施策設計の方向性が具体化。今後も継続的なデータの取得をすることで、課題の見直し及び課題対決のための適正な対策を検討、実施する。

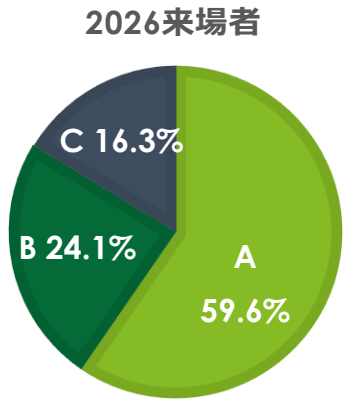
2025年 合計
Aブロック 536,150人
Bブロック 243,750人
Cブロック 155,970人
合 計 935,870人

2025年 割合
Aブロック 57.3%
Bブロック 26%
Cブロック 16.7%

2026年 速報
Aブロック 81,536人
Bブロック 32,886人
Cブロック 22,300人
合 計136,722人

2026年割合
Aブロック 59.6%
Bブロック 24.1%
Cブロック 16.3%

2025/2026の比較
Aブロック ＋ 2.3%
Bブロック ▲1.9%
Cブロック ＋0.4%



令和7年度事業を踏まえた継続課題

1 データの蓄積と共有による町全体での推進
- 人流に関する初期値を取得したことにより、課題の抽出、改善を図るため継続して調査し、データの蓄積を図る。

2 町全体としての取り組み
- データの共有をすることで、関係各所共通認識とすることで、課題解決にむけた混雑緩和、需要平準化、回遊促進に向けた体系的施策の必要性が明確となり、持続可能な観光地経営に向けた新たな政策を立案。

令和8年度以降の方針

「データ活用による分散型・持続型観光モデルへの転換」へ

1 Cブロック（踊り子温泉会館周辺エリア）への分散化対策
- 本事業での結果を河津桜まつり終了後に再検証、必要な対策と実施予算を検討して更なる人流の分散を促進、快適に楽しめる桜まつりを提供していく。

2 駐車場可視化の高度化、及び周知徹底
- 継続した周知広報を実施することで、来場者に駐車場可視化システムを知ってもらい活用いただくことで分散化をめざす。また民間駐車場参加率80%を目指す。

3 分散化施策の立案
- Aブロック集中率の▲5%、渋滞距離6km、ピーク時間帯来訪率▲10%、平日来訪率＋10%など、課題改善のための施策を立案。

30. 三重県明和町

1．地域概要

対象地域	三重県明和町 斎宮エリア
申請主体	一般社団法人明和観光商社
計画名	「祈りのみやこ斎宮」におけるオーバーツーリズム未然防止＆持続可能な観光地づくり計画

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	251	246	269
-国内	251	245	268
-訪日外国人旅行者	N/A	0.1	0.1

地域の特徴・観光資源等

- 明和町は伊勢平野の中央に位置し、伊勢湾や河川などの豊かな自然と、古代より伊勢神宮と深く結びつく歴史を有する。
- 中核的観光資源は国指定史跡斎宮跡（約137ha）で、約660年間皇女「斎王」が伊勢神宮に仕えた宮殿跡地。日本遺産「祈る皇女斎王のみやこ斎宮」として認定され、独自の歴史文化と「祈り」の精神性を伝える。
- 史跡内には斎宮歴史博物館、いつきのみや歴史体験館、さいくう平安の杜等が整備され、斎王制度や当時の暮らしを学び体験できる。

協議体制

協議の場

日本遺産活用推進協議会

参加者

行政機関
- 斎宮跡・文化観光課
- まちづくり戦略課
- 産業振興課　等

有識者等
- 皇學館大学等の歴史・観光・地域づくり専門家
- 外部コンサルタント　等

事業者
- 町内観光関連事業者
- 交通事業者
- 観光協会、商工会　等

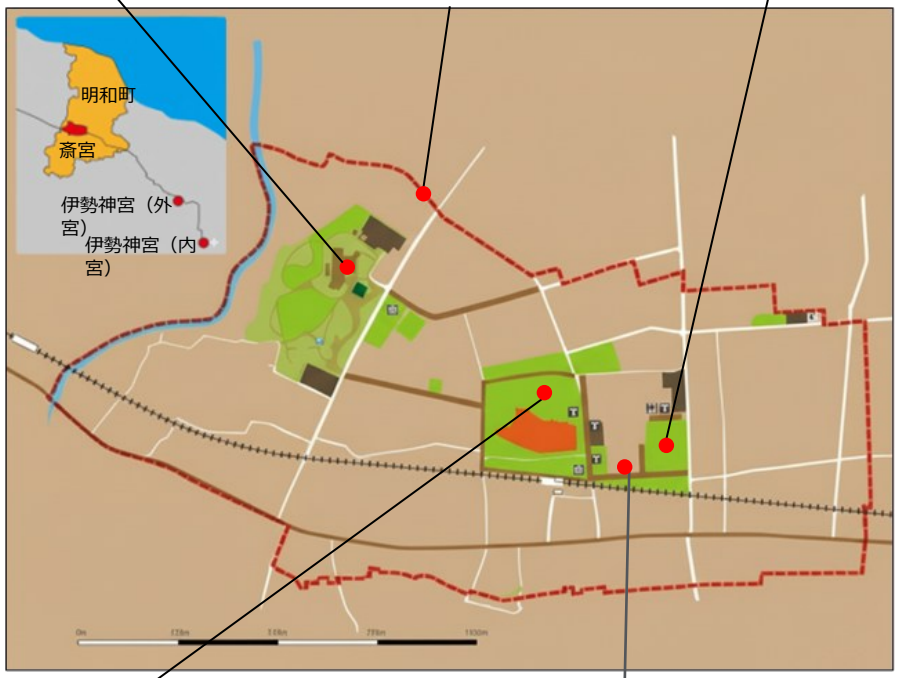
住民関係者
- 斎宮地区自治会
- 花守グループ代表
- めいわ観光まちづくり研究会

エリアマップ

斎宮歴史博物館

発掘が続く国指定史跡斎宮跡

復元建物「さいくう平安杜」



国指定史跡斎宮跡を使った観月会

明和町最大の祭り『斎王まつり』の斎王群行の様子。平安時代の華やかな衣装を纏い、斎王の旅路を再現する

2．課題

	主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1．特定イベント時の局所的な観光客集中と混雑	• 斎王まつり、観月会、プロジェクションマッピング等の主要イベント時、特にクライマックスや人気プログラムの時間帯に、さいくう平安の杜やいつきのみや歴史体験館周辺など特定のエリアに来場者が過度に集中し、移動困難な状況や観覧環境の悪化が発生している。 • これにより、十分な安全確保への懸念や、来訪者の満足度低下を招くリスクがある。	観光客、イベント運営者、史跡・文化財、地域住民（安全面）
2．イベント時及び週末を中心とした交通アクセス課題	• 主要イベント開催時には、会場周辺の駐車場が早々に満車となり、周辺道路での渋滞や違法駐車が発生。公共交通機関（近鉄斎宮駅）からの二次交通も十分とは言えず、来訪者のスムーズなアクセスを阻害している。 • これにより、地域住民の日常生活（通勤、買い物等）にも影響が出始めている。	観光客、地域住民、交通事業者、イベント運営者
3．史跡の神聖な雰囲気と環境への負荷増大懸念	• 来訪者増加に伴い、特にイベント時を中心にゴミのポイ捨てや分別不徹底、騒音などが増加傾向にあり、国指定史跡である斎宮跡の神聖で静謐な雰囲気が損なわれることが懸念される。 • 広大な史跡内の未舗装部分などでは、無秩序な散策による植生への影響や、文化財保護上重要な遺構への意図しない負荷も将来的に危惧される。史跡の維持管理経費の増大も課題である	史跡・文化財、自然環境、観光客（体験の質）、DMO・行政（維持管理）
4．地域住民の観光への関与と裨益実感の希薄化	• 観光客増加による一部の負担（騒音、混雑等）を感じる住民がいる一方で、観光がもたらす経済的・社会的恩恵を直接的に実感しにくい住民も存在する。 • 史跡保全や観光振興への住民の主体的な関与を促し、地域全体で観光客を温かく迎え入れる体制を強化する必要がある。	地域住民、DMO・行政（地域との連携）
5．特定の時間帯・場所への観光利用の集中	• 日中の特定の時間帯や、史跡内の限られた有名スポット（例：さいくう平安の杜）に観光客の利用が集中し、他の時間帯（早朝、夜間）や広大な史跡内の多様なエリア、町内の他地域資源が十分に活用されていない。 • これにより、来訪者の体験の多様性が損なわれ、平準化による混雑緩和の機会も逸している。	観光客（体験の多様性）、史跡・文化財（一部への負荷集中）、地域経済

① イベント時を中心とした混雑

交差点に観光客が集中し、混雑と安全上の課題が発生

② 特定時間帯の交通混雑

生活道路で渋滞が発生し、地域住民の安全や日常生活に支障

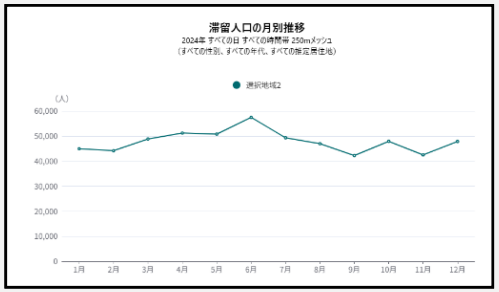
③ 史跡周辺の環境負荷懸念

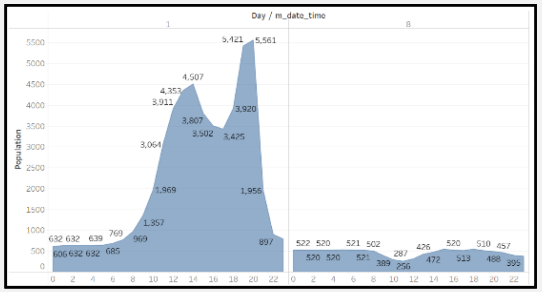
ごみ箱がすぐに満杯となり、ごみ処理や美観維持に課題が生じている

3．背景・要因

主な背景・要因

1．観光需要の急速な回復と将来的な増加予測	• コロナ禍で一度落ち込んだ観光客数は令和5年に約24.6万人まで回復し、コロナ禍以前の水準に迫っている。 • 令和6年以降は訪日外国人旅行者需要の増加も見込まれ、特に9年後に予定される伊勢神宮式年遷宮に向けて、観光客の大幅な増加が予測される。この需要の増加が、既存の受入体制への大きな圧力となっている。
2．観光利用の需要集中構造	• 時間的集中:観光客の利用が日中の特定の時間帯に偏る傾向がある。加えて、「斎王まつり」や「観月会」などの主要イベント開催時には、ごく短期間に多くの来訪者が集中し、キャパシティを超えるリスクが生じている。 • 空間的集中:広大な斎宮跡（約137ha）の中でも、「さいくう平安の杜」など特定の有名スポットに来訪者が集中し、敷地内の他のエリアや町内の他地域資源が十分に活用されていない。
3．二次交通と受入環境の脆弱性	• 最寄り駅（近鉄斎宮駅）からの二次交通も十分ではなく、来訪者の円滑な移動を阻害する要因となっている。 • 来訪者の増加に対し、ゴミ箱の容量不足や休憩スペース、多言語対応の案内などが追い付いておらず、環境負荷の増大や満足度の低下を招いている。
4．地域住民への裨益実感の希薄さ	• 観光客増加に伴う騒音、混雑、交通渋滞といった負担を一部の住民が感じる一方で、観光がもたらす経済的・社会的な恩恵を直接的に実感しにくい住民も存在する。 • このため、地域全体で観光客を温かく迎え入れる体制の強化や、住民が主体的に観光に関わる仕組みづくりが課題となっている。





観光需要の急速な回復と将来的な増加予測
コロナ禍を経て観光需要はV字回復しており、特に主要施設である「さいくう平安の杜」では、週末を中心にコロナ禍以前を上回る賑わいを見せる日も出てきている。

時間的集中：特定のイベントへの極端な集中
年に一度開催される「斎王まつり」では、1日で数万人規模の来訪者が集中し、会場周辺は大変な混雑となっている。このような特定のタイミングに来訪者が集中することで、来訪者の不便だけでなく、騒音・混雑・交通渋滞等、地域住民の生活への影響が大きく、負荷となっている。

空間的集中：広大な史跡内での利用の偏り
斎宮跡は約137haと広大ですが、来訪者の多くは「さいくう平安の杜」や「斎宮歴史博物館」といった特定のエリアに集中。一方で、史跡内にはまだ十分に活用されていないエリアが点在しており、回遊性の向上が課題である。

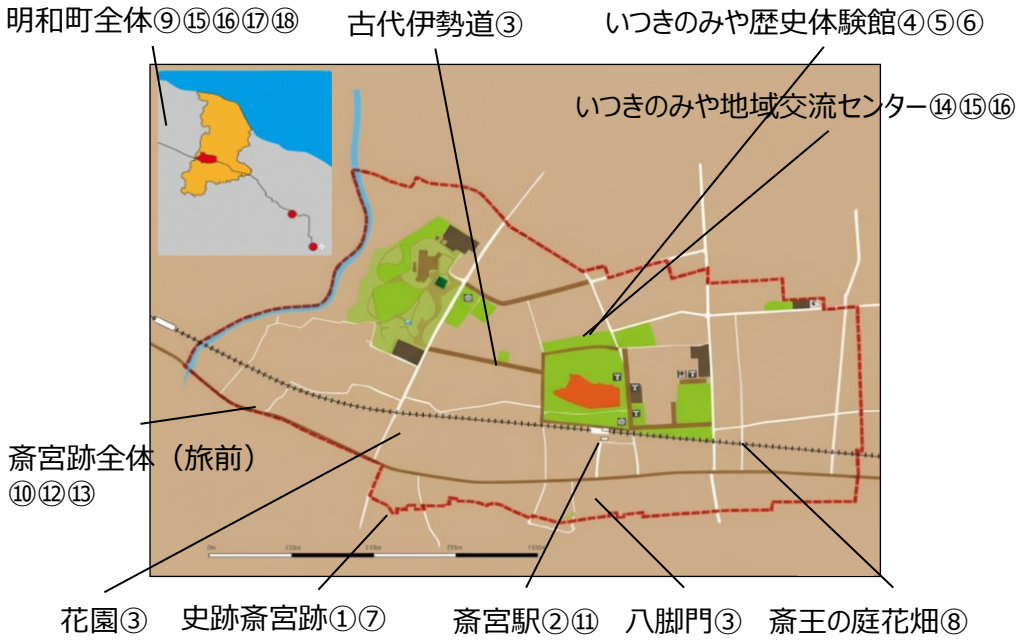
二次交通と受入環境の脆弱性
イベント開催時や観光シーズンには、主要な駐車場が早々に満車となり、周辺道路では入庫を待つ車による渋滞や、路上駐車が発生。また、公共交通機関（近鉄斎宮駅）からのアクセスも徒歩がメインとなり、高齢者や子供連れの来訪者にとっては負担となっている。

地域住民への裨益実感の希薄さ
観光客の増加は地域に経済的な恩恵をもたらす可能性がある一方で、交通渋滞や騒音といった直接的な負担を住民が感じています。この負担感に対し、観光がもたらすメリットを住民一人ひとりが実感できるような仕組みづくりが不可欠。

4．対策の概要

目指す姿	**国史跡斎宮跡の歴史的・文化的価値と神聖な雰囲気が保全・継承され、多様な来訪者が質の高い体験を通じて心豊かな時間を過ごすことができる。同時に、地域住民が斎宮の価値を誇りに思い、観光客を温かく迎え入れ、観光による恩恵を実感しながら共生する、「祈りのみやこ斎宮」として国際的にも認知される持続可能な歴史文化観光地を目指す。**
KGI	**（指標）多くの観光客が明和町・斎宮跡を訪れることを誇らしいと思う住民の割合** 現状値：48.0%（令和7年度） 目標値：75.0%（令和14年度）

- 「祈りのみやこ斎宮」の歴史的価値を守り、オーバーツーリズムを未然に防ぐ持続可能な観光地を目指す。来訪者満足度と地域経済への貢献度向上のため、①需要の分散化、②交通・受入環境のDX化、③高付加価値な体験造成、④住民が主役となる地域共生、の4つを重点事業として推進する。



■補助事業の実施概要

受入環境の整備・増強

①史跡斎宮跡環境配慮型周遊モビリティ運行体制強化と魅力向上事業
- 来訪者の二次交通の利便性と歴史文化体験の質を向上させる。これにより、自家用車利用から公共交通・二次交通への転換を促進し、斎宮エリア内の面的・時間的な周遊を促すことで、特定地点・特定時間への観光客の集中を緩和・分散する。

②「手ぶら斎宮さんぽ」実現に向けた来訪者利便性向上実証事業
- 来訪者の手荷物に関する負担を軽減し、身軽で快適な史跡散策と広域周遊を促進する。これにより、滞在時間の延伸と消費機会の拡大を図り、多様な来訪者の満足度向上に貢献する。

③史跡斎宮跡「祈りの小径」快適な休憩・衛生環境創出事業
- 史跡全体の受入環境キャパシティを向上させるため、景観に調和した質の高い休憩・衛生施設を戦略的に整備。これにより、来訪者の滞在快適性を高め、周遊エリアの拡大と滞在時間の延伸を促進する。特定の中心部への過度な集中を未然に防ぎ、将来のオーバーツーリズム発生リスクを低減させる。

需要の適切な管理

④斎宮高付加価値体験スマート予約システム導入による需要最適化事業
- 少人数・高付加価値型体験プログラムに対し、多言語対応のオンライン事前予約・時間指定制を導入・強化する。これにより、来訪者の利便性と満足度を高めると同時に、特定時間への需要集中を避け、需要の最適化を図ることで、文化資源の適切な保全と持続可能な運営に貢献する。

⑤来訪者満足度向上と持続可能な運営のためのスマートアクセス導入事業
- 主要イベント開催時、特に混雑が予想される特定観覧エリアや体験プログラムに対し、事前予約制及び一部有料化を導入する。これにより、来訪者の安全確保と快適な観覧環境を提供すると同時に、イベント全体の混雑を平準化する。また、収益確保による運営の持続可能性向上を図る。

⑥高付加価値体験におけるダイナミックプライシング導入検討・効果検証事業
- 補助事業④で導入するスマート予約システムを基盤とし、需要管理の高度化を図る。一部の高付加価値体験で顕在化しつつある需要の集中に対し、価格メカニズムによる需要平準化の有効性を、限定的な実証実験を通じてデータに基づき検証する。将来の本格導入に向けたリスクと効果を把握し、持続可能な需要管理手法の確立を目指す。

4．対策の概要

需要の分散・平準化

⑦史跡斎宮跡リアルタイム混雑情報配信による来訪者周遊最適化事業
- リアルタイムの混雑状況を可視化・情報提供することで、来訪者の自律的な行動変容を促し、特定地点への集中を緩和する。同時に、将来の伊勢市等との広域連携を見据え、拡張性の高いデータ連携基盤を構築し、より広域的な周遊最適化を目指す。

⑧住民共創「斎宮花と大地のめぐみ」育てる史跡管理体験プログラム造成事業
- 住民と来訪者の「共創」を通じて史跡の景観を育み、新たな魅力を創出する。これは単なる体験コンテンツ開発ではなく、住民が主体的に関わることでシビックプライドを醸成し、来訪者との交流を通じて地域への愛着を深めてもらうプロセスである。中心部から離れたエリアに新たな魅力を創出することで、来訪者の分散を促進する。

⑨明和町まるごと魅力発見「斎宮プラスワン」周遊コンテンツ造成事業
- 史跡斎宮跡への来訪者の関心を町内全域に広げ、斎宮跡からの面的・地理的な分散を促進する。そのために、史跡以外の地域資源を活用した魅力的な周遊コンテンツを造成し、来訪者の選択肢を増やすことで、史跡中心部への集中緩和と町内全体の活性化に貢献する。

マナー違反行為の防止・抑制

⑩「斎宮レスポンシブル・ツーリズム」行動指針策定及び国際的情報発信事業
- 史跡の価値と地域への敬意を促す、地域と来訪者の共通言語となる「行動指針」を策定する。本指針を後続のマナー啓発事業（⑪,⑫,⑬）の基本方針と位置づけ、一貫性のあるメッセージを発信する。ターゲット層に合わせた最適な手法で国際的に発信し、来訪者の自発的なマナー向上を促す。

⑪多言語対応型・共感促進型マナー啓発ツール制作・展開事業
- 補助事業⑩で策定した「行動指針」を、多様な来訪者（特に外国人観光客や若年層）が直感的に理解できる具体的なアクション（OK/NG行動）へと翻訳する。ピクトグラムやショート動画等の視覚的なツールを制作し、旅マエ・旅ナカの主要な接点で展開することで、指針の理解度と実践を促す。

⑫「斎宮こころ旅」エンゲージメント型マナー啓発コンテンツ開発・展開事業
- 補助事業⑩・⑪と連動し、来訪者の内面的なマナー意識の醸成を目指す。物語体験を通じて斎宮の歴史や「祈り」の精神性への共感を促し、現地訪問への期待感を醸成する。旅マエの学びを旅ナカの行動に繋げ、より質の高い観光体験と地域との良好な関係構築に貢献する。

⑬「斎宮ウェルカムシップ」育成による地域一体型マナー啓発体制構築事業
- マナー啓発関連事業（⑩,⑪,⑫）で策定・制作した指針やツールを、観光客と直接接する地域人材が効果的に「実践」できるようにする。共感型のコミュニケーションスキルを習得した人材「斎宮ウェルカムシップ」を育成し、地域全体で一貫性のある質の高いおもてなしとマナー啓発を提供する体制を構築する。

地域住民と共同した観光振興

⑭「サステナブルツーリズム円卓会議」開催による住民理解促進・合意形成事業
- 本計画全体の進捗や課題（特にオーバーツーリズム関連）を地域住民と透明性高く共有し、双方向の対話を通じて持続可能な観光地づくりへの理解と協力を得る。多様な住民の意見を計画に反映させることで、住民が主体的に関わる合意形成のプロセスを構築する。

⑮「明和観光みらい共創レポート」発行による地域への観光裨益共有事業
- 観光による経済効果や交流の様子を分かりやすく伝え、「観光が地域に良い影響を与えている」という実感と共感を醸成する。これにより、住民の観光への理解を深め、オーバーツーリズム対策を含む持続可能な観光地づくりへの参画意識を高める。

⑯めいわ持続可能な観光共創プロジェクト
- 住民が主体となり、オーバーツーリズム対策に資する小規模・高付加価値な観光コンテンツを企画・運営する人材を育成する。これにより、来訪者の多様なニーズに応えつつ、時間的・空間的な分散を促進し、住民自身が持続可能な観光の担い手となる共創モデルを構築する。

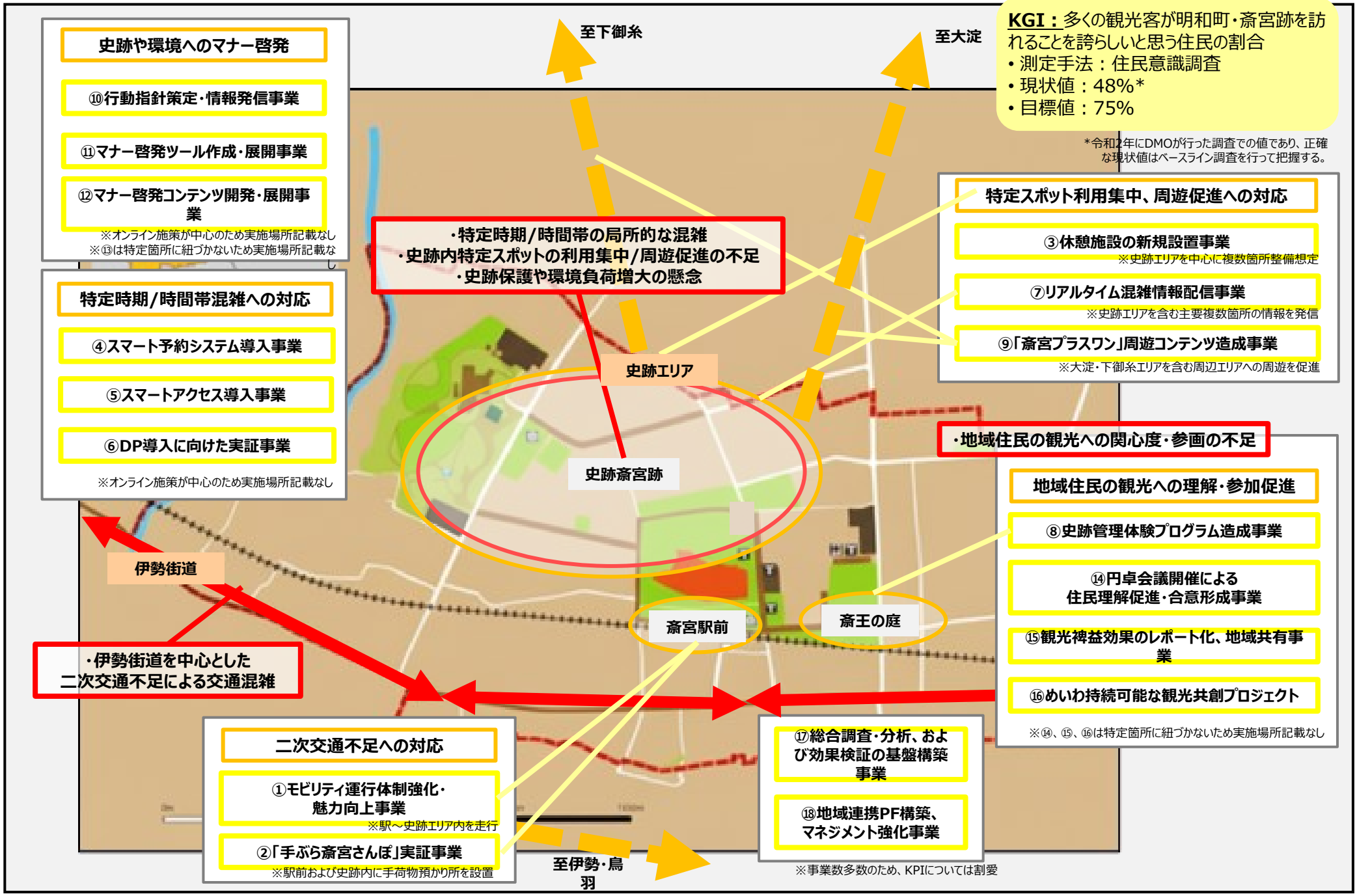
調査・分析

⑰持続可能観光推進のための総合調査・分析及び効果検証基盤構築事業
- 本対策計画全体の効果を客観的データに基づき検証し、データドリブンな意思決定を可能にする基盤を構築する。観光の正負両側面を可視化し、その結果を住民と透明性高く共有することで、憶測や感覚論ではない、事実に基づいた対話を促進し、計画全体の改善と持続可能な観光地経営に貢献する。

調査・分析

⑱持続可能な観光推進のための地域連携ﾌﾟﾗｯﾄﾌｫｰﾑ構築・ﾏﾈｼﾞﾒﾝﾄ強化事業
- 本対策計画全体の実効性を担保するための司令塔（プラットフォーム）として機能する。多様な関係者との連携・合意形成を主導し、各補助事業の進捗管理と事業間連携を促進する。補助事業⑰のデータを活用し、データに基づく的確な意思決定と計画の柔軟な見直しを行い、プロジェクト全体の目標達成を確実なものにする。

【本地域における取組マップ】



受入環境の整備・増強

補助事業①	**史跡斎宮跡環境配慮型周遊モビリティ運行体制強化と魅力向上事業**		
事業目的	来訪者の二次交通の利便性と歴史文化体験の質を向上させる。これにより、自家用車利用から公共交通・二次交通への転換を促進し、斎宮エリア内の面的・時間的な周遊を促すことで、特定地点・特定時間への観光客の集中を緩和・分散する。		
実施主体	一般社団法人明和観光商社	実施期間	令和7年12月～令和8年2月

【背景・課題】
- 広大な史跡斎宮跡内の移動は大きな課題である。既存グリーンスローモビリティ「牛車」の運行体制強化と魅力向上は、この課題を解決し、環境負荷を低減しつつ物語性豊かな周遊体験を提供することで、来訪者の満足度と周遊性を大幅に高める。
- GPS連動多言語音声ガイド導入は、多様な来訪者の歴史文化理解を深め、体験価値を向上させる。DMOが持つグリーンスローモビリティ運行ノウハウと日本遺産コンテンツ造成力を活かせる最も効果的な受入環境整備策の一つである。

【事業内容】
- 既存グリーンスローモビリティ車両2台を活用し、運行ルート・ダイヤ最適化、GPS連動多言語音声ガイド（物語・解説）導入、運転手・ガイド研修強化、オンライン予約利便性向上、主要結節点への多言語案内サイン整備を行う。
- ①計画・準備（ルート・ダイヤ再設計、ガイドコンテンツ企画、研修開発）、②体制強化・実装（研修実施、音声ガイド制作・搭載、予約システム改修、サイン設置）、③運行改善・効果測定（データ収集・分析、継続的改善）、④持続的運営モデル構築の4段階で実施する。

【推進ポイント】
- 日本遺産活用推進協議会（本事業対応WG）と連携し、運行計画・ガイド内容の質を高める。史跡景観と調和する案内サイン等をデザインする。GPS音声ガイドコンテンツは歴史考証の正確性と物語としての魅力を両立させる。運転手・ガイドの継続的な研修とモチベーションを維持する。データに基づく運行ルート・ダイヤの柔軟な見直しと情報発信を行い、事業全体の「祈り」のテーマとの一貫性を保つ。

運転手・ガイドの人材育成

周遊マップ

駅での案内看板設置

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	史跡斎宮跡環境配慮型周遊モビリティ運行体制強化と魅力向上事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	①公共交通機関からの乗り継ぎ利用率　②主要施設「以外」での降車・乗車割合　③利用者満足度アンケートにおける「快適な周遊」実感率

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
① 20% ② 30% ③ 70%	① 20% ② 88% ③ 92%

成果の詳細

- 公共交通機関（近鉄斎宮駅）から史跡各拠点への周遊モビリティの実証運行を実施し、自家用車利用から公共交通・二次交通への転換に寄与。乗り継ぎ利用率20%を達成した。また、駅を起点とした移動動線を確立し、来訪者の円滑な周遊を支える二次交通基盤を整備した。
- 駅を起点とした周遊動線を確立したことで、特定地点への集中を抑制し、史跡全体への分散回遊を促す基盤を構築した。
- QRコード音声ガイド対応周遊マップおよび現地ガイドによる解説コンテンツを整備し、来訪者が任意の地点で歴史文化への理解を深めながら周遊できる環境を構築した。移動と解説を統合した体験型の周遊モデルを確立し、史跡全体の回遊促進に寄与した。
- 上記の整備完了後、周遊モビリティ実証運行を計3回実施し、合計199名が利用した。アンケートでは約80%が「移動負担が軽減」、約90%が「地域への理解が深まった」と回答し、本事業が快適な周遊を実現することを検証した。モビリティの本格運用が実現すれば、特定地点・特定時間への観光客の集中を緩和・分散することにつながると考えられる。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1 持続可能な運営モデルの構築

- 本事業は、将来的な来訪増加を見据えた受入環境整備の第一段階として位置付けられる。本格運用に向けては、イベント時の需要増への対応や、継続運用に向けた運行体制の強化が必要である。また、利用促進に向けた情報発信の充実および有料化を含めた持続可能な運営モデルの構築が求められる。

令和8年度以降の方針

1 利用機会の拡大

- 土日運行やイベント連携運行の導入等により利用機会を拡大し、予約システムや音声ガイドを活用した利便性向上を図る。

2 回遊ルートの最適化・有料化検討

- 利用データの分析に基づく運行改善と、有料化を見据えた持続可能な運営モデルの構築を進め、史跡全体への分散回遊と持続可能な観光地マネジメントの実現を目指す。

地域住民と共同した観光振興

補助事業⑮	「明和観光みらい共創レポート」発行による地域への観光裨益共有事業		
事業目的	観光による経済効果や交流の様子を分かりやすく伝え、「観光が地域に良い影響を与えている」という実感と共感を醸成する。これにより、住民の観光への理解を深め、オーバーツーリズム対策を含む持続可能な観光地づくりへの参画意識を高める。		
実施主体	一般社団法人明和観光商社	実施期間	令和7年12月～令和8年2月

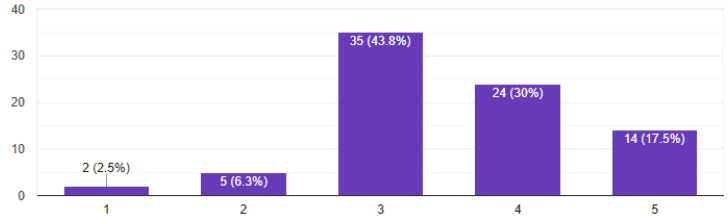
【背景・課題】
- 現状では、観光によるメリットが一部にしか認識されていない可能性がある。本事業は、客観的データと具体的な事例に基づき、観光のプラス面を「見える化」して分かりやすく共有することで、住民の観光への理解と支持を高め、地域一体となった取り組みを促進する。
- これは、住民との信頼関係構築と円滑な事業推進の基盤となる。

【事業内容】
- 観光による経済効果（消費額、地元事業者への波及等）、雇用創出事例、文化交流の様子、史跡保全への貢献、観光客からの感謝の声などを、分かりやすくまとめた「明和観光みらい共創レポート」を年1回以上作成・発行する。町広報誌へのダイジェスト掲載、DMOウェブサイト/SNSでの発信、地域イベントでの展示・説明を行う。
- ①掲載情報収集・分析（経済効果分析結果、関連データ集約）、②レポート構成・デザイン制作、③印刷・ウェブ掲載、④広報・共有会実施、⑤効果測定と次号改善。

【推進ポイント】
- 経済効果だけでなく、文化交流、環境保全への貢献、住民の生きがい創出といった非経済的な価値も「見える化」し、多角的な恩恵を伝える。専門用語を避け、図やイラスト、写真、具体的な事例を多用し、子どもから高齢者まで誰にでも分かりやすい内容と表現を心がける。レポート作成プロセスに住民代表や若者世代の意見を取り入れる。単なる情報提供に留まらず、レポートを基にした意見交換会やワークショップを開催し、双方向のコミュニケーションを促す。

明和観光みらい共創レポート

住民向け共有会



オーバーツーリズム対策への満足度

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業⑮	「明和観光みらい共創レポート」発行による地域への観光裨益共有事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	①レポートの町内における認知度・内容理解度　②住民アンケートにおける「観光が地域に良い影響を与えていると思う」と回答した住民の割合

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
① 30% ② ＋5%	① 100% ② ＋5%　※実証期間：令和8年2月（住民向け共有会内にて検証）

成果の詳細

- 本事業においてこれまで取り組んできた事業内容や、斎宮における観光による経済効果等をわかりやすく「明和観光みらい共創レポート」として発行した。
- 作成したレポートは、住民向けに認知の場（共有会）を開催し、認知拡大・理解促進を図った。共有会参加者における内容理解度は90%以上と目標数値を達成。
- 住民アンケートにおける「観光が地域に良い影響を与えていると思う」と回答した住民の割合は70%以上と高い評価となった。
- その他、今回のオーバーツーリズムの未然防止・抑制のための取り組みに関しての満足度においては、47.5%の方が5段階評価で4以上となった。（全体80名）
- 斎宮の観光の現状や、本事業で取り組んでいる内容についてシンプルにわかりやすく示したことで、内容理解が進んだと考えられる。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

地域住民への観光事業の理解浸透

- 参加者における観光が地域へ良い影響を与えているかの評価は高い一方で、裨益の個人としての実感や具体的な裨益イメージが掴めていないケースも多く、レポートを通じて、参加する事業者や個人にどう影響するのかをより明確に示していくことも重要であると考えている。

令和8年度以降の方針

より伝わりやすい表現、掲載内容の検討

- 斎宮における観光促進の取り組みによる裨益が、住民としてどういうことなのか具体的にイメージ・実感できていないことが課題であるため、裨益を実感する地域の人の声を取り上げながらレポート認知の場を広げていく（年1回の更新・共有を想定）。

地域住民と共同した観光振興

補助事業⑯	**めいわ持続可能な観光共創プロジェクト**		
事業目的	住民が主体となり、オーバーツーリズム対策に資する小規模・高付加価値な観光コンテンツを企画・運営する人材を育成する。これにより、来訪者の多様なニーズに応えつつ、時間的・空間的な分散を促進し、住民自身が持続可能な観光の担い手となる共創モデルを構築する。		
実施主体	一般社団法人明和観光商社	実施期間	令和7年12月～令和8年2月

【背景・課題】
- 住民自身が地域の魅力を語り伝えることは、最も説得力があり来訪者に深い感動を与える。本事業は、住民が観光の主役となる機会を創出する。人材育成と活動支援を組み合わせることで、住民のアイデアを形にしやすくし、多様な主体による持続可能な観光コンテンツの自発的な創出と地域活動の活性化を促す。
- これは住民のシビックプライド醸成と地域経済への裨益実感に繋がり効果的である。

【事業内容】
- 地域住民を対象に、史跡斎宮跡の歴史文化等を学ぶ「斎宮日本遺産アカデミー（仮称）」を開講。修了者が企画・運営する小規模ツアー等を専門家派遣や広報面で支援する。また、モデル活動支援プログラムとして、住民団体や事業者が提案する活動に対し、DMOが専門家派遣、必要資材提供、広報協力等の直接支援を行う。
- ①人材育成・活動支援プログラム企画、②受講者・支援対象活動募集・選定、③研修実施・専門家派遣等支援開始、④コンテンツ企画・運営OJT・活動伴走支援、⑤成果発表・効果測定と改善。

【推進ポイント】
- 既存の住民組織や地域活動団体と連携し、参加者を広く募る。研修プログラムは実践的な内容を重視。育成した人材や支援した活動が継続できるよう、活動機会の提供、情報共有、専門家派遣などの伴走支援を行う。「モデル活動支援プログラム」は、公募の透明性と審査の公平性を確保し、多様な主体が挑戦しやすい環境を作る。

造成コンテンツ実施の様子

成果発表会

5-③. 成果及び今後に向けて

補助事業⑯	めいわ持続可能な観光共創プロジェクト

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	①「斎宮日本遺産アカデミー」修了者数　②アカデミー修了者が企画・造成した新規観光コンテンツ数 ③新規造成コンテンツのうち、オーバーツーリズム対策に資するものの割合

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
① 15人 ② 5件 ③ 60%	① 15人 ② 5件 ③ 80%

成果の詳細

- 地域住民を対象に、史跡斎宮跡の歴史文化等を学ぶ「斎宮日本遺産アカデミー」を開講し、21名が修了となった。
- 創出した5件中4件が、時間的分散（ナイトツアー）、エリア外分散（登山、日本酒仕込み）、周辺回遊（凧揚げ）に直結。特定エリアへの滞留を抑制しつつ、「分散すること自体が体験価値になる」モデルを提示した。
- 最終発表会（38名参加）では、DMOが一方的に提供するのではなく、地域団体（ココつナ等）が主導しDMOが後方支援する体制を確認。住民が当事者として観光に関わることで、シビックプライドの向上と受容性の高い観光地づくりの第一歩を踏み出した。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

活動成果の公表、透明性の担保

- 観光アクションが活発化するなかで、KGIである「誇りに思う住民の割合」をさらに引き上げるため、活動の成果や観光による地域への好影響を透明性高く共有し続ける。住民と事業者が協力し合い、「住んで良し、訪れて良し」の斎宮を共に創り上げる体制を深化させていく。

令和8年度以降の方針

住民アイデアに対する継続的な支援

- アカデミー修了者による観光コンテンツの継続的な造成と実装を支援するとともに、チャレンジャー同士の連携強化により周遊パッケージ化を推進し、滞在時間の延伸と分散周遊の定着を図る。
- また、地域住民および団体が主体的に参画する共創型の観光地運営体制を強化し、観光による地域への好影響を共有しながら、持続可能で自律的な観光地マネジメントの確立を目指す。

31. 京都府京都市

1．地域概要

対象地域	京都府京都市
申請主体	京都市
計画名	市民生活と調和した「持続可能な京都観光」の実現に向けた観光課題対策推進事業

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	53,520	50,280	56,060
- 国内	44,660	43,190	45,180
- 訪日外国人旅行者	8,860	7,090	10,880

地域の特徴・観光資源等

- 地域の特徴
  千年を超える都としての悠久の歴史の中で、数多くの文化・芸術・産業・自然等、多様な魅力を磨き、高めながら継承、発展しており、そのような京都の魅力に触れようと、国内外から多くの観光客が訪れている。
- 観光資源
  世界遺産「古都京都の文化財」などの「文化財」
  西陣織、京料理、京菓子などの「伝統産業」
  寺社、京町家、里山などの「自然・景観」
  茶道、華道、現代美術などの「文化芸術」　など

協議体制

協議の場

観光課題の未然防止・抑制に向けた国補助事業活用検討会議

- 対策計画策定において京都市各部局、京都市観光協会、有識者等が参加する検討会議を開催。

参加者

行政機関等

- 京都市産業観光局
- 京都市都市計画局
- 京都市交通局

事業者

- 近畿地方整備局
- 近畿運輸局
- 学識経験者

住民関係者

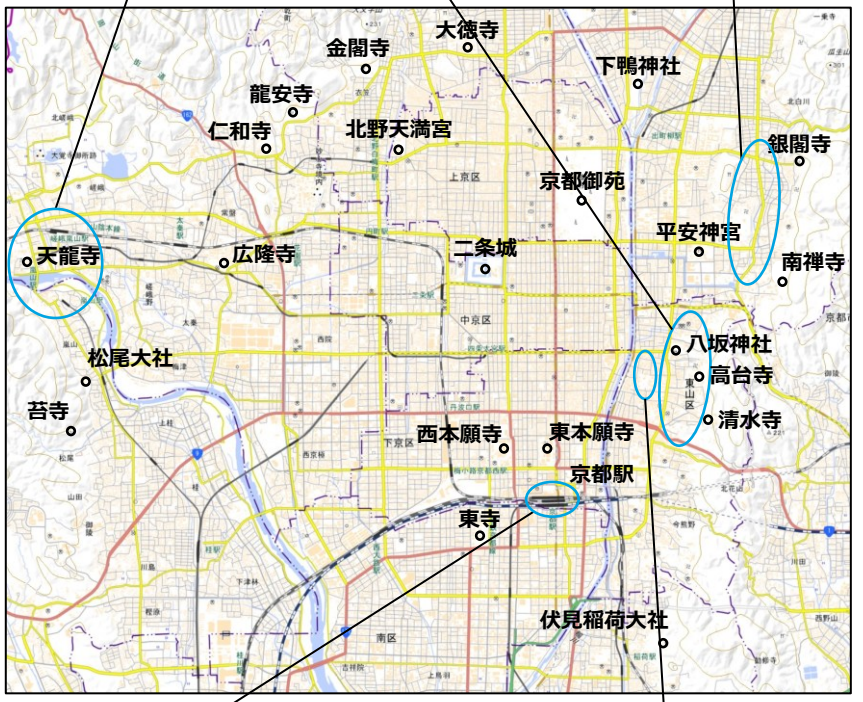
- 京都市観光協会

エリアマップ

嵐山地域
天龍寺や渡月橋、竹林の小径、長辻通等、年間通じて多くの観光客が来訪する。

東山地域
清水寺、高台寺、八坂神社をはじめとする社寺や、二年坂、三年坂等の参道があり、年間通じて多くの観光客が来訪する。

哲学の道、岡崎地域
南禅寺、銀閣寺、平安神宮等があり、特に紅葉の時期は禅林寺（永観堂）等、人気の高い紅葉スポットに多くの観光客が来訪する。



（国土地理院ウェブサイトを基に、京都市作成）

京都駅
新幹線及びＪＲ在来線のターミナル駅で、京都観光の玄関口となっており、年間通じて多くの観光客が利用している。

祇園地域
建仁寺や花見小路、祇園白川などがあり、特に花見小路は茶屋、料亭が軒を連ね、舞妓や芸妓の姿を見ることができるため、外国人観光客を中心に観光客が来訪する。

2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**観光地の過度な混雑**	• 大型連休や桜、紅葉などの時期において、清水寺などの人気スポットに観光客が特に集中し、スムーズな観光や住環境に影響	観光客・地域住民
2.	**市バス混雑・交通渋滞**	• 市バスの車内混雑や交通渋滞によりスムーズな観光ができない、市民の利便性や快適性が低下するなどの問題が発生	観光客・地域住民
3.	**マナー問題**	• ごみの不法投棄、騒音、私有地への無断立ち入りなどにより、観光地近傍の地域に居住する市民の生活に影響	地域住民
4.	**京都観光に対する市民の理解・共感の低下の恐れ**	• 観光のネガティブな影響を強調した、観光課題に関する報道が繰り返されることにより、京都観光に対する市民の目が厳しさを増している。 • 京都の魅力は市民の暮らしの中で創造されてきたものであり、京都観光を持続可能なものとしていくためには、市民の京都観光に対する理解・共感は欠かせない。そのため、市民生活との調和を大前提とした取組が必要。	地域住民

1 観光地の過度な混雑

嵐山エリアの混雑

2 市バス混雑・交通渋滞

市バス待ちの行列
（京都駅前バスのりば／清水寺方面）

3 マナー問題

京都観光行動基準（京都観光モラル）

3．背景・要因

主な背景・要因		
1.	**時期・場所などの集中**	• 大型連休や桜・紅葉などの時期、清水寺や渡月橋など認知度の高い観光スポットに、国内外の観光客が集中することで、道路や歩道、動線となる公共交通機関の混雑に繋がる。
2.	**観光と住民の生活圏の近接**	• 観光スポット周辺にも住宅地等が形成されていることから、観光スポット周辺の道路や市バス等の公共交通機関の混雑、観光客によるマナー問題等が、住環境に直接的な影響を与える。
3.	**市民、観光客、観光事業者等が互いに尊重し合える関係づくり**	• 京都観光を持続可能なものとしていくためには、市民、観光客、観光事業者等が京都観光に共感し、互いに尊重し合える関係づくりが必要。 • 市民に対しては、観光課題対策をしっかりと進めていくことが大前提となるが、観光による恩恵を市民に実感してもらえることも重要であり、効果の見える化等をはじめとする共感促進の取組を一層進めていくことが必要。 • 観光客によるマナー問題は、問題となる行動に関する啓発だけでなく、推奨される行動等の実践を促進する仕組みが不足している。

1.時期・場所などの集中

竹林の小径（嵐山地域）

↕ 徒歩20分程度

愛宕街道（嵯峨地域）

2.観光と住民の生活圏の近傍

• 観光客が集まる場所に住宅があるなど、生活と観光客の動線が重複

嵐山地域の主要観光地と住宅街の位置関係
(国土地理院ウェブサイトを基に、京都市作成)

3.京都観光への共感

• 京都観光に係る関係者全員が対立ではなくお互いに尊重しあえる関係を構築することが必要

4．対策の概要

目指す姿	京都観光にマイナスの影響を感じる市民の割合
KGI	「京都観光に関する市民意識調査」のうち、観光地等の混雑や観光客のマナー違反に関する項目の「とても当てはまる」の回答率の平均
	現状値：35.2%（令和6年度） 目標値：30%（令和7年度）

- 「市民生活と観光の調和・両立」をより重視し、質の高い観光の提供とマーケティングの充実により観光客の満足度を高めるとともに、観光を地域経済の振興と地域活性化につなげ、市民生活の豊かさの向上を図る。

■補助事業の実施概要

受入環境の整備・増強

①「観光特急バス」のＰＲ

【背景・課題】

- 市民と観光客の棲み分けを図るため令和6年6月から運行している「観光特急バス」について、積極的な情報発信に加え、更なる利用促進を推し進める必要がある。

【事業内容】

- 空港や鉄道駅において、「観光特急バス」や、同バスの利用に便利な「地下鉄・バス１日券」についてのPRリーフレットやチラシ等を展開し、「観光特急バス」の認知度向上と利用促進を図る。

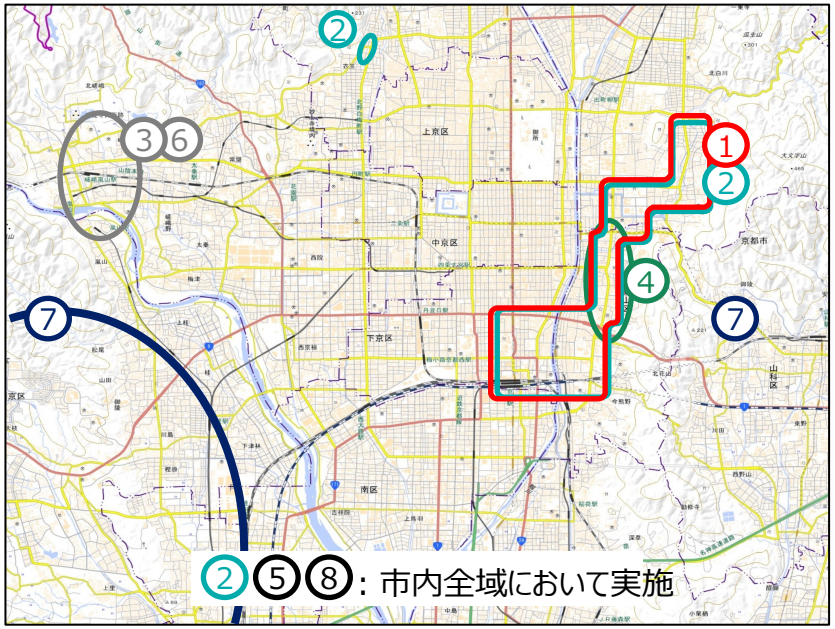
②観光地最寄りのバス停留所における案内・誘導

【背景・課題】

- 観光需要の本格化により、一部の路線・時間帯に利用が集中する傾向にある中、観光地最寄りの停留所において歩道の通行など停留所周辺の環境改善対策が必要となっている。

【事業内容】

- 観光特急バス停車停留所での積極的な案内・誘導による利用の促進
- その他観光地最寄りの停留所での旅客の案内・誘導による混雑の緩和



（国土地理院ウェブサイトを基に、京都市作成）

需要の適切な管理

③嵐山交通対策

【背景・課題】

- 秋の観光シーズンに歩行者や車両の過度な集中・混雑が特に生じる嵐山地域では、局所的な取り組みを行い、混乱や事故等の発生を防止する必要がある。

【事業内容】

- 警備員・誘導員の配置により過密箇所への流入を調整し、歩行者の安全の確保や車両の円滑な運行の推進を図る。

④東山交通対策

【背景・課題】

- 秋の観光シーズンのピークにおいて、東大路通の混雑は路線バスの遅延や周辺道路の混雑に影響することから、令和6年度実施した車両の流入を減少させる社会実験の結果を踏まえ、これらの取組を継続的に実施し、交通混雑の緩和につなげていく必要がある。

【事業内容】

- 臨時交通規制の実施、交通誘導員の配置による人流対策、タクシー乗り場の封鎖、臨時パークアンドライド駐車場の設置・運営、広報車・横断幕、スタッフなどによる自家用車の流入対策

4．対策の概要

■補助事業の実施概要

マナー違反行為の防止・抑制

⑤観光客による「京都観光モラル」宣言促進事業

【背景・課題】

- 令和6年度に、京都観光モラルの遵守を観光客に宣言してもらうキャンペーンサイトを開設。令和６年度のキャンペーン実績において、参加者の多くが日本人観光客となっており、参加者の拡大に向けた取組が必要であった。

【事業内容】

- 外国人観光客への周知強化を目的とした多言語オンライン広報素材を制作。
- ポータルサイトおよび京都観光モラル宣言の認知向上・宣言者数増加を目的に、SNS広告を活用したオンライン広報、効果測定などを実施。

需要の分散・平準化

⑥多様なエリアにおける魅力発信事業

【背景・課題】

- 秋の観光シーズンに嵐山エリアの一部で混雑が発生しており、令和6年11月、比較的混雑していない嵯峨エリアへの周遊を促すデジタルマップ「嵯峨嵐山周遊ガイド」を公開。混雑緩和をより推進するため、嵯峨エリアの継続的な魅力発信により、嵯峨エリアへの観光客の誘導を図ることが必要である。

【事業内容】

- デジタルマップ「嵯峨嵐山周遊ガイド」を引き続き公開し、嵯峨エリアの魅力を発信するとともに、デジタルマップ内でデジタルスタンプラリーを実施期間中、現地観光客への広報宣伝・案内誘導も併せて実施した。

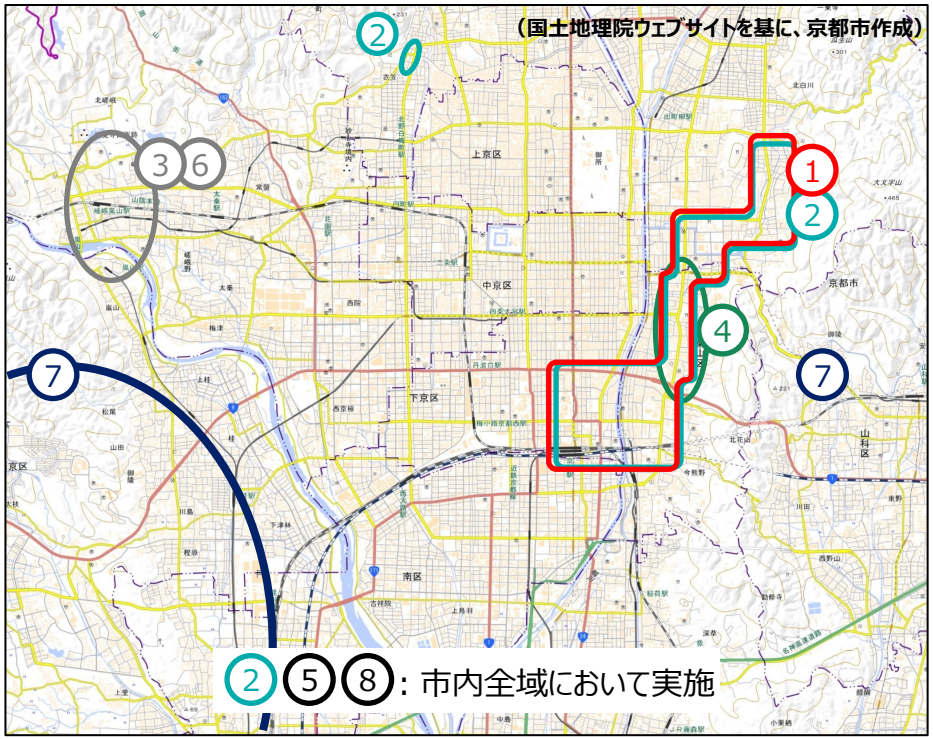
⑦周辺部への誘客キャンペーン

【背景・課題】

- 観光需要の高まりにより、市内中心部の市バスの一部路線・時間帯で混雑が発生。地下鉄とバスを組み合わせた移動経路に観光客を誘導し、混雑した市内中心部から市内周辺部へ誘導することで、市バスの混雑緩和を図る必要がある。

【事業内容】

- 「地下鉄・バス１日券」と、洛西地域及び山科・醍醐地域の対象社寺の参拝・拝観や旅に役立つグッズをセットにした「乗るほどお得！秋の社寺めぐりパスポート」を販売し、各地域をお得に周遊していただくキャンペーンを実施。



地域住民と協働した観光振興

⑧「観光効果の見える化・観光への市民共感」促進事業

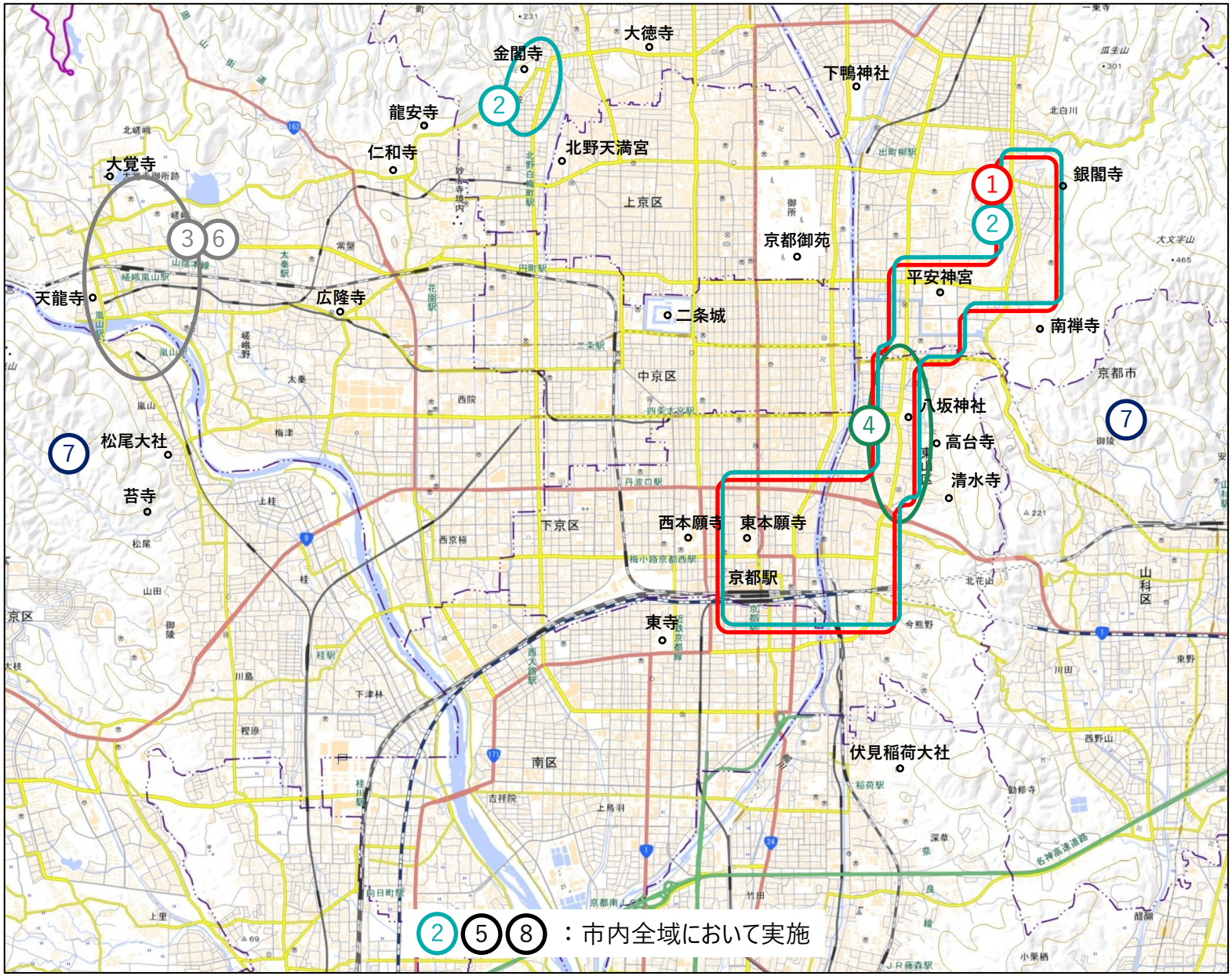
【背景・課題】

- 令和６年の観光に対する市民意識調査では、「京都市の発展に、観光が重要な役割を果たしている」と回答した方の割合は70.6%（Ｒ５比▲2.1%）と微減した他、観光が市民にもたらすマイナスな影響の回答割合が増加。
- 観光が京都にもたらす効果について、情報発信を強化する等、観光に対する市民の共感の輪の拡大を図る必要がある。

【事業内容】

- 令和６年12月に開設した市民向けのウェブサイト「LINK!LINK!LINK!」を活用し、観光が市民生活やまちづくり等にもたらす効果について、更なる見える化を図るとともに、京都の魅力を市民が再発見する機会づくりを促進する。

【本地域における取組マップ】



（国土地理院ウェブサイトを基に、京都市作成）

5－①．主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業②	**観光地最寄りのバス停留所における案内・誘導**		
事業目的	観光地最寄りのバス停留所における旅客の案内・誘導		
実施主体	京都市交通局	実施期間	令和7年9月～令和8年2月

【背景・課題】
- 観光需要の本格化により、一部の路線・時間帯に利用が集中する傾向にある。一方で、バス運転士の深刻な担い手不足の状況の中、増便や増車による混雑緩和策には限界があるため、観光地最寄りの停留所において、歩道の通行など停留所周辺の環境改善対策が必要となっている。

【事業内容】
- 観光特急バス停車停留所での積極的な案内・誘導による利用の促進
- その他観光地最寄りの停留所での旅客の案内・誘導による混雑の緩和

【推進ポイント】
- 令和6年度からの継続事業につき、スムーズな事業着手及び進捗管理を実施

観光特急バスへの誘導案内（五条坂停留所）

観光地最寄りの停留所での誘導案内（清水道停留所）

観光地最寄りの停留所での誘導案内（金閣寺道停留所）

鉄道駅接続の停留所での誘導案内（七条京阪前停留所）

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業②	観光地最寄りのバス停留所における案内・誘導

令和7年度事業の目標（KPI）	
指標名	① 観光特急バスの利用者数（令和6年8月～令和7年1月、1日平均） ② 市バス車内の混雑度（Web調査/並行する一般系統の車内が「混んでいた」と回答した方の割合） ③「路線バスや地下鉄など公共交通機関が混雑して迷惑した」（『京都観光に関する市民意識調査』で「当てはまる」と回答した人の割合）

令和7年度に掲げた目標値

①2,473人(令和7年度、前年比2%増)
②観光特急バス運行開始前より割合が減少
③R6年調査（84.7%）より割合が減少

事業の成果/目標の検証結果

①2,412人（令和7年9月～令和8年1月、前年比▲2.5%）
②56.8%（令和8年1月、▲11.2ポイント）
③85.8%（令和7年9月～10月、前年比＋1.1%）

成果の詳細

- ９月から２月までの６か月間、観光特急バス各停留所10か所と、観光地最寄りの停留所（金閣寺道、北野天満宮前、七条京阪前等）へ案内員を配置し、観光特急バスの利用案内や他路線バスを含めた乗車待機列の整理、案内を行った。
- 秋の観光シーズンのピーク期には、最も多い日で約３，８００人のお客様に御利用いただくなど、観光特急バス停車停留所への案内員の配置等により、「観光特急バス」の知名度の向上と、旅客誘導を図ることで、一定程度、並行する系統の混雑緩和に寄与しているものと推測できる。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

一部の路線・時間帯への利用集中の継続

- 観光需要の高まりにより、一部の路線・時間帯に利用が集中する傾向が続いている。

令和8年度以降の方針

観光地最寄りのバス停留所での継続した対策の実施

- 今後も観光地最寄りの停留所において、歩道の通行など停留所周辺の環境改善対策が必要となる。
- 令和8年度も引き続き、観光地最寄りの停留所に案内員を配置し、バス待ち環境の改善を図るとともに、新たに、金閣寺道停留所（北行・分設）等に案内員を配置し、停留所周辺の環境改善対策を行う。

需要の適切な管理

補助事業④	**東山交通対策**		
事業目的	東山地域での交通の円滑化と安全快適な歩行空間の創出		
実施主体	京都市	実施期間	令和7年10月～令和8年2月

【背景・課題】
- 本市の秋の観光シーズンのピークとなる１１月は、東大路通が混雑し、路線バスの遅延や周辺道路にも混雑が発生していることから、地域住民の日常生活への影響が大きい。
- これまでから、地元、商店街、寺社、国、京都府警等の関係機関との連携の下、臨時交通規制等の対策を実施してきており、一定の効果が上がっている。しかし、それでもなお、東大路南行（四条～五条）に混雑が見られることから、令和６年１１月に、東大路通への車両の流入を減少させる東大路通社会実験（※）を実施したところ、東山丸太町交差点に北側から流入する交通総量が５％減少（実験実施前比）する結果となり一定の効果があった。社会実験の結果を踏まえ、これらの取組を継続的に実施し、交通混雑の緩和につなげていく必要がある。
  （※）東大路通沿道等に目的のない車両を堀川通へ迂回するため、広報車、横断幕、プラカードスタッフ等による現地周知や東山丸太町交差点において、南行直進車線の利用制限を実施。

臨時交通規制の状況
（東山五条の南行左折進入禁止）

【事業内容】
- 東山五条周辺での交通対策として、臨時交通規制の実施、交通誘導員の配置による人流対策、タクシー乗り場の封鎖及び 有効活用
- 東福寺周辺での交通対策として、臨時パークアンドライド駐車場の設置・運営
- 東山地域への自家用車の流入対策として、東大路通沿道等に目的のない車両を堀川通へ迂回誘導するため、広報車、横断幕、プラカードスタッフ等による周知

【推進ポイント】
- 周知・誘導によって東大路通南行の通過交通を抑制する
- 対策実施前に研究会を開催し対策を共有することで、地元の合意形成を図る
- 関係行政機関が実施する交通対策との連携を図る

プラカードによる
迂回誘導

臨時交通規制の状況
（高台寺南門通り北行右折進入禁止）

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業④	東山交通対策

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	東大路通への車両流入率

令和7年度に掲げた目標値

前年比減

事業の成果/目標の検証結果

東山丸太町交差点に北側から流入する交通総量は令和７年度の誘導対策前後で約9%減少。減少率はR6年規制対策前後（約5%減少）を上回る水準。（令和7年11月）

成果の詳細

- 東山丸太町交差点に北側から流入する交通総量は、迂回誘導前と比べて約9%減少し、令和6年度の約５%減少を上回る水準となった。
  要因は、広報車、プラカード等の周知・誘導が行動変容を促進したものと考えられる。
- 東大路通南行の旅行速度について、令和５年度（堀川通への迂回誘導無し）と比較し、令和7年度についても令和6年度と同様、旅行速度の改善が確認できた。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

混雑のさらなる改善

- 対策期間中、東大路通（四条～五条）南行で、一時的に混雑が見られたが、顕著な混雑には至らなかった。今後も引き続き、効果的な対策を検討していく必要がある。

令和8年度以降の方針

関係機関との協議を踏まえたより効果的な対策の検討、情報発信強化

- 令和7年度の対策を踏まえ、臨時交通規制等の交通対策について関係機関と協議を行い、より効果的な対策を検討する。
- 東大路通の混雑緩和に向けた情報発信の強化を図る。

地域住民と協働した観光振興

補助事業⑧	「観光効果の見える化・観光への市民共感」促進事業		
事業目的	京都観光に対する市民の共感の輪の拡大		
実施主体	京都市観光協会	実施期間	令和7年9月～令和8年2月

【背景・課題】
- 令和６年の観光に対する市民意識調査では、「京都市の発展に、観光が重要な役割を果たしている」と回答した方の割合は70.6%（Ｒ５比▲2.1%）と微減した他、観光が市民にもたらすマイナスな影響の回答割合が増加した。観光が京都にもたらす効果について、情報発信を強化する等、観光に対する市民の共感の輪の拡大を図る必要がある。

【事業内容】
- 令和６年12月に開設した市民向けのウェブサイト「LINK!LINK!LINK!」を活用し、観光が市民生活やまちづくり等にもたらす効果について、更なる見える化を図るとともに、京都の魅力を市民が再発見する機会づくりを促進する。

【推進ポイント】
- 市民向けのウェブサイト「LINK!LINK!LINK!」は、開設後間もないため市民の認知度が低いと認識しており、SNSや紙媒体等を活用した露出機会の拡大に努める。また、市民と観光客が交流するイベントを新たに実施し、観光に対する市民の理解促進に努める。

市民向けウェブサイト「LINK!LINK!LINK!」の広報

ポスター・チラシ等の紙媒体

オンライン広告

SNSでの発信

市内観光事業者が提供する市民限定特典の周知・広報

交流イベントの実施

マンガでつながる、市民と観光客

市民も観光客も！一緒に走ろう京の朝ラン

5-③. 成果及び今後に向けて

補助事業⑧	「観光効果の見える化・観光への市民共感」促進事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	暮らしと観光をつなぐポータルサイト「LINK! LINK! LINK!」アクセス数 （1か月平均）

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 40,000件/月	• 16,659件/月（令和7年9月～令和8年1月の月間アクセス平均）

成果の詳細

- 令和6年12月に開設した市民向けウェブサイト「LINK!LINK!LINK!」を活用し、観光が市民生活やまちづくり等にもたらす効果についてのさらなる「見える化」を図るとともに、市民向け特典の情報発信を通じて認知向上および利用促進を図り、京都の魅力を市民が再発見する機会の創出を促進した。
- 広報は、インターネット広告等によるオンライン施策に加え、市内広報板や市内回覧板、チラシ、ステッカー、卓上三角ポップを活用したオフライン施策を実施した。また、市民と観光客の交流を促進する取組として、4コマ漫画制作イベントおよびランニングイベントを実施した。
- 各種媒体を通じた広報により、「LINK! LINK! LINK!」への月間アクセス数は、事業開始前（令和7年8月）の6,264件から、同年11月には34,693件まで伸長した。これにより、市民限定特典や観光の効果に係るコンテンツの露出も増え、市民の観光に対する理解の促進、共感の醸成に寄与した。
- また、初開催となった交流イベントでは、参加者から「同じものを好きになるということは、人と人との距離を縮めてくれる」（4コマ漫画制作イベントにて）といった参加者の声が寄せられるなど、市民と観光客の交流が生まれ、観光に対する市民の共感の輪の拡大につながった。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

サイト閲覧を促進する情報発信・仕組みづくり

- 自発的・継続的なポータルサイトの閲覧を誘発できる、情報発信やコンテンツ提供の仕組みが必要。

令和8年度以降の方針

交流イベントの継続実施・広報を通じた情報発信の促進

- 交流イベントについては、令和7年度の事業結果を踏まえ、より市民と観光客が交流できるスキーム作りを検討する。
- 広報については、交流イベント等との連携の観点から、マス向けの手法に加えて、各種施策への参加意欲が高い市民にアプローチする手法を検討する。

観光ピクトグラムを用いた、観光マナー啓発の実証的取組
【持続可能な観光の推進・普及啓発に向けた調査事業】

＜ピクトグラム事業＞

課題認識

- 国内外から多くの観光客・参拝客の来訪に伴い、稲荷新道における広がっての歩行、京阪・ＪＲの踏切での混雑や、本町通におけるＪＲ稲荷駅前、裏参道との交差点箇所において混雑する状況が生じている。
- また、観光客等によるごみのポイ捨てや踏切内での写真撮影などマナー違反も生じている。

対策の方向性

- 顕著な混雑が生じている稲荷新道の踏切周辺や本町通において、安全対策や観光マナー啓発を実施
- 伏見稲荷周辺地域において持続可能な取組となるよう、伏見稲荷大社はもとより、地域団体、大学、公共交通機関等と連携した取組を実施

取組内容

- 観光庁作成の「観光ピクトグラム」を用いて、近畿運輸局、伏見稲荷周辺の住みよいまちづくり推進協議会、龍谷大学、京都市が連携し、実証調査を実施（実施期間：令和7年11月4日(火)～12月15日(月)）
- 調査期間中は、地域住民や商店等で構成する「伏見稲荷周辺の住みよいまちづくり推進協議会」が中心となり、龍谷大学の学生の協力も得ながら、地域内の踏切や電柱にピクトグラム看板を設置し、アンケート調査を通じて効果検証を行うとともに、観光マナー啓発を実施

・啓発看板設置箇所等
＜踏切安全対策＞

京阪稲荷駅踏切周辺２枚（２か所）

ＪＲ萩川踏切周辺３枚（３か所）

・ごみ箱
＜食べ歩き防止対策＞

７基（７か所）

・電柱幕
＜歩行者安全対策＞

15枚（10か所）

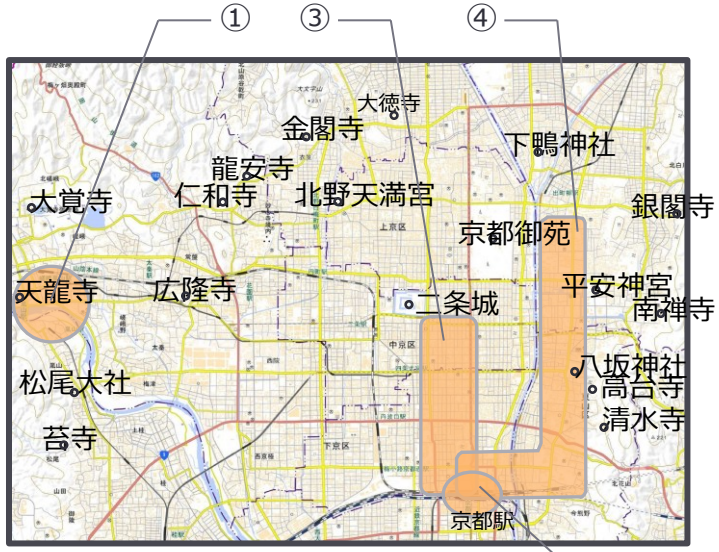
・ポケットティッシュ
＜観光マナー啓発＞

6,000個作成

(出典)京都市「市民生活と観光の調和・両立の推進～令和7年秋の取組結果～」

４．対策の概要

- 京都観光の回復に伴い、市民生活への影響を懸念する声が大きくなっている。
- 京都市では、これまでから観光課題対策を強化し、一定の効果も得られてきたが、「観光公害」との報道がなされることも相まり、市民生活との調和の実現に向け、混雑対策やマナー問題等の取組が一層必要な状況。
- 上記を踏まえ、本事業において、エリア内における場所の分散、混雑対策、市民も含めた京都観光の関係者の満足度の向上等、総合的な事業を実施する。



国土地理院ウェブサイトを基に、京都市作成

観光客の分散・平準化

取組み | **①嵯峨嵐山エリアの局所的混雑を踏まえた回遊ルート誘導実証事業**

背景
- 特定の場所（渡月橋、長辻通）に観光客が集中する一方で、嵯峨エリアは比較的混雑していないなどの偏りが生じている

内容
- デジタルマップを活用したモデルコース紹介やスタンプラリー、ライブカメラ映像の配信を行うとともに、誘導員や看板設置等による回遊ルートへの誘導を行うことで、エリア全体での混雑緩和を図る。

受入環境の整備・増強　観光客の分散・平準化

取組み | **②交通混雑緩和に向けた情報発信等の強化**

背景
- 京都駅に観光客が一極集中し、同駅発着の一部バス路線に過度な集中が発生

内容
- デジタル広告の活用や鉄道事業者との連携した情報発信により、観光客の他鉄道駅への分散、同駅を発着するバスの待ち時間短縮・車内混雑の緩和を図る

取組み | **③手ぶら観光の推進に向けた宿泊施設等を巡回するバス導入実証事業**

背景
- 観光客の大型手荷物持ち込みによる市バス車内の混雑等が発生

内容
- 京都駅を起点に市内宿泊施設等を巡回する手荷物持込可の専用バスを導入
- 「宿泊施設に手荷物を預けてから観光する」新たな手ぶら観光スタイルを構築

取組み | **④「観光特急バス」をはじめ、観光に便利な系統の新設等 ～生活路線の混雑緩和に向けて～**

背景
- 市民利用と観光利用が重なる市バスの一部路線や時間帯で混雑が発生

内容
- 観光地最寄りの停留所のみに停車する「観光特急バス」の情報発信等により利用促進を図り、観光特急バスと並走する生活路線の混雑緩和を図る

地域住民と協業した観光振興　マナー啓発

取組み | **⑤「観光効果の見える化・観光への市民共感」促進事業**

背景
- 持続可能な観光実現に向け、市民生活との調和、市民共感の輪の拡大が重要

内容
- 観光がもたらす意義・効果等わかりやすく伝える専用サイトの作成及び周知を行う

取組み | **⑥観光客による「京都観光モラル」宣言促進事業**

背景
- 観光事業者、観光客、市民がともに大切にしたい行動基準を定めた「京都観光モラル」の促進のため、観光客による当該行動基準の実践を促進する必要がある

目的
- 観光客による「京都観光モラル宣言」を行う仕組みを構築するとともに、観光事業者から「京都観光モラル宣言」を行った観光客向けの特典等を提供いただくことで、上記仕組みの一層の活用を図る

５-①．主な取組み（詳細）

課題	取組み
嵯峨嵐山エリアにおける局所的な混雑発生	**嵯峨嵐山エリアの局所的混雑を踏まえた回遊ルート誘導実証事業** • 実施期間：令和6年10月～令和7年2月 • 実施主体：京都市

事業内容

■ **嵯峨嵐山エリアの局所的混雑を踏まえた回遊ルート誘導実証事業**

- 以下取組により、定番ルートやスポット（渡月橋・長辻通・竹林の小径）に集中しがちな観光客に対し、比較的混雑していないエリア（嵯峨エリア）への回遊を促す

①：「デジタルマップ」作成（日本語・英語で配信）

- ①嵯峨エリアを巡るデジタルスタンプラリーの実施（11/1～12/1）
- ②ライブカメラによる混雑状況の発信
  （混雑箇所に加え、嵯峨エリアの混雑していない箇所も見える化）
- ③嵯峨エリアを中心とした観光スポット情報や期間限定のイベント情報の紹介
- ④周遊観光におすすめのコースの紹介、混雑予測箇所の明示
- ⑤嵯峨の魅力を紹介する動画の配信　など

②：警備員、誘導員の配置及び看板設置

- 現場において分散化のラストワンプッシュとなる誘導を行う。（11月23日、24日、30日、12月1日）

③：AIカメラ設置

- **歩行者数データを測定・検証**し、今後の対策改善につなげる。（11月上旬～令和7年1月末）

【背景・目的】

- 嵯峨嵐山エリアでは、現状、渡月橋・長辻通・竹林の小径といった定番ルートに観光客が集中している一方で、嵯峨エリアは比較的空いており、嵯峨嵐山エリア全体として混雑状況に偏りが見られる。
- **観光の分散や流入調整による局所的な混雑の緩和**を図るとともに、歩行者の安全の確保や車両の円滑な運行の推進を図る。

デジタルマップイメージ

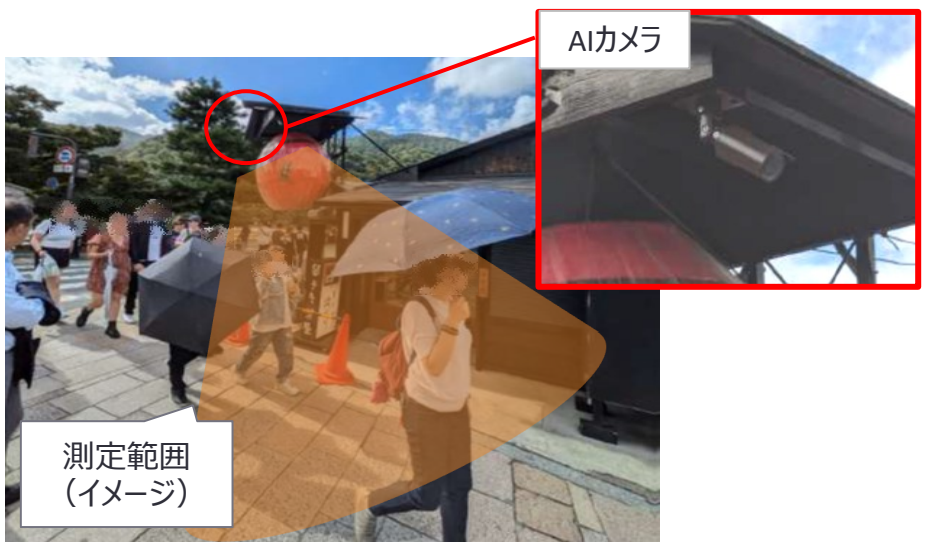
５-①．主な取組み（詳細）

事業内容

２・３　警備員配置・AIカメラ設置イメージ

赤枠エリア内で警備員・看板を配置し、混雑対策を行う。

嵯峨エリアへの分散化



5-①. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- デジタルマップを活用した取組により、**嵐山エリアの混雑緩和**を図る

事業の成果／目標の検証結果

- **非混雑エリアである嵯峨エリアの観光客数が約30%増加**
  嵐山エリアは＋7.6%であったため、嵯峨エリアへの分散に効果があったと考えられる
  - PV数：**36,845人**
  - デジタルマップ利用者：**23,555人**
  - 利用者アンケート：**回答者の8割が満足との回答**

成果詳細

嵯峨・嵐山周遊ガイド（デジタルマップ）の検証

嵯峨嵐山観光ガイド（実施期間：11/1~12/1）

	総計	うち日本人	うち外国人
閲覧者	**36,845件**	25,316人	11,529人
利用者	**23,555人**	16,205人	7,350人

※R6年度祇園祭宵山ガイド（WEB版・３年目）の閲覧者、利用者を上回った

■ その他参考指標
1. 外国人利用者の国別データ：米国・英国で約40%
2. スタンプラリー利用実績：参加者436名、達成者164名
3. 利用者アンケート：
   「満足」以上割合：約8割（102/129）
   「デジタルマップをみて、奥嵯峨の観光地を訪問しようと思った」：
   デジタルマップ利用者の約4割の行動変容を実現（53/129）

- 工夫点として、チラシではなく、デジタルマップ紹介するカード型で作成することで、**お土産品として活用できる形とし、直接配布**
- タビ前でなく、来訪されたその場で魅力を遡及することで、**初年度から利用者を増やし、満足度、エリア内での周遊性を高められた**

ビッグデータ等を活用した検証

日本人観光客動向（KDDI Location Analyzer）

	増減割合	R6年度	R5年度
嵐電嵐山駅	**+7.6%**	41,973人	39,001人
常寂光寺	**+33.6%**	9,966人	7,461人
祇王寺	**+36.0%**	7,495人	5,513人
あだし野念仏寺	**+27.1%**	2,689人	2,116人

嵐山エリア以上に奥嵯峨のお寺を訪問した観光客が明確に増加

■ その他参考指標
1. 当該ビッグデータは日本人観光客が対象
2. 嵯峨エリアの寺社からの声：
   共通意見として、**日本人観光客より外国人観光客が増えた。**
   寺社で個別にSNSでマップの紹介等も行ったため、訪問してくれた方もいると思う。等ポジティブな意見が寄せられた

- デジタルマップ内には、ヒートマップもあわせて掲載し、**嵯峨・嵐山エリア内の観光スポットおよび混雑状況をわかりやすく可視化**
- **また、最も混雑するスポット（長辻通・渡月橋）には、警備員・誘導員・看板を設置することで、嵯峨エリアへの物理的誘引にも成功**

5－①．成果及び今後に向けて

令和６年度の取組みから見えてきた課題

- 事業としては、定量的に効果が可視化され、期待する効果が得られた
- 令和６年度、紅葉シーズンの予測がうまくはまったが、季節性から繁忙期が変動することもあり、事業実施時期の見極めが重要
- 観光客の目的地の設定において、細かなスポットまでは到着まで決めていない場合も多く、その点を踏まえた周知方法の検討が必要

1 エリア内での周遊においては、いま旅行中の観光客に「観光スポット」・「混雑度」の周知が効果的

- 観光客は嵯峨・嵐山エリアを訪れることは決まっていても、到着してから個々の訪問先スポットを決定する傾向にある

2 広告媒体を受け取ってもらうための工夫

- デジタルマップをお土産になるような、カード形式で作成
- 観光の起点である駅前にて誘導員が直接配布することで、受取率およびデジタルマップ利用率を高めた

3 紅葉シーズン等の繁忙想定時期の見立て

- 上記誘導員配置等は、市の予算手配上早期に決定しておく必要があるが、紅葉シーズン等は年により変動するため、最繁忙期にあわせられるような柔軟性が必要

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

- デジタルマップのデータレポートや利用者アンケート、ビッグデータを複合的に活用することで、国内旅行客、外国人旅行客ともに、一定のデータを収集することができたが、今後のデータ収集・分析方法については、継続的に検討したい

1 広報・PR関連事業の実施方法の見直し

- 嵯峨嵐山エリアにおける事業では、デジタルマップ作成の他、ヒートマップ、魅力発信動画、カード形式でに配布等、様々な工夫を凝らすことで、周遊に寄与
- 別のエリアにおいても同様の取組横展開を検討したい

2 事業効果最大化にむけた手法の見直し

- 日本人観光客についてはビックデータに基づく人流計測により正確性の高い事業評価ができた
- 外国人観光客については、定性的な評価となったため、将来的な測定方法等の検証が必要

3 開花シーズン、GW、夏休み等他繁忙期への応用

- 本事業ではデジタルマップの他、長辻通における人流カメラ設置や交通規制等、複合的な事業により効果が出た
- 紅葉シーズン以外での事業実施について検討したい

５-②．主な取組み（詳細）

課題	取組み
京都観光の関係者による京都観光への共感の醸成や、互いに尊重し合える関係の構築	**観光客による「京都観光モラル」宣言促進事業** • 実施期間：令和6年10月～令和7年2月 • 実施主体：（公社）京都市観光協会

事業内容

■ 京都観光モラル宣言特設サイト

- 観光客に京都観光モラルについて学び、遵守を宣言していただく**「京都観光モラル宣言特設サイト」を作成**

【背景・目的】

- 観光客を対象とした取組については、マナーをはじめとする啓発関係の取組を重点的に実施してきたが、持続可能な京都観光を実現していくうえでは、観光客による京都観光への共感や、市民や観光事業者等と尊重し合える関係づくりも重要となる。
- 上記を踏まえ、観光客に京都観光モラルについて学び、遵守を宣言していただく**「京都観光モラル宣言特設サイト」を作成し、京都観光モラルの理念の周知を図る**とともに、民間事業者との連携の下、遵守を宣言した**観光客に対して事業者による特典・優待情報等を提供する**ことで、観光客による京都観光モラルの理解と実践を促進する。

京都観光モラル宣言特設サイト

５-②．成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

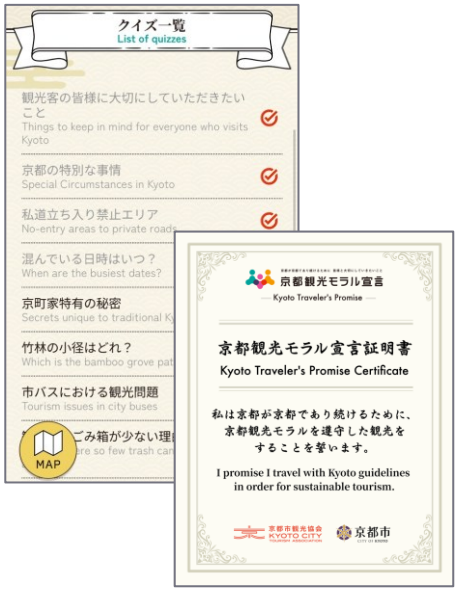
- サイト作成により、**京都観光モラルの理念の周知**を図る
- 観光客に対して事業者による特典・優待情報等を提供することで、観光客による**京都観光モラルの理解と実践を促進**する

事業の成果／目標の検証結果

- **11月1日より特設サイトオープンし、観光モラル宣言の取組への参加者が増加。今後周知活動継続予定**
  - 観光モラル宣言をする観光客数 **1,199名**
  - 宣言者向けに特典提供する事業者数 **110件**
  - 特典の利用実績 **91件**

成果詳細

“京都観光モラル”特設サイトのオープン



- **R6.11.1より、京都観光モラル宣言の特設サイトを公開**
  京都の文化・マナーを学べるクイズに挑戦することで、特典獲得可能
- **その他ポスター、チラシ等コンテンツの整備が完了**
  今後、SNS活用による旅行前段階からの周知を図り、周知の加速を図る

“京都観光モラル宣言”活用による地域一体の取組の開始

- タイトなスケジュールでありながら、**美術館や博物館の他、伝統工芸品店等110事業者が特典提供を開始**
  （モラル宣言証明書の提示で、割引特典や商品提供等特典）
- 今後、お土産店や飲食店等、特典提供を行いやすい事業者の参画を募り、京都市内事業者が一体となって、観光モラルの普及を図る

５-②．成果及び今後に向けて

令和６年度の取組みから見えてきた課題

- まずは従来のチラシ・ポスターでの観光客に対するマナー啓発の有用性や普及度合いを計測できる非常に有意義な事業であった。
- その上で、今後の課題としては、普及に関して**①外国人観光客及び若年層への周知、②外国人にとっての使いやすさ**の2点が挙げられる。
- また、事業者に提供いただいた特典の利用回数が少なかったことから、③観光客が参加するインセンティブの設計についても再考が必要である。

1 外国人観光客及び若年層への周知

- 宣言者の約40%が55歳以上であり、若年層の宣言が少ない
- 宣言者の約90%が日本人であり、外国人の宣言者が少ない

2 外国人が使いやすいデザインや設計への改善

- 地図機能が日本語のみであったり、日英併記のサイトであり、外国人にとって使いにくいウェブサイトになっており、デザインや設計の改善が必要

3 事業者が提供する特典の利用回数の増加

- 事業者において魅力的な特典を開発してもらったり、キャンペーンの存在を事業者に認知してもらうための猶予期間が短いため、利用につながる特典の調達が困難であった。
- キャンペーンに参加者層において、旅行をする際に「お得感」を求めるニーズが少ない可能性がある

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

- 特設サイト準備からの着手となったため、今期は紅葉シーズンの旅前おける周知期間が不十分となった。今後、特に若年層・外国人観光客に向けて適切な周知チャネル及び周知方法を検討する。
- また、ユーザーからユーザーへと拡散していくために、SNSへ投稿したくなるコンテンツの強化にも取り組む。
- 最後に観光客へのインセンティブ設計については、京の夏の旅・京の冬の旅とタイアップするなど、京都ならではの特典を用意し、数よりも質を高めることが重要と考えている。

1 SNSの活用

- 若年層が利用するインスタグラムでの発信を強化するとともに、英語での周知素材を作成し、若年層・外国人へのリーチを拡大する
- 観光モラルを宣言するという行為を効率的に把握する手段のひとつとして、SNSの活用が考えられる。
- さらなる宣言者を獲得するために、SNS上での情報拡散も必要。

2 外国人に対応したデザイン最適化

- 外国人による利用も想定し、ターゲットごとにデザインの最適化を行う

3 持続可能な観光地づくりに繋がる特典の開発

- 単なる割引などではなく、観光モラルに共感する人だからこそ関心を持つような特別な体験を、特典として用意する

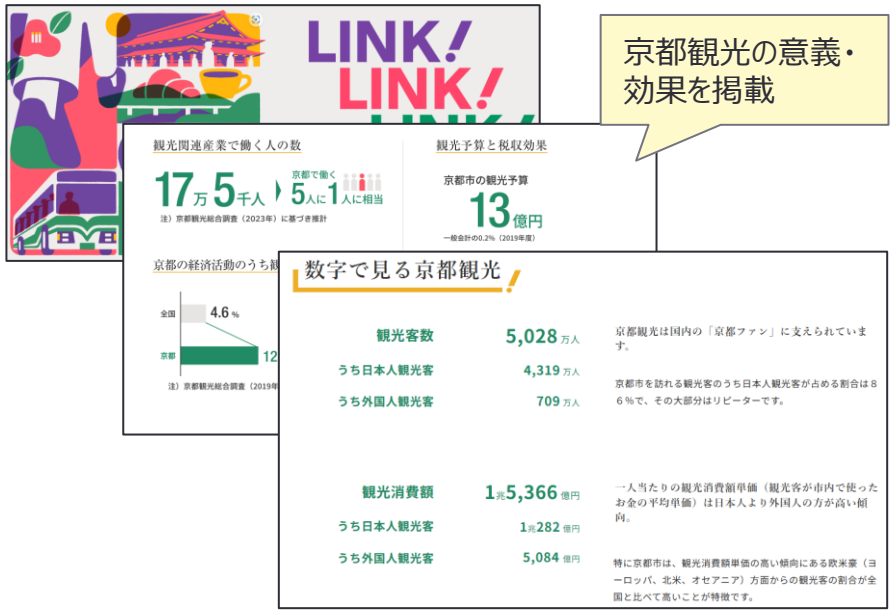
５-③．主な取組み（詳細）

課題	取組み
• 観光の回復に伴い観光課題が顕在化する中、市民が観光の意義や効果をより実感できる環境づくりを進める必要がある	**「観光効果の見える化・観光への市民共感」促進事業** **実施期間**：令和6年10月～令和7年2月 **実施主体**：（公社）京都市観光協会

事業内容

- 市民生活と調和・両立した「持続可能な観光」の実現を目指すに当たり、観光課題対策の強化はもとより、京都観光に対する市民の共感の輪を拡げていくことも重要。
- **観光の意義・効果、観光課題とその対策や、観光事業者が主体的に提供する市民限定サービスの情報等を市民に分かりやすく伝える専用サイトを作成し、市民理解の促進を図る。**

暮らしと観光をつなぐポータルサイト「LINK! LINK! LINK!」の開設



京都観光の意義・効果を掲載

観光事業者が提供する市民限定サービスの発信

京都市民に京都観光を楽しんでもらう特典付与

５-③. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- **観光の意義・効果、観光課題とその対策や、観光事業者が主体的に提供する市民限定サービスの情報等を市民に分かりやすく伝える**

事業の成果／目標の検証結果

- **情報を充実し、観光で評価されることを誇りに思う市民の割合が増加**
  - **特典提供事業者数：**
    50社（目標）→**63社**（3.18時点）
  - **観光効果等を紹介した記事：**
    10本（目標）→**13本**（3.18時点）
  - **観光で評価されることを誇りに思う市民の割合：**
    64.9%以上(R5) → **65.8%**（R6）

成果詳細

暮らしと観光をつなぐポータルサイト「LINK! LINK! LINK!」の開設

「LINK! LINK! LINK!」の認知度向上施策

- **R6.12.3「LINK! LINK! LINK!」をオープン**
  観光客数や経済効果、税収効果等、定量的な情報を発信
- **観光事業者が提供する市民限定サービスの発信**
  63社が市民限定サービスを提供(R7.3.18時点)

- **市内広報板、公式SNS、その他民間メディアにより広く周知**
  約3か月で11万PV超と、多くの市民が同サイトを閲覧

５－③．成果及び今後に向けて

令和６年度の取組みから見えてきた課題

- 事業期間に対し、想定以上の好意的な反響が得られた
- 広報板などの従来型の周知方法と、SNS発信などのオンライン上での周知方法を組み合わせることで、広く市民を対象に周知できた
- 特設サイト上でのアンケートによる効果測定を想定していたが、回答者層の偏りが発生し、正しく効果測定できないため、手法については慎重な検討が必要である

1 特設サイトの認知度向上

- 公式LINE、公式noteなど、行政が運営する市民向けの媒体を活用することで周知を図った。それに加え、民間メディアが本事業を取り上げて紹介したこともあり、周知が大いに進んだ

2 効果測定手法の検討

- 特設サイト訪問者は、もともと観光課題対策や観光がもたらす恩恵に理解のある市民が集まることが想定されるため、本事業が市民の意識に与える影響を正当に評価する方法については今一度検討が必要。

3 取材記事テーマの設定

- 事業実施期間中に取材が可能かどうかといった制約条件があるなかで、観光がもたらす経済効果や、宿泊税の使途についての解説記事を作成したため、本当に市民が知りたいと思っていることへの答えを用意できていない可能性がある。

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

- 令和６年度の成果を踏まえた事業の周知に引き続き取り組むことで、事業者の参画を促し、観光事業者から市民に対する利益還元の可視化を推進する。
- 一方的な発信だけでなく、市民が参加できるような企画も検討し、常に活きた情報が掲載されていると感じられるようなWEBサイトの運営を目指す。

1 優待提供事業者の開拓

- 引き続き、参画事業者を増やし、業界全体での取組機運を醸成し、市民による本事業への認知・理解を高めていく。

2 各種関係事業との連動強化

- 事業者からの特典提供を募集するという共通点がある京都観光モラル宣言事業をはじめ、その他事業とも連携した事業設計にすることで、相乗効果を生み出す。

3 市民参加型の企画の検討

- 特典メニューやキャンペーン内容、記事テーマの選定にあたって市民の意見を参考にしたり、市民の意見そのものを活用した記事を作成するなど、事業運営になるべく市民の意見を反映する。

5-④. 主な取組み（詳細）

課題	取組み
日常生活を中心とした市民利用と観光利用が重なる市バスの一部路線や時間帯で混雑が生じている	**観光に便利な系統の新設等** • **実施期間**：令和6年9月～令和7年2月 （6月運行開始、以降も継続） • **実施主体**：京都市交通局

事業内容

■ **観光特急バスの利用促進**

- 一般バスとは異なる運賃設定のもと、京都駅と特に観光利用の多い東山エリアを結ぶ**観光特急バス**を令和6年6月に新設。
- 本事業では、旅行前・旅行中など、様々な場面、多様な媒体、ルートを通じた積極的な情報発信、観光特急バスの利用に便利な地下鉄・バス１日券のＰＲ、同バスの停車停留所等における積極的な案内・誘導を行う。
- 市バス“おもてなしコンシェルジュ”の同バスへの添乗による案内活動や、京都駅前でののりば案内サインの増設等により利用促進に向けた取組を強化する。

【観光特急バス概要】

- 運　行　日：土休日　※お盆（8/14～16）、年末年始（12/29～1/3）も運行
- 運行系統：2系統（EX100・EX101）
  - ➢ EX100　京都駅前～五条坂(清水寺)～清水道(「かえり」のみ)～祇園～岡崎公園 美術館・平安神宮前～銀閣寺前(32回／日)
    ※「かえり」の清水道始発便8回を含む
  - ➢ EX101　京都駅前～五条坂（清水寺）（16回／日）
- 運　　賃：大人500円、小児250円
  ※現金・ICカード、地下鉄・バス1日券、京都修学旅行1dayチケットが利用可能。
  定期券、回数券、敬老乗車証等は対象外

【目的】

- **市民利用と観光利用の棲み分けにより、生活路線における市バスの混雑緩和**を図る。

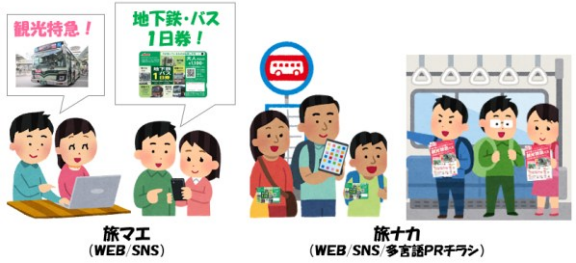
観光特急バス路線図

観光特急バスの運行

コンシェルジュによる添乗案内

観光特急バスの案内サインの増設

旅行者向けPR



5-④. 主な取組み（詳細）

事業内容

観光特急バスのバス停における案内

五条坂停留所

清水道停留所

■ 観光特急バスが停車するバス停（10か所）に案内スタッフを配置
- 案内スタッフはオレンジのビブスを着用
- 観光特急バス運行全日で実施（9/7-2/24　※延べ62日間）

観光特急バスの案内サインの増設等

■ 観光特急バスの案内サインを各所に設置
- 始発停留所である京都駅前バスターミナルD1のりば周辺
- 各停留所、JR京都駅デジタルサイネージ、清水寺最寄りの五条坂、清水道（バス停への誘導サインの増設）　等

京都市バス"おもてなしコンシェルジュ"の案内活動充実化

■ 観光特急バス内に添乗員が観光案内（10月の3連休に実施）
- 京都駅前のりばでの乗車案内や、おりばでのお見送り
- 車窓からの景色にあわせて、車内放送の合間に観光案内を実施

観光特急バス及び地下鉄・バス1日券のPR

■ 認知度向上と利用促進を目的としたPR物を作成
- 他言語WEB記事、デジタルサイネージ用動画
- ポスター、リーフレット　等

5-④. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- **運行開始した観光特急バスの普及促進を実施し、混雑を感じる市民を減少させる**

事業の成果／目標の検証結果

- **PRにより利用者が増加し、混雑緩和に一定の効果が得られた**
  - **並走する一般系統の車内混雑度**

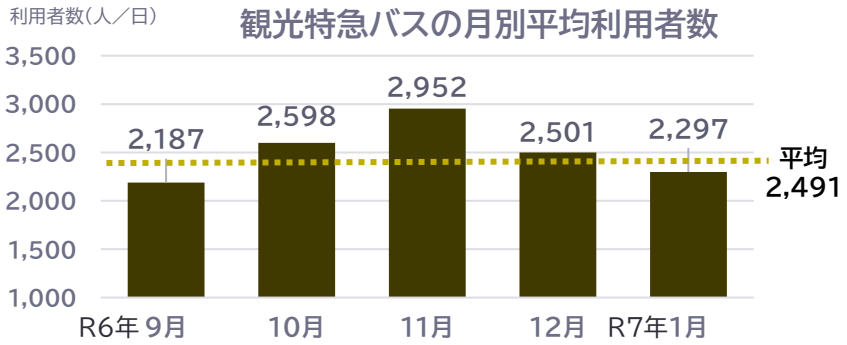
    運行開始前のweb調査において、並走する生活路線の車内が「混んでいた」との回答 **68.2%以下→57.8%（10.4ポイント改善）**

    （参考）観光特急バスの一日当たりの平均利用人数

    2,375人／日（運行開始当初）→**2,491人／日**（9月～1月）**（4.9%増）**

成果詳細

観光特急バスの利用者数の推移



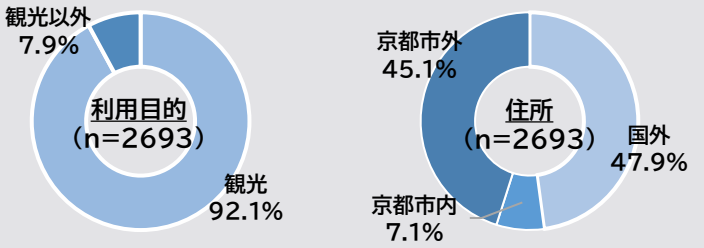
■ 参考
- 観光スポットへの「ゆき」と京都駅への「かえり」で利用者数の差が見られる。
- 時間帯、系統によっても利用者数の差が見られる。

- 繁忙期である、紅葉シーズンにむけ、観光特急バスの周知を促進
- 当初、平均2,200人/日であった利用者が、10-12月にかけて増加**ピーク時には、4,000人/日近い利用があり、並走する一般系統の混雑解消に一定の効果がみられた。**

利用者属性および利用者の声

利用者の居住地は、国外が約48%、国内（京都市外）が約45%
利用目的は「観光」が92%

調査日：令和6年10月20日(日)



■ 参考
- 運賃の支払い手段は、現金やICカードが6割強、地下鉄・バス1日券は3割強
- 「観光特急バスにまた乗りたい」と利用者の約9割から高い評価

- **外国人旅行客をはじめ、国内利用者とあわせて、観光での利用が9割以上を占めており**、市民の日常利用とのすみ分けに貢献。
- **ICカードや現金での利用が多く**、地下鉄・バス１日券での利用の余地があるものとみられる。

５-④．成果及び今後に向けて

令和６年度の取組みから見えてきた課題

- 令和６年度運行を開始したバスではあるが、ピーク時には4,000人／日の利用も生まれ、観光客と市民の日常利用と一定分離ができた。
- 本事業の採択・交付決定のタイミングにより、周知時期が、紅葉シーズンの直前となってしまったこともあり、認知度は道半ばと思われる。

1 「ゆき」と「かえり」での利用者数の差

- 観光地に向かう「ゆき」では高い利用率であるが、京都駅に戻る「かえり」は利用拡大の余地がある。
- 「ゆき」での運行に遅れが生じ、その影響で「かえり」も時刻表から遅れた形で運行している。

2 観光特急バスの運行の更なる周知

- 京都観光における繁忙期である、秋の繁忙期の直前での事業開始であったため、利用者に対し、観光特急バスの運行について、継続してより広く周知していく必要がある。

3 IC乗車券の利用トラブルへの対応

- 外国人旅行客においても、地下鉄・バス１日券ではなく、ICカード（Suica、ICOCA等）での利用傾向
- キャッシュレス化が進んでおり、観光利便性は向上しているものと推察される。
- ICカード利用ならではのトラブルが課題（鉄道駅等での直前利用における処理未了、残高不足時の運転士の対処※）
  ※特に外国人旅行客とのコミュニケーションに苦慮

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

- 令和６年度の運行結果、各系統における利用者数や属性等情報の初期値が取得できたため、継続的な運行を目指し、ルート・ダイヤ等の最適化を図っていく。
- 令和６年度事業で、PR・広報に活用できる、各種コンテンツが整備できたため、令和8年度以降も継続的に周知を強化する。

1 効率的な運行に向けた改善

- 更なる利用拡大に向け、ダイヤ上の運行時分を見直す。
- 平日運行等も検討していく必要があるが、深刻な担い手不足の中、当面は現在の運行を維持しつつ、運行パターンの見直し等の工夫を検討

2 PR強化による周知促進

- 令和６年度に作成したコンテンツを使用し、令和8年度以降は著効前・旅行中段階での周知を一層強化する。

3 地下鉄・バス1日券の付加価値の周知及び、ICカード利用方法の周知

- 別事業で実施した特典付き地下鉄・バス１日券については、短期間での周知にも関わらず非常に高い人気となったことを踏まえると、付加価値の付帯は重要であるため、既存の地下鉄・バス１日券でも各種優待が受けられることを一層周知し、更なる利用促進を図る。
- ICカードでの利用率が高いことから、支払い時のトラブル防止に向けたカード残高等の事前確認の周知を図る。

現状について

- 令和7年度は、地域一体型として事業を実施。

32. 京都府南丹市

1．地域概要

対象地域	京都府南丹市美山町北（かやぶきの里）
申請主体	一般社団法人南丹市美山観光まちづくり協会
計画名	かやぶきの里における持続可能な受入環境整備事業

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	217	189	234
- 国内	152	105	117
- 訪日外国人旅行者	65	84	118

地域の特徴・観光資源等

- 重要伝統的建造物群保存地区である「かやぶきの里」がある南丹市美山町北集落は、日本の原風景と言われる茅葺き屋根と里山景観が今なお残る、京阪神から約1時間半で訪れることが出来るエリアである
- かやぶきの里を中心に南丹市美山町では、「暮らすように旅をする」ことテーマに、住民と来訪者が実際に触れ合う事ができる観光コンテンツも多くある

協議体制

協議の場

美山かやぶきの里観光まちづくり推進協議会

- 観光による持続可能な地域づくりとしての北区の活性化と集落の景観保全に資する価値創造を行なうことが目的

参加者

行政機関等

- 南丹市（商工観光課・社会教育課）

住民関係者

- (一社)京都・美山・北村かやぶきの里保存会
- 北区

事業者

- 有限会社かやぶきの里
- (一社)南丹市美山観光まちづくり協会

エリアマップ

1月中下旬にライトアップイベント「冬灯廊」を開催

美山民俗資料館

かやぶき民家が39棟

9月中旬から下旬にかけて一斉に開花するそばの花畑

全域図

2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**トイレの混雑**	• 訪日外国人旅行者が増加する中、トイレは依然和式が大半であり、洋式トイレに集中することから混雑の原因になっている • また、和式トイレの使用方法がわからない方が一定数おられるため、汚物等の汚れにより一部のトイレが使用不可となっている	観光客・住民
2.	**駐車場の混雑**	• 来訪時間が重なりやすく、時間帯での駐車場混雑になりやすい • また、繁忙期やイベント開催時においては、終日駐車場待ちが府道にも溢れ、渋滞の原因になることもあり、年に10日前後発生する	観光客・住民
3.	**マナー問題**	生活の場もあるかやぶきの里において、民地への立ち入りやゴミのポイ捨てが目立つようになってきている また、集落内は、茅葺き屋根をはじめ燃えやすい建物が多くあるが、来訪者の歩きタバコなどのマナー問題も依然見受けられる	住民

1 トイレの混雑

トイレの混雑
観光バスが集中する時間帯や、週末などを中心にトイレ待ちの列ができる

2 駐車場の混雑

入場待ちの車の列
秋の行楽シーズンや、冬のイベントを中心に入場を待つ車の列ができる

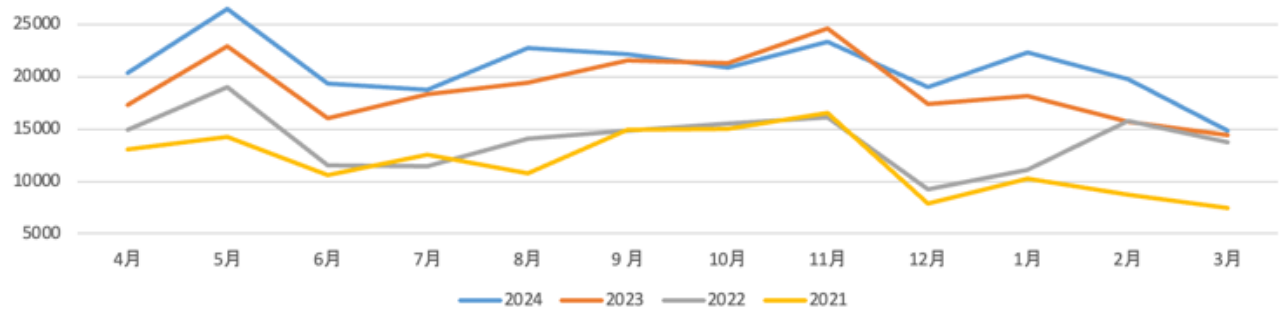
3 マナー問題

私有地の中を歩く来訪者
外国人を中心に道路以外の私有地に入る姿が観光客の増加とともに増加

3．背景・要因

主な背景・要因		
1.	**訪日外国人旅行者の急増**	・以前から増加傾向であった訪日外国人旅行者が、コロナ回復後急増した ・近年では特に東南アジアからの訪日外国人旅行者が、冬の雪のある美山を訪れる傾向にあり、観光の平準化を進めているものの、冬の来訪者数の増加が進んでいる
2.	**来訪者のマナー・ルールの理解の欠如**	・和式の利用方法が分からない人がおり、トイレ内外で汚物問題が発生している ・来訪者の間で、民地への立入、ゴミのポイ捨て、歩きタバコなどが悪いことであるという意識が欠如している
3.	**観光地としての特性・立地**	・関西主要都市および天橋立や舞鶴などから約90分圏内の立地のため、立地的に周遊型観光が中心となる

▼入込観光客数の月別推移



かやぶきの里は、標準化傾向にある。(3月が一番の閑散期となっている)

	2019年	2023年	2024年
入込観光客数	217,013	188,796	234,444
国内（人）	151,909	105,205	116,687
訪日外国人旅行者（人）	65,104	83,591	117,757

- コロナ禍は国内はほぼ変わらなかったがインバウンドが激減したものの、2024年はインバウンド需要の本格的な回復があり、2019年度を上回る入込観光客数は23万人となった。
- 平準化率（繁忙期9-11月と通年の比較）は2019年度は76％であったが、2024年度は、94％となっている。

4．対策の概要

目指す姿	**文化的景観を維持し、自治機能維持を図るために、来訪者も参画し、貢献できる仕組みのある観光地づくりを目指す**
KGI	**（指標）①観光客と地域の関係性が良好であること ②環境負荷がコントロールされていること(混雑・汚物問題)」** 目標値： ①地域住民の観光への満足度・受容度 /70%(令和9年度) ②来訪者満足度 / 90%(令和9年度) 現状値：①65%、② 93.1%

■補助事業の実施概要

受入環境の整備・増強

①かやぶきの里公衆トイレ混雑緩和に関する調査・提案事業

・和式トイレが大半だが、訪日外国人旅行者の増加により利用者が洋式に集中。加えて和式の利用方法が分からない人がおり、汚物問題が発生することで一部トイレが利用不可となり混雑している

・KGIへの貢献としては、トイレの快適性＝観光地に対する来訪者満足度に直結するとともに、トイレ以外での排泄等の問題行動を解決することで観光及び観光客に対する住民理解につながる

・事業内容としては、来訪者の現状に応じたトイレの最適化に向けた、調査及び、改善策の検討(ハード/ソフト) 、計画の策定を行う

需要の分散・平準化

②かやぶきの里駐車場の管理システム導入に向けた検討

・イベント時期だけでなく、立地的に周遊型観光が中心となるため、来訪時間が重なり混雑しやすい

・事業内容としては、来訪者の分散化及び駐車場運営の最適化に向けた、かやぶきの里駐車場の無人化・予約管理システムの連携に関する調査 / ライブカメラ等設置及びWebでの情報発信に関する運用調査を実施する

地域全体の観光地域づくりに関わる事業

③地域全体の観光地域づくりに対する協議会運営および対策計画の磨き上げ

・これまで保存会が中心に課題解決を行ってきたが、課題が多岐にわたり、地域住民・行政機関・事業者等が集まり、同じ方向で対応を検討することがこれまで以上に重要になってきた

・事業内容としては、実現可能な計画策定と体制整備に向けた、地域協働計画の策定と協議会の運営、住民向けアンケート調査の実施、関係者間の調整や連携の円滑化を行う

補助事業③は全域

補助事業①

補助事業②

現状のトイレ
和式が大半であり、来訪者から様々な苦情寄せられている

順番待ちで並ぶ人のたち
イベントやバスの到着時に集中

トイレと道路を挟んで向かいにある集落における排泄も課題に
（写真は私有地内の石の上に落とされたトイレットペーパー）

◀駐車場スタッフ
大型バスの予約はオンラインとなったが、料金の収受、一般車両の対応は、依然人力にて行っている

駐車場から溢れる車▶
府道の外で入場待ちをする。長いときは1時間待ちのことも

来訪者の口コミから課題を抽出

住民向けアンケートの実施

住民が参加しての研修会

【本地域における取組マップ】

凡例：
- OT抑制・未然防止が必要な現状・問題点
- 現状・問題点が発生している箇所
- 現状・問題点への対応策
- 対応策を実施する箇所
- 本地域における取組（補助事業名）

KGI：

①「観光客と地域の関係性が良好であること」地域住民の観光への満足度・受容度

②「環境負荷がコントロールされていること(混雑・汚物問題)」来訪者満足度

- 測定手法:
  - ①住民観光意欲調査（南丹市）
  - ②観光動向調査（南丹市DMO）
- 現状値：
  - ①93.1%（令和6年度）
  - ②65.3%（令和5年度）
- 目標値：
  - ①90%以上（令和9年度）
  - ②70%（令和9年度）

かやぶきの里駐車場の管理システム導入に向けた検討

KPI：

①駐車場の改修

令和7年度　計画の策定完了(100%)

令和9年度　改修等実施(100%)

②駐車場稼働の平準化率(混雑のピーク月/ビーク月以外の月)

令和7年度　なし(令和７年度は調査事業に留まるため)

令和9年度　80%

- **駐車場の無人化・予約管理システムの連携に関する調査、及びライブカメラ等設置・Webでの情報発信に関する運用調査を実施する**

- **駐車場が来訪時間が重なり混雑しやすく府道の外に駐車場の入場待ち列ができている**

かやぶきの里公衆トイレ混雑緩和に関する調査・提案事業

KPI：

①トイレの改修・新築

令和7年年度　計画の策定完了(100%)

令和9年度　改修等実施(100%)

- **和式トイレが大半のため、訪日外国人旅行者の増加により利用者が洋式に集中してトイレが混雑。**

- **トイレの利用実態調査、課題抽出、改善策の検討(ハード/ソフト)、及び適切なトイレ利用を求めるための利用者向けサイン・案内板を設置する**

地域全体の観光地域づくりに対する協議会運営および対策計画の磨き上げ

KPI：対策計画策定事業実施

令和7年度　100%

令和9年度　100%

5-①. 主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業①	**かやぶきの里公衆トイレ混雑緩和に関する調査・提案事業**		
事業目的	来訪者の現状に応じたトイレの最適化		
実施主体	南丹市	**実施期間**	令和7年10月～令和8年2月

【背景・課題】
- 訪日外国人旅行者が増加する中、トイレは依然和式が大半であり、洋式トイレに集中することから混雑の原因になっている。
- また、和式トイレの使用方法がわからない方が一定数おられるため、汚物等の汚れにより使用不可のトイレがあることも、原因の一つになっている。

【事業内容】
- トイレの利用実態を把握し、利用者の実態やそこからわかる課題の抽出を行う
- トイレの課題解決に向けて、ハード／ソフト両面から適切な提案書を作成する
- トイレ利用者に対して、適切な利用を求めるサインや案内板の設置を検討する（サイン・案内板の掲示内容も本事業内で検討する）

【推進ポイント】
- 公共トイレにおける多様な事例を通じて、同様の事例を探りながら、観光地特有の”一時的に人がトイレに集中する場合”における対策を、専門家とともに検討する。
- トイレメーカーに、IoTで利用状況や不具合を感知する仕組みがあるため、データ化して利用情報を把握するシステムの導入もメーカと協議し検討を始めた。これらの活用も検討し解決を図りたい。
- 人の流入量だけが原因ではなく、障害者や様々な特性を持つ人が利用するうえでのハード的な解決策（通路を広げる・多目的トイレの増設）なども加えて検討する。
- 文化習慣の違いなど訪日外国人旅行者が起こす課題についての理解も深める。
- トイレの課題については、利用者・運営者の双方から伺い、ハードだけでなくソフト面からの改善も検討する。
- トイレの混雑の原因の一つに、水洗トイレに使用する水の量が足りないという、インフラ面の課題もあることがわかってきており、それらについても調査検討する。

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	かやぶきの里公衆トイレ混雑緩和に関する調査・提案事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	トイレ改修・新築のための計画の策定及び計画の実行

令和7年度に掲げた目標値

- 計画の策定完了(100%)

事業の成果/目標の検証結果

- 計画の策定完了(100%)(令和8年2月時点)
  (南丹市にてトイレの配置に関する計画書を作成。加えて、令和８年度以降実施予定の、トイレを含む南丹市全域の屋外掲示のサイン統一に関し、南丹市及び南丹市美山観光まちづくり協会で合意)

成果の詳細

- 南丹市にてトイレの配置に関する計画書を作成した
- 具体的な事例を地域の関係者らが一緒に学ぶことで、当該地域におけるトイレの現状認識を共有することができた。
- 共有した内容から、令和８年度以降具体的に何を行ったほうがよいかが明らかになった。

令和7年度事業を踏まえた継続課題I

1. **水源の整備**
   - 今回の取組の結果、トイレに必要な水の供給において、上水道を利用できないことが改めて分かった。水源整備を含め、抜本的な改修には複数年を要することが明らかとなった。
2. **その他ハード面の確認・検討**
   - 水道以外にもトイレの形状や駐車場の通行との交錯などの課題が発見されたため、継続した検討が必要である。
3. **掲示物の表現・フォントの統一**
   - 利用方法や利用上の注意を喚起する掲示物の表現やフォントは、一トイレの問題ではなく、全市的な課題であると認識した。

令和8年度以降の方針

1. **令和7年度に策定した計画に基づく取組の実施**
   - トイレの改修のために、水源の確保～トイレの改修（新築）に向けて今回策定した計画に基づき、目標達成に向けて順次取り組む。
2. **掲示物の表現・フォント統一に関わる計画の策定**
   - トイレも含む案内表示、ピクトグラムについて南丹市全体の標識の統一化計画を策定し、順次対応する。

5-②. 主な取組（詳細）

需要の分散・平準化

補助事業②	**かやぶきの里駐車場の管理システム導入に向けた検討**		
事業目的	来訪者の分散化・駐車場運営の最適化		
実施主体	一般社団法人京都・美山・北村かやぶきの里保存会	実施期間	令和7年10月～令和8年2月

【背景・課題】

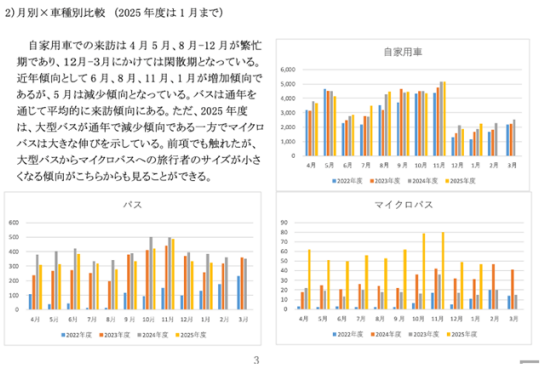
- 関西主要都市および天橋立や舞鶴などから約90分圏内の立地であること。またそれらの地域からの周遊型観光が中心であるために、来訪時間が重なりやすく、時間帯での駐車場混雑になりやすい。
- また、繁忙期やイベント開催時においては、終日駐車場待ちが府道にも溢れ、渋滞の原因になることも年に10日前後発生する。

【事業内容】

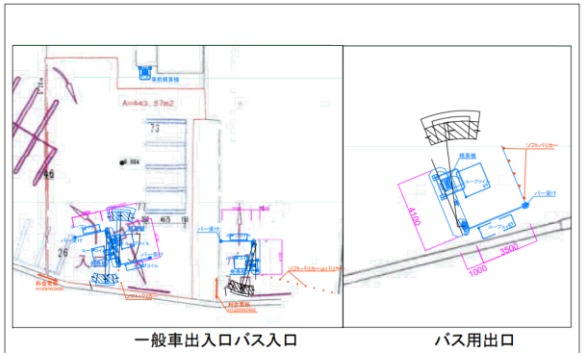
- かやぶきの里駐車場の無人化に向けた調査
- ゲートの運用と予約管理システムの連携に関する調査
- 混雑等の情報発信に向けたカメラ等設置ならびにWebでの情報発信に関する運用調査の実施

【推進ポイント】

- 来訪者の分散化と平準化の基本は、事前での情報提供が重要である。
- そのために、駐車場の混雑見込みを確認できる「混雑予想カレンダー」や渋滞状況をリアルタイムに把握できる「交通ライブカメラ」、Web等による駐車場混雑情報案内など、現地到着前での情報発信の方法や、有用な事例などから対策を検討する。
- 加えて、その前提には、駐車場の現状把握していることが重要であるが、これについてリアルタイムでのデータのデジタル化に至っていない。
- そこで、課題解決のために必要なデジタル化を行うために必要な、手段としてのゲートの設置や予約時システム情報サイトとの連動につながるように考えていきたい。



対策計画（抜粋）



駐車場設備の配置検討資料（一部）

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業②	かやぶきの里駐車場の管理システム導入に向けた検討

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名

- ①駐車場の改修のための計画策定及び計画の実行
- ②駐車場稼働の平準化率(通年の月平均利用台数/混雑のピーク月の月平均利用台数) (現状73.4%)

令和7年度に掲げた目標値

①計画の策定完了(100%)
②なし(令和７年度は調査事業に留まるため)

事業の成果/目標の検証結果

①計画の策定完了(100%)（令和8年2月時点）
(令和８年度に進める駐車場改修の計画を策定。改修に関わる見積もりも実施)

成果の詳細

- 令和８年度進める駐車場改修の計画を策定できた（改修に関わる見積もりも実施）。
- 具体的な事例を地域の関係者らが一緒に学ぶことで、当該地域における駐車場の現状認識を共有することができた。
- 駐車場運営方法や配置等の課題の洗い出しができた。
- 住民間とも駐車場の現状と今後の方針について確認できた。
- 共有した内容から、令和８年度以降具体的な道筋が明らかになった。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

駐車場の活用方針の検討

- 降雪地域やイベント併用などのバランスの検討が必要。

令和8年度以降の方針

駐車場管理システムの導入

- 令和８年度、ゲートの導入を実施。これを契機に、駐車場含めた人員配置や、来訪者対応等の最適化を図ることにより、観光による地域づくりの好循環を高めていく。

5-③. 主な取組（詳細）

地域全体の観光地域づくりに関わる事業

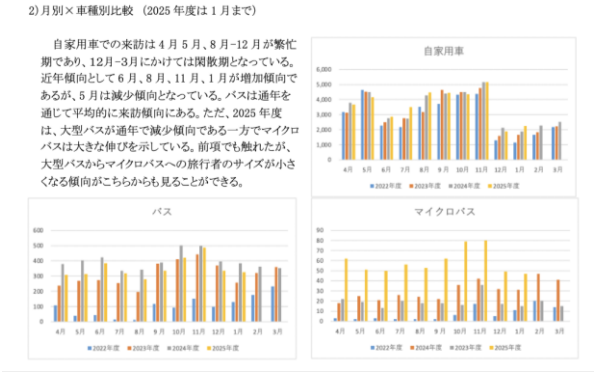
補助事業③	**地域全体の観光地域づくりに対する協議会運営および対策計画の磨き上げ**		
事業目的	計画の磨き上げと効果検証・施策の実現性の向上		
実施主体	一般社団法人京都・美山・北村かやぶきの里保存会	実施期間	令和7年10月～令和8年2月

【背景・課題】
- かやぶきの里は、生活の場もあるが、来訪者の増加により、民地への立ち入りやゴミのポイ捨てが目立つようになってきている。
- また、集落内は、茅葺き屋根をはじめ燃えやすい建物が多くあるが、来訪者の歩きタバコなどのマナー問題も依然見受けられる。

【事業内容】
- 地域協働計画の策定と協議会の運営
- 住民向けアンケート調査の実施
- 関係者間の調整や連携の円滑化

【推進ポイント】
- 住民生活と来訪者双方のニーズを把握し、共存できる観光のあり方について住民や行政、DMOが一緒になって方針を作成を行う。
- 地域が目指す持続可能な地域づくりを実現する観光のあり方を実現するために、観光に対する課題や不安・不満に感じていることを抽出し、解決の手立てをアンケートの実施から見出す。
- 同時に、観光のメリットや実態、住民が感じていることと観光客のギャップについて、また持続可能な観光とは何かについて住民自身が学ぶ機会を提供する。

地域協議会・研修会の様子



対策計画（抜粋）

5-③．成果及び今後に向けて

補助事業③	地域全体の観光地域づくりに対する協議会運営および対策計画の磨き上げ

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	対策計画の策定及び計画の実行

令和7年度に掲げた目標値

- 計画の策定完了(100%)

事業の成果/目標の検証結果

- 計画の策定完了(100%)（令和8年2月時点）
(補助事業①のトイレの整備及びサインの統一、②の駐車場改修に関し、計画を策定できた他、令和８年度に地域として実施すべき事項や協議会の継続実施に関わるスケジュールの策定ができた)

成果の詳細

- 補助事業①のトイレの整備及びサインの統一、②の駐車場改修に関し、計画を策定できた他、令和８年度に地域として実施すべき事項や協議会の継続実施に関わるスケジュールの策定ができた。
- （研修を通じて）自らの原点に立ち返り大切にすべき価値を再認識した。
- 地域の方針を確認する場（協議会や勉強会）を通じて、一部の人だけではなく、関係者間で共通理解を作ることができた。
また、それぞれの背景や立ち位置などについても、おぼろげながら認識共有できた。
- 地域・行政・地域企業、DMOが一体となって課題共有する場が出来た。
- アンケートによって住民と来訪者の意識を理解し、今後の観光課題への対策につなげられた。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

協議会参加者の役割分担

- 協議会の役どころは、あくまで協議の場であること（現状把握と課題共有まで）。次のステップは、それぞれの立場に応じた役割分担をし、協議から課題解決につながる体制を構築することが必要。

令和8年度以降の方針

協議会の継続実施

- 住民・来訪者双方が暮らしとともにある観光を目指し、自らの現在地と行き先を確認し、課題を共有し、解決できる場としての協議会を目指す。

33. 兵庫県洲本市

1．地域概要

対象地域	兵庫県洲本市　市街地エリア
申請主体	兵庫県洲本市
計画名	洲本市中心市街地におけるオーバーツーリズム解消・未然防止対策推進事業

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	1,178	995	1,201
-国内	1,155	975	1,177
-訪日外国人旅行者	24	20	25

地域の特徴・観光資源等

- 洲本市は、国生み神話や御食国など豊かな歴史と文化をもつ淡路島の中心に位置する。瀬戸内海の温暖な気候に恵まれ、城下町である中心市街地には島内唯一の温泉街や繁華街のほか、快水浴場百選の大浜公園や国立公園に指定された三熊山を有し、ハイシーズンには海水浴や温泉などを求めて多くの観光客で賑わう。
- 国際線を持つ神戸空港や徳島空港から60分圏内の好立地にあり、近年メディア露出も増加している。

協議体制

協議の場

洲本市オーバーツーリズム未然防止協議会

- 洲本市における特徴、課題、資源を明らかにするとともに、訪日外国人旅行者やオーバーツーリズムに係る情報を共有し、観光施策の方向性や対策等を協議する。

参加者

行政機関等
- 洲本市商工観光課

事業者
- 淡路島観光協会
- 洲本商工会議所
- 洲本飲食組合
- 淡路交通株式会社　他

事業者
- USPジャパン　代表取締役　新津　研一　他

住民関係者
- 連合町内会長　他

エリアマップ

温暖な気候が育む美味な農作物たち

環境省「快水浴場100選」認定　大浜公園

瀬戸内海が育む美味な魚たち

昭和レトロな趣と江戸からの町割り残る城下町

築城499周年　洲本城跡

年間60万人の宿泊者が訪れる洲本温泉街

出典：地理院地図（電子国土WEB）を加工して作成

2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**観光地の混雑・道路の混雑、マナー問題**	• 大浜公園では夏の海水浴シーズンや花火大会などのイベント時に多くの観光客が訪れ、ビーチ周辺では駐車場不足や道路渋滞が発生。また、空き家を利用した民泊施設が急増する中、利用者と近隣住民の間で摩擦が起き、苦情が寄せられている。	観光客・住民
2.	**特定の時間帯、場所への集中**	• 海水浴場のある大浜公園や宿泊施設のある温泉街に多くの観光客が集中する一方、周囲の観光スポットは閑散としている。また、一年を通して夏のハイシーズンと夏以外のオフシーズン、時間帯では日中と夜間の間で、観光需要の著しい格差が生じている。 • 夏周辺に「花火大会」や民間事業者による「うみぞら映画祭」（ふるさとイベント大賞　内閣総理大臣賞受賞）、「フィジーク大会」などが大浜海岸で実施されており、冬季や市街地等特定の場所以外での集客が課題。	観光客
3.	**受入限界のリスク**	• 万博や周辺空港の国際化を背景に今後は訪日外国人旅行者の来訪拡大が見込まれる中、受入側の人手不足や受入環境整備の遅れ、住民理解の遅れなどにより、通勤・通学など地域住民の生活への影響や、市内を訪れる旅行者の満足度低下が懸念される。	観光客・住民

① 地域の関係者による協議会

騒音等に対する住民の対応
民泊施設の周辺に周知看板を
多数設置している様子。

② 特定時期・時間における混雑

イベント時における生活道路の
交通渋滞

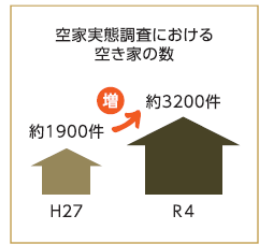
③ 特定箇所での集中的な混雑

大浜海岸における夏のイベント時の
混雑状況

3．背景・要因

主な背景・要因

1.	**人口減少、空き家の増加によるマナー悪化**	• 淡路島が近場の観光地として注目を浴びることで、過疎化が著しく進展する市内の空家に注目する事業者が増加。実に令和2年以降で兵庫県内で新設された民泊の内、75%弱が淡路島内で新設されている。住宅地に存在するにも関わらず、管理者が淡路島外にいる施設もあり、地方新聞に掲載されるなど問題化している。 • また、そもそも淡路島の人口は昭和22年の22.7万人をピークに長期的には人口減少してきた過去を持ち、年間1,000万人を受け入れられるような都市設計がなされているわけではない。よって街中は幅員も狭く、イベント等で混雑すると、慢性的な渋滞が発生してしまう。
2.	**淡路島全体の再開発促進、地形特性による道路混雑**	• コロナ禍を契機としてマイクロツーリズムが著しく促進され、パソナグループによる淡路島の北部の開発が脚光を浴び、淡路島のメディア露出が増加することにより、近場の観光地として再発見が進んだ。 • 洲本市では、夏季に海上アスレチックが設置される大浜海水浴場を目的として多くの観光客が訪れる。これにより、周辺の駐車場が不足し、慢性的に道路渋滞を発生させるなどしている。また、道路が碁盤の目のようになっており、特性上、道路混雑がより発生しやすい。



広報すもと
４月号（令和５年）

- 住宅土地統計調査によると、洲本市内の25%が空家である。
- 全国的な問題である「空家」が観光地においては、民泊施設として活用されている。
- 上手く活用されれば地域の資産となる一方、適正に管理ができなければ地域と対立を生み、三方悪しとなってしまう。
- 令和2年から令和7年に兵庫県内で新設された民泊施設の内、75%が淡路島で新設されている。一部は地域と摩擦が起き、新聞等で報道されている。

平成 30 年	住宅総数	世帯総数	空き家数	空き家率	その他空き家数	その他空き家率
洲本市	23,490 戸	17,730 世帯	5,760 戸	24.5%	2,980 戸	12.7%
南あわじ市	21,080 戸	16,980 世帯	3,950 戸	18.7%	2,560 戸	12.1%
淡路市	23,100 戸	17,230 世帯	5,980 戸	25.9%	3,310 戸	14.3%

住宅土地統計調査結果（平成30年）/洲本市空家等対策計画　資料編

出典：地理院地図（電子国土WEB）

- 洲本市は、令和8年に築城500周年を迎える城下町として発展してきた歴史を持つ。
- そのため、江戸期から変わらぬ碁盤の目のような街並みを残している。この街並みは強みである一方、交通渋滞を生みやすい特性も持っている。

4．対策の概要

目指す姿	**中心市街地で起きる観光郊外を未然に防止・抑制し、市全体で観光の恩恵を享受することで、地域の核となる風土や文化を維持しながら、多様な個性が輝き続ける街として再興させ、シビックプライドの醸成を目指す。**
KGI	**（指標）観光振興に取り組むことが、市の発展につながると思う市民の割合** 現状値：57%（令和6年度） 目標値：70%（令和12年度）

- オーバーツーリズム対策は、町の在り方を決める息の長い事業でもあることから、洲本市における風土や課題、資源等を明らかにして、関係者で共有することが必要である。その一方、持続可能な観光地を目指し、必要な事業は速やかに実施することが求められている。

■補助事業の実施概要

受入環境の整備・増強

①洲本ＩＣ周辺機能強化に向けた測量調査等事業

【背景・課題】

- 洲本市の玄関口であるICは利用者が増加しており、受入環境が逼迫している

【事業内容】

- 洲本市ICの待合機能強化に向け、必要となる基礎資料を揃えるため測量調査を実施する

②温泉街と繁華街を結ぶ自動運転バスの観光コンテンツ化事業

【背景・課題】

- 全国的に泊食分離の動きが加速していることを背景とし、地域消費額を向上させるために必要な二次交通の強化を図ることを目的に、自動運転バスの実証を実施する

【事業内容】

- 自動運転バスの実証を行うと共に、地区のPR映像を作成するほか、OPイベントの実施等を行い、主に観光客を対象にしつつも、住民も取り込んだ移動手段の確保を図る

需要の適切な管理

③遊休地を活用した駐車場整備事業

【背景・課題】

- 夏季を中心としたハイシーズンにおける駐車場需要に対する供給が不足している

【事業内容】

- 市内の遊休地を駐車場として整備することで、観光客と住民の満足度向上に繋げる。また、行政が取り組みを行い需要を明らかにすることで、民間遊休地における活用方法の解の一つとして提示し、同様の取組推進を促す

需要の分散・平準化

④ストリートカルチャーやミューラルアートによる新たな賑わい等創出事業

【背景・課題】

- 本市で行われるイベントが夏季に集中しているほか、市街地を周遊させるコンテンツが不足している

【事業内容】

- ミューラルアートやブレイクダンスといったHipHop三大要素を活用しながら、地域の伝統文化も盛り込んだイベントを冬季に開催し、夏季且つ特定の場所に集中する需要を平準化させる。また、JapanWallsが手がける和歌山県白浜町や㈱Wallshareが手がける大阪市此花区のようにミューラルを活用し、言葉が分からずとも楽しめるコンテンツを街中に整備させることで市街地の周遊を促す。ただし、ミューラルアートについては、本年がミューラルと地域住民とのファーストタッチであることから、拒絶反応が生じないように取り組みを進める

⑤地域観光アプリ機能強化事業

【背景・課題】

- 地域の情報が伝わらないことによる混乱・混雑が生じている

【事業内容】

- 洲本市の観光アプリ（スモツー）に駐車場情報や現在空いている店舗のみを表示する機能を表示する機能を整備する

4．対策の概要

需要の分散・平準化

⑥大浜公園・洲本城跡等のナイトタイムエコノミー事業

【背景・課題】

- 本市における観光スポットでは、日中に需要が集中している

【事業内容】

- １日を通して観光需要を平準化することで滞在時間の増加を企図し、夜間照明やフォトスポットの整備を行う

⑦市街地から多自然地域への新たなモデルツアー造成事業

【背景・課題】

- 洲本市における観光需要は、市街地近辺に集中している

【事業内容】

- 市街地の訪日外国人旅行者対応が可能な民間の観光拠点施設から郊外の多自然地域へ観光客を周遊させる新たなツアーの造成を行う

マナー違反行為の防止・抑制啓発

⑧マナー啓発を目的とした多言語案内看板整備事業

【背景・課題】

- 淡路島においても訪日外国人旅行者が少しづつ増加している

【事業内容】

- 増加する訪日外国人旅行者に対応する多言語看板を本市の観光スポットに整備することで、トラブルの未然防止を図る

地域住民と協働した観光振興

⑨大浜公園の清掃・駐車管理・観光案内等連携事業

【背景・課題】

- 観光振興と住民生活の両立を図るための観光理解が不足している

【事業内容】

- 地元事業者が主体となって、地域住民等と協働して、夏季海水浴の運営や清掃、観光案内等を実施することで、住民の観光理解を促進する

地域全体の観光地域づくりにかかわる事業

⑩地域全体の観光地域づくりにかかわる事業

【背景・課題】

- 観光を核としたまちづくりを行うための合意形成までのプロセス等が不足している

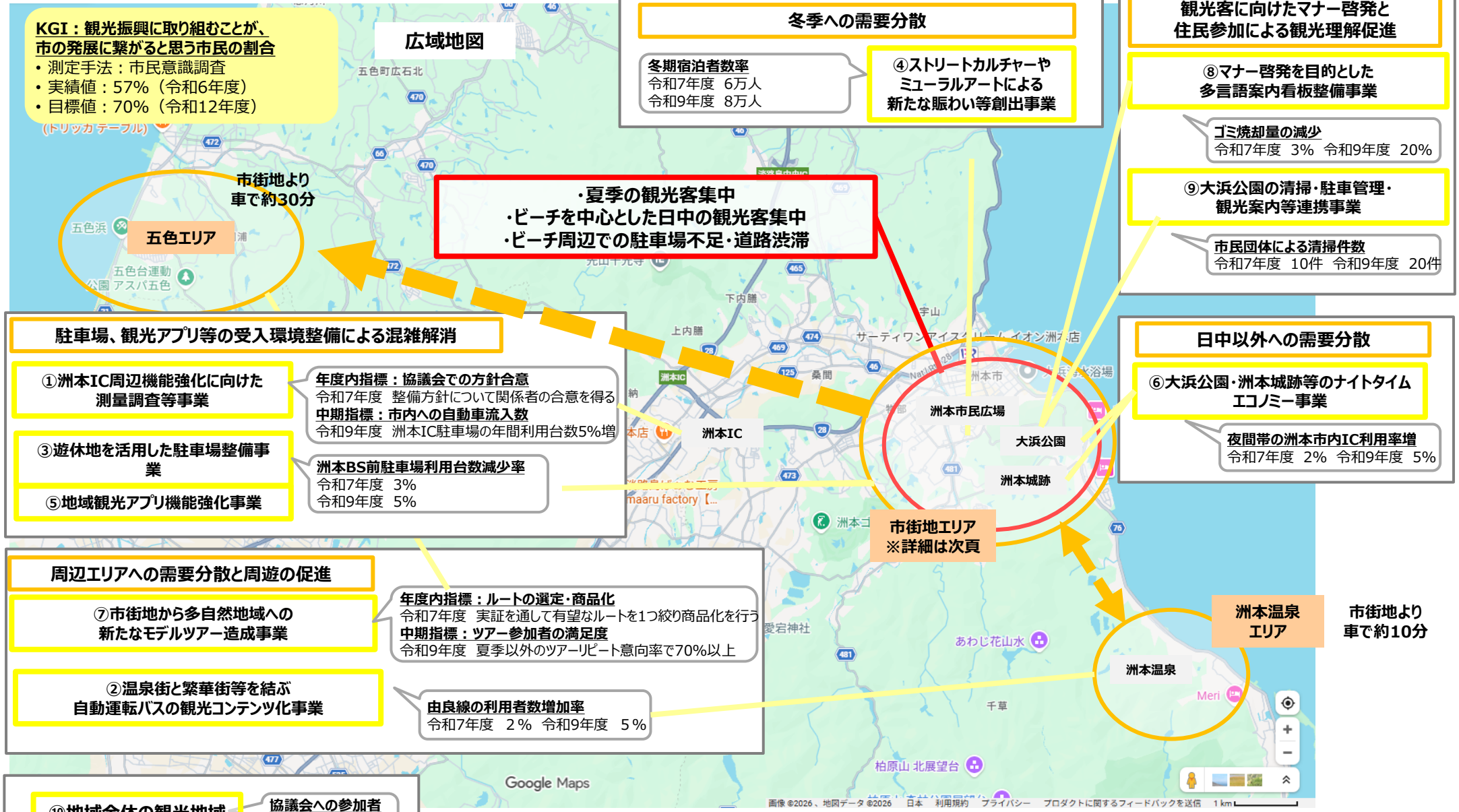
【事業内容】

- 訪日外国人旅行者対応の専門家を招聘し、地域で活動する地銀、交通事業者、宿泊事業者、住民等の幅広い関係者を集め、互いの意思、行政の取組共有を行う
- 地域の事業者等へ、そもそもの訪日外国人旅行者や観光に対する認知や理解を深めるためのセミナーを開催するほか、洲本市についての分析等を実施する

出典：地理院地図（電子国土WEB）を加工して作成

【本地域における取組マップ】

令和7年度実施事業



【本地域における取組マップ】

5-①. 主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業②	**温泉街と繁華街を結ぶ自動運転バスの観光コンテンツ化事業**		
事業目的	主に観光客を対象とした移動手段の確保		
実施主体	兵庫県洲本市	**実施期間**	令和7年11月上旬～令和7年11月下旬

【背景・課題】

- 洲本温泉街は関西でも有数の観光地として年間60万人もの宿泊客を誇るが、宿泊客はホテル内に留まるために市街地はその恩恵を十分に受けることができておらず、地域全体での観光消費の分散、繁閑ギャップを埋めることが課題となっている。
- 一方、人手不足や訪日外国人旅行者の取り込みを契機として全国的に泊食分離が加速していることから、旅館等の宿泊事業者としてもこの流れを歓迎する動きがある。
- 市街地には、現在は閑散としているが、かつて淡路島最大の繁華街といわれ、飲食店が多く集まる新開地が存在しており、周辺には大きな受け皿となることができることから、この場所へ送客する仕組みが必要である。
- しかし、ドライバー不足により既存のバスやタクシーの増便は困難であり、新たな二次交通の強化策が不可欠である。その解決策として自動運転バスに注目した。
- 年間60万人の宿泊者を誇る温泉街と繁華街を結ぶ夜間バスが実装されれば、泊食分離を推進することで旅館街の人手不足に貢献し利益率を向上させる一方、市街地の飲食店等の消費額が向上、宿泊客や温泉街で働く従業員の満足度も向上し、地域の交通事業者の利用者数も増加することで住民の足である公共交通バスの減便を防ぐなど、**「繋閑ギャップを埋める」ことで**持続可能な観光地形成に欠かせない地域一帯の消費額向上という好循環が生まれる可能性を秘めている。

【事業内容】

- 温泉街や繁華街などを走行する自動運転バスの実証運行にあたり、車内に観光案内スタッフや観光PR映像などを実装させることで、新たな移動手段となる当該バスをコンテンツ化し、観光客の利用促進を図る。
- 夜間は温泉街や繁華街を走行し、日中は市街地から高齢化率50%を超える由良地区を走行し、観光を切り口として市内の二次交通の強化に繋げる。

【推進ポイント】

- 単に自動運転バスを実証するのではなく、本事業を通じて様々な仮説を検証することで、将来的な洲本市の利益となるように事業を設計した。
- 本市で実証できることは、同様の地域へ転用可能であることから、マクロの視点においても有効である。
- 本格実証の前段として、関係者や専門家を交えた協議会を開催するほか、貸し切りバスによるプレ実証や需要調査を行い、取り組みの効果や実証の熟度を高める。

実証事業の様子

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業②	温泉街と繁華街を結ぶ自動運転バスの観光コンテンツ化事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	由良線（温泉街⇔繁華街）の利用者増加率

令和7年度に掲げた目標値

- 現状値4,310人から２%の増加

事業の成果/目標の検証結果

- 4,889人：14%増（昨年比240人（５%）増）　達成
（達成率700%）

成果の詳細

- 地域の再生の柱と位置付けた自動運転バス事業を実施。昼間は住民のアシ、夜間は観光需要の取り込みを目指して２ルートを走行。ホテルニューアワジをはじめとする洲本温泉が近くにある地域特性を活かし、観光需要を取り込むことで住民のアシである公共交通の収益性を担保する計画を実行。
- 11月14日から金土日祝の16日間を運行。期間中900人が利用した。（日中：688人、夜間：212人）夜間の利用者アンケートでは、65%の方が「自動運転バスがあったから外出した」と回答。内、約40%が5,000円以上を使用したと回答しており地域の消費額拡大に寄与した。
- NHKをはじめ、神戸新聞等にもとりあげていただいたほか、車内では洲本市の観光PR映像を放映することで、本市のPRに貢献。
- 出発式には地域を構成する多様な関係者が出席し、連携を深めることができた。このことは今後につながる最も大きな成果となった。
- 淡路島で最もブランド魚介を産出する由良漁協の協力を得て貨客混載を実証するなど、可能性を追求した。（乾燥海苔を運搬）
- レベル４に耐えうる区間の割り出しができたため、より精度を向上させる取り組みが可能となった。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1 地域住民への理解促進

- 由良地区の町内会長から地域から好意的な意見が寄せられていると伺った一方で、児童保護者向けのアンケートでは、子どもが通行する道路での実証においては、76%の方が「少し不安」、「不安」と回答しており、積極的な受容性向上の施策が必要である。

2 利用者への周知

- 周知が十分ではなかったことで、夜間において利用者数が伸び悩んだ。

令和8年度以降の方針

1 実証レベルの向上に向けた予算の確保

- 今回はレベル２での実証を行ったが、多様な関係者との連携網が構築できたことで、レベル４に向けた実証体制は整ったと考える。ただし、多額の費用を要することから、住民との対話や洲本市、ひいては淡路島としての戦略にかなうのかを検討する必要が生じている。

5-②. 主な取組（詳細）

需要の分散・平準化

補助事業④	**ストリートカルチャーやミューラルアートによる新たな賑わい等創出事業**		
事業目的	住民と観光客の交流による新たな賑わい創出と観光客の分散化		
実施主体	兵庫県洲本市	**実施期間**	令和7年10月～令和8年1月

【背景・課題】
- 本市はシーズン（夏と夏以外）によって観光需要に大きな差があるほか、夏の海水浴場を除けば、目玉となる観光スポットが乏しい状態である。
- 令和6年度に新たな町おこしとなる若者文化を核としたストリートイベントを地域住民とともに実施した結果、100万以上のSNSアカウントにリーチするなど成果を得た。
- コンテンツの訴求力を引き上げつつ冬季に展開することで、夏に集中する観光需要を平準化させるほか、市街地周遊を促すことで地域の消費額向上を図る。

【事業内容】
- 国内外で多くの需要があるミューラルアートやブレイクダンスといったストリートカルチャーと、伝統芸能など地域独自のローカルカルチャーを融合させ、冬季において、非混雑地域に新たな賑わいや観光スポットを創出する。

【推進ポイント】
- ダンスベント、ミューラルアート等制作イベントを**冬季に開催することで、夏季に集中している観光需要を平準化し、市民生活への影響を緩和しつつ、地域一帯の消費額向上を目指す。**
- 洲本市は、市内をどのように周遊を促すかという部分に課題を持っていることから、言葉が分からずとも価値を共有できるミューラルアートを市内各所へ配置していくことにより、JapanWallsが手がける和歌山県白浜町、株式会社WallShareが手がける大阪市此花区のようにミューラルアートを積極的に活用した街づくりを行い、市内を周遊するコンテンツを制作するとともに広く国内外に洲本市をPRしたい。また、洲本市市街地は、令和8年に築城500周年を迎える洲本城跡の城下町として発展してきた歴史を持ち、江戸期から変わらぬ碁盤の目のような街並みが現存しているためミューラルアートとの適正は高く、周遊を促進することにより地域の飲食店等への消費額が向上する可能性を持つ。
- ただし、ミューラルアートは住民との共存が絶対条件であり、地元の風土をどのように残すのかといった視点も必要である。そのため、令和7年度はその第一歩目として、作成するミューラルアートの題材については、地域の小学生へのワークショップを行い、地域と協働して作成を行うことで地域に受け入れられるものを目指す。

ミューラルアート制作

ダンスイベント

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業④	ストリートカルチャーやミューラルアートによる新たな賑わい等創出事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	冬季宿泊者数の増加

令和7年度に掲げた目標値

- 現状値：5.5万人（令和6年度）から0.5万人増の6.0万人

事業の成果/目標の検証結果

- 0.8万人増加の6.3万人（令和7年度）達成（達成率105%）

成果の詳細

- 令和6年度に観光庁の補助事業を活用して実施したダンスイベントに引き続き、ブレイキンやグラフィティ等のHIPHOP3大要素を活用したコンテンツを開発。ダンスイベントでは、ブレイキン世界大会（REDBULLBCONE）で２位になったb-boyharutoをはじめ日本内外で活躍するダンサーが集い、グラフィティでは日系ブラジル人のチチフリーク氏による総延長50mのミューラルアートを制作することにより、洲本市のPRを図りつつ観光スポットを構築した。
- ダンスイベントでは、２日間で4,200人を動員。PVはサンテレビやJCOMチャンネルで発信し約380万世帯以上にリーチ。専用Instagramでは、総インプレッション数約52万を達成。
- グラフィティでは、作成場所が校区である小学校と協働して、洲本市らしさとは？をテーマにワークショップを開催。子供たちの意見を基に、チチフリーク氏が作品のラフを作成し、アーティストが滞在した10日間で感じたものを落とし込みながら作成。子供たちへの郷土の愛着を育むという教育面においても、教師陣から好評を得た。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1 地域住民への理解促進

- ブレイキンもグラフィティも淡路島、特に市街地にはなかった文化であることから、市民から「十分な説明がなかった」といったマイナスの意見や、「メインストリートの何もなかった壁に絵ができ、明るくなった」といったプラスの意見など様々な意見を頂戴した。
- 今後進めるならば、市民との対話を十分深めて、地域の方向性を確認するなどの必要があると感じた。

令和8年度以降の方針

1 イベントの恒常化、周遊促進に向けたコンテンツ改善

- グラフィティについては、本市市街地の碁盤のような路地をもつ城下町という特性を活かし、アートを点在させることでオールシーズンでの周遊コンテンツとしたい。

2 行政から民間への移行検討

- ダンスについては、元々HIPHOPダンスは島内で盛況であり、前回のイベント後にブレイキンのダンススクールが開校、民間主催のダンスイベントが増加するなどしており、民間移行を進めたい。

5-③. 主な取組（詳細）

マナー違反行為の防止・抑制啓発

補助事業⑧	マナー啓発を目的とした多言語案内看板整備事業		
事業目的	観光客向けマナー啓発による観光の魅力と自然保護PR		
実施主体	兵庫県洲本市	実施期間	令和7年7月～令和8年1月

【背景・課題】

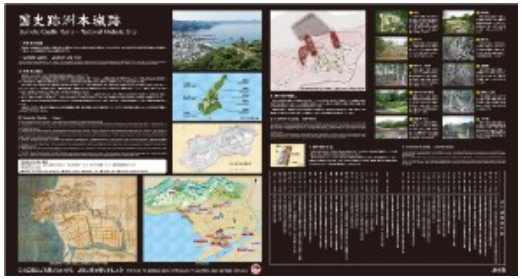
- 本市を代表する観光スポットであり、地元住民にも愛される洲本城跡は、瀬戸内海国立公園の三熊山の山麓にあり、西日本最大級の石垣を誇る。令和8年には築城500年を迎え、NHKの大河ドラマなどで露出が増える可能性があり、多くの観光客の来訪が見込まれる。
- また、近年はNHK「日本最強の城」やPHP研究所「歴史街道」で紹介されるなどメディア露出が増加するに従い、来訪者も増加している。訪日外国人旅行者も着実に増加しており、場所によっては、既にごみのポイ捨てや史跡・動植物への不適切な扱い等のマナー問題も起きている。

【事業内容】

- 瀬戸内海国立公園の三熊山にある洲本城跡に多言語案内看板を設置。史跡そのものの魅力を伝えつつ、マナー情報を掲載することで、瀬戸内海国立公園の自然保護や住民と観光客双方の満足度向上につなげ、持続可能な観光地域の構築を目指す。

【推進ポイント】

- 洲本城跡は、瀬戸内海国立公園内でもあり国指定史跡でもあるため、国立公園の景観を損ねないようにするとともに周囲の動植物や遺跡に悪影響を与えないように環境省等の関係省庁等と綿密な協議を重ねる。
- 洲本城跡内にはレッドデータブックに掲載されている植物も存在していることから、掲載有無を含めて慎重に協議する。
- 設置数についても、過多にならないよう専門家の助言を聞きながら調整を行う。



マナー情報掲載イメージ

5-③. 成果及び今後に向けて

補助事業⑧	マナー啓発を目的とした多言語案内看板整備事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	ごみ焼却量の減少率

令和7年度に掲げた目標値

- 現状値（106,890kg）から３％減

事業の成果/目標の検証結果

- 29%減少　達成（達成率967%）
  ※測定時の月数による値（93,710kg）と比較

成果の詳細

- 本市の市街地には、令和8年に築城500周年を迎える洲本城跡や白砂清松の大浜公園、江戸期から変わらぬ城下町の町並みを残す路地、レトロな商店街など観光スポットがコンパクトに集中している。近年メディア露出が増加している洲本城跡は、西日本最大級の石垣群を誇り桜の名所でもあることから、訪日ゲストも増加している一方、瀬戸内国立公園でもあることから敷地内にゴミ箱を設置していない。本事業は、持続可能な観光地構築のため、マナー情報を掲載した多言語案内看板の設置を行う。
- 洲本城跡内に６カ所看板を設置した。
- 国指定史跡であり、瀬戸内国立公園内であることから、環境省等と事前に協議を重ね、国立公園の景観を損ねないように配色や外装を決定。また、周囲の動植物や史跡に与える影響を最小限にするため、場所によっては置き基礎にて施工するなど、配慮を重ねた。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1 **地元団体との合意形成**

- 地元団体からは更に看板を設置をしてほしいという希望が寄せられているものの、観光専門家からは、案内看板を設置しすぎるとかえって景観を損ねると助言を受けていることから、全体的なバランスを考えていく必要がある。

令和8年度以降の方針

1 **周知の強化**

- 築城500周年という節目に合わせて、新しいパンフレットの制作や多言語でのマナー情報を含めた周知を強化する。また、洲本城跡では安土桃山時代から活躍している石工職人集団「穴太衆」が石垣の修復作業をしており、穴太衆による現地説明会を行うなど、総合的なPRを行う。

5-④. 主な取組（詳細）

地域全体の観光地域づくりにかかわる事業

補助事業⑩	**地域全体の観光地域づくりにかかわる事業**		
事業目的	地域住民の観光に対する理解や認知度の向上による合意形成		
実施主体	兵庫県洲本市	実施期間	令和7年9月～令和8年1月

【背景・課題】

- 万博や周辺空港の国際化により、訪日外国人旅行者の来訪拡大が見込まれる中、受入側の人手不足や受入環境整備の遅れ、住民理解の遅れがあり、地域全体で訪日外国人旅行者対策の検討が必要。
- 前年度、遊休地の活用や訪日外国人旅行者観光を切り口にした洲本市全体の地域活性化をテーマに多様な関係者で意見交換会を実施しており、地域一体の機運が醸成された中、今後の具体・継続的な取組が必要。

【事業内容】

- 訪日外国人旅行者対策や遊休地等の有効活用について、専門家の意見も聴取しながら分析・検討を行うとともに、幅広い関係者を集め、観光に関係する計画の策定や事業成果を検証し、地域住民の理解や認知度向上を図る地域協議会を開催する。
- 観光に対する認知や理解を深めていただくため、住民や事業者向けにセミナー等を実施する。

協議会・セミナー実施の様子

【推進ポイント】

- 淡路島においては、年間1,000万人を超える観光客が訪れているが、訪日外国人旅行者はその内の２％程度である。瀬戸内７県でみても、令和6年の訪日外国人3,600万人の内の７％程度となっている。このような中、神戸空港等淡路島近隣の空港が国際化しており、今後は現状以上の来訪が見込まれている。
- また、本市では60万人の宿泊客が存在している一方、市街地への誘客が大きな課題となっている。
- 一方で、地元にはひとで人手不足を背景とした受入環境の整備が遅れているほか、そもそもの地域の強みや弱みの共有、お互いの連携が不足している。
- この現状を打破するため、観光客の満足度と在住民の生活環境の調和との両立を意識し、地域共生型観光の確立を目指した協議会を数回開催する。
- 更に、専門家やコンサル事業者により、洲本市についての分析を実施する。分析は、ミクロとマクロの観点から行うほか、類似する地域性を持つ先進事例との比較や、交通量調査、地域住民や地域事業者・近畿圏の来訪経験者及び来訪未経験の方へのアンケート、GoogleレビューやX等、多角的に実施する。
- 分析で得られた情報は協議会を通じて地元へ共有することで地域一帯の価値観の醸成を促し、共同体の意識を高める。
- そのほか、今後の地域づくりを推進するためのマネジメント体制を構築するためのワークショップなどを実施することで、持続可能な観光地域づくりを推進する。

5-④. 成果及び今後に向けて

補助事業⑩	地域全体の観光地域づくりにかかわる事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名：協議会への参加者

令和7年度に掲げた目標値

- 現状値：10人（令和8年）から５人増

事業の成果/目標の検証結果

- 15人が参加　達成（達成率100%）

成果の詳細

- DMO、連合町内会長、洲本旅館組合長、洲本飲食組合長、淡路交通株式会社、行政など幅広い関係者が参加した結果、互いの考え方などを知ることができ、地域を構成する各所との連携が深まった。
- 市民に向けたアンケート調査を実施し、市民が洲本市という地域をどのように考えているのか、何が必要と思っているのか、観光推進をいいことだと思っているのかなど、市民の意見を可視化することができた。
- FAMトリップを実施し、観光の専門家視点で行政や住民が気付いていない地域の強みや美しさなどを再発見することができ、市民向けフォーラムにて周知。日本以外の地域との比較や宿泊税などについても話していただくことで、観光の理解促進を図った。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1 住民への観光事業に対する理解促進

- 連合町内会長からは、「住民と観光業の間に深い溝ができている」と発言があったほか、アンケート調査でも「観光の恩恵は一部の市民しか得ていない」、観光事業の満足度では、50%が「どちらともいえない」、37%が「不満」と回答する結果となり、行政が捉えている以上に大きな溝ができている。

2 住民との対話の場の設置

- 「観光がどのように市民生活に資するのか」という文脈において、観光が２次交通に与える好影響や宿泊税等の事例も含めて、メリットとデメリットを整理しながら、地域が望む方向性を考えるように住民と継続的対話をしていかなければならない。

令和8年度以降の方針

1 継続的な住民との対話・理解促進に向けた活動の実施

- 「行ってよし、住んでよし」の持続可能な町づくりを推進するため、町内会は勿論のこと、様々な地域の方々と対話を継続する。また、住民向けのアンケートについても継続的に実施し、都度公開することで、観光に対する理解を広げていきたい。

34. 奈良県

1．地域概要

対象地域	飛鳥・藤原地域（橿原市、桜井市、明日香村）
申請主体	奈良県
計画名	世界遺産登録を見据えた「飛鳥・藤原の宮都」におけるオーバーツーリズム未然防止対策

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	45,020	32,660	39,910
- 国内※	18,770	14,000	16,230
- 訪日外国人旅行者	3,500	不明	1,940

※飛鳥・藤原地域を含む県中部地域の入込観光客数

地域の特徴・観光資源等

- 『飛鳥・藤原』は、東アジアとの政治的・文化的交流によって中央集権体制に基づいた宮都が誕生し、日本国誕生の舞台となった地であり、古墳や宮殿跡など歴史・文化・自然に裏打ちされた観光資源が豊富
- 玄関口である近鉄大和八木駅（特急列車停車駅）周辺は、ホテル・飲食店等が集まっている
- 当該エリアは、令和8年世界遺産登録を目指しており、国内外からの観光客の増加が期待される

協議体制

協議の場

- 地域住民の集まりの場や意見交換会等に参加するとともに個別協議を実施

参加者

行政機関等

- 奈良県観光局
- 橿原市観光政策課
- 桜井市観光まちづくり課
- 明日香村明日香産業課

事業者

- JR西日本
- 近畿日本鉄道（株）
- 南都銀行

DMO・観光協会

- 橿原市観光協会
- 飛鳥観光協会

エリアマップ

藤原宮跡

橿原神宮

山田寺跡

キトラ古墳

石舞台古墳

2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**公共交通の混雑、道路渋滞・混雑、マナー問題**	・「飛鳥・藤原の宮都」の世界遺産登録をきっかけに、観光客の集中による公共交通の混雑、道路渋滞・混雑、駐車場待ち車列の発生、ゴミ問題、景観破壊といった観光公害の発生が予想される ・歴史的風土を守るための「明日香村における歴史的風土の保存及び生活環境の整備等に関する特別措置法（通称：明日香法）」により、明日香村全域で建築や造成等に一定の制限が課せられており、新たな観光産業への投資や駐車場の造成等が困難	観光客・住民・事業者
2.	**観光資源の悪化、特定の時間帯への集中**	・開発から「明日香法」で守られてきたこの地域が有する歴史的・里山的な風土・景観・自然は、当該地域の魅力・価値であるが、観光客が一極に集中することにより、観光資源の悪化が予想される ・春秋の観光シーズンの飲食施設において、30分程度の昼食待ち及び昼食難民が発生	観光客・住民・事業者

1 マナーを無視した路上駐車

写真撮影のために路上駐車が発生
ピーク時はずらっと車が並ぶ

2 住民生活への影響

私有地（農地）への侵入が
多々見られる

3 景観の破壊

明日香法により守られてきた美しい自
然景観が破壊される懸念が発生

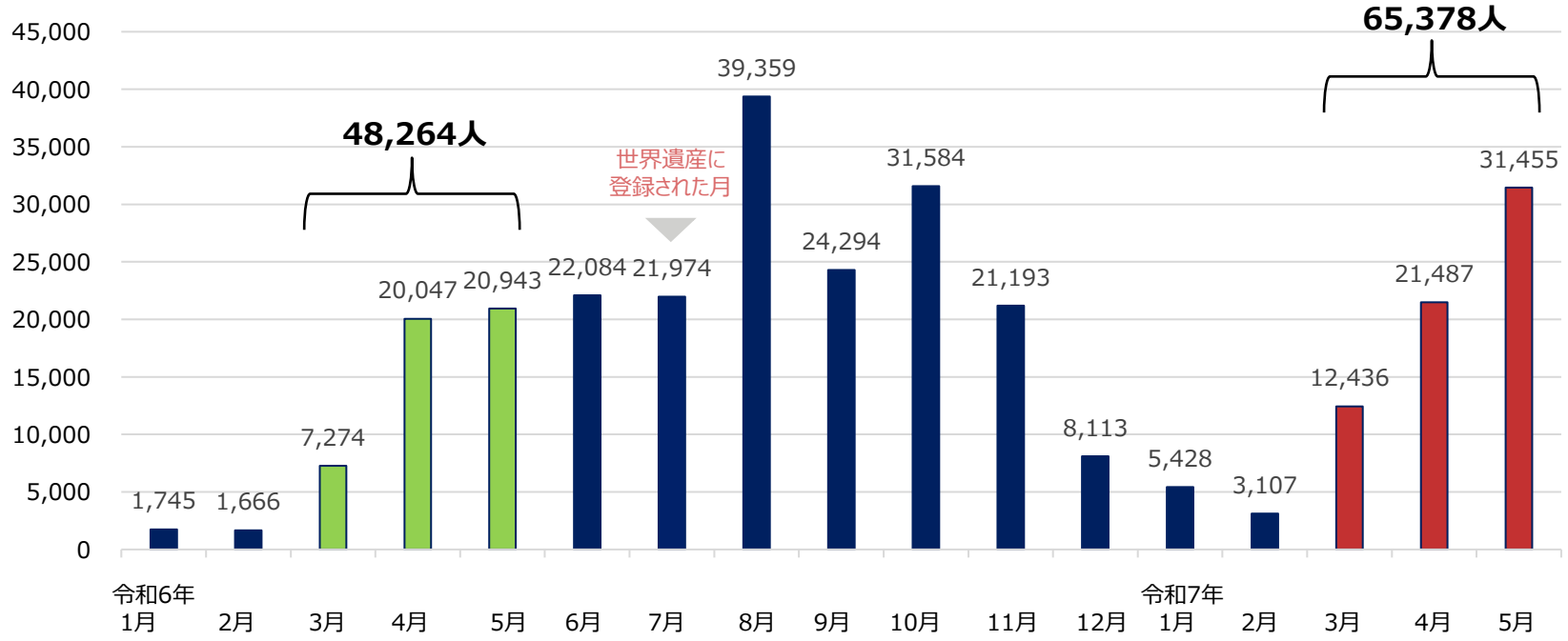
3．背景・要因

主な背景・要因

1.	**世界遺産登録を契機とした観光客急増の恐れ**	• 世界遺産登録を契機として、観光客が急増する恐れがある • このため、観光客の集中による公共交通の混雑、道路渋滞・混雑、駐車場待ち車列の発生、ゴミ問題、景観破壊といった観光公害の発生が予想される

- 他エリアのユネスコ世界文化遺産登録前後の来場者数の比較（下図）を見ると、飛鳥・藤原エリアにおいても今後世界遺産に登録された場合同様の傾向がみられる可能性が高い
- 下図の例においては、令和6年7月の登録直後から来訪者数は増加しており、令和6年-7年の同月（3～5月）の比較において来場者数は135%増

来場者数（他世界遺産登録エリアの例）



検索条件
・滞在時間15分以上（通過交通等を除外し、一定の滞在行動があった来訪者のみを想定）

出典：株式会社データワイズ

4．対策の概要

目指す姿	景観・自然・生活環境との調和・共生が図られた観光地
KGI	（指標）観光振興に関する取組の賛同率 （多くの人に来てもらう観光振興に賛同）
	現状値：34%（令和6年） 目標値：40%（令和11年）

- 世界遺産というブランドに加えて、地域資源を最大限活用した持続可能な観光地としてのブランドを確立することで、観光客の過度な集中を抑制するための取組を推進する

■補助事業の実施概要

マナー違反行為の防止・抑制

① 景観・自然・生活環境等との調和・共生に関する意識醸成及び公共交通による来訪促進事業

【背景・課題】

- 「飛鳥・藤原の宮都」の世界遺産登録をきっかけに、観光客の集中による公共交通の混雑、道路渋滞・混雑、駐車場待ち車列の発生、ゴミ問題、景観破壊といった観光公害の発生が予想される。
- また、歴史的風土を守るための「明日香村における歴史的風土の保存及び生活環境の整備等に関する特別措置法（通称：明日香法）」により、明日香村全域で建築や造成等に一定の制限が課せられており、新たな観光産業への投資や駐車場の造成等が困難

【事業内容】

- 地域と協働し、飛鳥・藤原地域に来訪する観光客に対して、世界遺産エリアとしてのブランド価値と明日香法で厳しく守られてきた歴史的・里山的な景観・自然・生活環境等との調和・共生に関する意識醸成を促すことで、観光客による景観破壊・騒音・ゴミ問題等の観光公害を未然に抑制するとともに、公共交通等による来訪を促すことで自動車流入の抑制を図る。（啓発用ブランドブック作成、啓発サイト・SNS・動画等による情報発信）

地域住民と協働した観光振興

② 電動モビリティ等を活用した周辺地域からの来訪促進及び域内周遊促進事業

【背景・課題】

- ①により公共交通等による来訪を促すため、域内の周遊促進が必要となる。また、春秋の観光シーズンの飲食施設において、30分程度の昼食待ち及び昼食難民が発生している

【事業内容】

- 周辺地域から主要観光スポットまでの自動車流入の抑制及び中心部の飲食店混雑解消のため、電動モビリティ等での域内周遊を促進（周辺地域の駐車場、主要観光案内所等にレンタル電動モビリティ等を配置）

【本地域における取組マップ】

KGI：観光振興に関する取組の賛同率
（多くの人に来てもらう観光振興に賛同）
測定手法：むらづくりに向けた村民アンケート
・現状値：34%（令和7年度）
・目標値：40%（令和10年度）

凡例 ：★目的地 ■宿泊施設 ●飲食・お土産

世界遺産登録を目指す藤原宮跡（橿原市）、山田寺跡（桜井市）、石舞台古墳（明日香村）等、１９の構成資産 を含む

①景観・自然・生活環境等との調和・共生に関する意識醸成及び公共交通による来訪促進事業

・世界遺産登録を契機とした道路等の更なる混雑発生の懸念
・マナー違反の発生

・主要観光スポットまでの自動車流入の抑制
・公共交通による来訪促進
・エリア内でのマナー啓発

②電動モビリティ等を活用した周辺地域からの来訪促進及び地域内周遊促進事業

・特定時期／時間における飲食店の混雑

・主要観光スポットまでの自動車流入の抑制
・中心部の飲食店混雑解消

5-①. 主な取組（詳細）

マナー違反行為の防止・抑制

補助事業①	**景観・自然・生活環境等との調和・共生に関する意識醸成及び公共交通による来訪促進事業**		
事業目的	観光客のマナー向上に関する意識醸成、公共交通による来訪促進		
実施主体	奈良県	実施期間	令和7年7月～令和8年2月

【背景・課題】
- 旅マエにおける観光公害の未然防止に資する意識醸成として、ウェブサイト・SNS・動画等によるアプローチが効果的（広告配信等も予定）
- 旅ナカに観光客への訴求を図るには、観光客が直接手に取って閲覧できるブランドブック等紙媒体が効果的
  （主要観光スポット等への配架、旅マエ対応として旅行会社等へも配布）
- 看板等での注意喚起も考えられるが、景観を阻害するおそれがある

【事業内容】
- 飛鳥・藤原地域に来訪する観光客に対して、世界遺産エリアとしてのブランド価値と明日香法で厳しく守られてきた歴史的・里山的な景観・自然・生活環境等との調和・共生に関する意識醸成を促すことで、観光客による景観破壊・騒音・ゴミ問題等の観光公害を未然に抑制するとともに、公共交通等による来訪を促すことで自動車流入の抑制を図る（啓発用ブランドブック作成、啓発サイト・SNS・動画等による情報発信）

【推進ポイント】
- 観光客に対し旅マエに訴求するウェブサイト・SNS・動画等については、完成後、対象市場向けに広告配信を実施
- ブランドブック、ウェブサイト・SNS・動画等による啓発・情報発信を行うにあたり、自動車での来訪ではなく、公共交通での来訪を促す情報発信も実施

飛鳥の棚田

甘樫丘からの景色

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	景観・自然・生活環境等との調和・共生に関する意識醸成及び公共交通による来訪促進事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	啓発サイト等アクセス数

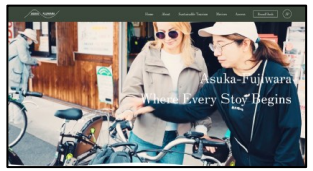
令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 20,000PV	• 32,497PV（令和8年1月下旬～2月中旬）

成果の詳細

- 景観・自然・生活環境との調和・共生を前提とした観光行動を促すため、ブランドブック、WEBサイト、動画を制作
- SNS等も活用し、啓発コンテンツの情報発信を実施
- モニターツアー及びアンケートを実施し、啓発内容の伝わり方を確認するとともに、アンケート結果等を通じて改善点や令和8年度以降の取組に資する知見を把握

ブランドブック（表裏）

YouTube掲載
（計４本）



WEBサイト
（トップページ）

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1 公共交通利用率の向上
- 公共交通利用率は一定の成果が見られたものの、更なる向上に向けた継続的な利用促進が必要

2 情報発信の強化
- 一般観光客に対する公共交通利用の利便性・魅力の情報提供や導線設計の強化が必要

3 継続的な活動の実施
- マナー啓発と公共交通利用促進を一体的に進め、持続可能な観光行動として定着させることが課題

令和8年度以降の方針

1 作成した制作物の活用・発信
- ブランドブック・WEB・動画等の継続的な活用・発信と、現地での掲出や案内等と連動した啓発の展開

2 啓発ツール以外の活動の検討
- モニターツアーやアンケート等による効果検証を踏まえた、持続可能な観光行動に対する取組の高度化

5-②. 主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業①	**電動モビリティ等を活用した周辺地域からの来訪促進及び域内周遊促進事業**		
事業目的	公共交通の混雑、道路渋滞・混雑の未然防止		
実施主体	奈良県	**実施期間**	令和7年7月～令和8年2月

【背景・課題】
- 主要観光エリアとなる明日香村は、いわゆる「明日香法」による規制で駐車場の造成が困難なため、域内での周遊・域外からの来訪の手段として、自動車ではなくレンタル電動モビリティ等での周遊・来訪を促進することが効果的
- 近隣エリアからの周遊バスの増便については、運転手不足等の影響で交通事業者による対応が困難
- 交通規制の実施は観光客の抑制に繋がり、地域経済への裨益性が損なわれる

【事業内容】
- 周辺地域から主要観光スポットまでの自動車流入の抑制及び中心部の飲食店混雑解消のため、電動モビリティ等での域内周遊を促進（周辺地域の駐車場、主要観光案内所等にレンタル電動モビリティ等を配置）
- 春秋以外の観光需要創出を図るため、主要観光スポット内での体験コンテンツとして、電動モビリティ等での周遊を促進

【推進ポイント】
- レンタル電動モビリティの利用者数、駐車場の混雑状況等を踏まえた効果検証を実施
- 関係者間ヒアリング等において情報共有し、最終的には、事業者による実装に向けた合意形成を目指す

シェアサイクル

EVモビリティ

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業②	電動モビリティ等を活用した周辺地域からの来訪促進及び域内周遊促進事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	レンタル電動モビリティ等利用回数

令和7年度に掲げた目標値

- 年度内（ 令和7年11月1日～令和8年1月31日） 50回

事業の成果/目標の検証結果

- 年度内（令和7年11月1日～令和8年1月31日） ：98回
  ※EVトゥクトゥク 64回、glafit 34回

成果の詳細

- 新型の電動モビリティ（glafit）を導入し、来訪者に対する新たな移動手段を提示したことで、観光地における移動の選択肢を拡充
- 自家用車利用の抑制や混雑緩和に一定程度寄与し、公共交通と組み合わせた周遊の可能性を創出
- 実証運用を通じて、観光地内の短距離移動や周遊行動における有効性を確認

電動モビリティ（glafit）
・電動バイク
・免許不要（16歳以上）
・航続可能距離 約40km
・歩道モード／車道モード

広報用
チラシ

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1 モビリティの認知向上

- 利用回数は一定の成果が見られたものの、広範な利用者への定着には至らず、認知向上や利用導線の工夫が必要

2 安全面の確保

- 雨天時や繁忙期における安全面、運用面での課題を確認

3 利用客への利用ルールの周知

- 貸出方法や利用ルール等について、より分かりやすい情報提供が必要

令和8年度以降の方針

1 広報強化による利用促進

- 公共交通との接続性向上や情報発信の強化により、電動モビリティの利用促進を図るとともに、運用方法や案内表示等の改善を実施

2 持続的な運営に向けた検討

- 観光地内移動の選択肢の一つとして、実証結果や利用者の声を踏まえ、持続的な活用に向けた検討を継続

6．その他

近鉄奈良駅周辺における奈良公園来訪者に向けたアプローチ
【持続可能な観光の推進・普及啓発に向けた調査事業】

実証事業内容

活用したピクトグラム

エサやり禁止
（鹿せんべいを除く）

鹿せんべいでじらさない
（奈良県独自）

加害行為禁止
（奈良県独自）

追いかけない
（奈良県独自）

さわらない
（奈良県独自）

犬を近づけない
（奈良県独自）

ポイ捨て禁止（JIS）

使用した言語
・日本語
・英語
・中国語

実施エリア：奈良公園玄関口/近鉄奈良駅

観光客が目的地である奈良公園に**到着する直前のタイミングでマナーを伝えることが重要**。
具体的には、利用者数が多い近鉄奈良駅を重点的な啓発ポイントとして各施策を実施。

視覚と聴覚の両面に訴えかける手法

- **大型看板の設置**： 近鉄奈良駅前広場に視覚的に訴える看板を設置。
- **デジタルサイネージ（事業外）**： 鹿との接触に関する動画コンテンツを近鉄奈良駅で表示。
- **音声アナウンス**：近鉄奈良駅構内でマナー遵守を呼びかけるアナウンスを実施。

▲近鉄奈良駅前の行基広場に、国の天然記念物**「奈良のシカ」に接する際のマナーを啓発**する大型看板を設置。
インバウンドに分かりやすいようにと、英語や中国語で大きく表記している。

▼近鉄奈良駅構内におけるシカマナー啓発アナウンス

奈良県からのお知らせです。
奈良公園のシカは、野生の動物です。
古くから神鹿として保護され、
国の天然記念物にも指定されています。
シカに直接触れると、驚かせて思わぬ事故につながったり、感染症を罹患するおそれもあるため、ご遠慮ください。
また、鹿せんべい以外のエサやりも禁止されております。
皆様とシカが奈良公園で安心して快適な時間を過ごせるよう、どうぞご理解とご協力をお願いいたします。

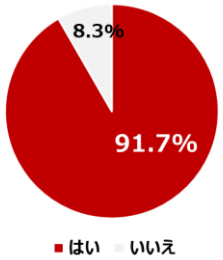
※上記内容を日本語、英語、中国語により、
約 10 分間に 1 回の頻度で自動音声アナウンス実施

事業効果/アンケート結果

●調査の結果、鹿への接し方やポイ捨て禁止といった**基本的なマナーについて、旅行者の90%以上が事前に「知っていた」**と回答。観光マナーの情報源としては、「もともと知っていた」という回答が最も多く、**次いで「SNS」が有力な情報源となっており、旅行前のデジタル媒体による情報接触が認知形成**に大きく寄与している。

●今回の実証事業で設置された**大型看板、駅構内アナウンス、デジタルサイネージを通じて、回答者の約3割がマナーを新たに認知**したという結果が得られた。

鹿をむやみに触ってはいけないことを知っていましたか？



どこで知りましたか。（複数選択可）

調査概要
調査目的：観光客に対する観光マナー理解度調査
調査期間：2026年2月5日～7日
調査方法：近鉄奈良駅前行基広場旅先クイズ会を活用し対面調査
回答者数：220人

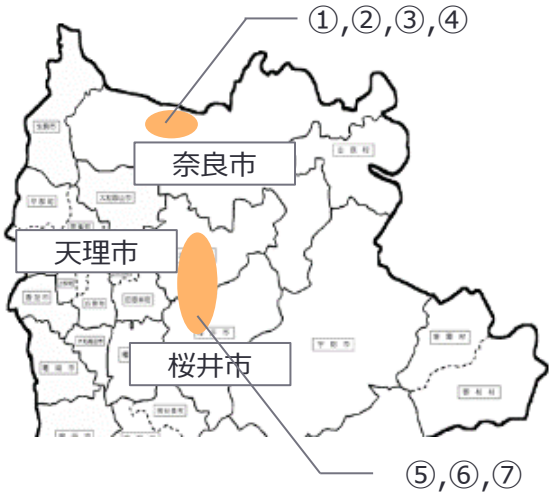
■実施体制
近畿運輸局、奈良県、奈良市、奈良の鹿愛護会、
鹿サポーターズクラブ、近畿日本鉄道

■スケジュール
2025年7月下旬～：近畿日本鉄道との協議
その他関係者との協議・合意形成を8月中旬までに完了
2025年10月中旬：実施に向けたコンテンツの形式確定、実施時期・期間の決定
2025年11月中旬～：実証事業実施
2025年11月下旬：各種コンテンツの設置期間

４．対策の概要

- 奈良県全域でのオーバーツーリズム対策として、「奈良公園エリア」「山の辺の道エリア」の二つのエリアにおいて、計７つの事業を実施する
- 「奈良公園エリア」では、既に混雑集中による課題が発生していることから、人流の可視化や誘導員配置等、時間的・空間的分散施策を実施
- 「山の辺の道エリア」はブランディング、モデルルートの造成、二次交通整備等を行い、次なる観光客受け入れ地として課題の未然防止に取り組む

事業予定地



観光客の分散・平準化

取組み

①奈良公園エリアおよびその周辺の人流・混雑の可視化
②誘導員配置による人の流れのコントロール
③奈良公園に集中する観光客の周辺観光地への分散

内容

- 混雑している奈良公園の人流を可視化するため、センサーを設置。サイネージやweb等を通じて混雑状況をリアルタイム配信することで、人流を分散・平準化
- 住民生活道路へ観光客が流入しないようガイドを配置、直接誘導
- 奈良県内広域の周遊促進のため、インフルエンサーによるファムトリップとSNS発信、奈良公園エリアにおいて個別ガイドを実施

受入環境の整備・増強

取組み

④奈良公園エリアへのスマートごみ箱の設置

目的

- 鹿の保護の観点から、これまでごみ箱を設置していなかったが、近年ごみのポイ捨てや周辺店舗のごみが増加しており、スマートごみ箱設置により軽減を図る

取組み

⑤山の辺の道エリアを周遊・滞在型観光地とする環境整備
⑥山の辺の道エリアの二次交通整備

目的

- 奈良公園区域から山の辺の道エリアへ観光客を誘導する仕組みと受入環境整備が課題であるため、ブランディングや周遊ルートの造成、マップの作成を実施する
- 山の辺の道のルート内に、宿泊・飲食施設等が不足しており、宿泊先として利便性が低いことから、シェアサイクル設置やシャトルバス実証運行により周遊・滞在促進に向けた効果を図る

地域住民と協業した観光振興

取組み

⑦地域活動参加型ツーリズムの実施

目的

- 景観保全の担い手不足課題を解決するため、地域住民と協働する地域活動参加型ツーリズムを実施し、観光起点で関係人口を創出する

5-①. 主な取組み（詳細）

課題	取組み
山の辺の道エリアの受け入れ環境整備が不十分	**受け入れ環境整備および地域活動参加型ツーリズムの実施** • 実施期間：令和6年9月～令和7年2月 • 実施主体：奈良県

事業内容

①：山の辺の道エリアを周遊・滞在型観光地とする環境整備

- 周遊・滞在型観光地「山の辺」のエリア設定、周遊ルート造成及びデジタルマップ作成
- 周遊・滞在型観光地「山の辺」のブランディング、ブランドブック作成及びプロモーション

②：山の辺の道エリアの二次交通整備

- 山の辺の道エリアにおける二次交通（シェアサイクル及びシャトルバス）実証実験
- 山の辺の道エリアに適した二次交通ビジョン作成

③：地域活動参加型ツーリズム

- 地域住民等と協業した山の辺の道エリアの史跡や街道、耕作放棄地等の景観保全や農業の活動体験を観光コンテンツとする地域活動参加型ツアーの造成・実施

【背景・目的】

- 観光客の集中する奈良公園エリアから山の辺の道エリアへ観光客を誘導するため、ブランディングや周遊ルートの造成、マップの作成を実施する
- 山の辺の道のルート内に、宿泊・飲食施設等が不足しており、宿泊先として利便性が低いことから、シェアサイクル設置やシャトルバス実証運行により周遊・滞在促進に向けた効果を図る

５-①. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- 「奈良公園エリア」から「山の辺の道エリア」へ観光客を分散するため、山の辺の道エリアのブランディングや二次交通を整備することで、**山の辺の道エリアへ観光客を誘導**する
- 地域住民と協業した観光振興として、地域活動参加型ツーリズムのニーズを探る**実証実験を実施し、施策の有効性を検証**する

事業の成果／目標の検証結果

- **ブランディングや二次交通を整備により、山の辺の道エリア全体の訪問者が増加**
  - **訪問者数：25,856人（前年同期比118%）**（令和7年1月）
    ①環境整備：全７つの周遊ルート及びマップの作成
    ②二次交通整備：シャトルバスの利用人数：延べ112名54組
    ③地域活動参加型ツーリズム：参加者27人

成果詳細（①：山の辺の道エリアを周遊･滞在型観光地とする環境整備）

事業概要

山の辺の道は１本のルートからなる古道とのイメージが強く、既存のマップも単一ルートのみの案内となっており、周遊エリアとしての面的整備ができていない

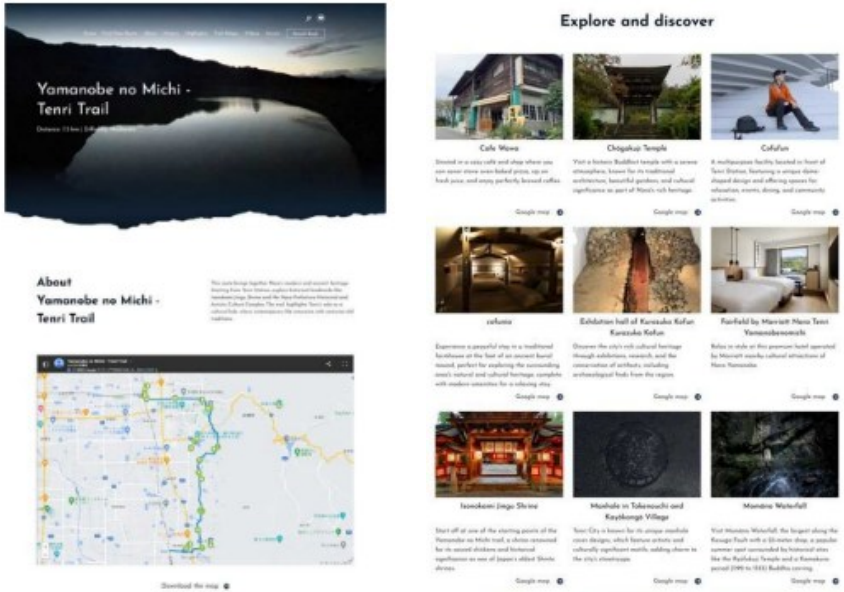
そこで本事業では、山の辺の道エリアの周遊ルート及びデジタルマップを作成した

当該ルートはGoogleMap、特設HPで公開中

全７種類のルートを造成

- Mt.Ryuo Trail
- Yamanobe no Michi-Tenri Trail
- Yamanobe no Michi-Sakurai Trail
- Tenri City Stroll
- Hasedera Temple Trail
- National Treasure Route
- Foodies in Sakurai

事業成果



作成したデジタルマップの例（Yamanobe no Michi-Tenri Trail）

ブランディング戦略の一環として、YouTubeを活用したプッシュ型マーケティングを実践。地域関係者からは、ブランディングを通じて自地域の魅力を再発見できたとの声が届いており、シビックプライドの醸成にも寄与した。

5-①. 成果及び今後に向けて

成果詳細（②山の辺の道エリアの二次交通整備）

シャトルバス運行

山の辺の道ルート上から、エリア内宿泊施設にアクセスできる手段として、
シャトルバスの実証運行及びアンケート調査を実施した

バスの運行ルート：奈良健康ランドから天理駅を経由し天理市トレイルセンター
便数：1日6便（3往復）
期間：12月2日～12月21日
料金：無料

奈良健康ランド

天理トレイルセンー

天理駅

結果

延べ112名54組の利用があった
曜日別、時間帯別の利用者数は以下の通り

バスの運行料金についてのアンケートでは、「200円であれば乗車賃を支払う」という意見が最も多かった

金額	単位：人
100円	14
150円	2
200円	21
250円	6
300円	6
有料であれば利用しない	5
合計	54

5-①. 成果及び今後に向けて

成果詳細（③：地域活動参加型ツーリズム）

地域活動参加型ツアー

地域の住民等が山の辺で行っている営みを観光コンテンツとして提供する、「地域活動参加型ツーリズム」の実証実験を行い、観光を活用した地域づくりと関係人口の創出につながる仕組みを構築する

ツアーA（日帰り）
ツアー名：「山の辺の道ファンクラブと触れ合う」
実施回数：2回
参加者：計12名
参加費：2,500円
募集方法：SNS（Facebook）

ツアーB（日帰り）
ツアー名：「東乗鞍古墳が語る古代の物語」
実施回数：1回
参加者：計8名
参加費：2,000円
募集方法：SNS（Facebook）

ツアーC（宿泊）
ツアー名：「日本最古の道・山の辺の道を地元ガイドと歩く」
実施回数：1回
参加者：計7名
参加費：10,000円
募集方法：SNS（Facebook）

結果

合計27名が本実証実験に参加し、**需要（参加者）・供給（地域）双方のニーズを確認**できた。需給をつなぐ民間事業者の採算性確保といった課題はあるものの、**持続可能な景観保全の仕組みとできる**見込み

【参加費について】
アンケート調査の結果、全てのツアーにおいて、モニター価格より参加者の回答価格が上回っており、**参加費については値上げの余地**がある

	モニター価格(円)	平均参加者回答価格(円)
ツアーA	2,500	3,900
ツアーB	2,000	5,250
ツアーC	10,000	14,428

【ツアーの様子】

5－①．成果及び今後に向けて

令和６年度の取組みから見えてきた課題

1 山の辺の道エリアの認知度向上

- 本事業ではデジタルマップやブランドブックの作成を行ったが、奈良公園エリア等と比較すると、認知率が低いのが実情
- 引き続き、「山の辺の道エリア」のブランディングに力を入れていく必要がある

2 シャトルバスの黒字化

- アンケート調査結果から乗車運賃を200円として国土交通省の基準運賃をもとに収支を試算すると、１日あたり200人以上の利用が必要であることが判明
- 現時点では黒字化は非常に困難

3 地域活動参加型ツーリズムの収益化

- 満足度が高いコンテンツを提供できたが、今後民間企業が企画・運営した際に民間企業に収益が残るかが課題
- また季節によってはツアーに見合った地域活動がない可能性もある
- 今回の事業では参加者を20人として募集したが、満員となった場合は参加者を管理しきれない可能性がある。運営側の受け入れキャパシティーを再検討する必要がある

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

1 「山の辺の道エリア」のブランディングの継続実施

- 次年度は奈良県のプロモーション予算を活用し、ブランディングを継続していく
- YouTube等のSNSを活用した広報活動を実施し、山の辺の道エリアへの誘客数を増やす

2 国内旅行代理店に対する営業を強化

- 「山の辺の道エリア」にフォーカスしたツアーを造成してもらえるよう、国内旅行会社に働きかける

3 宿泊事業者が持つバスの活用

- アンケート結果から、利用者ニーズは確認できたため、無償運送規制緩和を活用した宿泊事業者による地域共同でのバス運行の実現を模索していく

4 収益化に向けたコンテンツ及びツアーの拡充

- コンテンツ化する地域活動を再検討し、収益化を目指す
- ツアーを通じてどのような学びを提供することができるのか、という視点で、ツアー内容をブラシュアップする

現状について

- 令和7年度は、地域一体型として事業を実施。

35. 和歌山県高野町

１．地域概要

計画名	聖地高野山の交通渋滞の緩和や持続的な参拝観光地の創出に向けた取り組み
対象エリア	高野山
実施主体	高野町
年間観光客数（令和5年）	約145万人（うち外国人約10万人）
年間延べ宿泊客数（令和5年）	約21万人（うち外国人約9.3万人）
主な観光資源	・総本山金剛峯寺 ・世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」 ・日本遺産「女性とともに今に息づく女人高野」 ・森林セラピー基地「世界遺産高野山　千年の森」

弘法大師空海

世界遺産　奥之院

● 観光ビジョン

国内外から参拝観光客が来山する
山岳仏教都市「高野山」を維持継承する

- 魂が休まる森に囲まれ、塔頭寺院が軒を連ねる、日本の原風景とも謂える独特な景観と静謐な街高野山を護り伝えると共に、歩いて楽しい街、また来たくなる高野山の創造を目指す
- 2034年執行の宗祖弘法大師御入定1200年記念大法会を念頭に、オーバーツーリズム対策の検討を進める

● 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懇談会を計7回開催（４月～６月）
- 地域の声は、地域に根差した団体の他、高野町連合町内会役員の出席

行政機関	事業者	住民関係者
高野町	総本山金剛峯寺	高野山宿坊協会
和歌山県	南海電気鉄道	高野町商工会
	南海りんかんバス	高野町観光協会
	紀陽銀行	高野町連合町内会
	高野山未来創造プラットフォーム	

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．交通渋滞	• **国内旅行客は、公共交通機関からマイカーによる日帰り旅行に移行** • **駐車場不足による渋滞**やそれによる**路線バスの遅延や緊急車両の通行阻害** • 高野山内の混雑による静謐さ、環境への悪影響	観光客・住民
2．増加する観光客の持続的な受け入れへの懸念	• 年間145万人の観光客が来訪しているが、高野町の住民は2,600人規模であり、**急増する観光客を受け入れ続けられるかという懸念**がある（公衆トイレの維持管理、駐車場の警備員の配置、ごみ処理、公共インフラや救急や医療体制等の観光インフラの維持）	地域経済・住民
3．信者などの宿泊客を十分に受け入れられない	• 訪日外国人旅行者が増加傾向にあるが、**働き手不足から稼働客室は減少** • 訪日外国人旅行者の宿坊人気もあり、**価格高騰や客室の早期予約**により、**信者を含む国内旅行客の宿泊が困難**な状態となっている	観光客

1.交通渋滞

紅葉シーズンの交通渋滞様子

2.3.コロナ禍以降のインバウンド需要回復

金剛峯寺を訪れる多くの観光客

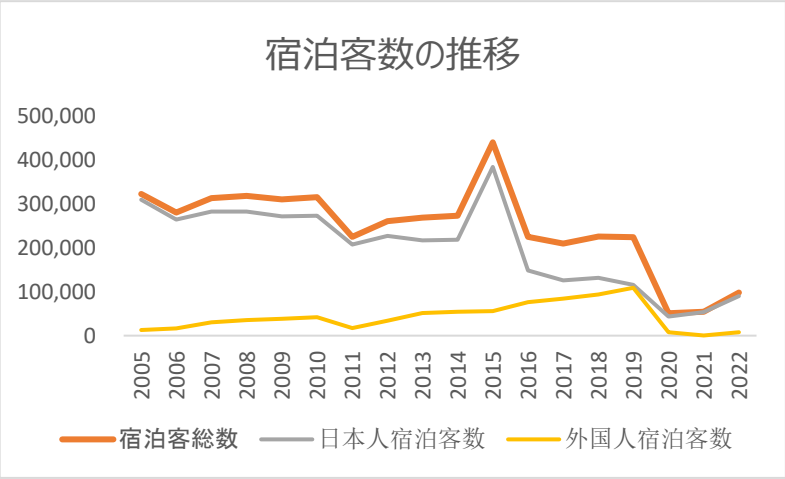
人気の高い宿坊の一室
※高付加価値化事業を活用

3．背景・要因

● 課題の背景・要因

主な背景・要因	
1．観光客の属性変化 限定的な入域ルート	• 国内宿泊客数は減少する一方、**外国人旅行客は大きく増加し、宿泊者の半数を占める** • 国内旅行客が、かつての**団体旅行客からマイカーによる日帰り旅行に移行（紅葉シーズンがピーク）** • 鉄道を使用する場合、南海高野線極楽橋から高野山駅（ケーブルカー）下車後、バスで中心部へ移動 • 山内の移動では、**中心部を貫通する、県道53号高野天川線を使用する他なく、車両が集中**
2．高齢化に伴う税収減	• 高野町では**高齢化が加速しており、税収減が想定**されている • そのため**、観光税導入における新たな財源確保などが必要**であるが、高野山真言宗の総本山であり、観光目的でなく、**信仰や参拝、お墓参り等を目的とした信者の数が多く**、それら来訪者から駐車場代金や徴税することに対し、反発の声が大きいため、**信者への配慮が必要**である
3．宿坊の人手不足	• 高野山における観光コンテンツとして、宿坊は誘客力は高いものの、**宿坊側の高齢化や担い手不足**により、**宿坊数や従業員の減少**が進んでいる • 一方で、**町外から宿坊で働きたいという声も**上がっているが、従業員の**滞在先等の環境が整っていない**

1.観光客の属性変化



- 国内宿泊者数は減少する一方で、外国人宿泊者は数右肩上がりで増加している

1.限定的な入域ルート

- 地図左側、「高野山大門」を起点に、右側「奥之院」へのルートが一般的な観光ルート
  ※上記●を結ぶ道路を通る他なく、観光客の車が山内に集中してしまう
- 電車の場合も、地図外の高野山駅から、路線バスにて、高野山大門側から入域する

4．対策の概要

- 紅葉シーズン等繁忙期において、マイカーによる観光客が集中し、中心エリアが大きく混雑することから、２つの駐車場関連事業を実施する
  - ➢ マイカー来訪を抑制するための、満空情報の掲載・発信
  - ➢ マイカー来訪者の山内滞留を抑制するための、駐車場有料化および無料駐車場への誘導
- 増加する観光客の受入環境増強に向けて、高野山が提供する体験価値の中心である宿坊の雇用不足解消を目指し、人材マッチングおよび滞在拠点の整備を行う
- 観光地としての持続性を高める上で必要となる原資の確保に向けて、法定外目的税導入の検討や、オーバーツーリズム対策全般の継続的な協議の場を設置する

分散･平準化

取組み **①駐車場対策事業（満空情報の掲載、利用者データ収集）**

内容
- 高野山エリア内の混雑状況を可視化･発信し、公共交通機関の利用誘導や最適なルート案内により、**観光客のマイカーでのエリア内流入数減少を図る**
- 取組を通じて、交通データを蓄積させ、今後の渋滞緩和施策への活用に繋げる

受入環境の整備

取組み **②ICTを活用した駐車場の有料化**

内容
- 中心部の駐車場が無料であり、長時間駐車が多く、回転率が悪い
- 高野山エリア中心部の駐車場を有料化し、山外の無料の大門南駐車場へ誘導。パークアンドバスライドで山内へ誘導

取組み **③宿坊の雇用不足解消に向けた人材マッチング実証実験**

内容
- OTAデータを活用し、人手不足となる宿坊を事前に検知し、短期就労者希望者をタイムリーに派遣する
- 域外からの就労希望者の就労期間に滞在できる住居を整備する

調査･分析

取組み **④法定外目的税の徴収にむけた協議の実施**

内容
- 継続的な協議の場を設置し、法定外目的税の目的･金額･方法･時期について、合意形成を図る

地域住民と協働した観光振興

取組み **⑤高野山の観光課題やあるべき姿を考える懇談会の継続開催**

内容
- 2034年執行の宗祖弘法大師御入定1200年記念大法会や大阪IR実現等、今後の大規模な観光客の流入を見据え、オーバーツーリズム対策に関する地域内での継続的な協議の場を設置

5-①. 主な取組み（詳細）

課題	取組み
• 繁忙期に対応するための駐車場台数が不足している	• **駐車場満空情報発信** • **中心部駐車場の有料化** ➢ 実施期間：令和6年10月～令和7年2月 ➢ 実施主体：高野町、総本山金剛峰寺

事業内容

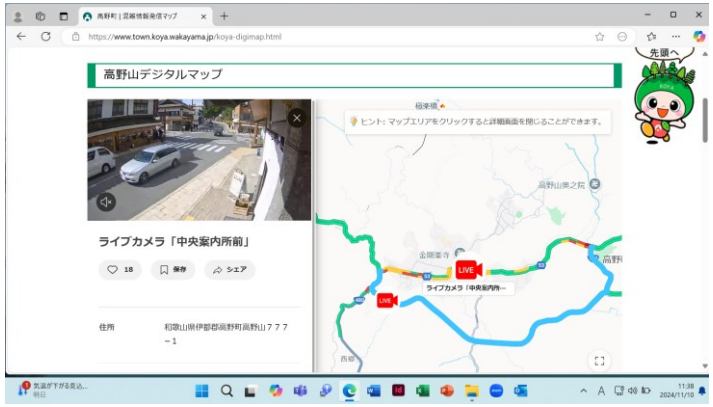
①：駐車場満空情報発信

- 駐車場の満空情報をHP等にリアルタイムで掲載する
- 駐車場の満空情報及び奥の院中の橋駐車場有料化について、旅行前段階・旅行中での情報発信を行う

②：中心部駐車場の有料化

- 奥の院中の橋駐車場を有料化する

混雑状況を可視化・高野町ホームページでリアルタイムで発信



【背景・目的】

- 駐車場不足に起因する交通問題に対し、旅行前段階での満空情報発信により、公共交通機関利用を促す。到着時には、空いている駐車場への誘導、ナンバープレート情報の収集や他データとの組み合わせにより、データに基づく観光地経営に繋げる
- 駐車場が無料のため、山内に点在する駐車場を目指しマイカーが押し寄せ、空いている駐車場を求める「うろつき車両」が渋滞を誘発する他、長時間にわたり駐車する車両が多いため、駐車場の有料化を図る

入山ルートへの混雑情報発信

看板にQRコード掲載

混雑情報＆有料化案内

精算の様子

有料化した奥之院中の橋駐車場

5-①. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

A：混雑情報の発信：
公共交通機関利用促進への施策の有効性を検証

B：駐車場有料化：
長時間にわたり駐車する車両抑制への施策の有効性を検証

事業の成果／目標の検証結果

A：満空情報発信：
紅葉時期にページビュー数が大幅に増加。取組みに一定の効果があることを確認できたが、認知度はまだ低い水準にとどまっている。
・ページビュー**195回/日**(10月後半)→ **757回/日**(11月)
・訪問者数に占める満空情報の参照割合：**数%程度**

B：駐車場有料化：
・**来訪者からは概ね理解の声**
・**警備員配置の効率化**につながった
・**地域内での新たな収入源**としても有効

成果詳細

満空情報の発信（10/16-11/24）

		10/16～31 A	11/1～24 B		伸び率 B／A
デジタルマップ	ページビュー①	195.3	757.0	回／日	3.88
	ユーザー数②	37.4	102.2	人／日	2.73
乗用車交通量（花坂・観光目的）③		928	1,504	台／日	1.62
比率	①／③	0.210	0.503		
	②／③	0.040	0.068		

■ 対象期間
A：10/16-31　B：11/1-24（駐車場有料化期間）
■ 数値評価
1. デジタルマップの１日あたりのページビュー数やユーザー数は、時間の経過ともに、閲覧者の割合は増加。駐車場有料化の影響もあり
2. ユーザー数は、観光目的の乗用車交通量の4%～7%程度にとどまっており、デジタルマップの周知が必要となる

- 秋の高野山来訪者数は、紅葉のタイミングおよび天候に左右されるため、一概には評価が難しいが、事業後半でのアクセスが増加
- 自家用車で来訪される国内旅行客がここ数年、増加傾向にあることから、今後の周知により、混雑解消を図る必要がある

駐車場有料化実証実験結果（11/1-11/24）

有料化駐車場の利用台数および売上

	売上	利用台数	一日平均
中の橋駐車場	9,251,000円	17,260台	308,333円
本山前第二	5,455,000円	8,103台	224,608円
合計	**14,706,000円**	**25,363台**	**ー**

■ その他参考指標等
1. 駐車場有料化に伴い、誘導がしやすくなったことから**警備員配置を例年より22名減員に成功**（169人→147人）
2. 初の有料化であったが、**苦情等はほぼなく**、利用者へのヒアリングにおいては、**有料化への理解を示す声や許容する声が大多数**を占めた
3. ヒアリング調査では、**高野山を訪れてから現地で知った観光客が多数**であった（12/19名）

- 初の有料化実験により、一定の駐車場収入見込額、利用者属性といった初期値の把握ができ、以降の料金設計等に活用ができる
- 波及効果として、誘導員の最適化や、徒歩観光を選択する旅行客が増加したため、高野山の魅力をより感じてもらえる可能性も高い

5-①. 成果及び今後に向けて

令和６年度の取組みから見えてきた課題

- 高野山における特徴として、紅葉シーズンに来訪客が集中する傾向にあるため、単純な比較ができないことが前提としてある
- デジタルマップによる混雑可視化および駐車場有料化は、いずれも現地に到着するまで認知していなかった来訪者が多くを占めていた
- 駐車場有料化は利用者から想定以上に受け入れられ、高野町に恩恵をもたらす一方で、違法駐車など新たな課題も発生した

1 デジタルマップの認知度向上

- 来訪台数に対して、ビュー数は限定的なものとなった
- 一方で高野山を訪れる手前での看板設置により、混雑状況や駐車場有料化について認知は図れたことから、今後認知度向上策を進めていくことが課題

2 駐車場有料化に伴う、路上駐車の増加への対応

- 多くの来訪者から、有料化に対する理解醸成はできた
- 一方で、有料化を忌避して、商工会前付近に路上駐車する等の影響も発生し、車両の流動性が低くなる場面もあった

3 まち歩き観光客の増加

- 駐車場の有料化に伴い、ヒアリングを行った６割の観光客が徒歩で高野山内を散策していることが判明
- 高野山の観光において理想的な「徒歩+バス」での散策の有用性が認識できた

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

- 混雑情報の発信、有料化の周知含め、事業期間の経過と共に、認知が進んだ傾向もあるため、今後も事前周知を働きかける
- 有料化については前向きな意見が多く、今回の実証実験で得た知見から、料金体系や除外者等の見直しを行い、あわせて今後も発生が想定される違法駐車対策の検討を行う
- 有料化により、徒歩周遊に繋がる側面もあることから、高野山を歩いて楽しんでもらうコンテンツ作り等も同時並行で推進する必要がある

1 デジタルマップの事前周知および現地広報

- 事業期間の後半、紅葉シーズンにおいてはビュー数が増加したこともあり、今後も継続的な周知が必要
- 現地広報も含め実施方法については、検討が必要
- デジタルマップの活用により、高野山の南側を通る国道371号(循環道路)の利用を促進

2 駐車場の料金設定や対象駐車場の拡大

- 利用者の滞在時間等の初期値も獲得できたため、今後料金体系や駐車場の絶対数の拡大を検討
- 迷惑駐車、違法駐車対策として、警察等との連携も強化

3 徒歩と路線バスによる山内周遊の促進

- 立ち止まる場所・立ち寄る空間づくりなど、時間消費のコンテンツを増強し、徒歩および路線バスの適切な利用の促進を図る
- 大型の大門南駐車場への誘導を強化

5-②. 主な取組み（詳細）

課題	取組み
• 法定外目的税の徴税含む、各種検討が進められていない	**法定外目的税の徴収にむけた協議の実施** • 実施期間：令和6年12月～令和7年2月 • 実施主体：高野町

事業内容

■ 法定外目的税の徴収にむけた協議の実施

- 継続的な協議の場を設定する
- 協議にあたっては、議論の発散を防ぐため、小規模な検討会を設置し、また有識者をにも協力をいただき、議論を継続

【背景・目的】

- インバウンド需要が高まる一方で、少子高齢化が進むことで、参拝観光地高野山の公共インフラ(上水・下水・ごみ処理・公衆トイレの維持・駐車場等への警備員の配置等)を維持するための住民負担が増大、持続可能な参拝観光地の形成が難しくなって来ている
- これまで実施した懇談会では、法定外税（宿泊税）の導入について意見はまとまらず、また具体的な徴収方法についても確定することができなかったことから、継続してこの課題を協議する意見交換会を開催し、徴収の対象、徴収額、徴収の方法、徴収した税の利用方法等について協議を行う必要がある
- 本事業採択後も、法定外税等について、町内各関係者から意見を収集した結果、多数のご意見を頂いた

懇談会の様子

警備員の配置や公衆トイレの維持管理に大きな経費がかかる

5-②. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- **法定外税徴収の目的、金額、徴収方法、徴収対象、徴収開始時期が明確になっており、地域内の合意を得る**

事業の成果／目標の検証結果

- **法定外目的税の導入には時間を要する**ため、まずは、**山内駐車場の有料化により一定の財源を確保**すること目指すこととした
- 並行して、法定外税や協力金の創設等について、**町内関係者と継続的な協議を実施**する

成果詳細

関係者懇談会の開催

開催実績			
会議名	開催日	会議名	開催日
第1回懇談会	**2024/04/09**	第10回懇談会	**2024/10/03**
第2回懇談会	**2024/04/23**	第11回懇談会	**2025/12/24**
第3回懇談会	**2024/04/30**	第12回懇談会	**2025/01/21**
第4回懇談会	**2024/05/14**	第13回懇談会	**2025/02/10**
第5回懇談会	**2024/05/21**		
第6回懇談会	**2024/05/28**		
第7回懇談会	**2024/06/04**		
第8回懇談会	**2024/09/17**		
第9回関係者懇談会	**2024/09/24**		

- 多数の地域関係者（総本山金剛峯寺、宿坊協会、商工会、観光協会、町内会、交通機関、金融機関、高野町、和歌山県等）を集めた協議の場を形成
- 法定外目的税導入に対する現状共有と意見聴取を実施

財源確保を検討する意見交換会の開催

開催実績	
第1回財源確保を検討する意見交換会	2024/12/18
第2回財源確保を検討する意見交換会	2025/01/14
第3回財源確保を検討する意見交換会	2025/01/31

■ 参加委員
1. 総本山金剛峯寺
2. 一般社団法人高野山宿坊協会
3. 高野町議会
4. 和歌山大学観光学部
5. 高野町（企画公室、税務会計課、観光振興課）
6. 近畿運輸局
7. EYストラテジー・アンド・コンサルティング（伴走事務局）

- 関係者懇談会とは別に、スモールな協議体として、財源確保を検討する意見交換会を設置し、財源に関する認識あわせ・協議を行った
- 専門家である和歌山大学松田特任教授からのアドバイスや、他自治体の事例勉強会を実施（倶知安町・美瑛町・廿日市市）

5-②. 成果及び今後に向けて

令和６年度の取組みから見えてきた課題

- 法定外目的税導入に向けた初期的な協議の場を設置し、多数の関係者を集めた関係者懇談会と、スモールな協議体である検討部会を設置し、年間を通して協議を実施
- 歴史的・宗教的に特殊性の高い町であることから、徴税すること自体への是非や検討できうる徴税方法について議論を行い、高野町の現状認識および財源確保の方向性の目線あわせを実施した

1 「信仰の自由」への懸念の払拭

- 公平性の高い入域料のような形を検討したが、日本仏教の聖地である高野山のお詣りに、費用が発生することに対して、懸念の声が発生した

2 物理的な徴税方法への懸念の払拭

- 公共交通機関（電車・バス）、自家用車が主なアクセス方法であるが、関係者間での初期的な議論において、入域行為に対して税を調整する方法が困難と想定された

3 観光客の受入にかかる経費の増大への対応

- 現在住民が負担している経費（公衆トイレの維持管理費、駐車場への警備員の配慮等）の負担率が他自治体と比べても大きいことが判明

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

- 少子高齢化を背景に、町民の負担額が増大していく見込みであること、来訪者される観光客にも負担いただくべき経費があることを共通認識化し、あるべき姿について協議を行った
- 本事業で実施した、駐車場有料化実証実験で得た知見も踏まえ、今後の現実的に高野町で実施できる形を模索していく

1 ステークホルダーとの継続的な協議

- 協議の場を重ねた結果、高野山における現状についての理解を深まり、また料金・税に関わらずに訪問者に負担いただくべき経費について共通認識をもつことができた
- 持続可能な観光地にむけて継続的に協議する

2

- **山内の駐車場の有料化等から財源確保**
  - 今回の駐車場の有料化実証実験により、駐車場収入や警備員への削減効果等が検証されたため、高野町および高野山が負担している経費の充当検討を進める
  - 別途、法定外税や協力金等の形も検討する

現状について

- 現在は、引き続き金剛峯寺駐車場の有料化向けた調整を行っております。

36. 島根県松江市

1．地域概要

対象地域	島根県松江市
申請主体	松江市
計画名	松江城周辺の混雑状況緩和及び周遊観光促進による持続可能な観光地づくり推進事業

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	10,459	8,570	8,734
- 国内	-	-	-
- 訪日外国人旅行者	-	-	-

地域の特徴・観光資源等

- 松江市は、島根県東部に位置し、北に日本海、東に中海、西には宍道湖を臨む「水の都」であり、国宝松江城、茶の湯文化など、歴史や文化を感じられる国際文化観光都市
- 令和7年秋から放送されたNHKの連続テレビ小説「ばけばけ」のモデルとなる小泉八雲・セツのゆかりの地でもある

協議体制

協議の場

地域協議会

- 地域の公民館長を交えた協議会にて計画を共有し、意見を聴取しながら事業を推進する

参加者

行政機関等

- 松江市関係部局
- 島根県

事業者

- 松江商工会議所
- 松江観光協会
- 松江旅館ホテル組合
- 一畑電気鉄道　等

住民関係者

- 松江市公民館長会
- 八雲会

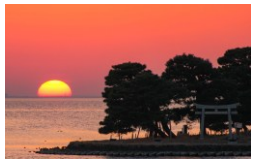
エリアマップ

小泉八雲記念館（塩見縄手）

国宝松江城

美保神社

玉造温泉



宍道湖の夕日としじみ汁

2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**特定の場所への集中**	• 周辺駐車場に空きがあるにも関わらず、国宝松江城の最寄り駐車場である市営大手前駐車場へ入庫が集中することで、休日などには渋滞が発生し、観光客の周遊時間損失及び住民生活に支障が生じている。	地域住民・観光客
2.	**道路の渋滞・混雑**	• 小泉八雲・セツゆかりの施設や武家屋敷が立ち並ぶ塩見縄手エリアは江戸時代の風情が残る観光スポットである一方、住民の生活道路でもあり、交通量の増加に伴う、観光客の周遊阻害、地域住民の安全が懸念される。	地域住民・観光客

1 特定の場所への集中

市営大手前駐車場の渋滞

周辺駐車場に空きがあるにもかかわらず松江城最寄りの市営大手前駐車場に入庫待ちする車で渋滞が発生

2 道路の渋滞・混雑

塩見縄手エリア

小泉八雲・セツゆかりの施設が建ち並ぶ塩見縄手は観光地であるとともに地元住民の生活道路であり、土日祝日には渋滞が発生

3．背景・要因

主な背景・要因		
1.	**観光客の松江城への集中**	• 松江城への訪問のみを考える観光客が多い背景から、城に最も近い駐車場に車が集中してしまっている • 松江城周辺駐車場の情報・誘導が不足しており、観光客が選択する機会を喪失している • NHKの連続テレビ小説「ばけばけ」放送決定を機に観光客が増加している

GW期間中における駐車場利用状況（令和7年5月3日～5月6日）

	市営大手前駐車場（駐車可能台数67台）		市営城山西駐車場（駐車可能台数158台）	
	駐車台数	**稼働率**	**駐車台数**	**稼働率**
5月3日（土）	388台/日	579.1%	148台/日	93.6%
5月4日（日）	464台/日	692.5%	317台/日	200.6%
5月5日（月）	493台/日	735.8%	228台/日	144.3%
※平均利用台数	62台	**92.5%**	44台	**27.8%**

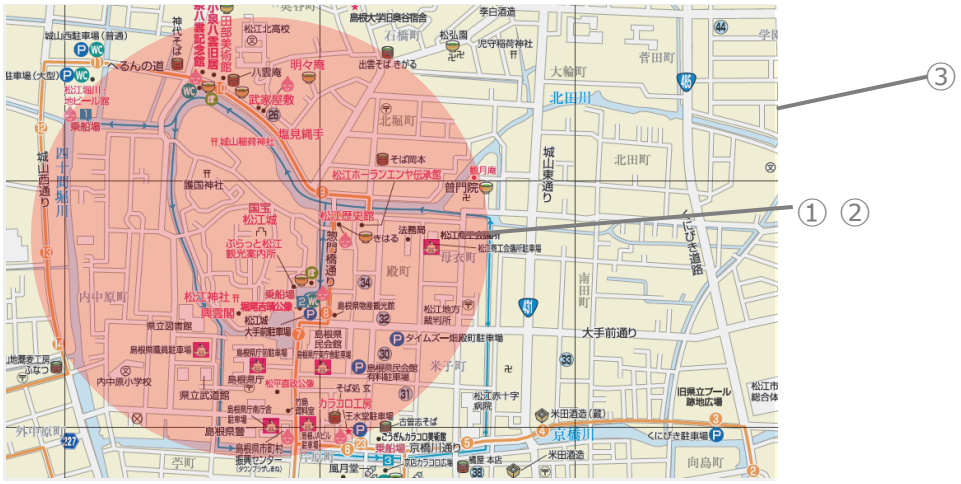
大手前駐車場が常時満車状態に対して、城山西駐車場には大きく余裕がある状況

※平均利用台数はGW期間中における9時～17時までの2時間ごとの稼働率平均

4．対策の概要

目指す姿	**混雑状況の緩和・未然防止により、観光客の滞在時間に余裕が生まれ、満足度が向上するとともに、地域住民の生活環境改善が図られ「住んでよし、訪れてよし」の持続可能な観光地づくりを推進する。**
KGI	**（指標）松江城来訪者の周辺施設周遊割合**
	目標値：50%｜実績値：27%（令和5年測定数値）

- 本事業により特定の駐車場へ集中する車両の分散を図り、松江城だけでなく周辺施設への周遊を促す



■補助事業の実施概要

調査・分析

① 松江城周辺駐車場におけるピーク時の利用実態調査

- ピーク時には松江城最寄りの大手前駐車場に入庫待ちの滞留列が生じてしまっている。
- 松江城周辺の駐車場利用者（観光客）にアンケート調査を実施。駐車場利用に係る意識調査を行うことで、周辺駐車場への分散化を促す対策を検討した。

大手前駐車場へ入庫待ちする車両の列

グーグルマップ集客力UP講座の開催

松江城周辺の駐車場
ガイドマップ（現行）

松江城周辺の駐車場
ガイドマップ（改訂後）

需要の分散・平準化

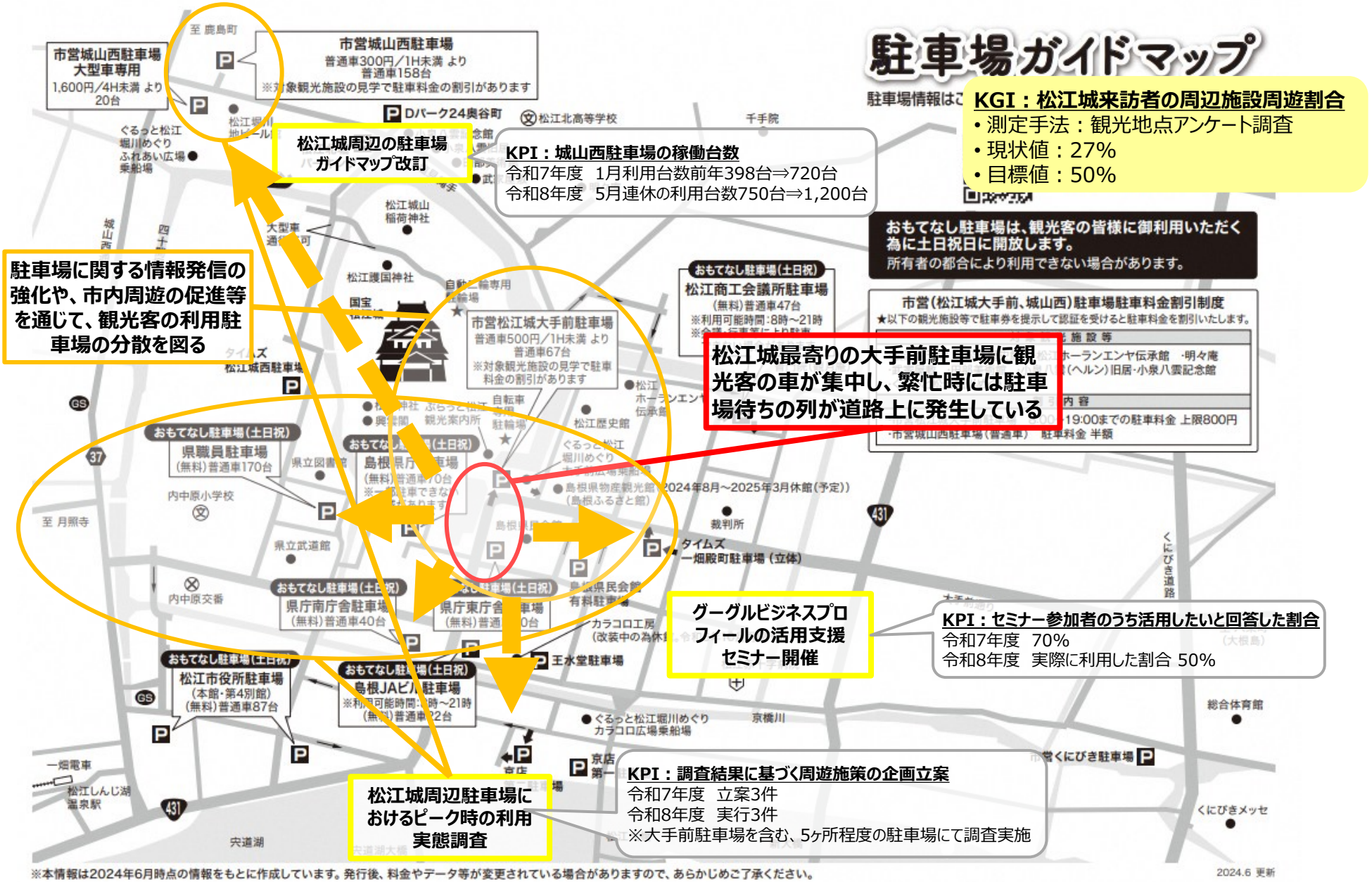
② 松江城周辺の駐車場ガイドマップ改訂

- 松江城周辺には多数の駐車場があるものの、特定の駐車場への利用集中が起きてしまっている。
- アンケート調査の結果に基づき、駐車場ガイドマップを改訂することで、市営大手前駐車場に集中する車を周辺の空き駐車場へと分散させるとともに松江城周辺の周遊促進を図った。

③ グーグルビジネスプロフィールの活用支援セミナー開催

- 観光客の周遊を促す仕掛けが不足しており、松江城というメインコンテンツに観光客が集中している。
- 事業者向けにグーグルビジネスプロフィールの活用支援セミナーを開催（会場・オンライン＋アーカイブ発信）。混雑緩和により滞在時間が伸びた観光客に対して、グーグルマップを充実させることで観光施設・店舗情報を可視化でき、昼食時など混雑時間帯の分散化及び周遊促進を図った。

【本地域における取組マップ】



5－①．主な取組（詳細）

調査・分析

補助事業①	**松江城周辺駐車場におけるピーク時の利用実態調査**		
事業目的	駐車場利用者の意識調査・分析による混雑緩和対策の検討		
実施主体	松江市	**実施期間**	令和7年9月～令和8年2月

【背景・課題】
- 周辺駐車場に空きがあるにも関わらず、国宝松江城の最寄り駐車場である市営大手前駐車場へ入庫が集中することで、休日などには渋滞が発生し、観光客の周遊時間損失及び住民生活に支障が生じている。
- 駐車場利用者の意向調査を実施することで、駐車場の分散化を阻害する要因を把握し、より効果的な対策を検討・実施することができる。

【事業内容】
- 松江城周辺の駐車場利用者（観光客）にアンケート調査を実施。駐車場利用に係る意識調査を行うことで、周辺駐車場への分散化を促す対策を検討する。

【推進ポイント】
- 会議の場でアンケート結果を共有し、事業者や住民代表から意見を聴取し、具体的な対策を企画立案する。また対策の実行に向けて予算や実施時期などを検討し、計画的な取り組みを進める。
- 集計したアンケート結果を分析し、既存の駐車場ガイドマップを混雑緩和・周遊促進に繋がる内容に改訂する。

松江城周辺の主な駐車場

調査実施日：令和 7 年 10 月 12 日（日）

No.	駐車場名	駐車場容量	サンプル数		
			取得目標数	獲得数	獲得率
1	市営松江城大手前駐車場	67 台	80 サンプル	80 サンプル	100%
2	市営城山西駐車場	158 台	40 サンプル	40 サンプル	100%
3	おもてなし駐車場（県職員駐車場）	70 台	40 サンプル	40 サンプル	100%
	おもてなし駐車場（島根県庁駐車場）	170 台			100%
4	島根県民会館有料駐車場	130 台	40 サンプル	40 サンプル	100%
5	タイムズ一畑殿町駐車場（立体）	244 台	40 サンプル	40 サンプル	100%
		計	240 サンプル	240 サンプル	100%

アンケート調査のサンプル回収状況

5－①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	松江城周辺駐車場におけるピーク時の利用実態調査

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	調査結果に基づく周遊施策の企画立案

令和7年度に掲げた目標値

- 3件

事業の成果/目標の検証結果

- 3件の施策を立案（①周遊促進に向けたデジタルマップの作成、②城山西駐車場の名称変更検討、③駐車場誘導看板の見直し）

成果の詳細

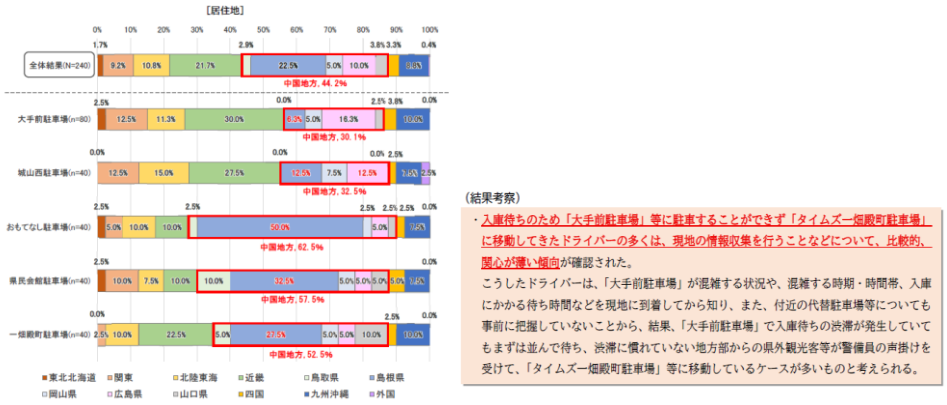
補助事業実施の結果・実績

- 10月三連休の中日にアンケート調査を実施した。
- サンプル目標200件に対して240件のサンプルを取得した。

事業目的に対する成果

- 松江城周辺駐車場利用者の利用動向、改善・要望意見を取得することができた。
- 実施したアンケート結果から3つの周遊施策を立案した。
  ①周遊促進に向けたデジタルマップの作成
  ②城山西駐車場の名称変更検討
  ③駐車場誘導看板の見直し

城山西駐車場の様子



調査報告書（一部抜粋）

令和7年度事業を踏まえた継続課題

継続的なデータ取得と調査

- NHKの連続テレビ小説「ばけばけ」の放送開始以降、観光客も大幅に増加しており、今後、駐車場利用者の動向も日々変化することから定期的な調査実施によるデータの更新が必要である。

令和8年度以降の方針

更なる周遊促進施策の検討

- 今回実施したアンケート結果を活用し、混雑緩和、周遊促進に向けた取り組みを検討・実施する。

5-②. 主な取組（詳細）

調査・分析

補助事業②	**松江城周辺の駐車場ガイドマップ改訂**		
事業目的	大手前駐車場利用者の分散化及び周遊促進を図る		
実施主体	松江市	実施期間	令和7年9月～令和8年2月

【背景・課題】
- 大手前駐車場に入庫待ちをする車両に観光客の意向を踏まえた、見やすく（視覚的）、活用できる内容に改訂した周辺駐車場ガイドマップを配布（案内）することで、効果的に周辺駐車場（城山西駐車場等）への分散化・周遊促進を図る。

【事業内容】
- アンケート調査の結果に基づき、駐車場ガイドマップを改訂することで、市営大手前駐車場に集中する車を周辺の空き駐車場へと分散させるとともに松江城周辺の周遊促進を図る。

【推進ポイント】
- 従来のマップ配架場所は観光客の目的地（観光施設等）に配架されており、駐車場の混雑緩和への効果が限定的であったことから、より効果の期待できるマップ配架場所を検討する。
- 会議の場でガイドマップ改訂（案）を共有することで事業者や住民から意見を聴取し、反映する。
- 大手前以外の駐車場利用を促進する記載に加えて、周辺観光施設の案内や交通量が多い、車道・歩道が狭い箇所（塩見縄手）などの注意喚起を促す表示も記載することで、観光客の流動化を図る。

改定した駐車場ガイドマップ

空港や道の駅等の観光施設にて配架

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業②	松江城周辺の駐車場ガイドマップ改訂

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	城山西駐車場の稼働台数

令和7年度に掲げた目標値

- 750件

事業の成果/目標の検証結果

- 477台（令和8年1月の測定台数）

成果の詳細

補助事業実施の結果・実績

- **本事業で実施したアンケート結果を踏まえ、駐車場マップの改訂を行った。**
  （意識した改訂ポイント）
  - ✓ 城山西駐車場への誘導を促す表示（経路、駐車場から目的地までの距離表示）
  - ✓ 塩見縄手の注意喚起
  - ✓ 満空情報QRコードをマップ内に掲載
- **ガイドマップ配架場所の見直しを実施した。**
  これまで目的地周辺に配架されていたマップを目的地に入るまでの空港や道の駅・サービスエリア、レンタカー会社などへ新たに配架を行った。
  （調査結果より大半の観光客が事前に駐車場情報を取得していない状況を踏まえた取組）

1月・土日祝日駐車台数　　単位：台

駐車場名	R7	R8	増減
城山西	398	477	79
大手前	3,098	2,553	▲ 545

1月全体 駐車台数　　単位：台

駐車場名	R7	R8	増減
城山西	621	859	238
大手前	5,114	4,741	▲ 373

主要駐車場の稼働台数

事業目的に対する成果

観光案内所、警備員からは以前のマップに比べ駐車場の場所表示が分かりやすく案内がしやすいという評価を得た。
大手前駐車場（利用減）から城山西駐車場（利用増）への誘導効果がうかがえた。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

今後のハイシーズンにおける誘導の効果検証

- 今回、城山西駐車場への誘導効果がうかがえる結果となったが、4月以降の観光ハイシーズンにも同様に効果的な分散・平準化を図れるか検証していく必要性を認識した。
- 今後更なる施策実施に向けては駐車場等の混雑状況を可視化（数値化）できるシステムの構築が必要であることが分かった。

令和8年度以降の方針

作成したマップの継続的な効果検証

- 今回作成したマップの効果を検証し、新たな配架先を検討する。
  また、観光客への効果的な駐車場情報の提供を検討する。

5-③．主な取組（詳細）

調査･分析

補助事業③	**グーグルビジネスプロフィールの活用支援セミナー開催**		
事業目的	グーグルビジネスプロフィールの活用により観光客の観光施設･店舗利用分散化を図る		
実施主体	松江市	実施期間	令和7年9月～令和8年2月

【背景･課題】
- 国内、訪日外国人旅行者を含め多くの観光客が利用するグーグルマップの充実を図ることで、観光施設･飲食店などの混雑時間帯においても観光客の選択肢が広がり、特定施設や店舗･時間帯への集中を避け、混雑の緩和を図る。

【事業内容】
- 事業者向けにグーグルビジネスプロフィールの活用支援セミナーを開催（会場･オンライン＋アーカイブ発信）。混雑緩和により滞在時間が伸びた観光客に対して、グーグルマップを充実させることで観光施設･店舗情報を可視化でき、昼食時など混雑時間帯の分散化及び周遊促進を図る。

【推進ポイント】
- 多くの施設･店舗に参加いただくために、観光協会や商工団体と連携して取り組みを進めていく。
- 多忙な事業者の参加促進を図るため、現地開催に加えて、オンライン、アーカイブ配信も行うことでセミナー開催の効果を高める。
- 施設･店舗のグーグルプロフィールの活用状況に応じて、ターゲットとする層を絞りセミナー内容（入門～専門的な内容）を検討する。

セミナーの告知チラシ

セミナー開催の様子

5-③. 成果及び今後に向けて

補助事業③	グーグルビジネスプロフィールの活用支援セミナー開催

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	セミナー参加者のうち本セミナーの内容を活用したいと回答した割合

令和7年度に掲げた目標値

- 70%

事業の成果/目標の検証結果

- 76% （セミナー終了後の参加者アンケートにおいて集計）

成果の詳細

補助事業実施の結果・実績

- Googleマップ集客力UP講座を12月9日、12月17日の2日間開催し、両日ともに午前：基本登録編　午後：実践応用編の内容で実施した。
- 参加者151名（現地75名、オンライン76名）
- アーカイブ動画閲覧数（基本登録編：68回、実践応用編50回）
- アンケート回答117件（現地69名、オンライン48名）

事業目的に対する成果（アンケート結果）

- 本セミナーの内容を活用したい：116名(76%)
- 活用したいと思わなかった　：1名
- セミナーに対する満足度
  とても満足・満足：110名、どちらとも言えない：7名
- グーグルビジネスプロフィールの基本について理解できたか
  よく理解できた・理解できた：111名、少し理解できた：4名、あまり理解できない：1名

セミナー開催の様子

セミナー開催案内

令和7年度事業を踏まえた継続課題

セミナー参加者の継続的なフォローアップ

- 「理解した」から「実践・活用」へと繋げるためには、継続的なフォローを行い、進捗確認を行う伴走支援体制が必要と分かった。
- 事業者の意識定着（グーグルマップ未活用層の底上げ）には継続的なセミナーの開催支援が必要と分かった。

令和8年度以降の方針

デジタルを活用した更なる周遊促進施策の検討・実施

- オンラインやデジタル技術を活用して市内の観光施設やスポット、店舗を観光客が周遊する取り組みを検討する。

37. 島根県出雲市

１．地域概要

計画名	出雲大社周辺エリアにおける渋滞対策及び持続可能な観光推進事業
対象エリア	出雲大社周辺エリア
実施主体	出雲市
年間観光客入込数	約1,209万人(2023年)
年間延べ宿泊者数	約84万人(2023年)
主な観光資源	出雲大社、神門通り、稲佐の浜、古代出雲歴史博物館、旧大社駅（重要文化財）

出雲大社

稲佐の浜

● 観光ビジョン

期待（来たい）が膨らむ観光のまち出雲、365日楽しめる出雲

- 「縁結びの聖地」「神話のふるさと」として広く知られ、出雲大社をはじめ、出雲日御碕灯台やジオパーク、日本遺産「日が沈む聖地出雲」に認定されるなど、出雲の魅力ある観光資源を効果的に組み合わせた取組を展開し、周遊滞在型観光に繋げる
- 秋季と冬季などの繁閑差が大きいことから、各エリアの魅力を効果的に発信し、通年365日楽しめる出雲を目指す
- 地元住民と観光客双方に快適な観光地の実現を図るため、観光資源に負荷をかけ過ぎることなく、中長期の視点で保全と活用のバランスを保った観光振興を目指す

● 推進体制（協議の場）

大社交通渋滞対策実行委員会

- 大社地域内の年末年始、ゴールデンウィーク、盆休み等の歩行者の安全と交通渋滞の緩和を推進することを目的として、委員会を設置

主な構成メンバー

行政機関	商工団体等	地元団体
出雲市	出雲観光協会	出雲大社
島根県	出雲商工会	出雲教
国土交通省	一畑電車	大社地域自治協会連合会
出雲警察署	一畑バス	大社旅館組合

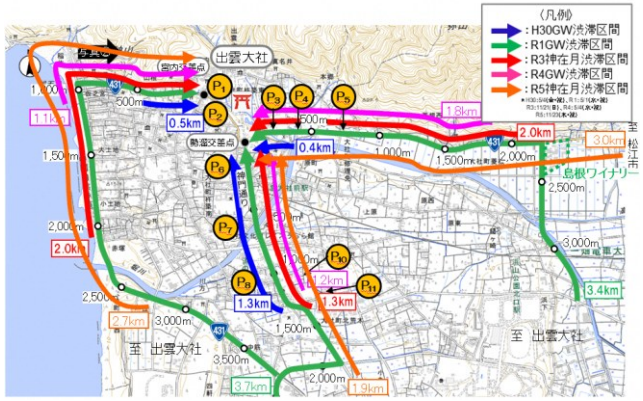
２．課題

● 主な課題

主な現状・問題点		影響を受けている主な対象
深刻な交通渋滞による観光客や住民の満足度低下	• ゴールデンウィーク(GW)や神在祭期間、年末年始等、駐車場混雑に伴い周辺道路の渋滞が発生 （R5最大渋滞長、GW2.7キロ、神在祭期間3.0キロ、年末年始3.5キロ） • 交通渋滞の発生により、観光客・地域・住民、多方面にネガティブな影響が出ている ✓ 渋滞による時間のロスなどによる観光客満足度低下 ✓ 時間ロスによる周遊機会の損失 ✓ 観光車両の生活道路への入り込みにより地域住民が自宅から出られない、帰れないなど日常生活に大きな支障が発生	観光客 地域 住民

深刻な交通渋滞による観光客や住民の満足度低下

神門通りの渋滞状況



平成30年から令和５年
大型連休・神在月における渋滞区間

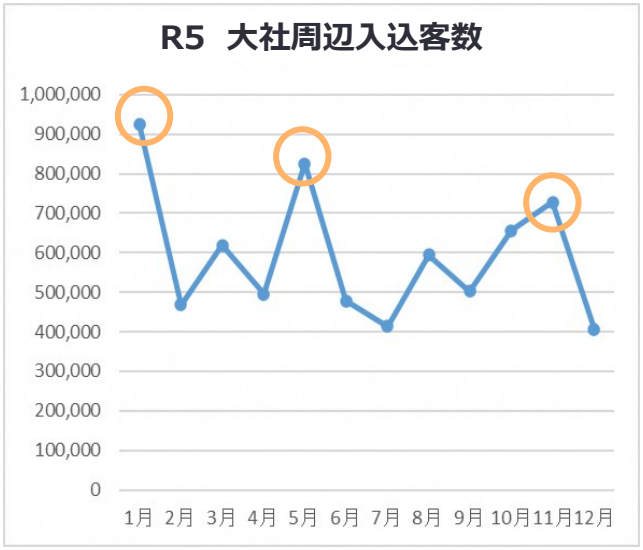
生活道路への観光車両進入

３．背景･要因

● 課題の背景･要因

主な背景・要因	
1.　場所や時期の集中	• メイン観光地である**出雲大社付近に駐車しようとする車が多く、渋滞が発生**しやすい • **シーズンに観光客が局所的に集中し、渋滞や混雑**が発生しやすい
2.　渋滞状況の変化	• テレビ番組の報道の影響により、出雲大社に向かう主要道路の渋滞状況が変化しつつある • **これまでの経験と勘に基づき渋滞対策実施日を決定しているため、適切な渋滞対策を実施できているか不明** • 渋滞対策日のみ渋滞状況等のデータを集計しているため、他日の渋滞状況が不明
3.　渋滞対策にかかる経費増	• 人件費等の上昇により、渋滞対策にかかる経費が年々増加 • **渋滞対策内容を拡充したくとも、予算不足により、かえって渋滞対策実施日･内容を縮小している状況**

1. 場所や時期の集中



- 年末年始、ゴールデンウィーク、神在祭期間に観光客が集中している

2. 渋滞状況の変化

GW最大渋滞長　単位 キロ

	H27	H28	H29	H30	R4	R5	R6
南	1.3	1.2	2.4	1.3	0.9	0.9	1.2
東	0.5	1.8	2.1	0.4	1.9	2.0	1.4
西	無	0.6	0.5	0.5	0.9	2.7	2.2

- 平成30年11月に稲佐の浜がテレビ番組で紹介され、コロナ禍収束後に、稲佐の浜方面（西方向）へ渋滞が延長するように変化

3. 渋滞対策にかかる経費増

令和6年度　予算書

収入の部　（単位：円）

科目		予算額
款	項	本年度
1．寄附金		320,000
2．協賛金		150,000
3．負担金		23,000,000
4．雑収入		117
5．繰越金		47,883
計		23,518,000

支出の部

科目		予算額
款	項	本年度
1．事業費		23,481,000
	1．需用費	900,000
	2．役務費	11,000
	3．賃借料	230,000
	4．委託料	22,340,000
2．事務費		25,000
3．予備費		12,000
計		23,518,000

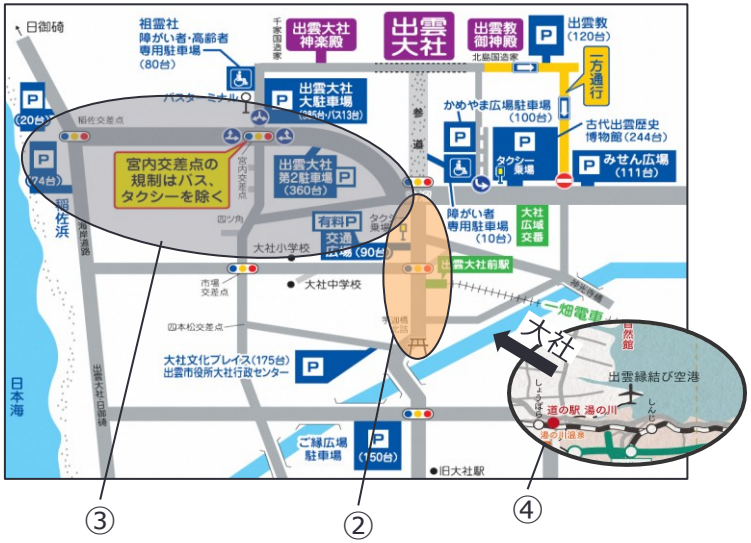
- 大社交通渋滞対策実行委員会の令和6年度予算では、人件費を含む委託料の占める割合が高い（年々増加傾向）

４．対策の概要

- GW、神迎期間、年末年始の多客日は、昼間時間帯に観光客が集中し渋滞が発生するため、混雑予報情報をウェブサイトで発信する
- 従来の渋滞対策（駐車場確保、シャトルバス運行、交通規制等）だけでなく、駐車場の有料化に向けた実証や持続可能な対応策についても検討する

エリアマップ

全域：①



調査・分析

取組み

①多客日における渋滞対策の強化（ETC2.0プローブデータを活用した渋滞予測作成、駐車場協力金の実証）

- これまでの対策実施状況と渋滞状況の分析
- データ分析に基づく多客日のランク分け、対策実施（臨時駐車場の確保、シャトルバス運行、交通規制等）
- 混雑予報と広報強化
- 駐車場有料化に向けた駐車協力金の実証実験
- 持続可能な対策案の検討

内容

- 今までは経験と勘に基づいた渋滞状況予測と渋滞対策をしていたため、ETC2.0の情報を用いたデータ分析を実施する
- 多客日のランク分けを始めとした各種対策を実施し、渋滞発生に対応できるようにする
- 新たなwebサイトを構築し混雑予報情報等を発信することで渋滞緩和を図る
- 渋滞対策費を捻出するためにも駐車場有料化に向け実証実験や持続可能な対策について検討する

受入環境の整備・増強

取組み

②エリアwi-fi導入

内容

- カーナビ情報のみに頼り、出雲大社に隣接する駐車場を目指す車両による渋滞が発生している。ホームページにアクセスし渋滞情報を取得できるようにエリアWi-Fiを導入する

取組み

③グリーンスローモビリティーの実証運行

内容

- マイカーやレンタカーの代わりに気軽に利用できる二次交通を整備し渋滞緩和を目指す

取組み

④空港連絡バスのキャッシュレス決済システムの導入

内容

- 空港連絡バス発券機で混雑が発生し、発車時間が遅延し乗継等に影響がでているため、キャッシュレス決済を導入し、定時出発を目指す

5-①. 主な取組み（詳細）

課題	取組み
• 客観的なデータではなく、これまでの経験と勘に基づき渋滞対策を実施 • 特定の時期に観光客が集中	**ETC2.0プローブデータを用いた交通情報の分析の実施** **混雑予報カレンダーの作成、将来的な渋滞対策案の策定** • 実施期間：令和6年11月～令和7年2月 • 実施主体：出雲市

事業内容

①：ETC2.0プローブデータを用いた交通情報の分析

- ETC2.0プローブデータを用いて、「令和5年度の出雲大社周辺の交通情報のデータ分析」及び「令和６年度の実証実験期間（神在月～年末年始）の交通情報のデータ分析」を行い、客観的なデータに基づき将来的な渋滞対策の在り方を検討
- ETC2.0プローブデータは国土交通省が管理しており、生データでの提供が受けられないため、データ加工にかかる経費を負担し、提供いただく

②：混雑予報カレンダーの作成、将来的な渋滞対策案の策定

- データ加工及び、加工されたデータの分析に基づき、混雑予報カレンダーを作成し、新たに構築したWebサイトで公開するとともに、将来的な渋滞対策案を策定

混雑予報カレンダーの公開

（https://www.taisha-traffic.net/）

渋滞状況分析結果に基づく渋滞対策の計画策定（イメージ）

5月		行事	R1 出雲 IC出	R2 出雲 IC出 予想	R1 団体 バス	体制	勢溜 規制	警備 員	情報 発信	民地	S バス	バス コン
1日	金											
2日	土					A		○				
3日	日					B	△	○	◎	☆		
4日	月					B	△	○	◎	☆		
5日	火					B	△	○	◎	☆		
6日	水					A		○				
7日	木											
8日	金											

5-①. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

A：ETC2.0プローブデータを分析することで、**客観的な数値に基づいた渋滞対策**を検討する

B：混雑予報カレンダーを作成し、**観光客の分散**を図る

事業の成果／目標の検証結果

A：令和６年度の実績とデータ分析に基づき、**将来的な渋滞長を予測**し、**渋滞対策の策定根拠として活用**することが可能となった

B：・神在祭期間の最長渋滞長は**全方面で短縮**

- 西側：**0.8km短縮**　南側：**0.8km短縮**　東側：**1.2km短縮**

・カレンダーのPV数が増加

- HP公開後PV数：**1,433/日（例年の約1.5倍）**

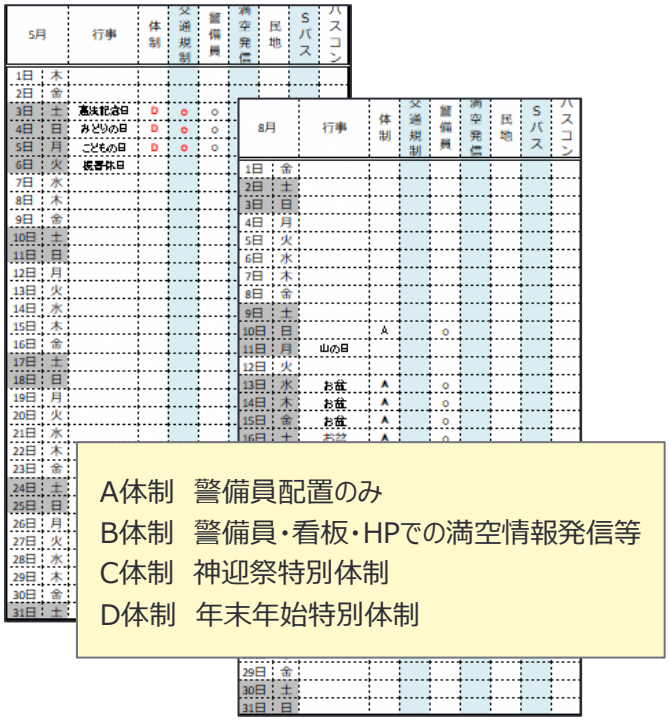
成果詳細

【結果】

- プローブデータの分析結果をもとに**混雑予報カレンダーを作成**し、10月24日にホームページにて公開。
- **混雑予想カレンダー公開後のPV数**は、10月10・16・17日の平均値で1,433/日（R元年：969/日、令和5年：980/日）と、**例年比約1.5倍に増加**
- 神在祭期間の**最長渋滞長は全方面において、Ｒ５年度と比較し短縮**
- 令和６年度の結果を踏まえ、来年度の渋滞対策案の検討を開始（右図）

神在祭期間の最長渋滞長

	R5年度	R６年度
西側	**2.7km**	**1.9km**
南側	**1.9km**	**1.1km**
東側	**3.0km**	**1.8km**



令和７年度大社交通渋滞対策（案）

【課題】

- ETC2.0プローブデータ（国土交通省が所管）の生データ提供はできない規定になっているため、データ加工の業務委託時間・費用がかかる
- 分析の精度を向上させるためには、長期にわたるデータの積み上げが必要
- 今後、ETC2.0プローブデータ加工経費が毎年生じることは大きな負担になるため、ビッグデータとして無償または安価で提供されることを強く望む

5-②. 主な取組み（詳細）

課題	取組み
• 人件費等の高騰による渋滞対策経費の不足	**駐車場有料化に向けた交通対策協力金の実施** • 実施期間：令和6年11月～令和7年1月 • 実施主体：出雲市

事業内容

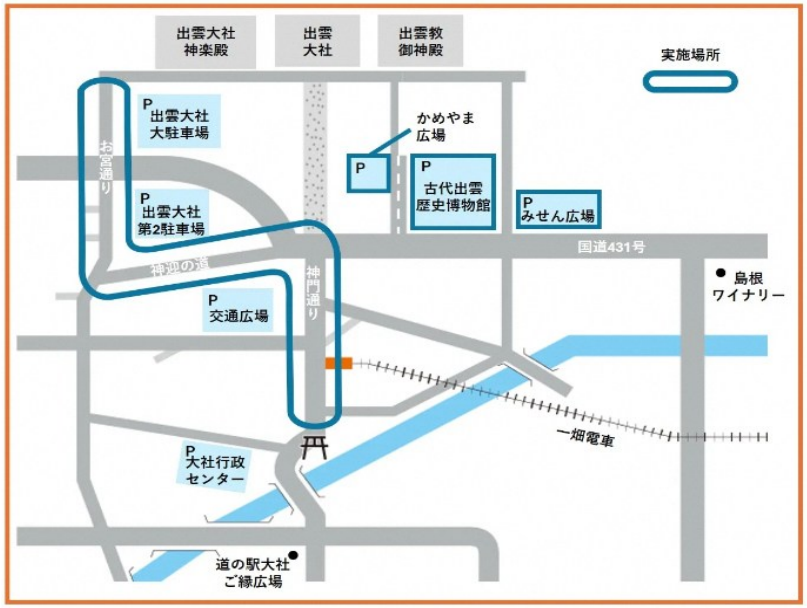
■ **交通対策協力金の実施**

- 実施期間：令和6年11月1日～令和7年1月5日
- 実施場所：出雲大社周辺の駐車場（かめやま広場、歴博、みせん広場）、神門通り・神迎の道・お宮通り・宮内周辺の飲食店及び土産物店
- 協力金額：1台あたり200円
- 支払方法：駐車場の出入り口付近、店舗等のレジ付近の募金箱にて支払い（現金、QR決済）

【背景・目的】

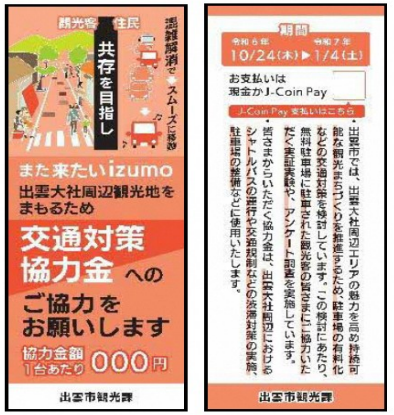
- 現在の渋滞対策にかかる経費の財源は、出雲市の負担金及び大社交通渋滞対策実行委員会メンバーの協賛金・寄附金
- 出雲大社周辺駐車場の多くは無料駐車場であるため、持続可能な渋滞対策の在り方として、駐車場有料化を検討

出雲大社周辺地図



駐車場に設置するした看板・協力金箱

駐車場に設置するもの
1か所につき　看板2枚＋募金箱1台



H1,500*W550 両面

H1,140*W360*D280

5-②. 主な取組み（詳細）

課題	取組み
• 人件費等の高騰による渋滞対策経費の不足	**駐車場有料化に向けた交通対策協力金の実施** • 実施期間：令和6年11月～令和7年1月 • 実施主体：出雲市

事業内容

■ **交通対策協力金に関する観光客ヒアリング**

- 実施期間：令和6年11月10日、11日、16日、17日、令和7年1月1~4日
- 実施場所：外苑駐車場、第2駐車場、かめやま広場、古代出雲歴史博物館、みせん広場
- 実施方法：各駐車場に調査員1名を配置し、通行する観光客に調査協力を依頼
  交通対策協力金に関するチラシ（右下図）を見せながら説明し、各調査項目を聞きとり
- ヒアリング項目：
  - 交通対策協力金の1台あたりの協力金額について
  - 駐車場の有料化に対する考え
  - 出雲大社周辺の駐車場を有料化した場合の行動
  - その他ご意見等

観光客ヒアリングの様子

交通対策協力金に関するチラシ

5-②. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- 「交通対策協力金」徴収の実証実験及びヒアリング調査を行い、**駐車場有料化に向けた課題を明らかにする**

事業の成果／目標の検証結果

- 有料化に関し、**利用者からは概ね理解が得られる見込み**であることが判明した一方、導入に向けては**施設所有者の意向や整備費用が課題**となることが明らかになった

  ＜実証実験の結果＞
  - **協力金の集金額：約115万円**
  - **半数以上が有料化に賛成。**協力金(200円/台)について、「安い」、「妥当」との意見が**９割以上**。「安い」回答の**8割以上が400円以上が妥当**と回答

成果詳細

【結果】

- 協力金の総集金額は1,157,613円。駐車場(3ヵ所)の集金額は約110万、店舗(90店舗)の集金額は約5万円と差が見られた
- QR決済(J-Coin Pay)での集金額は、設置が遅れた(11/22～)こともあり、1,710円と少なかった
- 日ごとの集金額は、神在祭・年末年始等、イベントのある週末に多い傾向がみられた。入込客数が多かったこと、アンケート調査実施のため調査員を配置していたことが要因と考えられる

【課題】

- 周辺駐車場の多くは、出雲大社、島根県古代出雲歴史博物館等の民間駐車場や施設駐車場であり、**有料化には施設所有者の意向や整備費用の課題**がある
- 有料化後の**収入金の分配**や**ランニングコストの負担等を整理**する必要がある
- 出雲大社所有の駐車場においては、参拝者からの参拝料と駐車場料金の二重徴収を懸念されたため、周辺店舗での集金に切替えて実施した
- 今回はあくまで交通対策協力金として実証的に実施した。しかし、導入を決定したキャッシュレス決済システムのうち、大きなシェアを持つシステムでは寄附金目的の使用が認められないケースが多く、シェアの小さなシステムで実証を行った

交通対策協力金　集金表

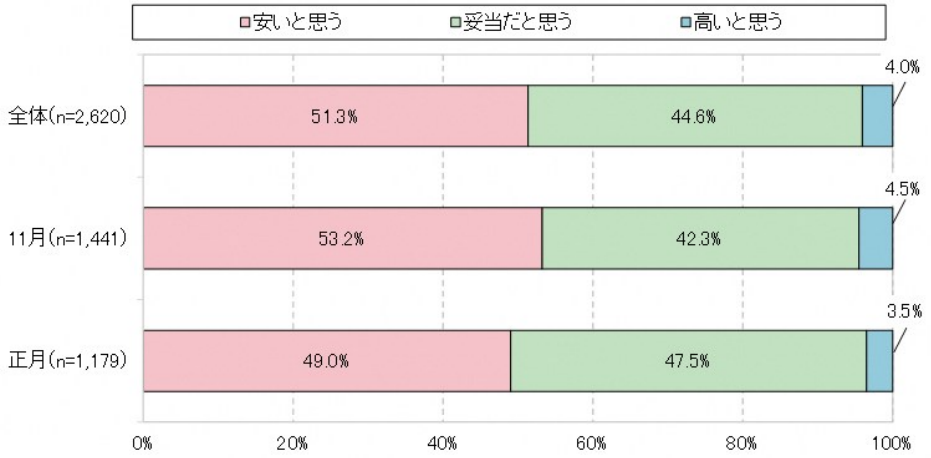
区分	実施場所	協力金（円）
駐車場	かめやま広場	641,158
	歴博	343,619
	みせん広場	120,572
小計		1,105,349
店舗	９０か所	50,554
J-Coin Pay	駐車場及び店舗	1,710
合計		1,157,613

※設置期間
駐車場：令和6年11月1日～令和7年1月5日（66日）
店舗　：令和6年11月1日から随時～令和7年1月5日
J-coin Pay：令和6年11月22日～令和7年1月5日（45日）

5-②. 成果及び今後に向けて

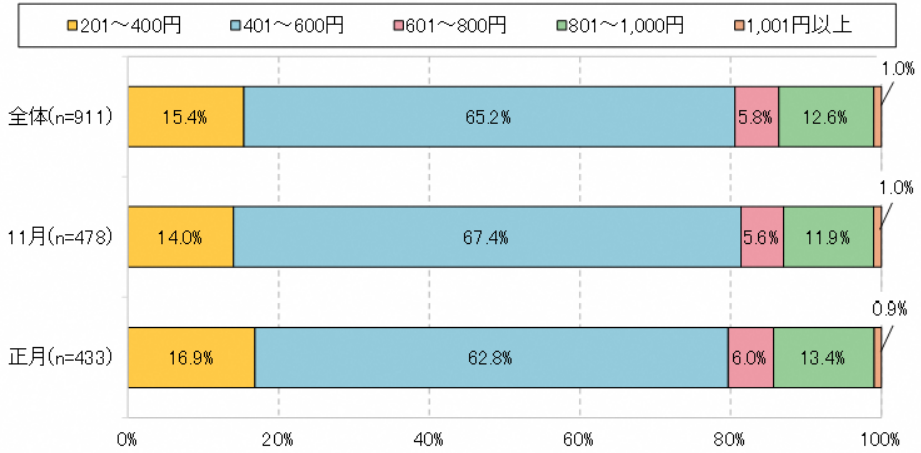
成果詳細

①交通対策協力金の1台あたりの協力金額について



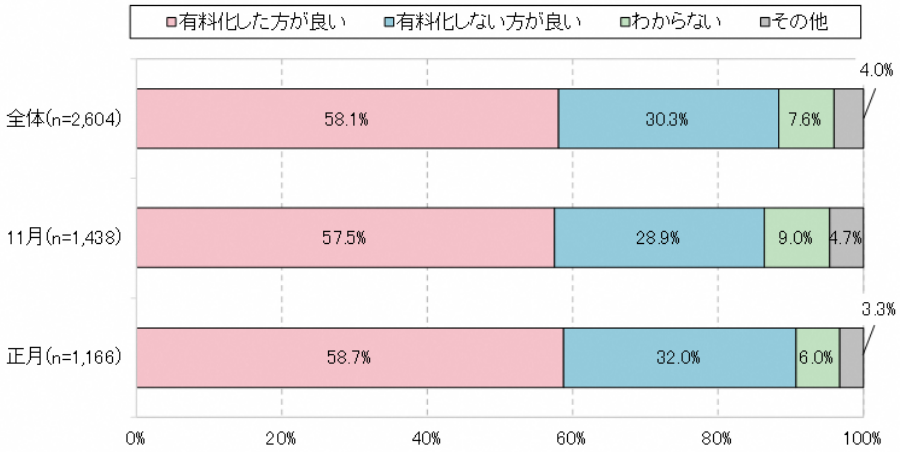
交通対策協力金(200円/台)について、**「安いと思う」、「妥当だと思う」という意見が９割以上**

②「安いと思う」と回答した人の妥当だと思う金額



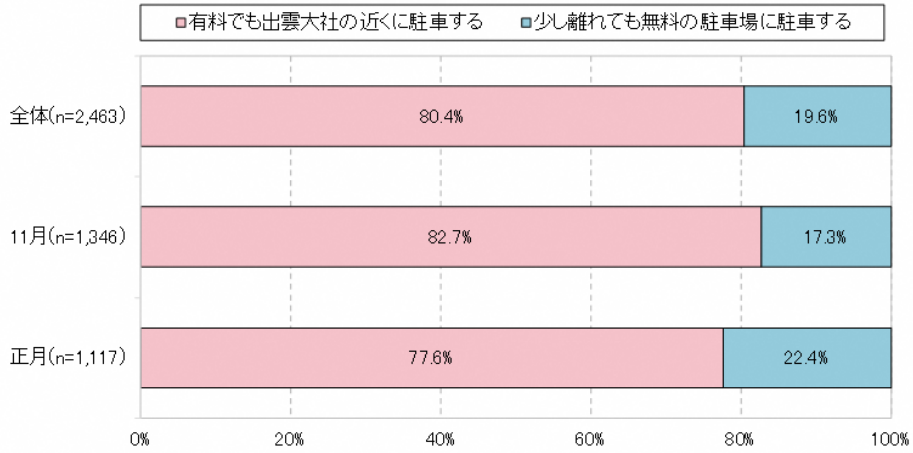
安いと回答した人の**8割以上が、400円以上の金額を妥当**と回答

③駐車場の有料化に対する考え



半数強が駐車場有料化に賛成

④出雲大社周辺の駐車場を有料化した場合の行動



約８割が有料でも出雲大社の近くに駐車すると回答

5-②. 成果及び今後に向けて

令和６年度の取組みから見えてきた課題

1 渋滞の解消に向けた総合的な対策の継続

- 神在祭時、西側の渋滞長を短縮することができ、生活道路への影響を縮小することができた
- その他の方角についても昨年度と比較すると渋滞長は減少したが、渋滞の完全な解消は難しかった
- 引き続き、混雑カレンダー公開、交通規制、シャトルバス運行、警備員配置、臨時駐車場の確保等、多客日対策を総合的に実施し、渋滞解消に努めていく必要がある

2 交通データの継続取得

- ETC2.0プローブデータの加工に時間と費用がかかり、市の予算では継続的なデータ取得は困難
- 来年度以降の混雑カレンダー作成については、ETC2.0以外のデータの活用も視野に入れる必要がある

3 有料駐車場の実現可能性の再検討

- シェアの小さいQR決済しか使うことができなかった
- 多客日の徴収金額は多かったが、全体を通してみると徴収額は少なく、有料化した際の駐車場設備のランニングコストを捻出は困難

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

1 交通規制の継続

- 交通規制は大きな効果が見られたため継続予定
- シャトルバス運行、警備員配置、臨時駐車場確保も予算の範囲内で継続して実施していく

路線バスとの連携

- 渋滞時期は路線バスも渋滞に巻き込まれてしまう状況
- 年末年始は終着点の場所を変更する対応を実施しているため、ゴールデンウィーク等のその他の渋滞時期も路線変更等の対応ができないか、運行会社と協議

新駐車場の整備

- 駐車場容量が不足しているため、新駐車場の整備を行う

2 コストを抑えた交通情報データの取得

- 本年度取得したETC2.0データを有効活用していくとともに、今後は費用の抑えられる別データでの対応を検討
  （例：NEXCOからのインターチェンジ情報の取得、等）

3 導入可否に向けた協議継続

- 駐車場を有料化した場合は、駐車場設備の維持管理費用との兼ね合いもあるため、導入可否について今後継続的に検討していく

現状について

- 令和7年度は、出雲市における取組として、大社周辺エリアにおける渋滞対策および持続可能な観光推進事業を実施しています。

38. 広島県廿日市市

1．地域概要

対象地域	広島県廿日市市　宮島・宮島口エリア
申請主体	広島県廿日市市
計画名	宮島・宮島口エリアにおけるサステナブル・スマート観光推進事業計画

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数 (千人)	4,657	4,652	4,854
- 国内	4,314	4,191	4,211
- 訪日外国人旅行者	344	461	644

地域の特徴・観光資源等

- 廿日市市は、広島県の西部に位置し、瀬戸内海から中国山地まで南北に広がる自然豊かなまちである。
- 世界遺産である厳島神社を抱える宮島は、国内外から多くの方が来訪される観光地であり、その玄関口である宮島口エリアは、交通要衝、観光交流拠点となっている。
- 主な観光資源：厳島神社・大鳥居、豊国神社・五重塔、大聖院、重伝建地区、宮島歴史民俗資料館、宮島水族館、弥山、ロープウェー など

協議体制

協議の場

宮島口交通円滑化協議会
廿日市市観光振興基本計画策定に係る協議等

参加者

行政機関等
- 廿日市市 観光課、宮島企画調整課、宮島みなとまちづくり推進課、交通政策課、宮島支所 等

有識者等
- 宮島口交通円滑化協議会
- 廿日市市観光振興基本計画策定委員会

事業者
- (一社) 宮島観光協会
- (一社) はつかいち観光協会
- 商工団体、旅館組合
- 交通事業者 等

住民関係者
- 地域のまちづくり団体
- ワークショップ参加者等

エリアマップ

2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**道路・駐車等混雑**	・宮島の玄関口である宮島口近辺の周辺において、観光行楽シーズンの道路・駐車場について慢性的な渋滞・混雑状態が発生し、近隣の住民等の円滑な交通に支障がある。	観光客・住民
2.	**観光マナー問題・観光情報の周知**	・観光客数の大幅な増加やマナー違反により、宮島の自然、文化財等の保全・継承の妨げになる恐れがある。 ・ごみ、トイレ、喫煙所の場所が分かりにくく、利便性・快適性のマイナス要因となっている。	観光客・住民
3.	**季節・時間・場所の集中（繁閑差・日帰り多 等）**	・繁忙期（年末年始、GW、お盆、紅葉シーズン等）、9時から15時頃まで、表参道商店街・厳島神社など、混雑が集中する特定の期間・時間・場所があり、観光客の満足度・快適性の低下や、住民生活に支障につながる場合がある。	観光客・住民

1 道路・駐車等混雑

混雑する宮島フェリー乗り場前
（宮島口エリア駐車場付近）の道路

2 観光マナー問題・観光情報の周知

多くの観光客で賑わう表参道商店街
（宮島）

3 季節・時間・場所の集中（繁閑差・日帰り多 等）

ポイ捨てされた紙ごみ等を食べる鹿
（宮島）

3．背景・要因

主な背景・要因

1.	**慢性的な道路・駐車等の混雑への対応**	• 平成21年より、宮島口地区周辺の生活環境向上を図るため、渋滞対策を開始。平成24年2月に、宮島口地区交通円滑化協議会を設置し、取組を推進。行楽シーズンに宮島口周辺への交通誘導員の配置やパークアンドライドの実施による円滑な交通の推進。
2.	**混雑に向けた新たな取組**	• 当該地区を通過する交通について、高速道路料金を割り引く社会実験の実施。デジタルマップへの満空情報の掲載。 • 対策前（平成21年）の渋滞長12.3km⇒令和5年 6.3km、令和6年 4.5kmと、縮減するも未解消。

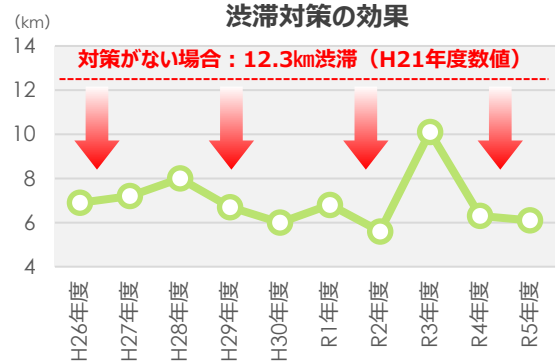
出典：国土地理院の地図データを加工して作成

交通誘導員の配置

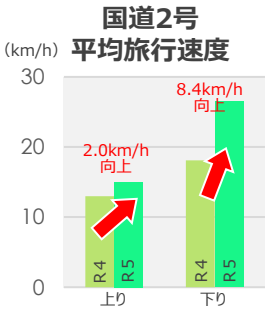
P&R、シャトルバス運行

交通状況ライブ映像配信

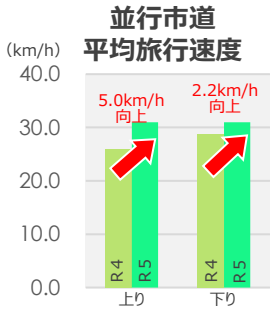
満空情報配信



※ 観光ピーク期（ＧＷ・紅葉期）の平均渋滞長 （上下線合計値）



※上り：油ケ免～宮島口駅前間の平均
※下り：宮島口駅前～阿品駅東間の平均



Ｐ＆Ｒ駐車場の利用状況

駐車場名	駐車容量（台）	平均駐車台数（台/12h）	最大駐車台数（台/12h）
ちゅーピーパーク	400	113	196
Ｋ駐車場（前空駅周辺）	40	22	32
JR阿品駅前駐車場	30	9	16
旧水道局臨時駐車場	50	6	12

4．対策の概要

目指す姿	**地域住民や事業者、関係団体が一体となり、誰もが快適に楽しむことができ、何度も訪れたくなる観光地として、ハード・ソフトの両面において、「四方よし」のサステナブルな観光地を目指す**
KGI	**観光地としての満足度（受入・来訪）** 目標値（令和12年度）　現状値（令和7年度） 受入：36.2%　受入：27.4% 来訪：8.5ポイント以上　来訪：7.8ポイント

■補助事業の実施概要

需要の分散・平準化（マナー違反行為の防止・抑制）

① 観光情報の効果的な発信による混雑緩和・快適性向上事業（大型LEDビジョン設置、コンテンツ配信システム導入等）

【背景・課題】

- 観光ハイシーズンに宮島口周辺道路の混雑が生じ、観光客の満足度・快適性の低下が懸念される

【事業内容】

- 宮島口地区エリアへ大型LEDビジョン設置し、駐車場の混雑情報等を表示し、円滑な交通誘導を図る
- 現地の大型LEDビジョン、デジタルマップ、宮島観光案内ジオラマのデータの連携や遠隔操作を可能とするコンテンツ配信システムの構築を行い、リアルタイムな情報発信を行う

② スタンプラリーの実施等による観光客の分散・平準化事業

【背景・課題】

- 繁忙期の特定時間帯・場所で特に人が集中し、観光客の満足度・快適性の低下が懸念される

【事業内容】

- 観光デジタルマップを活用（連携）させたデジタルスタンプラリーの導入・実施
- あわせて現行の指導標システム（データ）をデジタルマップに統合させ、より効果的な誘導を図る
- 新規のコンテンツ・立ち寄りスポットを造成し、場所の分散化を図る
- 加えて、観光マナー情報も掲載し、意識・行動変容につなげる仕掛けづくりを行う

地域住民と協業した観光振興

③ 観光客を巻き込んだ啓発イベント等の実施（「旅先クイズ会」の開催等）

【背景・課題】

- 訪日外国人旅行者を含め、多くの、多様な観光客が訪れる中、ごみや喫煙、トイレ利用など様々な観光マナー問題が生じている

【事業内容】

- 観光客にクイズを通して宮島の文化・歴史や観光マナー情報の発信を行う、巻き込み型のイベントを開催する
- 運営スタッフは、地域住民や宮島ファンにボランティアスタッフとして募集する
- 新たな企画・運営方法として、教育旅行コンテンツとしての活用やクイズ作成・会の運営に、地元学生の参画を促す

需要の適切な管理

④ 国際的な一流の観光地として相応しいトイレ環境の整備方針等の策定

【背景・課題】

- 繁忙期の一定の時間帯での利用者が多く、トイレ待ち時間が生じている

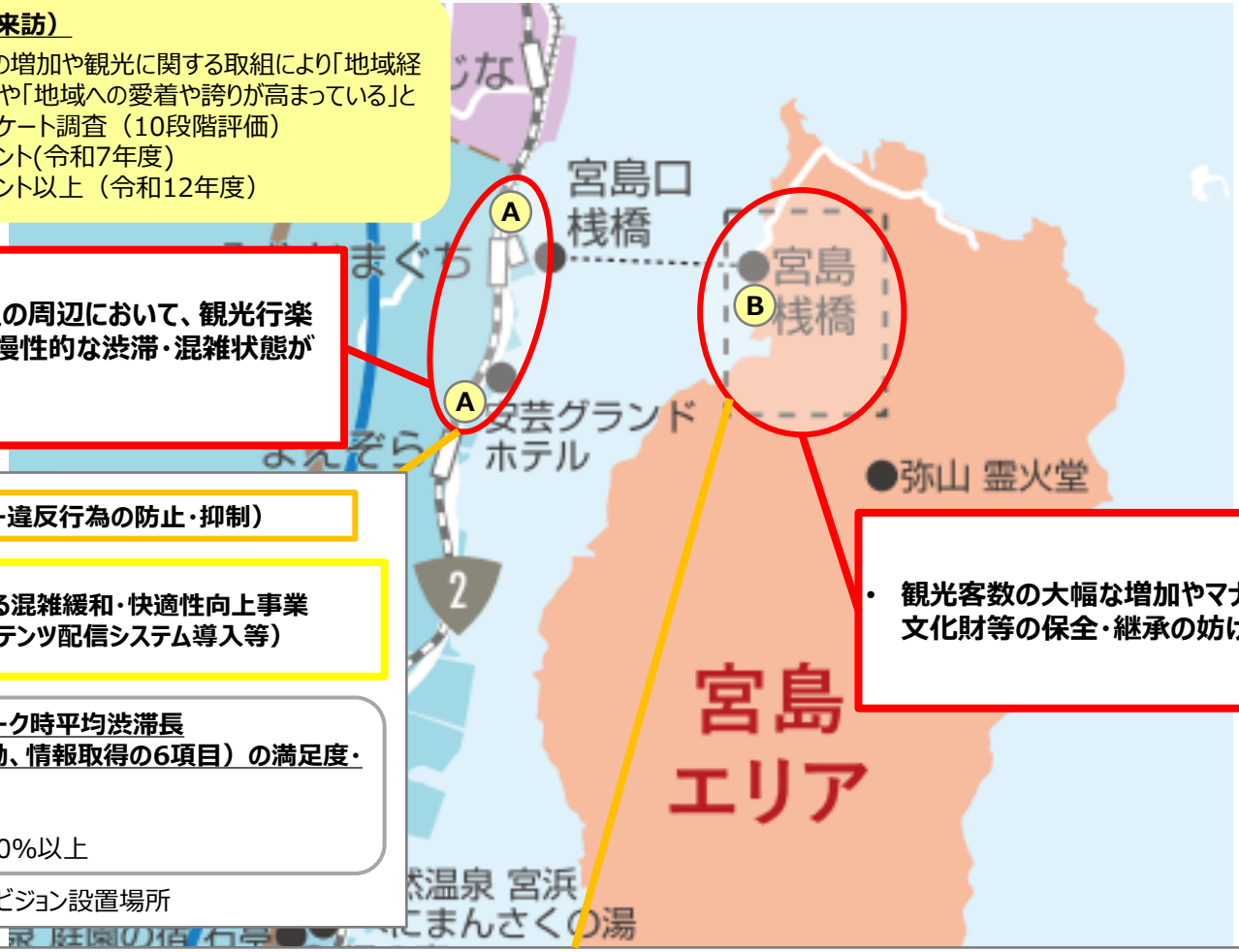
【事業内容】

- TOTO宮島おもてなしトイレの機能変更や基数増加など、改修内容の具体的な検討を行う
  ※実際の整備・改修は、令和8年度実施予定
- あわせて、トイレ新設の必要性、場所（適地）、機能、基数などの検討を行う

【本地域における取組マップ】

KGI：観光地としての満足度（受入・来訪）

- 測定手法：市民アンケート（観光客の増加や観光に関する取組により「地域経済が活性化し、賑わいが生まれている」や「地域への愛着や誇りが高まっている」と感じている市民の割合）、観光客アンケート調査（10段階評価）
- 現状値：受入27.4%、来訪7.8ポイント(令和7年度)
- 目標値：受入36.2%、来訪8.5ポイント以上（令和12年度）



- **宮島の玄関口である宮島口近辺の周辺において、観光行楽シーズンの道路・駐車場について慢性的な渋滞・混雑状態が発生**

需要の分散・平準化（マナー違反行為の防止・抑制）

観光情報の効果的な発信による混雑緩和・快適性向上事業（大型LEDビジョン設置、コンテンツ配信システム導入等）

KPI：①宮島口周辺道路の観光ピーク時平均渋滞長
②宮島観光満足度調査（交通・移動、情報取得の6項目）の満足度・5段階中4以上
令和7年度　①4.5km ②78.0%
令和12年度　①3.0km以内 ②85.0%以上

※地図内Ⓐ 大型ビジョン設置場所

- **観光客数の大幅な増加やマナー違反により、宮島の自然、文化財等の保全・継承の妨げになる恐れ**

需要の分散・平準化（マナー違反行為の防止・抑制）

スタンプラリーの実施等による観光客の分散・平準化事業

KPI：①スタンプラリー参加者数②新規コンテンツ（スポット）数
令和7年度　①1,147人（16日間）※72人/日
②写真スポット5件(箇所)、クイズスポット8件(箇所)
令和12年度　①12,000人 ②30件

地域住民と協業した観光振興

観光客を巻き込んだ啓発イベント等の実施（「旅先クイズ会」の開催等）

KPI：①１開催当たりの観光客参加者数
②１開催当たりのボランティア運営スタッフ数
令和7年度　①参加者 366人/開催
②ボランティア運営スタッフ 7人/開催
令和12年度　①参加者 350人/開催
②ボランティア運営スタッフ 7人/開催

需要の適切な管理

宮島公衆トイレ整備基本計画策定等事業

KPI：具体的な改修内容や新設等の方針をまとめる
令和7年度　計画策定・方針決定
令和8年度　改修実施

※地図内Ⓑ 対象トイレ場所

5－①．主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業①	**観光情報の効果的な発信による混雑緩和・快適性向上事業（大型LEDビジョン設置、コンテンツ配信システム導入等）**		
事業目的	宮島口周辺道路の混雑状況の緩和と観光客の快適性向上（混雑情報の事前認知等）		
実施主体	廿日市市	実施期間	令和7年9月～令和8年2月

【背景・課題】

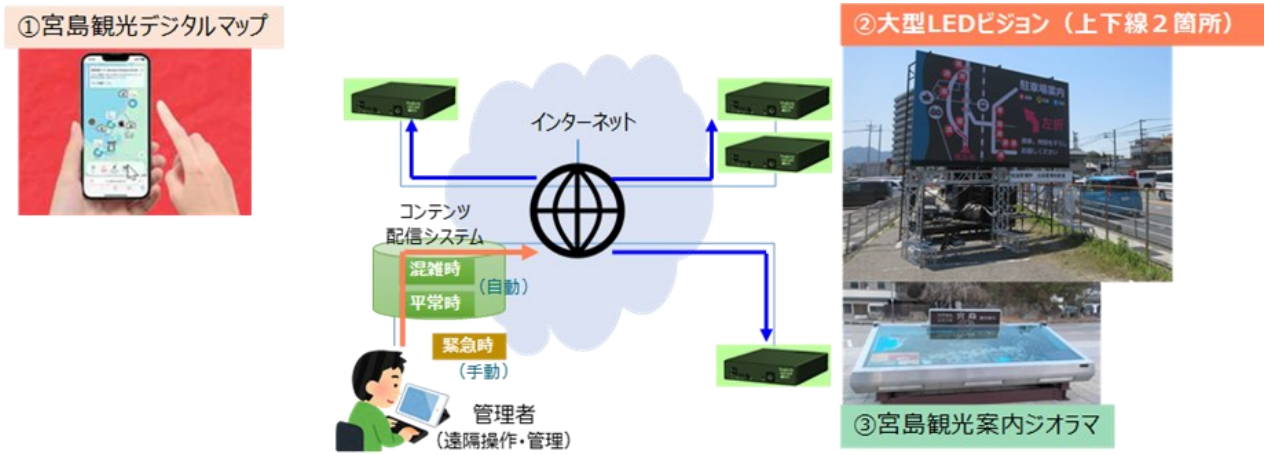
- 宮島の玄関口である宮島口近辺の周辺において、観光行楽シーズンの道路・駐車場について慢性的な渋滞・混雑状態が発生し、近隣の住民等の円滑な交通に支障がある
- 繁忙期には交通誘導員の配置等による誘導も行っているが、人員の確保や経費の増大などの課題もある

【事業内容】

- 宮島口地区エリアへ大型LEDビジョン設置
  約200インチのディスプレイを設置し、駐車場の混雑情報等を表示
- コンテンツ配信システムの構築
  現地の大型LEDビジョン、デジタルマップ、宮島観光案内ジオラマのデータの連携や遠隔操作を可能とする配信システムの構築など

【推進ポイント】

- 各媒体・コンテンツ等のブラッシュアップにより、観光客が利用（認知）しやすい情報発信をするとともに、相互連携・運用を図り、より効率的・効果的なシステム構築を行う



5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	観光情報の効果的な発信による混雑緩和・快適性向上事業（大型LEDビジョン設置、コンテンツ配信システム導入等）

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	①宮島口周辺道路の観光ピーク時平均渋滞長 ②宮島観光満足度調査（交通・移動、情報取得の6項目）の満足度・5段階中4以上

令和7年度に掲げた目標値

- ① 4.0km以内（令和7年11月測定値）
- ② 80.0%以上（令和7年測定値）

事業の成果/目標の検証結果

- ① 4.5km（令和7年11月測定値）
- ② 78.0%（令和7年測定値）

成果の詳細

- 宮島口地区エリアへ大型LEDビジョン設置
  約200インチのディスプレイを設置し、駐車場の混雑情報等を表示
- コンテンツ配信システムの構築
  現地の大型LEDビジョン、デジタルマップ、
  宮島観光案内ジオラマのデータの連携や遠隔操作を可能とする配信システムの構築など

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1 効果検証の持ち越し

- 設置時期が遅れ、令和8年2月となったため、詳細な検証（方向性や内容なども含む）は令和8年度に実施することとなった

令和8年度以降の方針

1 本格稼働による事業推進

- 本格稼働による実証を行い、ハード・ソフトの両面から更なる事業推進を図る

5－②．主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業②	**スタンプラリーの実施等による観光客の分散・平準化事業**		
事業目的	観光客の分散化・平準化（場所・時間・季節）を図るとともに、閑散期の誘客や滞在時間の延伸・更には観光マナー啓発を目論む		
実施主体	廿日市市	実施期間	令和7年8月～令和8年2月

【背景・課題】
- 特定の時期、時間、場所に混雑が発生し、観光客の満足度・快適性に影響が生じている

【事業内容】
- 観光デジタルマップを活用（連携）させたデジタルスタンプラリーの導入・実施
- あわせて現行の指導標システム（データ）をデジタルマップに統合させ、より効果的な誘導を図る
- 新規のコンテンツ・立ち寄りスポットを造成し、場所の分散化を図る
- また、季節限定やナイトコンテンツ造成し、季節・時間の分散化を図る
- あわせて、観光マナー情報も掲載し、意識・行動変容につなげる仕掛けづくりを行う

【推進ポイント】
- 観光客にとって参加したくなるスタンプラリー、魅力的なコンテンツ・機能追加が必要である

宮島観光デジタルマップとの統合イメージ

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業②	スタンプラリーの実施等による観光客の分散・平準化事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	①スタンプラリー参加者数 ②新規コンテンツ（スポット）数

令和7年度に掲げた目標値

- ①3,000人（30日間）※100人/日
- ②5件

事業の成果/目標の検証結果

- ①1,147人（16日間）※72人/日
- ②写真スポット5件（箇所）・クイズスポット8件（箇所）

成果の詳細

- スタンプラリーの実施が、滞在時間の延長に寄与
  - 参加者平均（1日参加のみ） 2時間42分
  - 5スポット以上 3時間12分
  - 10スポット以上 4時間12分
- 宿泊者やリピーターの利用の勧奨にも寄与
  - 2日以上参加者61人 うち約6割が連続2日、約4割が3日から10日間での利用
- 写真要素により本スタンプラリーへの興味が増し、スタンプ取得数の増加および滞在時間が延びた
  - 写真撮影 ＜無＞に比べ ＜有＞の参加者は 【滞在時間およびスタンプ取得数も約3倍】
- 非混雑箇所への誘導効果がある
  - 表参道商店街（最多利用箇所）の3分の1以上の観光客が誓真大徳頌徳碑（非混雑箇所）を訪問

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1 一定の成果を確認できたが、より高い効果を図る工夫の余地あり

- 一定の滞在時間の延長や分散効果は確認できたものの、より高い効果を図る観点から、多くの参加者の獲得や、非混雑箇所の滞在時間の把握ができる仕組み・制度設計等について今後検討したい

令和8年度以降の方針

1 令和7年度に成果を確認できた手法等の活用検討

- 同種事業の実施（検討）に当たり、写真やクイズを用いた手法の導入や、誘導ポイントの工夫などを行う

5－③．主な取組（詳細）

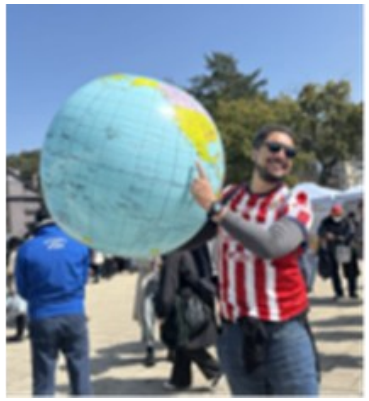
受入環境の整備・増強

補助事業③	**観光客を巻き込んだ啓発イベント等の実施（「旅先クイズ会」の開催等）**		
事業目的	宮島ブランド（文化・歴史）や観光マナー、サステナブル観光に対する理解・意識の醸成		
実施主体	廿日市市	**実施期間**	令和7年9月～令和8年1月

【背景・課題】
- 宮島への観光客の増加、また国内外から多様な価値観をもった観光客の来訪があり、繁忙期を中心に観光マナー問題が生じている
- 持続可能な観光地域づくりの推進に当たっては、観光者の協力・レスポンシブルツーリズムの浸透が不可欠である

【事業内容】
- 観光客にクイズを通して宮島の文化・歴史や観光マナー情報の発信を行う、巻き込み型のイベントを開催
- 運営スタッフは、地域住民や宮島ファンにボランティアスタッフとして募集する
- 新たな企画・運営方法として、教育旅行コンテンツとしての活用やクイズ作成・会の運営に、地元学生の参画を促す

【推進ポイント】
- 安定的な運営体制・スタッフを確保するためのネットワーク・枠組みづくりが必要である
- より多くの観光客の参加を促すとともに、参加者の意識醸成だけでなく、行動変容につながるようなイベントづくりを目指す



5-③. 成果及び今後に向けて

補助事業③	観光客を巻き込んだ啓発イベント等の実施（「旅先クイズ会」の開催等）

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	①1開催当たりの観光客参加者数 ②1開催当たりのボランティア運営スタッフ数

令和7年度に掲げた目標値

- ①300人/開催
- ②6人/開催

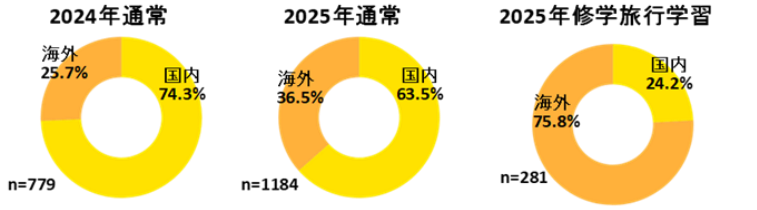
事業の成果/目標の検証結果

- ①366人/開催（令和7年11月時点）
- ②7人/開催（令和7年11月時点）

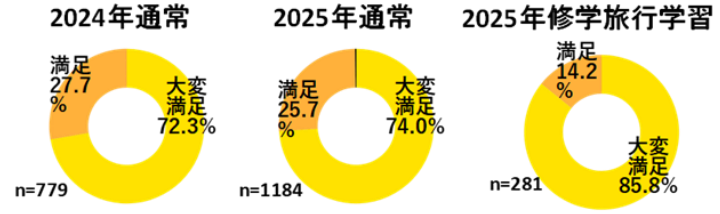
成果の詳細

- ボランティアスタッフのリピーターが増加し、円滑なオペレーションが実施できた
- 修学旅行生向けのクイズ会を初めて実施し、高評価を得た

■ 参加者の状況



■ イベント満足度



令和7年度事業を踏まえた継続課題

1 効果測定の仕組みづくり、運営の効率化

- 参加者の意識や行動の変容を助長し、それを把握する仕組みづくり
- より安定したオペレーション実施と、運営スタッフの省力化

令和8年度以降の方針

1 行動変容につながる効果の導出

- 通常版については、市独自の運営を実施しつつ、より観光客・スタッフ双方の満足度を高めつつ、行動変容につながる事業を目指す

2 修学旅行版の事業化

- 修学旅行版は、実証を重ね有料コンテンツとしての稼働を目指す

4．対策の概要

- 宮島観光のオーバーツーリズムの未然防止・抑制に当たり、宮島観光の玄関口である宮島口エリアを含む網羅的な取組として、また従来の取組の拡充に加え、新たな取組を追加し、①～⑦の取組を各ステークホルダー等と連携・共同のうえ実施している。

受入環境の整備・増強

取組み | **①宮島口旅客ターミナル内のコインロッカー増設**

背景 | • コインロッカーを配備(28台)しているが、多客時等には不足

内容 | • ロッカーを8台増設し、宮島口における不足を解消する

取組み | **②宮島桟橋ターミナル内のコインロッカー増設、観光案内所改修**

背景 | • 50年前に建設された現状の建物は、現状の450万人の受入に不十分

内容 | • 改装し、観光案内所カウンター増設、手荷物預かり室新設、コインロッカー増設。急増する観光客の荷物預かり需要に応える

取組み | **③宮島桟橋フェリー改札口の機能向上（自動改札導入・改札レーン増設）**

背景 | • 現状は有人改札２通路で、切符確認等で対応に時間を擁し、乗り残しが発生

内容 | • 乗り残し発生ゼロの為、自動改札機２台・係員対応改札1つの計3通路に拡大

観光客の分散・平準化

取組み | **④宮島口駐車場、宮島ロープウェーの混雑状況の可視化、その他混雑状況（道路、厳島神社、表参道商店街等）、お薦めルート情報の一元化**

背景 | • 観光客導線上の混雑が現場でしか分からず、現地に迂回路がなく、渋滞が悪化

内容 | • 混雑状況を既存MAPサービスに一元化し配信し、混雑状況を事前に周知

マナー啓発

取組み | **⑤観光マナー啓発・PR**

背景 | • 来島者へのごみのポイ捨て等マナー周知やトイレの場所等情報提供が不足

内容 | • 増加が見込まれる訪日外国人旅行者等へビジュアルメッセージを活用したマナー啓発

地域住民と協業した観光振興

取組み | **⑥観光客を巻き込んだ啓発イベント等の実施（「旅先クイズ会」の開催等）**

背景 | • 観光客の大幅な増加やマナー違反（ポイ捨て等）で、宮島の自然・文化財の保全への懸念や、島内の鹿の健康被害が生じている

内容 | • 観光客を巻き込んだ啓発イベント等（「旅先クイズ会」の開催など）を実施

調査・分析

取組み | **⑦宮島公衆トイレ使用状況等調査**

背景 | • 宮島島内の公衆トイレが不足している状況

内容 | • トイレ利用状況の把握や観光客導線に基づく通行量調査を行い、新設候補地の選定資料の取りまとめを行う

5-①. 主な取組み（詳細）

課題	取組み
マナー違反による • 宮島の自然・文化財の保全への懸念 • 島内の鹿の健康被害	**観光客を巻き込んだ啓発イベント等の実施（「旅先クイズ会」の開催等）** • 実施期間：令和6年9月～11月　計6回 • 実施主体：廿日市市

事業内容

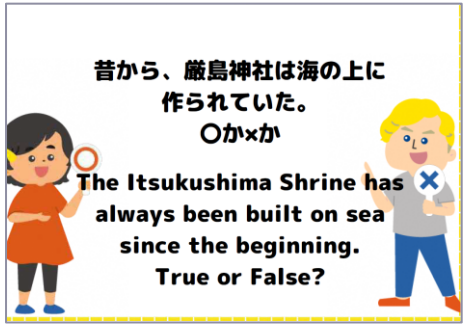
■ 「旅先クイズ会」の開催

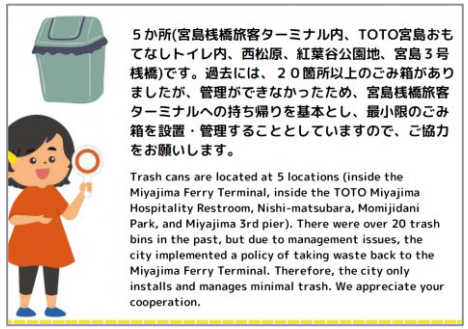
- 旅行者に、クイズを通して地域ごとの歴史やマナー、ツーリストシップを楽しく発信する、マナー啓発イベント
- 広島県観光連盟の観光大使などのボランティアによる参加を募集し、運営側も楽しく実施する
- 昨年4月から開始している「千年先もいつくしむ。」プロジェクト、昨年10月から徴収開始している「宮島訪問税」の普及啓発を併せて実施する

【目的】

- クイズイベントを通して、観光客に宮島の歴史・文化や観光マナーの啓発・PRを行い、宮島ファンの増加やサステナブル観光の意識醸成を図る

※参考（クイズの内容）





5-①. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- **観光客参加型イベントがマナー啓発として有効か検証する**

事業の成果／目標の検証結果

- **マナー意識向上を目的としたイベントの継続実施の目途が立った**
  廿日市市初の取り組みであったが、高い参加者満足度が得られた
  - イベント満足度：**日本人・訪日外国人旅行者共に100%**

成果詳細

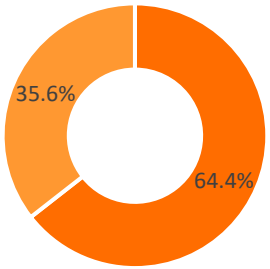
旅先クイズ会の様子

■ **実施回数**
- 宮島の繁忙期である秋季（9～11月）に、計6回実施

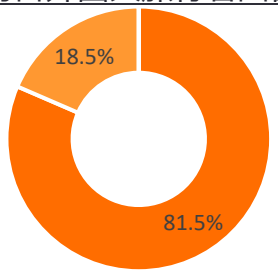
■ **参加者人数**
- 観光客：1524人（うち、訪日外国人旅行者431人）
- 運営スタッフ：51人（延べ数）

■ **イベント満足度アンケート結果**
- 「大変満足」「満足」という評価が全体を占め、不満評価はゼロであった
- 特に訪日外国人旅行者からの高い満足度を得た

日本人観光客回答



訪日外国人旅行者回答



旅先クイズ会の様子

5-①. 成果及び今後に向けて

令和６年度の取組みから見えてきた課題

- 今後も継続する取り組みとするための持続可能な運営体制の構築や、より多くの人を対象に行動変容を起こすためのイベント施策の強化が課題となった

1 安定的な運営スタッフの確保

- ボランティア募集に依存しており、確保が不安定であった
- 安定的に人材が確保できる工夫が必要

2 マナー啓発対象のリーチ拡大

- マナー啓発の対象がイベント参加者に限られるため、一度のイベント実施における啓発人数に限界があり、費用対効果の面で課題が生じた
- より多くの人に効果的にリーチする工夫が必要

3 行動変容を促すイベント設計

- イベントではマナー意識の変容が見られたものの、その後の島内観光で実際の行動変容に繋がったかは不明確
- 意識変容に留まらず、行動に変化を起こすようなイベント設計が必要

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

- 既存の実施手法等をブラッシュアップするとともに新たな企画検討等により観光客参加型のマナー啓発を継続実施する

1 教育旅行コンテンツ造成の検討・試行

毎年、多くの修学旅行生等が訪れる宮島で、修学旅行生がイベント運営スタッフとして参画する教育旅行コンテンツとしての企画・試行を行う

➢ **期待できる効果**

■ **運営負担の軽減と人材の安定確保**

・クイズ出題など、現場での一部運営を学生に担ってもらうことで、市の負担を軽減すると共に安定した人材確保を実現する

■ **啓発効果の波及**

・修学旅行の学生は数百単位での来訪となるため、一度にリーチできる人数が多い。また、その後の家庭や学校への啓発が広がると期待できる

2 イベント実施手法等のブラッシュアップ

- 令和６年度参加したボランティアの継続参加、新規参加を促進させる仕組み・体制づくり
- クイズ参加に合わせ、他の取組・事業との連動などにより行動変容を促す仕組みづくりの検討

  他イベントとの共催やスタンプラリー実施など
- より分かり易く、具体的なクイズやメッセージ内容とすることで、観光客の意識・行動変容を促す

5-②. 主な取組み（詳細）

課題	混雑や周辺道路の渋滞

取組み	**デジタルマップにおける混雑状況可視化とお薦めルート情報の一元化** • 実施期間：令和6年11月～令和7年2月 • 実施主体：廿日市市

事業内容

■ **混雑状況可視化とお薦めルート情報の一元化**

- 既存のデジタルマップサービスに、宮島口の駐車場・宮島ロープウエー乗り場の混雑状況やおすすめ観光ルートの情報を追加し、観光客へ発信
- （併せて、トイレ・喫煙場所・ごみ箱の位置表示も実施）

【背景】

- 駐車場やロープウェーなどの混雑を事前に知ることができない。一方で、現地に迂回路がないため、滞留の発生や周辺道路の渋滞が悪化している

【目的】

- 混雑情報や複数の観光おすすめルートを事前周知することで、観光客の分散と滞留・渋滞の解消を図る

マップサービス イメージ

5-②. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

A：既存デジタルマップに混雑情報等を追加し、観光客にとって有用な情報を集約・提供する媒体に改善することで、**観光客の更なる活用を促進する**

B：混雑情報を事前に周知することで、**観光地の渋滞や混雑を効果的に解消する**

事業の成果／目標の検証結果

A：利便性の高いマップに改善することができ、閲覧数が増加した

- デジタルマップ月平均アクセス数：
  1,155件　（令和5年4月 ～ 令和6年3月（12ヶ月））
  →**17,670件に増加**（令和6年7月 ～ 令和7年1月（7ヶ月））

B：宮島口周辺道路の渋滞が緩和された

- 観光ピーク時平均渋滞：
  6.3km　令和６年計7日間（GW４日、紅葉期３日）
  →**4.5kmに減少**　令和５年　計7日間（GW３日、紅葉期４日）

成果詳細

デジタルマップ 画面

△駐車場の混雑情報

△複数のおすすめ観光ルート

- デジタルマップはスマートフォンなどネットの繋がる媒体で閲覧可能。観光協会ホームページや、観光パンフレットなど、様々な流入口を設けた

5-②. 成果及び今後に向けて

令和６年度の取組みから見えてきた課題

- デジタルマップは、観光客と地域双方にとって重要な情報を一元化するプラットフォームである
- 令和６年度は、混雑や渋滞の緩和に重点を置いた情報の追加を行い、一定の成果を得た
- 今後は、観光客のマナー遵守を促進するための情報追加が課題となる

1 デジタルマップのアクセス向上

- デジタルマップは、スマートフォンなど手元のデバイスから閲覧が可能なため、旅行前段階からの情報の周知に成功。アクセス数も増加した
- 一方、宮島到着後も活用されるよう、旅行中にも観光客の目に触れる工夫が必要

2 施設の適切な利用促進

- デジタルマップではトイレ・ごみ箱・喫煙場所の位置表示を行い、目的地が分からないことによるマナー違反行動は減少した（ポイ捨て・路上喫煙など）
- 一方、到着した後の行動などについては、更なる啓発が必要（トイレの適切な使用やごみ分別）

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

- 他のマナー啓発事業と連携しながら、デジタルマップにマナー関連情報を追加することで、情報の一元化を進める
- 観光客にとって必要な情報を包括的に提供する、利便性の高いデジタルマップとして更なる強化を図る

1 大型デジタルサイネージの現地設置・発信

- デジタルマップの情報を旅行中にも確認できるよう、観光スポット周辺にデジタルサイネージを設置
- 観光客への視認性を高めると同時に、発信手段を多様化させ、情報へのアクセス機会を増やす

2a マナー啓発情報の追加

- トイレ等の設備の位置表示に加え、使い方や注意点を含むマナー情報をデジタルマップに集約
  （他事業で制作するマナー動画を連携予定）
- 情報アクセスの利便性向上とマナー遵守促進を図る

2b ごみ分別を促すユニバーサルな表記の追加

- 景観と調和を保ちながら、訪日外国人旅行者にも分かりやすい形で、分別を促進するための表記やデザインのアップデートを図る

現状について

- 令和7年度は、地域一体型として事業を実施。

39.　香川県土庄町、小豆島町

1．地域概要

対象地域	香川県小豆郡土庄町・小豆島町
申請主体	（一社）小豆島観光協会
計画名	「観光により持続できる島、小豆島」を実現するための環境整備

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	1,153	916	979
- 国内	988	823	837
- 訪日外国人旅行客	165	93	142

地域の特徴・観光資源等

- **日本最初の国立公園寒霞渓**を代表とする島固有の独自の生態系を含めた豊かな自然に恵まれている。
- 高速艇・フェリーが本州や四国と小豆島を結んでいる。最も近い空港である高松空港の国際線旅客数は**全国の空港ランキングで9位。**
- 「グリーン・デスティネーションズ」の審査を受け、**四国で初めてシルバーアワードを受賞。**

協議体制

協議の場

- （一社）小豆島観光協会が下記参加者が集う協議の場を開き、運営を行う

参加者

行政機関等
- 土庄町商工観光課
- 小豆島町商工観光課

有識者
- せとうち観光専門職短期大学石床准教授

事業者
- （株）JTB
- （株）霞ヶ関キャピタル
- （一社）小豆島・瀬戸内エリアマネジメント協会

住民関係者
- 土庄町自治会連絡協議会
- 小豆島町自治連絡協議会

エリアマップ

2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**公共交通の混雑**	• 令和7年は瀬戸内国際芸術祭と大阪・関西万博開催年のため近年最大の来訪者数が想定 • 公共交通の混雑による遅れ、積み残しが想定されるため、代替の交通手段の整備が急務	住民・観光客
2.	**道路渋滞・混雑**	• 国道436 号線が島唯一の国道であり、繁忙期やイベント時にはレンタカー利用や路線バス・タクシーの集中利用による交通渋滞が発生が想定	住民・観光客
3.	**人手不足**	• 加速する島内の少子高齢化によりバス・タクシーの運転手等の働き手側の不足も大きな課題	住民・観光客

① 公共交通の混雑

繁忙期にはバス待ちの行列ができる

路線バスは続行便を出して対応

② 道路渋滞・混雑

繁忙期には渋滞や混雑が発生する

繁閑の差が激しい

③ 人手不足

特にバス運転手が不足している

大型二種免許取得支援制度を設けるなどバス会社も努力している

3．背景･要因

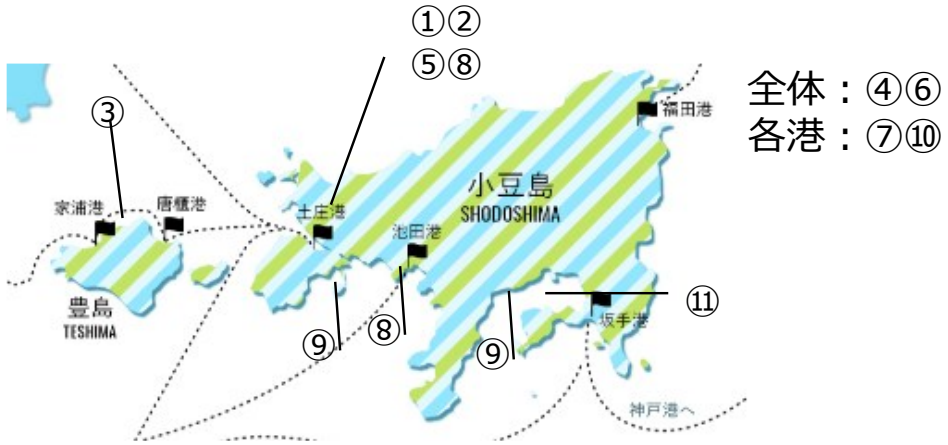
主な背景･要因		
1.	**バス便数の減少**	• 運転手不足のため、バス便が2年で2割以上減少した。
2.	**訪日外国人旅行者の増加**	• 訪日外国人旅行者はコロナ禍を経て急激に回復しており、令和7年は過去最高を記録すると予想されている。訪日外国人旅行者の多くは自家用車、レンタカーを利用しないため路線バスなどが混雑する要因となる。
3.	**人気観光地の集中**	• 小豆島の人気観光地は南側エリアに集中しており、どうしても渋滞・混雑が発生しがちになる。

本事業で土庄港観光センター入口前へ設置したEVモビリティサービス

４．対策の概要

目指す姿	観光により消費される島ではなく、観光により持続できる島を目指す
KGI	観光客の受入に関する住民満足度
	目標値：4.0｜実績値：3.77(令和6年度)

- R5補正オーバーツーリズム対策補助事業を補完・発展させる形で、「公共交通機関の混雑」「道路渋滞・混雑」「人手不足」の改善に貢献する



■補助事業の実施概要

受入環境の整備・増強

①ＥＶモビリティの導入とシェアリングモデル（無人化）に向けた実証
- 公共交通機関が路線バスのみのため、繁忙期に路線バスへの集中・混雑が生じている
- 選択肢の拡大による交通手段の分散化とシェアリングモデル（運営の無人化）に向けた実証を実施

②路線バスとシェアサイクルの連動、および豊島へのサービス拡大
- シェアサイクルだけでは長距離移動が不便なため、帰りは路線バスを使うなど不均衡が生じている
- シェアサイクルを拡大することにより路線バスとシェアサイクルの相互利用を促進する

③既存の交通手段と融合した観光客向けマルチモーダルサービスの開発
- シェアサイクルだけでは長距離移動が不便なため、帰りは路線バスを使うなど不均衡が生じている
- 横断的にワンプラットフォームで利用できる小豆島パス（仮称）を開発する。

④土庄港のハブ機能の強化事業
- 小豆島の玄関口である土庄港だが、情報提供や飲食サービス、近辺への交通に課題が生じている
- 来島者への情報提供や待機中のサービスにより満足度向上を図る

調査・分析

⑤観光客流動調査
- これまで観光客の流動について調査ができておらず、データを基にした施策が行えていない
- 観光客の流動を把握し、需要の平準化を図る

受入環境の整備・増強

⑥港に多言語案内看板設置
- 訪日外国人旅行者が港に到着した際に多言語案内が少ないため混乱が生じている
- 訪日外国人旅行者が港でスムーズに移動できるよう多言語案内看板を設置

⑦バス時刻表サイネージ
- 訪日外国人旅行者がバスに乗車しようとした時にどのバスに乗ればいいか混乱が生じている
- 訪日外国人旅行者がフェリーからバスにスムーズに乗り換えられるよう多言語サイネージを設置

⑧AI通訳サービスの拡充および翻訳履歴を基にしたデータ活用
- 訪日外国人旅行者の急増に伴い、案内所での翻訳ニーズが急速に高まっている
- AI翻訳サービスを活用したコミュニケーションによる混雑リスク低減を図る

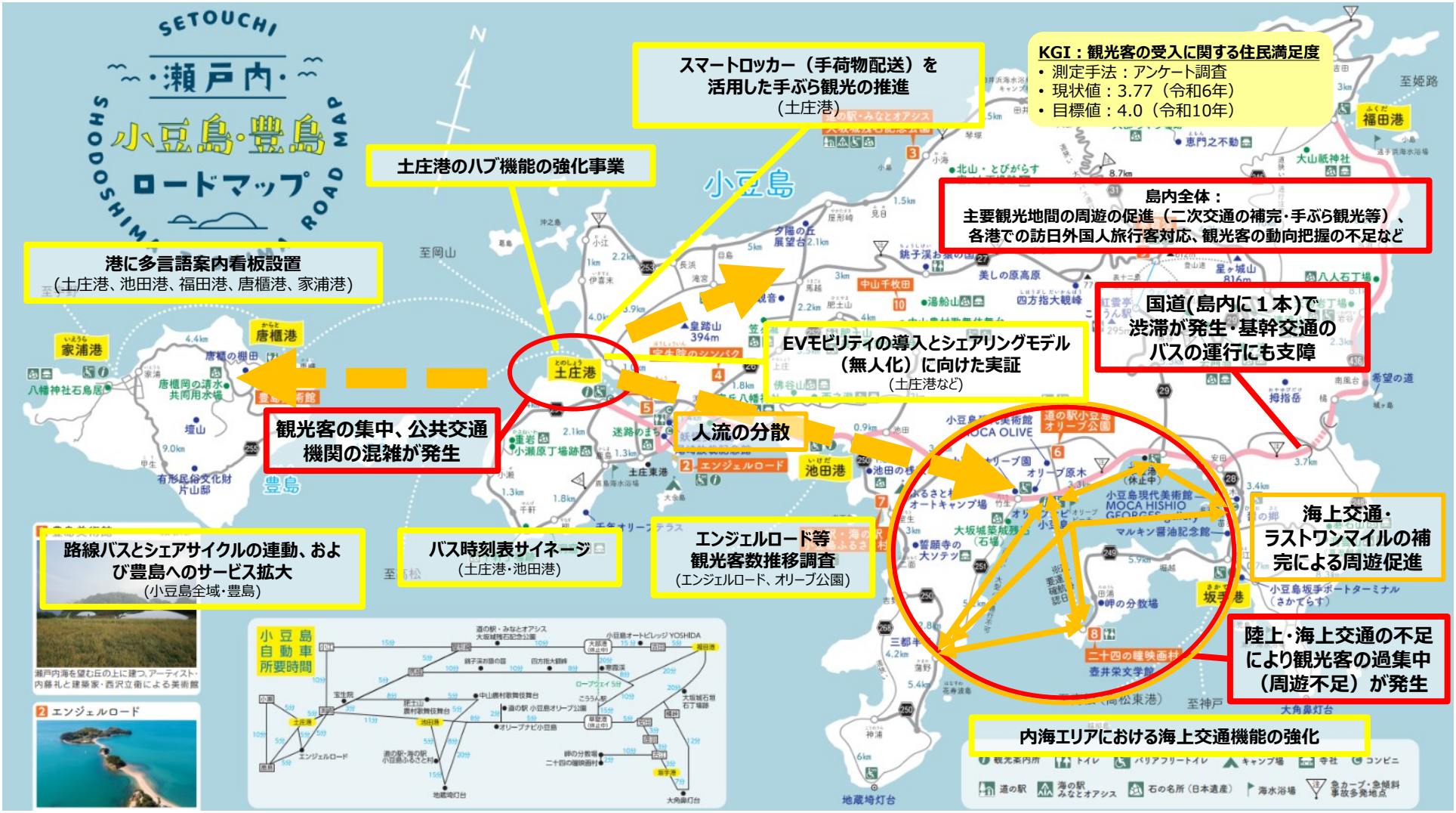
⑨内海エリアにおける海上交通機能の強化
- オリーブ公園バス停では恒常的な行列が生じている
- 二十四の瞳映画村とオリーブ公園のオーバーツーリズムの解消を図る

需要の分散・平準化

⑩エンジェルロード等観光客数推移調査
- 来客数の実数が把握できていなかったため、推測によって将来施策を考える必要があった
- 人気スポット２か所で観光客数と属性を測定、需要予測を行う

【本地域における取組マップ】

課題　本事業での取組　取組による人の動き



既存の交通手段と融合した観光客向けマルチモーダルサービスの開発
（小豆島全域）

観光客流動調査
（小豆島全域）

AI通訳サービスの拡充および翻訳履歴を基にしたデータ活用
（小豆島全域）

（MAP出典）一般社団法人小豆島観光協会

5-①. 主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業①	ＥＶモビリティの導入とシェアリングモデル（無人化）に向けた実証		
事業目的	交通の選択肢の拡大による交通手段の分散化とシェアリングモデル（運営の無人化）に向けた実証		
実施主体	株式会社ＪＴＢ	実施期間	令和7年9月～令和8年2月

【背景・課題】
- 島内二次交通として路線バス、タクシーがあるがバス路線は運転手不足もあり減便が続いている。タクシーも台数が限られているため現在はシェアサイクル利用が増えているが、不足感は否めない
- 小豆島の玄関口である土庄港で観光客の移動手段が一部の交通に集中し混雑が発生している
- 土庄港にEVモビリティサービスを導入することで、観光客の短距離移動手段を増やし、観光集中エリアやバス混雑の分散を促進

【事業内容】
- EVモビリティ３台を購入し、レンタルを行う
- まずは有人オペレーションによるレンタルモデル運用となるが、将来的にはシェアリングモデル（無人化）への移行を検証していく

【推進ポイント】
- 3台の車両をレンタルモデル運用でスタートし、同時にシェアリングモデル（無人化）への移行を検証していく
- 令和7年度のトラックレコードをベースに令和8年度以降車両台数の拡大を検討していく
- 小豆島には港が複数あるので、将来的にはそれぞれの港に配置をし、乗り捨てができるような体制を検討していく

本事業で土庄港観光センター入口前へ設置したEVモビリティサービス

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	ＥＶモビリティの導入とシェアリングモデル（無人化）に向けた実証

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	EVモビリティレンタルサービスの利用回数

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 200回（令和7年度）	• 153回（令和7年9月～令和8年2月）

成果の詳細

- 瀬戸内国際芸術祭秋会期および紅葉シーズン(10月57件、11月52件)は利用が集中し、1日あたり平均2台程度の稼働日が多かった。
- ピーク期(10月)の稼働率は61%、期間全体で満車日は22日、予約をお断りしたお客様も多く、実需要に対して供給不足となるケースを確認。
- 国際免許対応後、外国籍利用者は全体の約15%を占め、訪日外国人旅行客需要の取り込みにもつながった。
- 土庄港到着後、路線バスやタクシーに乗れなかった観光客がその場で予約・利用するケースが見られ、交通手段の分散化に寄与した。
- 有人運用からアプリ予約によるシェアリングモデルへ段階的に移行し、無人化運営の実証を進めることができた。
- 港到着後すぐ目に入る配置と、キャッチーな外観・シンプルな操作性、乗り方動画の視聴により心理的ハードルを下げることができた。
- 4時間プランが半日観光ニーズに適合し、日帰り客・宿泊客双方に利用された。
- 予備バッテリー搭載により行動範囲が広がり、観光満足度向上につながった。
- 乗車前の安全動画視聴を徹底し、事故抑制に寄与した。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1. **観光客への案内体制の強化**
   - シェアリングモデル移行期に問い合わせが（本事業を担当していない）土庄港観光センターへ入るケースがあり、観光客へ十分な案内を行えなかった。
2. **オールシーズンでの快適な利用に向けた取組**
   - 冬期は横風や寒さの影響で利用が減少してしまうため、対策が必要となっている。
3. **ピーク時需要への対応**
   - 稼働台数が3台であったため、ピーク時の需要増加への対応には台数拡大の検証が必要。

令和8年度以降の方針

1. **観光客への案内方法の改善**
   - 案内表示・周知方法、スタッフ対応マニュアル作成などさらなる改善が必要。
2. **季節要因に対応した車両仕様の検討**
   - 季節要因への対策（サイドカバー設置等）の検討が必要。
3. **複数拠点の確保・乗り捨て利用の促進による利用促進**
   - 土庄港・池田港・オリーブナビ・坂手港の4拠点による乗り捨てモデルを実現し、利用者の利便性を向上し島内回遊を促す。また、複数拠点を確保することで、充電切れによる車両の放置リスクを低減する。

受入環境の整備・増強

補助事業③	**既存の交通手段と融合した観光客向けマルチモーダルサービスの開発**		
事業目的	多様な交通手段を統合させ、オンライン決済（キャッシュレス化）により利便性を向上と窓口での混雑緩和を図る		
実施主体	株式会社ＪＴＢ	実施期間	令和7年9月～令和8年2月

【背景・課題】
- 複数の公共交通を乗り継ぐ際のチケット購入手段のわかりにくさ、港やバス停での混雑・現金精算の不便さ
- 多様な交通手段を統合させ、オンライン決済により利便性を向上させ、
  並ばなくてもキャッシュレスでチケットが購入・利用できることを実現することで、窓口での混雑を未然に防ぐ

【事業内容】
- 小豆島内の主要な交通手段を横断的にワンプラットフォームで利用できる「小豆島PASS」を開発
- 小豆島オリーブバス1日乗車券を軸に、オプションとして小豆島への全てのフェリーチケットをデジタル化し、島外から小豆島への移動、島内の移動をサポート。
- ポスター、リーフレット、WEB広告を通して小豆島の魅力を伝え観光振興に寄与

【推進ポイント】
- 最終的には実装を想定しているが、本格的な実装に入る前に、9月～2月の期間で実証を行う。
- 実証の運用実績（利用者データ・移動データ・利用データ等）を分析した上で、企画を調整の上実装する。

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業③	既存の交通手段と融合した観光客向けマルチモーダルサービスの開発

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	電子チケット「小豆島PASS」の利用回数

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 1,000回	• 191回（令和7年9月～令和8年2月）

成果の詳細

- 利用回数は191回（目標1000に対して未達）に留まった。
- 小豆島オリーブバス1日乗車券を中心としたチケット構成としたが、バス以外のオプションチケット（フェリー、シェアサイクル）の利用は需要が広がらなかった。
- 瀬戸内芸術祭の時期には、利用者が増加したが、紅葉シーズン以降のシーズンオフには利用が伸び悩んだ。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

商品設計の分かりにくさ、オペレーション面の煩雑さ

- チケット構成や選択肢が多く、初見の利用者にとって分かりにくい面があった。
- WEBチケット購入後もフェリー乗船時に窓口で紙への引き換えが必要な運用に対して不満の声が複数あった。

令和8年度以降の方針

商品設計の再構築、簡潔なオペレーションへの改善

- 商品設計の簡素化やプランの整理が必要。また、スマートフォン画面提示のみで乗船可能とする現場オペレーションへの移行が急務。
- 商品設計の再構築と、スマホ提示のみで完結する乗船オペレーションへの移行を進め、実装フェーズへの本格展開を目指す。

5-①. 主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業⑤	**観光客流動調査**		
事業目的	観光客の流動を把握し、需要の平準化を図る		
実施主体	一般社団法人小豆島観光協会	実施期間	令和7年9月～令和8年2月

【背景・課題】

- **これまで島内の詳細な流動調査は実施されたことがなく、観光客がどの港から入ってどの観光地に立ち寄り、どの港から出ていったかが不明だった**

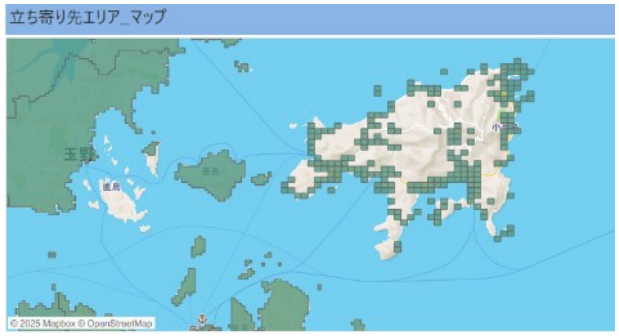
【事業内容】

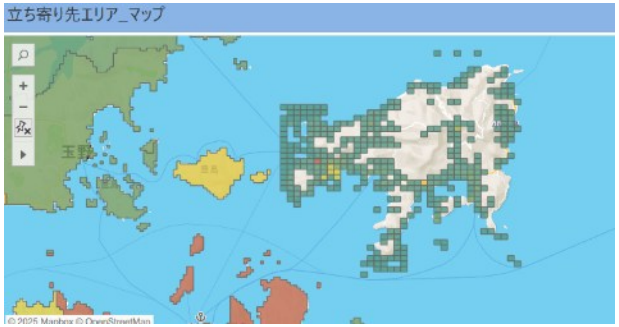
・主に以下の３つの観点で調査する
  ・どの港から入ってどの港から出たか
  ・島内観光地のどこに行ったか、どこが人気か
  ・観光客がどういうルートで島内を移動しているか

【推進ポイント】

- 観光客の流動を把握したうえで、観光協会HPにて
  ・モデルコースを改良し、港の使い分けを推奨
  ・島内の効率的な移動方法をレコメンド
  ・まだ知られていない観光地を紹介

- 令和8年度以降には混雑緩和対策などよりきめ細やかな交通施策に反映





上：福田港
下：土庄港
使う港によって近隣（豊島・高松市）への立ち寄り頻度が大きく異なる
（土庄港の画像では、豊島・高松市が黄色、赤色に表示されており、両地域への立ち寄り頻度が大きいことが示されている）

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業⑤	観光客動向調査

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	観光地集中度（主要４観光地（※）の訪問割合を算出し、それを集中度とする）（※）寒霞渓、オリーブ講演、エンジェルロード、映画村

令和7年度に掲げた目標値

- 集中度２ポイント改善（年度内）

事業の成果/目標の検証結果

- 集中度6.68ポイント改善（令和7年11月～令和7年12月）

成果の詳細

- 無料の観光地が多いため、これまでわかりづらかった観光地ごとのリアルな集客状況（国内観光客のみ）が明確になった。
- 全体の２割強が異なる港を使っていることが初めて分かった。（想定よりもかなり多かった。）
- 人気観光地の集客状況を始めて横並びで比較でき、季節ごとの動向も分かった。
- 北部にある福田港の利用者は他港利用者と比べ北部地域へも足を運んでおり、福田港の促進が北部観光振興に効果的だと分かった。
- ２割強の観光客が行きと帰りで港が異なるため、それを前提にした施策（レンタカー乗り捨て推進、手ぶら観光の推進）が必要だと分かった。
- 経路についても調査したが、観光地によって経路が異なることはあまりなかった。
- これらのデータを基にこれまであまり取り上げられていなかった北部を中心とした冬のモデルコースを提案した。

モデルコース（小豆島観光協会HPにて掲載）

令和7年度事業を踏まえた継続課題

訪日外国人旅行者の動向把握

- 予算の関係で国内観光客のみの調査となったため、訪日外国人旅行客の動向については不明のままとなっている

令和8年度以降の方針

コストを抑えた人流データの取得方法の検討

- 今回のような形でデータを毎年購入するのは費用面で難易度が高い。
- 何らかの形で流動データは継続的に取得したいので、もう少し安価に入手できる方法を検討する。

４．対策の概要

- ピーク時にはフェリー１便で500名程度の観光客が来島するが、二次交通が不十分なため、バスなどの島内交通で混雑が発生している。また、観光地と生活エリアが密接している場所では、観光客のマナー違反によるトラブルが生じている。
- 小豆島全体を包含する観光ビジョンの策定に際し、交通・旅館・観光施設などの観光事業者のほか、大学なども参加し、島内観光が直面する課題を話し合った。
- 小豆島観光協会では毎月会長、副会長、土庄町・小豆島町の商工観光課課長が集まり、観光施策について議論している。その中で上記オーバーツーリズムに関する課題について対策を取る必要があるとの認識に至り、両町の自治会とも相談の上で本事業の実施決定に至った。

観光客の分散・平準化

取組み | **①エンジェルロード駐車場整備・有料化**

背景
- 無料駐車場に観光客が長時間滞留、周辺道路の渋滞等を引き起こしている

内容
- 駐車場を有料化し、駐車場利用時間の短縮・周辺道路の混雑緩和並びに、駐車場事業で得た収益の町内オーバーツーリズム対策事業への還元を目指す

取組み | **②バスロケーションシステム導入**

背景
- ピーク時に観光地周辺のバスが混雑し、島民が乗れない事態が起きている

内容
- バスの遅延・増便情報を観光客に提供し、バスの利用時間やルートの調整を促し、バス混雑の減少を図る

取組み | **③タクシー配車予約システム導入（小豆島全域）**

背景
- 予約方法が電話に限られており、配車効率が悪い

内容
- インターネット予約方法の確立、空車台数等見える化により、配車効率化を図る

受入環境の整備・増強

取組み | **④モビリティ等車両導入（坂手港）**

背景
- 島内全体で二次交通の供給が不足している

内容
- 次世代自動車やEVバイク等のモビリティレンタル事業で二次交通の選択肢を増やし、バスの混雑緩和に繋げる

マナー啓発

取組み | **⑤スマートフォンによる多言語情報提供（小豆島全域）**

取組み | **⑥多言語案内啓発看板設置　島内10か所**（赤★　中山千枚田、大坂城残石記念公園、寒霞渓山頂、エンジェルロード、道の駅小豆島オリーブ公園、醤の郷、二十四の瞳映画村、小豆島ふるさと村、宝生院、土渕海峡）

取組み | **⑦ごみ箱設置**（青★　中山千枚田、大坂城残石記念公園）

背景
- 観光地と島民の生活エリアが近接する小豆島では、生活空間への観光客立ち入りや、ごみのポイ捨てによる生活環境の悪化が起きている

内容
- 案内看板とスマホによる情報提供により、観光客の立ち入り可能地域を明確化・マナー啓発による住民トラブルの未然防止を図る

5-①. 主な取組み（詳細）

課題	取組み
• 主要観光地エンジェルロードの、駐車場周辺における道路渋滞	**エンジェルロード駐車場整備・有料化** • 実施期間：令和7年2月 • 実施主体：土庄町

事業内容

■ エンジェルロード駐車場整備・有料化

- エンジェルロード駐車場を整備し、有料化する
- エンジェルロードから徒歩5分の第2駐車場は無料のままとする

【背景】

- 無料であるため観光客が長時間滞留し、周辺道路の渋滞や観光客の満足度の低下が起きている
- 瀬戸内国際芸術祭開催などの影響もあり、令和元年度には推定来訪者数が30万人を超え、繁忙期の混雑が顕著になったことから、有料化について検討を行ってきた
- 島内路線バスやまちなか周遊ルートなど複合的な検討が必要であることや、島内観光地に有料の事例がなかったことなどから、具体化に至らなかった
- 観光ビジョン策定に至るワーキンググループ等の課題検証において、持続可能な観光に資するために、二次交通の強化や観光客増加による生活環境への悪影響などが挙げられ、混雑・マナー違反対策や次世代につなげていくための財源確保策として、事業立案につながった

【目的】

- 有料化により、駐車場利用時間の短縮・周辺道路の混雑緩和につなげ、また、小豆島全体で持続可能な観光への取組みの一つとして、駐車場事業で得た収益を対策費に充当す形でへの還元を目指す
- 第2駐車場は無料とすることで混雑の分散を図る。隣接する迷路のまちエリアや土渕海峡などの観光地への誘客にもつなげる

区分		使用時間	使用料（1区画）
8:00～18:00	普通車用	30分以内	300円
		30分を超え30分ごと	100円
	大型車用	60分以内	2,000円
		60分を超え30分ごと	1,000円
18:00～翌8:00	全区画	無料	

エンジェルロード駐車場から伸びる道路の混雑状況

繁忙期（GW）の混雑状況

繁忙期（お盆）の混雑状況

5-①．主な取組み（詳細）

事業内容

【周辺図】

出典：国土地理院の地図データを加工して作成

５-①. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- **駐車場有料化による、駐車場回転率の向上及び周辺道路の混雑緩和**

事業の成果／目標の検証結果

- **駐車場の回転率が向上し、混雑が緩和した**※()は計測時期
  - 1台あたり駐車場滞在時間:**29.5分**(R6.8)→**24分**(R7.2)に減少（**19%減**）
  - 周辺道路通過の所要時間:**4分55秒**(R6.8)→**4分17秒**(R7.2)に減少（**13%減**）

成果詳細

有料化後の駐車場

満空情報の掲示

【成果】

・駐車場の回転率向上
・周辺道路の混雑緩和
・継続的な町の収益確保

【副次的な効果】

駐車場に配置する誘導員について、従来5人体制だったところ、2人体制で対応できるようになるなど人員不足の解決にも寄与

【有料化による収益】

駐車場追加や警備員費などの対策費用に活用していく

令和６年度の取組みから見えてきた課題

■ 増加する訪日外国人旅行者の利便性向上

- 現状、駐車場に関する看板や支払い方法等のインストラクションが日本語のみとなっている
- 訪日外国人旅行者が車で島内を移動するケースも増加しており、訪日外国人旅行客対応が必要

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

■ 多言語対応や支払い方法の多様化

- 駐車場の使用状況やニーズを把握した上で、必要に応じ、精算機の使い方など多言語化の対応をしていく

5-②. 主な取組み（詳細）

課題	取組み
• 島内二次交通の供給が不足している	**モビリティ等車両導入（坂手港）** • 実施期間：令和7年2月 • 実施主体：小豆島町

事業内容

■ モビリティ等車両導入

- 小豆島町が次世代自動車やEVバイク等のモビリティを購入
- 民間事業者にて、観光客向けモビリティレンタル事業を実施

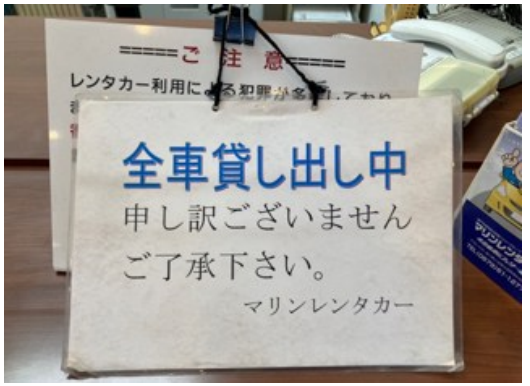
【背景】

- 小豆島では、二次交通の供給量と手段の種類が限られている
- 町民・観光客共にバスへの依存度が高く、バスの利用集中によるバス内の混雑が深刻である
- バス以外の二次交通の手段として、レンタカーが有効であるが、特に繁忙期は供給が不足し、観光客の利用が確保できない状況
- 小豆島は繁忙期と閑散期で来訪者数の変動が大きいため、民間のレンタカー事業者にとって、繁忙期に合わせた設備投資は現実的ではない
- 観光需要の変動に柔軟に対応するため、町が車両を購入することで、閑散期は町で利用、繁忙期は民間に無料貸与し供給力を補完する方針となった

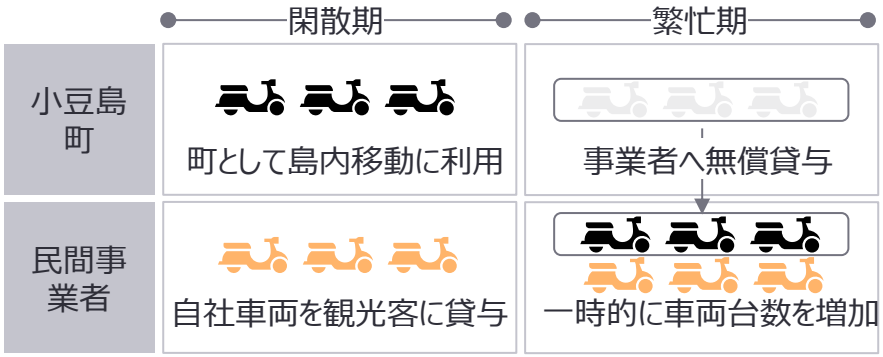
【目的】

- 二次交通の選択肢を増やすことで、観光客の利便性向上と既存の島内交通手段（バス）への一極集中を緩和する

繁忙期にはすぐに満車になるレンタカー



観光需要の変動に応じたレンタル車両の管理



５-②. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- **自動車･EVバイク等のレンタルを行い、島内二次交通の選択肢を増やす**

事業の成果／目標の検証結果

- 車両の導入は完了したが、観光客の利用はこれからとなる
- 大型連休等の多客期や、瀬戸内国際芸術祭開催時期等の多客期に、島内の二次交通として有効な手段となるよう、取組み・検証を行う

成果詳細

自動車PHEV１台とEVバイク９台を導入

他事業におけるモビリティの増強

小豆島における一般型採択のシェアサイクル事業とあわせ、島内における観光客のモビリティへのアクセスは向上した。

- シェアサイクル 160台導入
- サイクルポート 10か所増設（計42か所）

事業名：「自律運航船（無人運航ボート）とシェアサイクルを組み合わせた新しい島の周遊モデル」

令和６年度の取組みから見えてきた課題

■ モビリティのレンタル利用促進

- 島内の移動手段として、知らないと利用してもらえない。観光客が島内移動手段を検討するモーメントを捉え、適切な場所で周知する必要がある

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

■ 関係者と連携した旅行前･旅行中のPR強化

- 観光協会や町のホームページによる周知、観光導線上にある坂手ターミナルやジャンボフェリー内での周知を行い、既存の二次交通バスからの分散を促す

現状について

- 令和7年度は、地域一体型として事業を実施。

40.　愛媛県大洲市

1．地域概要

対象地域	愛媛県大洲市
申請主体	一般社団法人キタ・マネジメント
計画名	肱南地区における「周遊促進による文化財保護と住民環境改善のためのデジタルマップ及びサイン整備事業」

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
臥龍山荘来館者数（千人）	36	48	51
- 国内	31	37	33
- 訪日外国人旅行者	5	11	18

地域の特徴・観光資源等

- 城下町である肱南地区は、国の重要文化財・名勝指定の臥龍山荘や大洲城、おおず赤煉瓦館など歴史的建造物が立ち並び、風光明媚な「伊予の小京都」と呼ばれるエリア
- 同地区では古民家を活用し、日本最大級の分散型ホテル「NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町」26棟や、観光客向けのショップなどが過去5年間で31事業者が進出

協議体制

協議の場

区長を交えた地域協議会

- 地域の区長を交えた協議会を設置し、補助事業に基づく事業の効果検証の実施及び地域協議計画の策定

参加者

行政機関等
- 大洲市観光まちづくり課

まちづくり会社
- （株）KITA
- (一社)キタ・マネジメント

観光協会
- 大洲市観光協会

住民関係者
- 大洲6区、8区、9区の区長

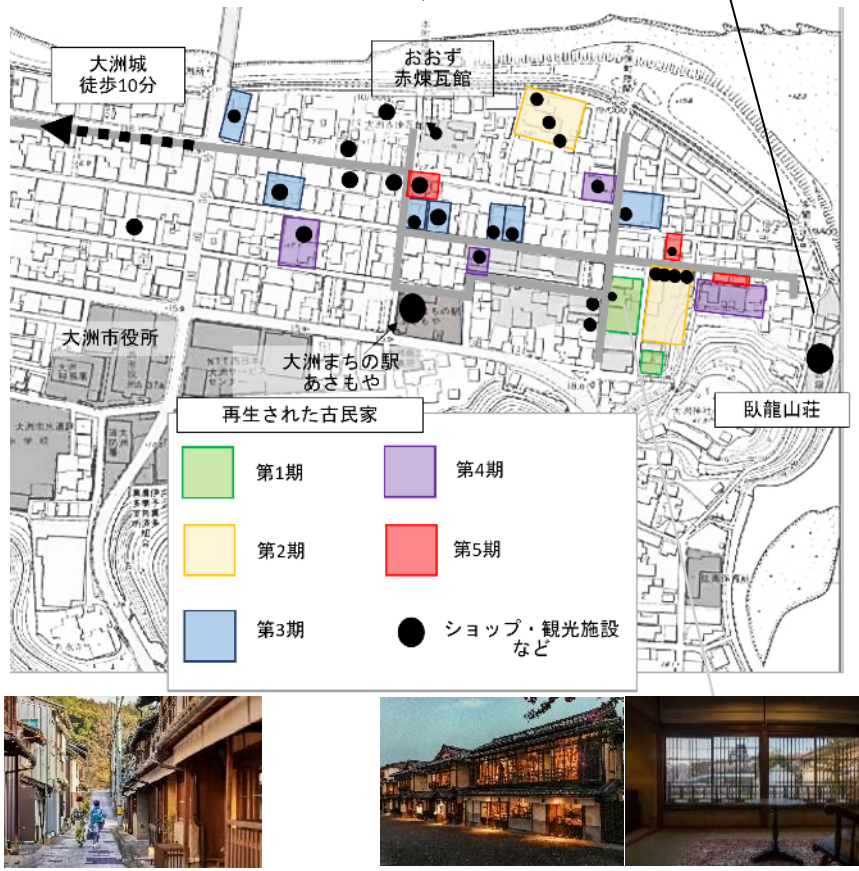
ガイド事業者
- 地元住民の観光ガイド団体

エリアマップ

日本初の城泊
大洲城キャッスルステイ

大洲市指定有形文化財おおず赤煉瓦館

国重要文化財
臥龍山荘



伊予の小京都と呼ばれる城下町の町並み

町家・古民家を再生した日本最大の分散型ホテル　NIPPONIA HOTEL 大洲城下町

2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**マナー問題**	• 観光客が誤って観光客が民家に侵入してしまうなど、住民から区長へ年間10件程度のクレームが発生 • 観光客への注意喚起のために住民が独自でサインを設置 • 観光客が車で乗り入れることで道に迷ってしまい、渋滞や物損事故が多く発生	住民・観光客
2.	**特定の場所への集中**	• 臥龍山荘に観光客が集中し、動線以外の場所を歩行することにより名勝指定されている庭園の苔の毀損被害が発生	臥龍山荘
3.	**特定の場所への集中**	• 臥龍山荘に続く動線上にある店舗に観光客が集中し、住民の生活道路でもある拡幅4m以下の道路に滞留	住民・観光客

① マナー問題

観光客が侵入しないように住民により掲示されたサイン

② 特定の場所への集中

臥龍山荘の名勝指定された庭園の苔が剥がれている様子

③ 特定の場所への集中

臥龍山荘に続く道路に観光客が滞留する様子

3．背景･要因

令和7年度実施事業

主な背景･要因		
1．**訪日外国人旅行者の急増**	• Green Destinationsによる認証等を通じて大洲の認知度が上がり、その中心部である肱南エリアでは訪日外国人旅行者が急増 • 肱南エリアは歴史ある古い家が立ち並ぶ町並みであり、古民家を活用したホテルやショップと住民が居住している民家が混在していることから、私有地への観光客の立ち入りや写真撮影が発生 • エリアとしてもあまり広い地域ではないため、車の乗り入れが集中して増加した場合、渋滞が発生	住民･観光客

細い路地で観光客と観光客が乗った車がすれ違う様子

細い路地に観光客が集中する様子
車のすれ違いなども難しくなっている

苔がなくなってしまった名勝指定されている庭園でもある臥龍山荘

進入禁止の看板が張られた民家

細い路地に観光客が集中する様子

4．対策の概要

目指す姿	観光客が城下町の肱南地区全体に分散し、住民と観光が両立している城下町
KGI	（指標）アンケート調査での困りごと「特になし」の回答割合
	目標値：70%｜実績値：56%(令和7年12月調査)

- 本事業により住民生活への悪影響を抑えるほか、地域協議計画の策定を行うことで、より的確な住民不満の把握と改善策の検討を図る

■補助事業の実施概要

需要の分散・平準化

①肱南地区のデジタルマップ整備事業

【背景・課題】
- 臥龍山荘に観光客が集中して滞留しており、他施設への誘導が不十分

【事業内容】
- 大洲市の観光ウェブサイトにデジタルマップを掲載し、他施設をPR

受入環境の整備・増強

②デジタルマップと連動したサイン整備事業

【背景・課題】
- 観光客による住宅等私有地への誤侵入被害が発生

【事業内容】
- 私有地への立ち入り禁止を促すサインや、城下町内の店舗や宿へ誘導するための、景観に配慮し、かつ多言語化されたサインを整備

マナー違反行為の防止・抑制啓発

③観光施設のマナー啓発サイン設置事業

【背景・課題】
- 臥龍山荘に観光客が集中し、庭園内で踏み石以外への侵入による苔の消失等毀損発生

【事業内容】
- 多言語化された注意喚起サインを設置

受入環境の整備・増強

④デジタルマップと連動した車両乗り入れを抑制するサイン整備事業

【背景・課題】
- 城下町への車の乗り入れが増加することで交通渋滞が発生

【事業内容】
- 混雑解消のため、景観に配慮し、かつ多言語化された城下町外にある駐車場へ誘導するサインを、城下町の入り口に設置

地域全体の観光地域づくりに関わる事業

⑤AIカメラのモニタリングによる地域協議計画の策定業務

【背景・課題】
- 観光振興が地域住民の生活に影響を及ぼしており、住民意見の聴取が必要

【事業内容】
- AIカメラにより人流と車の通過台数を把握し、今般の事業により観光客の分散化が起きているかを把握→令和8年度以降に必要な看板や施策を検証し、来年度以降の計画策定に反映予定

景観に配慮されたデザイン

苔を踏まないようにする注意喚起サイン
民地に侵入しないよう促すサイン

【本地域における取組マップ】

令和7年度実施事業

KGI：アンケート調査での困りごと「特になし」の回答割合
測定手法：地域住民アンケート(紙)
・現状値：56%
・目標値：70%

脇南地区のデジタルマップ整備事業（城下町全域）

KPI：臥龍山荘の同時最大滞留人数
令和7年度　80名以下
令和8年度　40名以下

デジタルマップと連動した車両乗り入れを抑制するサイン整備事業

KPI：城下町への乗り入れの台数
令和7年度　150回
令和8年度　120回

デジタルマップと連動したサイン整備事業（城下町全域）

KPI：住宅への侵入報告
令和7年度　0回
令和8年度　0回

観光施設のマナー啓発サイン設置事業

KPI：文化財損壊箇所
令和7年度　4箇所
令和8年度　2箇所

AIカメラのモニタリングによる地域協議計画の策定業務

KPI：AIカメラの設置数、協議会の開催
令和7年度　AIカメラを3か所に設置し、人流データを取得した上で区長を交えた協議会を開催し、地域協議計画を大洲市に提出
令和8年度　R9観光まちづくり戦略ビジョン改定の際に地域協議計画の改定を実施

5-①. 主な取組（詳細）

需要の平準化

補助事業①	**肱南地区のデジタルマップ整備事業**		
事業目的	臥龍山荘及びその付近店舗で滞留している観光客を他の観光施設や店舗へ誘導し、臥龍山荘及びその周辺店舗の渋滞を緩和する。		
実施主体	一般社団法人キタ・マネジメント	実施期間	令和7年10月～令和8年2月

【背景・課題】

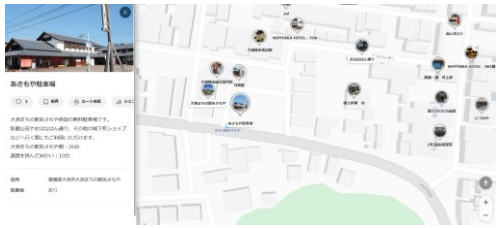
- 臥龍山荘は年々訪日外国人旅行者が増加し、観光客の集中的な滞留による庭園の毀損や、同施設周辺店舗前に観光客が滞留することで交通渋滞が発生

【事業内容】

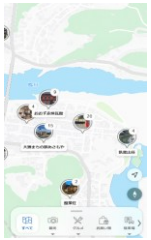
- 観光客分散のための多言語化されたデジタルマップを整備することで、臥龍山荘付近以外の店舗への誘導を実施及び駐車場・駐輪場の情報整備によって住民生活圏への車両侵入を抑制
- 大洲市公式観光情報サイト「Visit Ozu」に令和7年10月1日よりデジタルマップを実装し、旅マエの観光客に城下町の店舗の位置を周知することで周遊の促進・需要の分散化を促進

【推進ポイント】

- 本事業は他のサイン整備事業やAIカメラ設置などと連動することで効果を発揮し、特定観光施設に集中する観光客を城下町に分散させることで、オーバーツーリズムの防止を行うとともに、城下町内の観光事業者への経済的裨益も向上
- キタ・マネジメント職員が同時最大滞留人数をカウントすることで、令和9年度の「大洲市観光まちづくり戦略ビジョン」にオーバーツーリズムの基準として臥龍山荘の同時最大滞留人数を設定し、来年度以降の入館料改定などの施策の参照データに設定



整備したデジタルマップ



設定より言語選択が可能

5－①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	肱南地区のデジタルマップ整備事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	臥龍山荘の同時最大滞留人数

令和7年度に掲げた目標値

- 同時に臥龍山荘にいる観光客の数を80人以下にする

事業の成果/目標の検証結果

- 令和7年10月1日以降で80人を超えた時間は43回、そのうち100人を超えたのは17回となった

成果の詳細

- 大洲市観光情報公式サイト「Visit Ozu」にデジタルマップを令和7年10月1日より実装し、旅マエの観光客に城下町の店舗の位置を周知することで周遊の促進・需要の分散化を促進した。
- 日本語、英語、中国語、繁体語で表記されるため訪日外国人旅行者も対応可能とした。

マップPV数	スポットPV数	公開スポット数	利用ユーザー数
8,097	13,773	72	5,339

デジタルマップ実績

デジタルマップを
お知らせするポスター

デジタルマップQR

左：デジタルマップには観光客向けのお店のみならず、観光地や駐車場、駐輪場なども表記

令和7年度事業を踏まえた継続課題

デジタルマップの対応範囲が限定的

- ランニングコストの捻出の都合もあり、デジタルマップへ掲載するスポット登録が肱南地区（大洲城や臥龍山荘などの観光施設があるエリア）に限定している。

令和8年度以降の方針

デジタルマップの肱南地区以外への拡大

- 肱南地区以外の肱北地区、長浜地区、肱川地区へもデジタルマップを拡大し、更なる周遊促進と需要の分散を促す。

受入環境の整備・増強

補助事業②	デジタルマップと連動したサイン整備事業		
事業目的	古民家を活用したホテルやショップの場所がわかりやすく表示されたサインを整備することで、肱南地区全体に観光客が分散するよう誘導し、民家への侵入や特定店舗への滞留を防ぐ。		
実施主体	株式会社KITA	実施期間	令和7年8月～令和8年2月

【背景・課題】
- 肱南エリアは歴史ある古い家が立ち並ぶ町並みであり、古民家を活用したホテルやショップと住民が居住している民家が混在していることから、私有地への観光客の立ち入りや写真撮影が発生
- 肱南エリアの住居では、観光客の民家への侵入を防ぐため所有者により独自で作成された日本語の看板などが掲示

【事業内容】
- 地域協議会や城下町の事業者間で開催しているまちづくり大学の中で必要なサインの設置数や現在住民が設置しているサインの洗い出しを実施
- 景観に配慮し、かつ多言語化された城下町内の店舗や宿へ誘導するサイン（店舗名・エリアMAP）を整備
- 住民が設置しているサインを景観に配慮し、かつ多言語化したものに変更・整備

【推進ポイント】
- デジタルマップのQRコードを新しく整備したサインに記載する等、デジタルマップと連動したサインとすることで、デジタルとアナログの両面でオーバーツーリズムの対策を実施
- ㈱KITAは城下町に約40棟の不動産を保有・管理しており、各所にサインの設置が可能
- 本事業はデジタルマップ整備事業（デジタル・多言語）やAIカメラ事業（効果検証）等と連動することで効果を発揮
- 実施前後に協議会にて区長へのヒアリングを実施

設置したマップ等のサイン

5－②. 成果及び今後に向けて

補助事業②	デジタルマップと連動したサイン整備事業

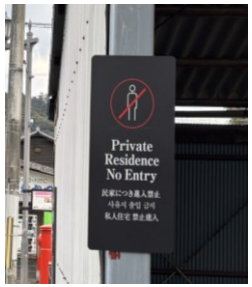
令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	地域住民からの、観光客の住宅への侵入報告

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 侵入報告0件	• 令和8年2月時点で侵入報告はなく目標達成

成果の詳細

- 地域協議会での区長との協議や、大洲まちづくり大学での観光事業者等との協議を経て、周辺マップと誘導サインの仕様、デザイン、設置場所を決定した。
- 城下町の集中エリアに周辺情報などを掲載した看板を計28カ所を設置し、周辺マップには各事業者の店舗を日・英で表記を行った。
- デジタルマップに誘導するためにQRコードを周辺マップに掲載し、設置後、地域協議会において区長を通して侵入報告の有無を確認した。（0件）



設置したサインの例

令和7年度事業を踏まえた継続課題

更なる分散化施策の必要性

- 城下町エリア全体への観光客分散はデジタルマップと案内サインだけでは効果は限定的であり、更なる分散化の施策が必要である。

令和8年度以降の方針

デジタルマップの整備と周知を継続

- デジタルマップと連動したサインを設置しているため、デジタルマップの整備と周知を継続することでサインの効果を継続的に発揮させることを目指す。
- 更に分散化を図るための別施策を検討・実施する。

5-③. 主な取組（詳細）

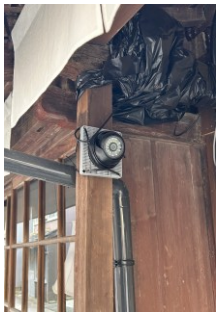
地域との協議

補助事業⑤	**AIカメラのモニタリングによる地域協議計画の策定業務**		
事業目的	協議会にて城下町エリアにAIカメラを設置し、効果検証を行うとともに適切な需要管理を目指す。		
実施主体	オーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な観光推進事業地域協議会（事務局：一般社団法人キタ・マネジメント）	実施期間	令和7年8月～令和8年2月

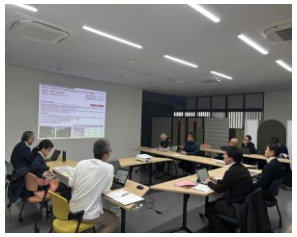
【背景・課題】
- 大洲市観光まちづくり戦略ビジョンを策定する「大洲市観光まちづくり戦略会議」には自治会長（大洲市全域の自治会の代表）が参加しているが、観光客の滞留によりクレームが多く発生している肱南地区の区長（6区・8区・9区）を交えた会議体は不在
- 大洲市では「大洲市観光まちづくり戦略会議」にて肱南地区の無作為抽出の200世帯に対してアンケート調査を行い、住民満足度調査を毎年実施
- キタ・マネジメントは、令和4年より毎月、肱南地区の観光事業者が参加する大洲まちづくり大学にて事業者の意見をヒアリング
- 大洲市が実施するアンケートには自由記入欄もあるが、住民の意見を直接反映させる機会がないため、住民の代表者である区長を交えて協議する場の設置や住民への周知を行う必要

【事業内容】
- 観光客の滞留によりクレームが発生している肱南地区の区長を交えた会議体を設置
- 協議会にて、AIカメラを町中に2箇所設置し、補助事業の効果検証を実施
- 大洲まちづくり大学など関係者にも事業概要や結果を随時共有
- 成果報告書を作成し、地域協議会にてDMOや大洲市に対して提言

【推進ポイント】
- 協議会は３回実施を予定し、①仮説設定②検証③結果報告の段階を踏んだ協議を実施
- AIカメラで取得したデータを元に、協議会にて効果検証を実施
- 検証したデータや効果に基づいた成果報告書を作成し、観光客が滞留している区への周知



設置したAIカメラ



区長を交えた地域協議会の様子

5－③. 成果及び今後に向けて

補助事業⑤	AIカメラのモニタリングによる地域協議計画の策定業務

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	検証したデータや効果に基づいた成果報告書を作成し、観光客が滞留している区への周知の実施

令和7年度に掲げた目標値

- AIカメラを2か所に設置し、人流データを取得した上で該当する区長を交えた協議会を開催し、地域協議計画を大洲市役所に提出

事業の成果/目標の検証結果

- 分散率が改善（13.4→15.1ポイントへ）
- R9観光まちづくり戦略ビジョン改定の際に地域協議計画の改定を実施

成果の詳細

【デジタルマップについて】

- AIカメラを2台設置（OZU＋前と旧藤本医院前に設置、当初は3台の予定であったが、予算の都合上2台に変更）し、臥龍山荘の導線であるOZU+の観光客数と観光導線からは外れている旧藤本医院の観光客数を比較し、分散率を計測

$$\text{分散率} = \frac{\text{旧藤本院前での計測人数（人）}}{\text{ozu+前での計測人数（人）}} \times 100$$ ・・・※分散率が大きい＝需要の分散に成功

- サイン・デジタルマップ整備前（測定期間：9/21～9/27）　13.4ポイント
- サイン・デジタルマップ整備後（測定期間：10/1～1/30）　15.1ポイント（平均）

※1月1日から1月10日は大洲神社周辺の参拝客が増え、さらに1月10日の「十日えびす祭り」には大洲神社に観客が集中するため13.4ポイント以下の数値となっている

AIカメラによる分散率の計測

令和7年度事業を踏まえた継続課題

インパクトの拡大と継続的な運用コスト

- 分散率は1.7ポイント向上したが、オーバーツーリズム対策におけるインパクトは小さく、継続して分散化を図る必要がある。また、AIカメラ継続運用に係るランニングコストの予算捻出が困難であるため、事業継続が難しい。

令和8年度以降の方針

デジタルマップの継続周知と新たな計測手法の開発

- デジタルマップを継続して整備・周知することで分散に引き続き取り組む。
- 測定手法を工夫し、持続的に測定ができる方法を模索する。

41.　高知県いの町

1．地域概要

対象地域	高知県いの町仁淀川流域
申請主体	高知県いの町
計画名	にこ淵の時間分散による渋滞緩和と駐車場整備事業

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	5	100	200
- 国内	4	90	190
- 訪日外国人旅行者	0.1	10	10

地域の特徴・観光資源等

- 令和6北地域に位置する「にこ淵」は急峻な山間部の観光地にもかかわらず、SNSでの知名度の向上とともに近年多くの観光客が押し寄せ、令和6年度に遊歩道の増設など受入環境整備を行ったことで、さらに観光客が増加している状況である。（令和7年GWも大渋滞が発生）
- にこ淵に続く国道沿いには、大規模な観光地はなく、小規模な道の駅がいくつか存在するのみである。そのため、にこ淵を訪問する観光客は、にこ淵に向けて車を走らせはじめると、訪問途中で混雑を避けるための時間調整等を行うことができない。

協議体制

協議の場

オーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な観光推進事業関係者協議会

いの町を中心に、住民関係者、高知県、観光協会（広域含む）、有識者、IT事業者等で協議会を組成し、本事業についての協議を実施する。

参加者

行政機関等
- いの町
- 高知県

有識者等
- 高知大学次世代地域創造センター　岡村健志准教授

事業者
- NTTドコモビジネス㈱
- いの町観光協会
- 仁淀ブルー観光協議会

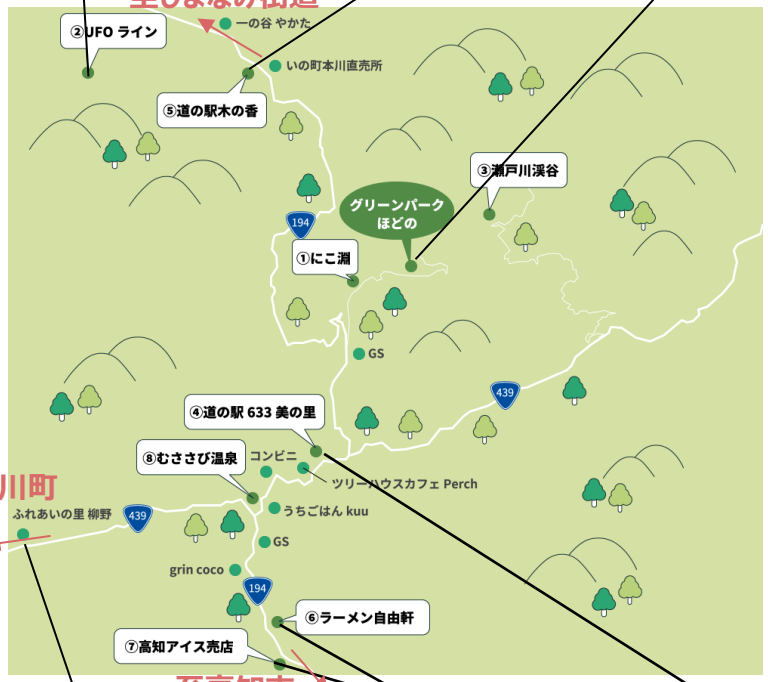
住民関係者
- 吾北地区区長会会長
- 程野地区長

エリアマップ

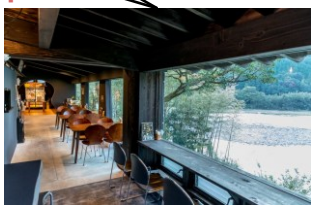
車のCMにも使われたスカイライン
紅葉時期等は非常に込み合う

愛媛方面からの道の駅
温泉施設があるが、駐車場は狭い

大規模な駐車場を備える
キャンプ場。星がきれい。



いの町の隣町。仁淀ブルーが見える渓谷等はオーバーツーリズムとなっている



仁淀川を眺めることができるカフェ
季節によらず、県外客でにぎわう

高知方面からの道の駅
駐車場が少なく、満車となりやすい

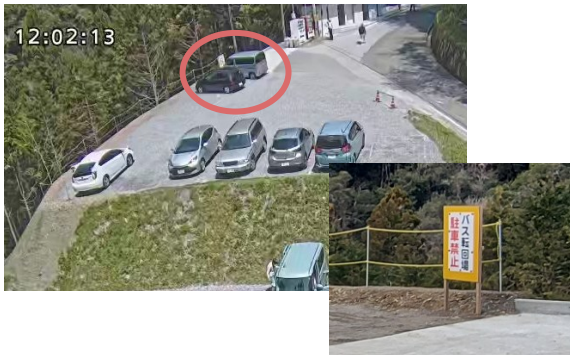
2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**駐車場待ち列による道路渋滞**	• にこ淵につながる林道および国道（194号）については、大型連休を中心に、にこ淵の駐車場待ちの渋滞が発生している（令和7年度GWには、国道で約100台（1.5km程度）の渋滞）	地域住民 道路利用者
2.	**バス駐車・転回場所への一般車の誤駐車**	• 令和6年度ににこ淵駐車場を拡幅し、整備した『バス駐車・転回場所』の運用を開始したが、バス駐車・転回場所であることを明示しているにも関わらず、観光客の一般車両の誤駐車が発生 • バスがにこ淵駐車場で駐車・転回できず、狭い山間の道路を転回可能な場所（4km先のグリーン・パークほどの）まで往復し、一般車とのすれ違い等で危険が生じている	地域住民 道路利用者
3.	**にこ淵の観光資源としての活用**	• にこ淵は、「渋滞を起こす一方で、地域への経済波及はほとんどない観光地」という認識であり、観光地として、住民に持続的に支持される存在になっていない	地域住民

① 駐車場待ちの渋滞

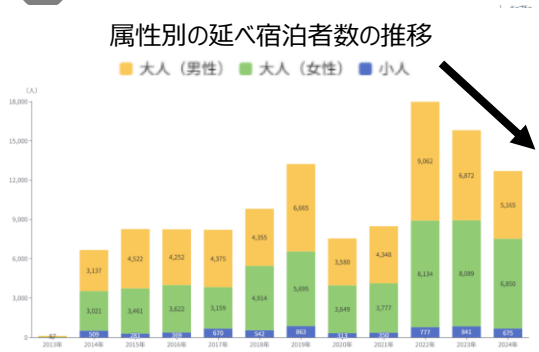
令和7年のGWに大渋滞となった国道194号。
片側1車線かつ、一本道であり、渋滞を避ける道がないため、通行の妨げとなった。

② バス駐車・転回場所への誤駐車



上：バス駐車・転回場所に誤駐車する一般車両
下：バス専用であることを知らせる看板

③ 宿泊者の減少



RESASでの宿泊者分析
いの町については、にこ淵の観光客の増加と比例しておらず、コロナ後宿泊者が減少傾向

3．背景・要因

主な背景・要因	
1. **地形制約と来訪時間の集中による駐車場不足・渋滞**	• SNSでの急速な認知拡大による来訪者増に対し受入態勢は整備中である • 急峻な山間地であり、大規模駐車場の整備が難しく既存の駐車余力（駐車場19台＋路肩3～8台）がピーク時に不足している • にこ淵へのアクセス道は狭い林道で駐車待ち停車が発生すると行き違い不能となる • 「仁淀ブルーは昼頃が最もきれいに見える」という情報拡散により昼前後に来訪が集中する • 大型連休を中心に渋滞が発生している（令和7年のGWには国道で約100台（約1.5km）の渋滞が発生）
2. **表示・舗装の未整備によるバス駐車・転回場所への一般車誤駐車**	• バス専用の駐車・転回場所を整備し日本語で明示しているにもかかわらず一般車の誤駐車が発生している • 駐車場が未舗装であり、バス駐車・転回のための区画はロープのみのため、一般車の駐車区分が分かりにくく、多言語表示が不足している • バスが駐車・転回できない場合、バスは狭い山道を4km先の施設まで往復して転回せざるを得ず、一般車とのすれ違いなど安全上のリスクが生じている
3. **受入環境とデータ不足による地域経済波及の未実現**	• 急こう配の階段しかない遊歩道、仮設のみのトイレ、狭い駐車場などにより現地での経済活動が実施できていなかった • また、訪問者数や属性データを取得できておらず観光消費拡大策の立案に必要な基礎情報が不足している • 訪問客増にもかかわらず宿泊者数は減少傾向で、住民からは「渋滞を起こす一方で地域への経済波及がほとんどない観光地」と認識されてしまい、観光地として住民から持続的支持される存在に至っていない

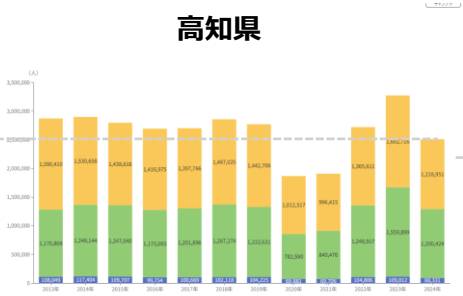
国土地理院空中写真（令和6年）を元に作成

にこ淵の場所
（急峻な山間に位置、周辺には育成林等も多数あり、アクセス道路は住民に加え、多くの林業関係者も利用）

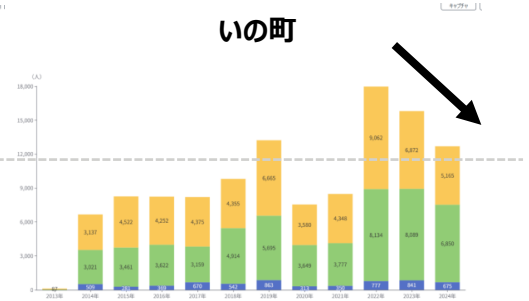
バス転回場に誤駐車する一般車両

RESASでの宿泊者数比較

高知県



いの町



宿泊客数はコロナ前の水準に回復傾向

訪問客数が増加しているにも関わらず**宿泊客数は2022年をピークに減少**

にこ淵の賑わいが宿泊客数増加など経済波及につながっていない

4．対策の概要

目指す姿	にこ淵に流入する車両台数を平準化することで、住民に影響を与える大規模渋滞を減少させ 地域にとってあってよかったと思える観光地へ
KGI	（指標）大規模な渋滞の減少 （時間当たりの最大流入台数減少）
	現状値：153台/時間（令和7年度） 目標値：120台/時間（令和9年度）

- SNSにより、急速に観光客が増加し、オーバーツーリズムが発生している「にこ淵」について、時間場所分散を行うことで、オーバーツーリズムの解消を行う。

■補助事業の実施概要

需要の分散・平準化

①旅前における混雑予測情報提供による時間分散事業

【背景・課題】
- にこ淵への公共交通機関が少なく、観光客の多くが自家用車・レンタカーで来訪する。10-15時に観光客が集中し、特に大型連休を中心に大渋滞が発生し交通マヒを起こしている

【事業内容】
- 混雑予測情報と仁淀ブルーが楽しめる場所、観光地情報等をまとめた「にこ淵訪問前情報サイト」（多言語対応）を構築。「にこ淵訪問前情報サイト」認知度向上のため、SNS投稿・SNS広告を用いてプロモーション実施

受入環境の整備・増強

②にこ淵駐車場誤駐車防止事業

【背景・課題】
- バス駐車・転回場の整備を行ったが、観光客の一般車両の誤駐車が続発。バスは狭い山道を4km上ったキャンプ場まで走行する必要があり、安全を損なっている

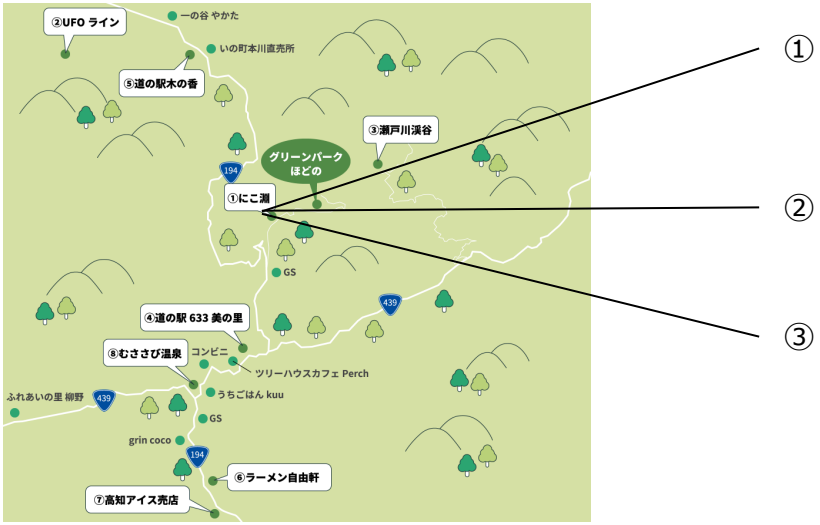
【事業内容】
- 駐車場の舗装を行い、一般車両の駐車可能場所、バス駐車・転回場所の区分を路面に表示するとともに、バス駐車・転回場所については、ポール等で一般車の誤侵入を防止
- 一般車両の駐車可能場所について、案内するサイネージを設置し、一般車両駐車可能場所を明示するとともに、駐車場満車時には、駐車可能なスペースを案内する

地域住民と協働した観光振興

③協議会運営とにこ淵活用観光計画の磨き上げ事業

【背景・課題】
- にこ淵の観光資源としての活用ができていない

【事業内容】
- にこ淵訪問者の人数・属性（性別・年代等）を取得できる*AI*カメラを設置し、データを取得。観光客属性等データと、昨年度の事業により設置した車のナンバー分析データを用いて、オーバーツーリズムを防止しながら、地域住民、事業者とともに、にこ淵や周辺の観光施設等を活用した観光振興についての計画を策定



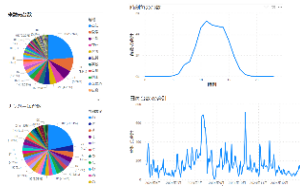
GW中のにこ淵につながる国道
（最も混む時間である13時ごろには約1.5km渋滞が発生）

にこ淵訪問前情報サイト
（混雑情報を含め提供）
※画像はイメージ

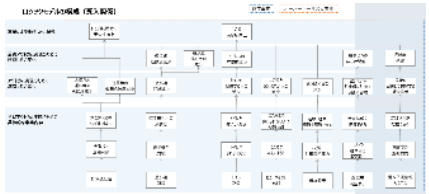
現在の駐車場（砂利）

舗装イメージ
（バス駐車・転回場と一般車駐車場がわかりやすいよう整備）

サイネージ
表示イメージ



BIツールによる
にこ淵流入車両の分析



専門家と作成した
ロジックモデル（令和6年度実施）

【本地域における取組マップ】

KGI：大規模な渋滞の減少（時間当たりの最大流入台数減少）
- 測定手法：車の流入台数の計測（AIカメラによる車の台数計測）
- 現状値：153台/時間（令和7年GW最大値）
- 目標値：120台/時間
- 実績値：153台/時間（令和7年度）

- にこ淵への公共交通が少なく、観光客のほとんどが、自家用車やレンタカーなどで訪問している。
- 10時から15時に大半の観光客が集中することで、にこ淵の受入限界である120台/時間を超え、最も混雑する時間帯には、林道3km、国道1.5kmと4km以上の渋滞が発生している

- バスの駐車場・転回場への一般車両の誤駐車が多発。
- バスは転回するために、４km山道を切り返しながら登ったキャンプ場まで狭い山道を走行する必要があり、安全を損なっている

誤駐車防止の路面表示・ポール等設置・一般車駐車可能場所案内サイネージ設置

にこ淵駐車場誤駐車防止事業

KPI：バス駐車・転回場への誤駐車数
目標値：令和7年度　0台
　　令和8年度　0台
実績値：令和7年度　0台

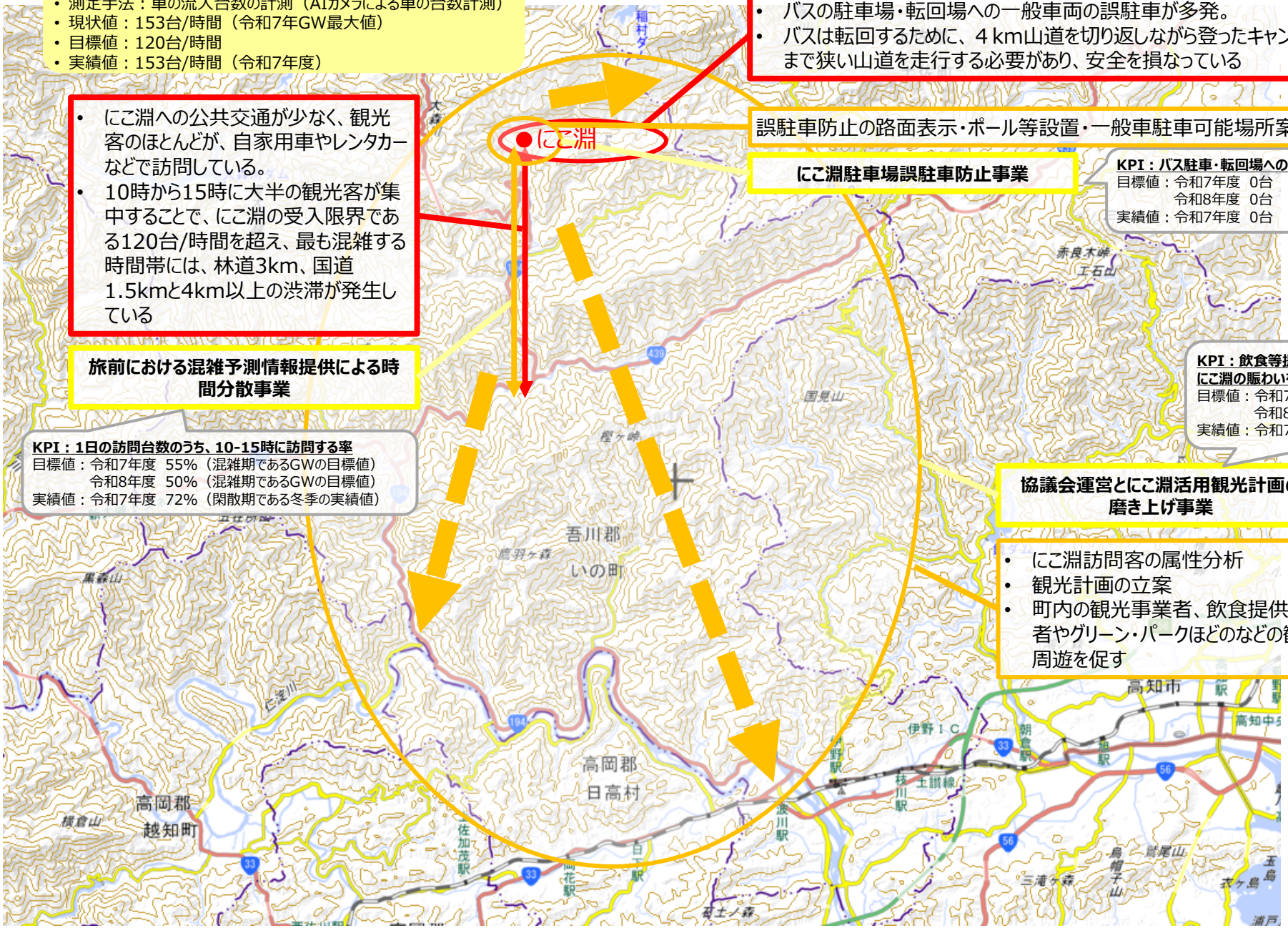
旅前における混雑予測情報提供による時間分散事業

KPI：1日の訪問台数のうち、10-15時に訪問する率
目標値：令和7年度　55%（混雑期であるGWの目標値）
　　令和8年度　50%（混雑期であるGWの目標値）
実績値：令和7年度　72%（閑散期である冬季の実績値）

KPI：飲食等提供可能な地域観光事業者のにこ淵の賑わいを活用した観光施策への参加率
目標値：令和7年度　30%
　　令和8年度　60%
実績値：令和7年度　7.4%

協議会運営とにこ淵活用観光計画の磨き上げ事業

- にこ淵訪問客の属性分析
- 観光計画の立案
- 町内の観光事業者、飲食提供可能な事業者やグリーン・パークほどのなどの観光施設への周遊を促す



出典：国土地理院の地図データを加工して作成

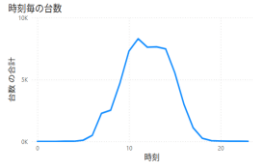
需要の分散・平準化

補助事業①	旅前における混雑予測情報提供による時間分散事業		
事業目的	需要の分散・平準化		
実施主体	高知県いの町	実施期間	令和7年11月～令和8年2月

GW中のにこ淵につながる国道
(最も混む時間である13時ごろには
約1.5km渋滞が発生)

【背景・課題】

- にこ淵については、にこ淵まで訪問できる公共交通が非常に少なく、観光客のほとんどが、自家用車両やレンタカーなどで訪問している。
- 日光が差し込む昼頃でないと仁淀ブルーを見ることができないという誤情報が、SNSを通じて拡散し、10時から15時に大半の観光客が集中することで、にこ淵の受入限界である120台/時間を超えている状況である。
  →大型連休の10時から15時頃に車が集中することで、大渋滞を発生させ、交通マヒを起こしている状況である。



昼頃に観光客が集中
→渋滞の原因に

【事業内容】

- 本事業で、白川郷の取り組みを参考に、にこ淵に訪問する観光客が旅前で見ておくべき情報を集積した「にこ淵訪問前情報サイト」（多言語対応）を新たに構築する。
  ※「にこ淵訪問前情報サイト」は、デザインおよびコンテンツを十分に考慮し、「見たくなるサイト」を構築する。
  ※サイトには混雑予報のみでなく、道中の景観がよく仁淀ブルが一楽しめる場所等の情報を提供することで、観光客の訪問時間変更を促す。
- 「にこ淵訪問前情報サイト」の認知度向上のため、SNSによる拡散、SNS広告（にこ淵や仁淀ブルーで検索した観光客に配信）を活用したプロモーションを実施する。

【推進ポイント】

- 観光客がみたくなるデザイン・コンテンツの導入
  サイトの名称例：にこ淵の歩き方
  コンテンツ例：混雑情報、混雑を避けて訪問する場合のおすすめルート提示、にこ淵伝説（漫画形式）、訪問時・駐車マナー等
- 新たに構築するサイト「にこ淵訪問前情報サイト」の認知度向上施策（SNS等での認知度向上）

リニューアルしたHPの広報

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	旅前における混雑予測情報提供による時間分散事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	1日のうちにこ淵を訪問した車の台数のうち、10-15時ににこ淵を訪問した割合（GW）

令和7年度に掲げた目標値

- 55%（年度内）

事業の成果/目標の検証結果

- 72%（令和8年1月1日～2月1日のうち土日祝（1/1-4,10,11,18,19,25,26,31,2/1)を対象にし、算出）

成果の詳細

・1日の訪問台数のうち、10-15時に訪問する割合は、
72%（1/1-2/1のうち、土日祝のみの流入台数）
→閑散期である冬季であり、混雑予測情報においても、混雑せず、
にこ淵を観光できる状況。そのため、観光客の行動変容にもつながっていない。

・にこ淵ホームページコンテンツのうち3番目に閲覧率が高く、
HP利用者の混雑情報への興味は高い状況

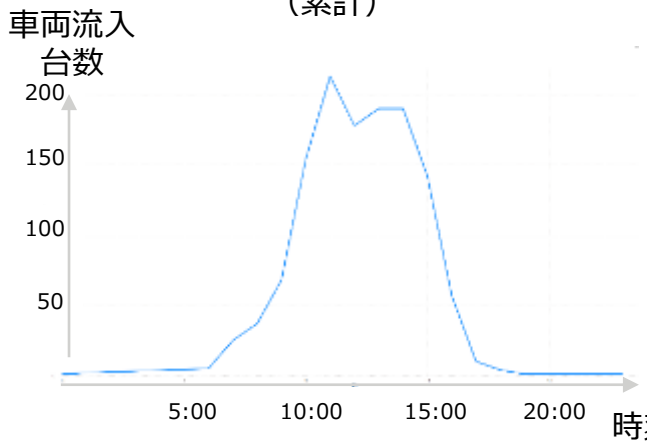
にこ淵公式HPへの各種コンテンツ掲載

混雑予測

駐車場満空状況

多言語対応

1/1-2/1のうち、休日の車両流入状況（累計）



HP利用者のページ遷移
1/1-2/2

令和7年度事業を踏まえた継続課題

行動変容を促すコンテンツの確立

- 観光客が旅前に見たくなるとともに、行動変容を促すデザイン、コンテンツなどについて、確立していない。そのため、今後のコンテンツ更新を通じて、検討していく必要がある。

令和8年度以降の方針

HP更新を通じた情報提供の在り方の工夫

- 令和8年GWの状況等を確認するとともに、HPの更新を通じて、観光客の訪問日や時間変更を促進する最適な見せ方などを検討していく。

5-②. 主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業②	**にこ淵駐車場誤駐車防止事業**		
事業目的	バス駐車・転回場所への一般車の誤駐車を防止		
実施主体	高知県いの町	**実施期間**	令和7年11月～令和8年2月

【背景・課題】
- 昨年度、バスの駐車・転回場所を確保する目的で、駐車場の拡幅整備を行い、バス転回場であり、駐車禁止場所であることを示す掲示を行った。
- しかしながら、バス駐車・転回場所への一般車両の誤駐車が後を絶たない状況である。
  →一般車の誤駐車により、バスが駐車・転回ができず、バスは転回するために、４km山道を切り返しながら登ったキャンプ場まで狭い山道を登っていく必要があり、安全を損なっている状況である。

バス転回場に誤駐車する一般車両

【事業内容】
- 現在、駐車場は舗装等ができておらず、バスの駐車・転回場所であることも看板のみ設置している
- バス駐車・転回場所に観光客の一般車両が駐車しないように、一般車両の駐車可能場所、バス駐車・転回場所の区分を路面に表示するとともに、バス駐車・転回場所については、ポール等で一般車両の誤侵入を防止する。
- 一般車両の駐車可能場所について、案内するサイネージを設置し、一般車両駐車可能場所を明示するとともに、駐車場満車時には、駐車可能なスペースを案内する

【推進ポイント】
- 外国人を含む観光客が、バス専用であることを認知できる掲示方法の検討
  ※他地域の観光施設や道の駅等の事例を参考に、掲示などを検討

サイネージ
表示イメージ

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業②	にこ淵駐車場誤駐車防止事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	バス駐車・転回場への誤駐車数

令和7年度に掲げた目標値

- 0台（令和7年度内）

事業の成果/目標の検証結果

- 0台
  （令和8年1月27日～2月2日の各日11:00-15:00に目視確認）

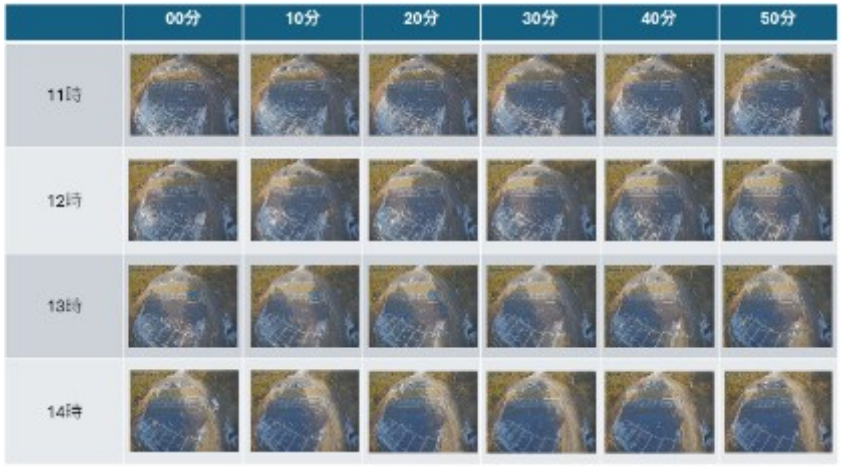
成果の詳細

・誤駐車については0台（1/27-2/2各日11:00-15:00目視確認）
→閑散期である冬季ではあったが、誤駐車が起きやすい、
駐車スペース②（上段）が満車になる状況においても誤駐車は発生せず。

バス転回場の表示

デジタルサイネージによる
一般車両の駐車可能場所案内
（多言語対応）

1月27日の駐車場の様子（1/27-2/2まで同様に確認）



令和7年度事業を踏まえた継続課題

混雑期における誤駐車数の確認

- 閑散期である冬季においては誤駐車０台と目標を達成している
- 一方で、混雑期における目標：バス駐車・転回場への誤駐車数０台の達成状況について引き続き注視する必要がある。

令和8年度以降の方針

追加的な情報提供の検討

- 混雑期等においてバス駐車・転回場所への誤駐車が発生した場合は、サイネージコンテンツ見直しによるさらなる注意喚起や看板等を追加するなどの検討を行う。

地域住民と協働した観光振興

補助事業③	協議会運営とにこ淵活用観光計画の磨き上げ事業		
事業目的	地域の観光計画の磨き上げと参加する観光事業者の増加		
実施主体	高知県いの町	実施期間	令和7年11月～令和8年2月

【背景・課題】
- これまで、にこ淵は、「渋滞を起こす一方で、地域への経済波及はほとんどない観光地」という認識であった。
  そのため、現状の観光政策では、にこ淵のにぎわいの活用は規定されていない。
  受入環境整備により、地域への経済波及を行うことができる観光地となれていない。

【事業内容】
- 本事業における協議会の運営を実施（各種データ取得・分析、資料作成等）する。
- にこ淵訪問者の人数・属性（性別・年代等）を取得できるAIカメラを設置し、データを取得する。
- 本事業において取得する観光客属性等データと、昨年度の事業により設置した車のナンバー分析データを用いて、オーバーツーリズムを防止しながら、地域住民、事業者とともに、にこ淵や周辺の観光施設等を活用した観光振興についての計画策定を行う。

【推進ポイント】
- 観光計画において、取得したデータと住民の意見に基づいた観光計画の策定
  （大きなハード事業に頼らないルーラル地域ならではの観光計画の策定）
- 地域住民や小規模な観光事業者の身の丈に合ったアドバイスを行える専門家の選定をする

属性把握システム

ダッシュボード画面

RVパーク施策検討

5-③. 成果及び今後に向けて

補助事業③	協議会運営とにこ淵活用観光計画の磨き上げ事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	地域観光事業者*のにこ淵の賑わいを活用した観光施策への参加率 （*地域観光事業者＝いの町観光協会会員のうち、にこ淵に出店等が可能な飲食店２７店舗）

令和7年度に掲げた目標値

- 30%（令和7年度内）

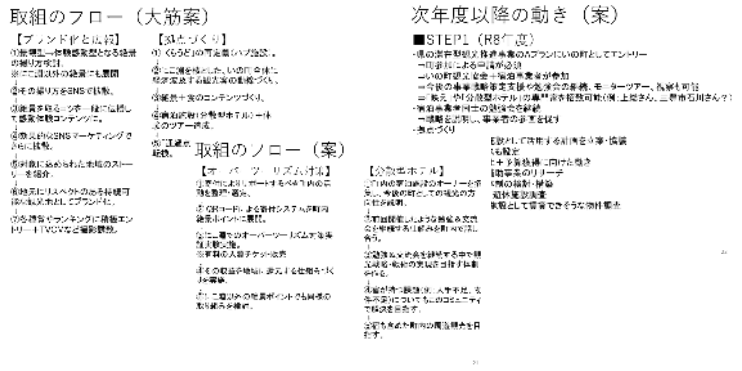
事業の成果/目標の検証結果

- 7.4%（観光協会会員飲食店２７店舗、にこ淵出店者２店舗）
  （令和7年11月～令和8年2月の間の出店者を計測）

成果の詳細

・地域観光事業者のにこ淵の賑わいを活用への参加率については、7.4%であった。
→属性の取得等が、変更申請の承認遅れや中国の輸出規制等の影響で遅延し、データの提供が冬季（閑散期）での提供となった。
そのため、地域の観光事業者等の出店が進まなかった。

・観光振興施策の検討について実施し、令和8年度以降のアクションプランの検討を行うことができた。



令和7年度事業を踏まえた継続課題

データ分析ノウハウの不足

- 訪問車の車のナンバーや観光客の属性データ等の各種データ分析のノウハウの蓄積が不足している。
- 冬季の閑散期のみでのデータ取得・分析となっているため、混雑期におけるデータ取得・を行い、アクションプランへ反映する必要がある。

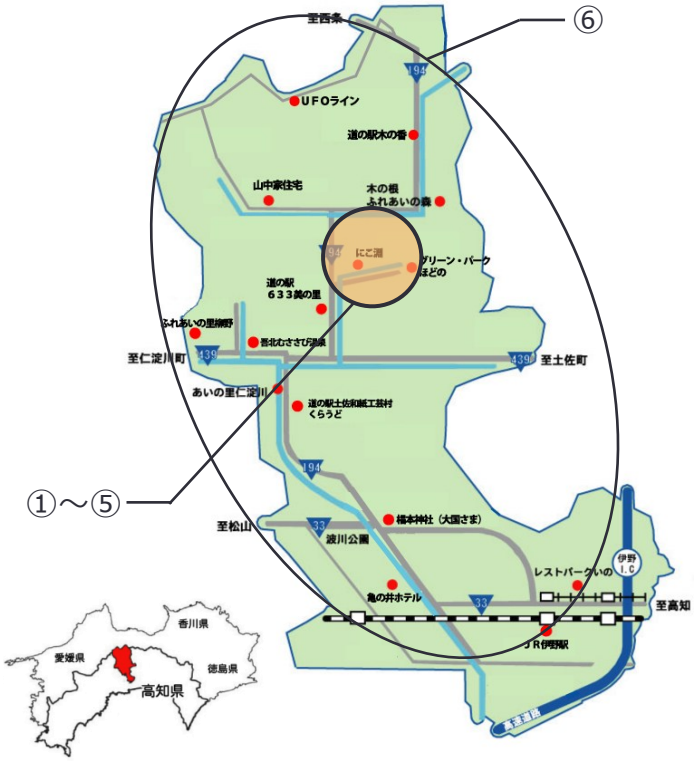
令和8年度以降の方針

アクションプランの磨き上げ、賑わい活用の検討

- 地域の事業者とともに、アクションプランの磨き上げと実行を行うとともに、勉強会等を通じて、データを元にしたにこ淵の賑わいの活用の検討と、データの分析ノウハウの蓄積を行っていく。

４．対策の概要

- 山岳地形であることから人・車が集中しやすく、急増する観光客を受け入れるインフラ整備が課題。
  観光客へのアンケートの実施や地域住民交えた協議会の議論踏まえ、右記①～⑤のハード整備の実施を決定
  ※観光客からは、遊歩道・トイレなどについて不満の声
- 観光客急増の一方、観光地が限られるため周遊性がなく、地域への宿泊も少ないため、地域へお金が落ちない状況。
  局所集中からの分散、地域への経済波及効果を目的に、新たなコンテンツ開発事業の実施を決定（右記⑥）



受入環境の整備・増強

取組み ①なだらかな遊歩道・ビューポイント新設

背景
- 現状の急で狭い階段では高齢者などがにこ淵まで下りることができない

内容
- なだらかな遊歩道とビューポイントを新設し、観光客の分散や行列が車道まで伸びることを防ぐとともに、高齢者等も楽しむことができる環境を整備

取組み ②駐車場拡幅 <大型バス転回スペース>

背景
- 大型バスが展開場所を求めて狭く危険な山道を余計に運転をする必要が出ており、混雑の原因となったり観光客の安全に懸念が生じている

内容
- にこ淵駐車場に大型バス転回スペースを設け、観光客・地域住民の安全を確保

取組み ③トイレ新設

背景
- 現状の仮設トイレは容量が小さく、繁忙期に利用できない事態が発生するほか、異臭の原因ともなる。また、周辺から見えやすい場所に設置しているため、女性観光客を中心に安心・安全な利用ができない

内容
- 安心安全に利用できるユニバーサル対応トイレを新設、満足度向上をはかる

取組み ④情報掲示板（サイネージ等）新設

内容
- アクセス道沿いにLEDビジョンを設置、駐車場場所や満空情報を提供
- 併せてサイネージを設置。マナー、歴史、協力金のお願い、近隣観光コンテンツに関する情報を提供する

取組み ⑤案内看板設置 <にこ淵への進入口および駐車スペースを案内>

背景
- アクセス道路情報提供不足により、狭い道路や私有地でUターンをすることで、渋滞の原因や、住民への迷惑となっている

内容
- 案内看板を設置し、スムーズな誘導、誤侵入時転回等による渋滞軽減を図る

地域住民と協業した観光振興

取組み ⑥あらたな観光コンテンツ造成

背景
- 現状の観光客は、にこ淵等観光地に直線的に向かい、周遊しない日帰り観光が多いため、地域にお金が落ちない状況

内容
- 観光客増加を経済波及につなげるため、地域住民が運営する屋台型カフェを周辺に複数設置し、周遊観光の案内も行う
- 他事業で実施する渋滞予報も活用し、観光客を時間分散を分散させ、新たに造成した観光コンテンツへ分散することで、地域への経済波及の実現を目指す

５-①．主な取組み（詳細）

課題	取組み
にこ淵の滝つぼまで至る現行の階段が狭く急なため、安全な使用に懸念がある（高齢者等身体が不自由な方が利用できない）	**なだらかな遊歩道･ビューポイント新設** • 実施期間：令和7年2月～ • 実施主体：高知県いの町

事業内容

■ なだらかな遊歩道･ビューポイント新設

- **にこ淵の滝つぼまで行くことができる「なだらかな遊歩道」と、遊歩道の途中ににこ淵を見ることができる「ビューポイント」を新設する**

【背景】

- 現行の階段は急峻な山道に設置しており、体力のない観光客は、にこ淵に下り仁淀ブルーを楽しむことができない状況
- 階段が狭くすれ違いが難しいため、階段待ちの行列が車道にまで伸び、交通の妨げや観光客の安全に懸念が生じている

【目的】

- 現行の階段ではにこ淵の景色を楽しむことができない人も、にこ淵を見たり、滝つぼまで下りたりできるような環境を整える
- 既存の階段に加え新たに遊歩道が作ることで、滝つぼまでの経路が２つとなり、階段や遊歩道待ちの列が車道に伸びる状況を解消する

既存の階段（傾斜が急で幅が狭い）

車道に伸びる階段待ちの行列

５-①．成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

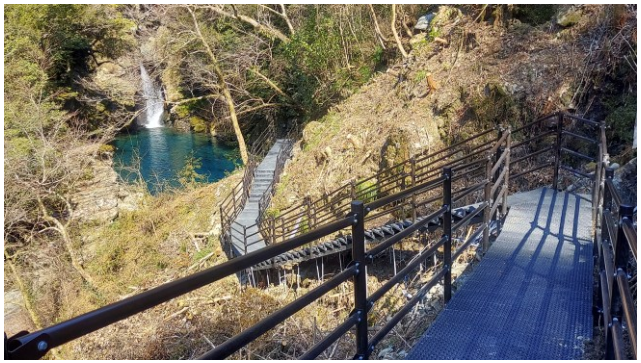
- 遊歩道の傾斜をなだらかにし、遊歩道の途中ににこ淵を視認できるビューポイントを設置することで、**体力のない方でも、仁淀ブルーを楽しむことができる環境を提供する**

事業の成果／目標の検証結果

- 目標である**ユニバーサルな環境を整備することができた**
  - 不満点として遊歩道を挙げる率：
    36.4%（n=192）から 0%（n=28）に減少

成果詳細

遊歩道・ビューポイントの俯瞰図



遊歩道（既存の階段に比べ道幅が広くなだらか）

遊歩道途中のビューポイント（車いすでの来訪も可）

令和６年度の取組みから見えてきた課題

■ 持続可能な観光管理に向けた収益基盤の強化

- 利便性向上によりさらなる来訪者増加が見込まれるが、現状の収益源は協力金のみ
- 増大する観光管理費用をカバーするため、にこ淵における新たなマネタイズポイントの創出が必要

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

■ 拡張スペースの有効活用による収益化

- ビューポイントなど拡張スペースを活用し、屋台型ポップアップカフェを設置
- 観光体験の向上とともに、収益化できる場を創出
- （本事業「新たなコンテンツ造成」の実証で、省スペースでの実施が可能であることを確認済み）

５-②．主な課題（詳細）

課題	取組み
にこ淵のみに観光客が集中 **日帰り客が多く、地域への経済波及効果が限定的**	**新たな観光コンテンツの造成** • 実施期間：令和6年9月～令和7年1月 • 実施主体：高知県いの町

事業内容

■ **地域資源を活用した新たな観光コンテンツの造成**

- にこ淵などの観光地周辺や、景観等がいい場所において、地域住民が運営する屋台型ポップアップカフェを複数設置する
- 「地域コンテンツを楽しむ新たな観光地」と「観光案内所」としての2つの機能を持たせ、屋台型カフェ自体を新たな観光目的地にするとともに、地域住民だからこそ知る観光地情報を提供し、観光客の他の観光コンテンツへの送客を図る

【背景・目的】

- にこ淵を含む仁淀川上流域には、近隣に観光スポットがなく周遊につながっていない。そのため、地元への観光による経済波及効果も少なく、持続的な観光振興につながっていない状況。
- 地方部では、巨大な投資を伴う、大規模施設のような観光コンテンツの開発が難しい。そのため、既存の景観や文化遺産等を利用した小規模な観光コンテンツを分散して造成することで、大きな投資を行わず、観光コンテンツを造成し、周遊促進と観光振興を実施する。

屋台型ポップアップカフェ（スペシャルプレイスキット）

５-②．成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- 地域住民が運営する屋台型カフェを周辺に複数設置し、観光客の周遊を促すことで、**観光客増加を地域全体の経済波及につなげるための運用体制の基礎を確立する**

事業の成果／目標の検証結果

- **にこ淵以外の地元スポットへの誘客**を複数回実施
- **にこ淵を訪れる観光客が求めるもの**など、地域内**他エリアへの展開に向けた基礎的な方向性や運用体制について確立することができた**
  - 計6回の実施で、**にこ淵以外のスポットへ計31組送客**

成果詳細

■ イベント結果の概要

- 実施した下記イベントのうち、①・⑤については、10%程度の送客を行うことができた。一方、コーヒーフェスタや音楽イベントイノビエンナーレなどの**イベントへの誘因率は低い**
- このことから、**にこ淵からの誘客**においては、**「美しい景色や、地元の食事・産品が楽しめるもの」を訴求する**ことが有効であることを把握
- あわせて、②についても、9%の誘引率を示しており、**「グリーンパークほどの」など近隣地域への誘客も期待できる**

結果詳細

	日付	にこ淵に流入した車の台数	送客先への訪問数	送客先訪問率	周遊促進（送客先）
①	10/5	114組	10/104組	**9.6%**	神楽と鮎と酒に酔う @仁淀川河川敷の波川公園
②	11/3	112組	9/100組	**9%**	簡易カフェ・うどん店舗はちのじ @にこ淵からさらに山奥に位置するグリーン・パークほどの
③	11/4	191組	4/120組	**3%**	地域住民向けの音楽イベントイノビエンナーレ @商店街
④	12/7	88組	2/77組	**2.6%**	簡易カフェ @道の駅土佐和紙工芸村クラウド
⑤	1/13	52組	4/43組	**9.3%**	簡易カフェ・焚火イベント @道の駅土佐和紙工芸村クラウド
⑥	1/19	46組	2/48組	**4.3%**	コーヒーフェスタ @商店街内の古民家カフェ店舗ukikiコーヒー

５-②. 成果及び今後に向けて

成果詳細

②簡易カフェ・うどん店舗はちのじ

スペシャルプレイスキット設置による にこ淵からの分散化 全体像

①イベント「神楽と鮎と酒に酔う」

⑥コーヒーフェスタ

③地域住民向けの音楽イベントイノビエンナーレ

④簡易カフェ

⑤簡易カフェ・焚火イベント

5－②．成果及び今後に向けて

令和６年度の取組みから見えてきた課題

- 令和６年度はコンテンツの中身を創り上げることに焦点を当てたが、そのコンテンツを活かすための誘客や支える人材の確保が課題となった

1 マーケティング戦略の練り上げ

- コンテンツは作り上げたが、コンテンツへの来訪を促すための仕掛けが不足

2 旅行前の周知の強化

- 旅程を組んで訪れる観光客が多く、旅行中段階での新規コンテンツ発信では来訪・周遊につながりにくい
- 来訪前の段階で適切な情報を届ける施策が必要

3 担い手人材の確保

- 現在は地域おこし協力隊（県外からの流入人材）に依存しており、さらなる人材確保が課題。
- 県内人材の活用など、新たな人材確保の仕組みが必要

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

- 観光客ニーズを精査し、媒体や大学などの関係機関と連携しながら、観光客の地域内分散に寄与するほど強力な集客力を持つコンテンツへアップデートしていく

1 ターゲット別の訴求ポイント整理

- にご淵来訪者は「通過型」と「滞在型」に大別され、それぞれ異なるニーズを持つと仮説設定
- 各ターゲットに適した訴求ポイントを整理し、効果的なマーケティングを展開

2 適切な媒体と連携した事前周知

- いの町旅行に関心のある層にアプローチできる媒体を選定し、連携して情報発信を強化
- 事業者ごとに発信しているイベント情報を集約し、効果的に媒体と連携する仕組みを構築

3 高知大学との連携

- 県内の若手起業家支援や定着推進の文脈で高知大学と連携し、大学卒業後にいの町で活躍する人材を確保する

現状について

- 令和7年度は、地域一体型として事業を実施。

５－②．新たな観光コンテンツ造成の今後について

観光コンテンツの新たな造成の今後の方針について

- 観光コンテンツの造成を通じて、地元の人が副業で観光収入があげられるよう、観光事業を行う人材を育成する取り組みを実施する。
- 本取り組みを通じて、地域おこし協力隊などの移住者に職を提供し、定住につなげていく。

いの町の目指す姿

対策（案）

①分散型観光スポットの創出
- メインスポットの周辺に「行く場所」を作る

②小規模店舗（カフェなど）による案内拠点づくり
- 人を通じて観光情報を案内
- 小さなマネタイズモデルを作る

③空き家を活用した宿泊施設でマネタイズ
- 少額投資での宿泊施設モデルを構築
- 宿泊＋カフェ＋観光スポットのセットを構築

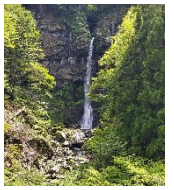
仁淀川流域独自の分散型観光モデルを構築

モデル例

実際に1軒目をやってみて、そこを研修場所として地域内への開業（起業）を支援

案内

あまり知られていない
地元の観光スポット



太鼓など
伝統芸能

地域おこし協力隊など
若者を受け入れ、経営ノウハウや物件選定
を支援して地域内で開業してもらう。

【事例】
- いの町大国町でコーヒーショップ「Ukikiコーヒー」を経営する浮木さん。※令和6年11月までいの町の地域おこし協力隊
- 現在、本取り組みを行っており、にこ淵においてスペシャルプレイスキットを用いたポップアップカフェを今後実施
- いの町での定住を目指し、空き家を活用した少額投資ホステルについても、今後、取り組む予定

42.　熊本県阿蘇市

1．地域概要

対象地域	熊本県阿蘇市エリア
申請主体	阿蘇市
計画名	阿蘇カルデラで過ごす持続可能な分散型受入れ環境モデル実装計画

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	4,650	6,506	6,887
- 国内	4,022	5,764	6,008
- 訪日外国人旅行者	628	742	879

地域の特徴・観光資源等

- 国立公園、ユネスコ世界ジオパーク等の自然と文化
- 噴煙を上げる活火山と世界最大級のカルデラ
- 千年以上の昔から人々が自然と共存共生してきたサステナブルな日本最大の草原「千年の草原」
- 中岳火口が御神体の阿蘇神社や固有の農耕祭事
- 市内に熊本・大分を結ぶJR豊肥本線の駅が８駅立地

協議体制

協議の場

阿蘇市オーバーツーリズム対策協議会

2020年7月より阿蘇のサステナブルな観光地域づくりに取り組んでいる阿蘇カルデラツーリズム推進協議会が、関係者との協議の場として機能

参加者

行政機関等

- 阿蘇市
- 熊本県
- 環境省

事業者

- 観光協会
- 商工会
- 観光事業者など

住民関係者

- 阿蘇門前町商店街振興協会
- 阿蘇山上職域防災防犯協会
- 内牧温泉街繁栄会
- 坊中商店街名店会
- 阿蘇の未来を創る会など

エリアマップ

2．課題

令和7年度実施事業

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**駐車場待ち列による道路渋滞**	• 大観峰など人気の5大観光スポットやJR阿蘇駅、人気のあか牛メニュー提供店に人や車が集中し、混雑や交通渋滞が発生。一方で市内の他のJR駅では駅からの二次交通が限られており、車利用以外の移動手段の検討が必要。	観光客
2.	**増加する観光客の受入れ負担の増加**	• 日帰り観光客が多く地域にお金は落ちない一方、駐車場の混雑やトイレの許容オーバーなど、地域における観光客の受入れ負担が増え続けている。	観光客 地域経済
3.	**マナー違反**	• 旅行者の多くは「千年の草原」などのストーリーに触れる機会の少ない通過型。草原への無断立ち入りや放牧牛・馬に触れるなどマナー違反も発生。	地域資源

1 草千里付近の渋滞

阿蘇山上エリアに来訪者が集中し慢性的に渋滞・混雑が生じている。
山上への唯一の道路に駐車場入場待ちを起因とする交通渋滞が発生。

2 地域の負担

観光客が増加している門前町商店街において、既存トイレの浄化槽処理能力が超え、商店街で悪臭を放つ状況

3 マナー違反

阿蘇の草原は、野焼き、採草、放牧といった人の活動によって維持されている「半自然草原」
草原への無断での立ち入りや放牧されている牛馬への接触といったマナー違反が一部で発生

3．背景・要因

主な背景・要因		
1.	**日中に深刻な交通渋滞や混雑が発生**	• 起伏が大きく複雑な地形のため、新設道路を整備することが難しく、観光スポットまでは基本的に一本道となっている • 個人旅行が主流となり、マイカー・レンタカーでのドライブが増加したことで渋滞が悪化している
2.	**観光スポット・観光スタイルが限定的**	• 阿蘇市には年間688万人もの観光客が訪れるが、大観峰や草千里など市内５大観光地に集中 • 草原を見て帰る物見遊山の観光スタイルが定着し、地域にお金が落ちにくい状態
3.	**阿蘇の資源保全への理解不足**	• 観光客急増とともに、草原への無断立入りなど、阿蘇が大切にしてきた資源を理解していない観光客の増加が懸念

1.観光スポットまでの一本道

起伏が大きく複雑な地形のため、道路が一車線であり、混雑しやすい

2.観光スポットが限定的

ＪＲ阿蘇駅前で草千里・阿蘇山上行きバスを待つ観光客の列

観光客で混雑する阿蘇神社楼門

3.阿蘇の資源保全への理解不足

無断立入りにより踏み荒らされた草原

4．対策の概要

目指す姿	自然、地域、旅行者の「三方良し」の循環モデルによる 地域経済循環を市内全域で展開
KGI	指標A：住民の阿蘇市観光に対する理解度 指標B：観光客の阿蘇市観光に対する満足度
	目標値(令和9年度)：A:90%、B:93% 実績値(令和6年度)：A:80.0%、B:89.7%

- 阿蘇の五大観光地に集中する観光客を分散させること及び、コンテンツを造成することで五大観光地以外での滞在時間を延長させることを目的として実施します。
- 観光客が阿蘇カルデラの自然と歴史・文化のストーリーに共感してもらい、適切な対価を支払ってもらえる受入れ環境の実現に取り組みます。

■補助事業の実施概要

受入環境の整備・増強

① 阿蘇神社第3駐車場の拡張と上質化

- 駐車場が満車状態が続くことで周辺の渋滞・住民への悪影響が生じているため、天候に関係ない安定的な駐車場の運用と周辺道路の渋滞を緩和を目的に、駐車場の拡張と舗装工事を行を実施

② 商店街への公衆トイレ整備による環境整備の強化

- トイレの規模が小さく浄化槽の能力を超える状態となっており悪臭が生じている
- においを含めた環境対策と利用者の混雑緩和を図ることを目的に新たな公衆トイレの整備を実施

③ AIカメラを用いた混雑状況の把握と情報発信及びGPSデータを用いた人流分析

- 施設来訪客が集中し、待機車両等の影響により交通渋滞や事故発生のリスクが増加
- 需要の分散・平準化のため、駐車場及び館内の混雑状況を発信及び人流情報の活用を実施

④ はな阿蘇美の遊休施設等を活用した体験コンテンツ創出

- 阿蘇の五大観光地に観光客が集中及び通過型観光が主であるため、地域にお金が落ちていない
- 滞在時間の延長と雨でも観光ができるよう、体験型観光コンテンツの造成を実施

地域全体の観光地域づくりに関わる事業

⑤ JR豊肥本線各駅周辺を起点とした地域住民向けワークショップの開催

- 阿蘇市の住民がオーバーツーリズムにより、観光客受入負担が生じている
- 地域振興と自然環境・農業環境保全・活用を目指した観光まちづくりをワークショップ形式で推進

⑥ 地域住民のサステナブル体験会実施と意見交換会の開催

- 阿蘇市の住民がオーバーツーリズムにより、観光客受入負担が生じている
- 地域住民・事業者等が阿蘇の高付加価値なアクティビティを体感し、自らの言葉で説明できるようにガイドとして活躍してもらえるよう、コンテンツの体験・意見交換を実施

【本地域における取組マップ】

KGI
指標A：住民の阿蘇市観光に対する理解度
指標B：観光客の阿蘇市観光に対する満足度

- 測定手法：
  - A：地域住民向けアンケート（令和10年2月）
  - B：観光客向けアンケート（令和10年2月）
- 現状値：
  - A：80.0%（令和6年度）
  - B：89.7%（令和6年度）
- 目標値：
  - A：90%（令和8年度）
  - B：93%（令和8年度）

- 大観峰など人気の5大観光スポットやJR阿蘇駅、人気のあか牛メニュー提供店に人や車が集中し、混雑や交通渋滞が発生。
- 日帰り観光客が多く地域にお金は落ちない一方、駐車場の混雑やトイレの許容オーバーなど、地域における観光客の受入れ負担が増え続けている。
- 草原への無断立ち入りや放牧牛・馬に触れるなどマナー違反も発生。

阿蘇神社第3駐車場の拡張と上質化

KPI：（駐車場整備・渋滞解消による）地域住民の観光客に対する受入意向度
令和7年度　70%以上
令和9年度 80%以上

商店街への公衆トイレ整備による環境整備の強化

KPI：商店街の事業者の悪臭解消などトイレの清潔性についての満足度
令和7年度 70%以上
令和9年度 80%以上

AIカメラを用いた混雑状況の把握と情報発信及びGPSデータを用いた人流分析

KPI：観光客が駐車スペース満空情報を把握し行動変容（訪れる時間・駐車場所の変更等）した人の割合
令和7年度 55%以上
令和9年度 65%以上

はな阿蘇美の遊休施設等を活用した体験コンテンツ創出

KPI：体験コンテンツの満足度
令和7年度 70%以上
令和9年度 80%以上

JR豊肥本線各駅周辺を起点とした地域住民向けワークショップの開催

KPI：ワークショップ参加者数
令和7年度 200人
令和8年度 300人

地域住民のサステナブル体験会実施と意見交換会の開催

KPI：地元アクティビティの紹介意向
令和7年度 85%
令和9年度 90%

5-①. 主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業④	はな阿蘇美の遊休施設等を活用した体験コンテンツ創出		
事業目的	遊休施設の再整備を通じ雨天時対応可能な「サステナブルな阿蘇」体験コンテンツの創出		
実施主体	有限会社 阿部牧場	実施期間	令和7年7月～令和8年2月
KPI	指標：体験コンテンツの満足度 • 目標値①：70%以上（令和7年度）　目標値②：80%以上（令和9年度） • 実績値：89%（事業完了前）		

【背景・課題】
- 阿蘇の五大観光地に観光客が集中及び通貨型観光が主であるため、地域にお金が落ちていない。
- 阿蘇地域全体で屋外での体験メニューは数が多いが、施設が必要な雨天時の体験メニューが少ない。

【事業内容】
- 滞在時間の延長と雨でも観光ができるよう、体験型観光コンテンツの造成を実施。
- 未利用資源と遊休施設を活用したサステナブルな阿蘇体験を実施し、阿蘇地域の周遊性を図ることで観光スポットの混雑緩和に繋げる。

【推進ポイント】
- 事業を行う遊休施設は、熊本地震時の損傷・床面の不備・導入路の未整備などがあり、7-9月に環境整備の工事を行う。
- 廃棄しているビンやホエーなどを活用したクラフト体験・モノ作り体験ができるサステナブルな阿蘇らしい体験を8月に事業者とメニュー化する。
- 100名規模までの体験を想定し、インカム・スピーカー・大型モニターなどを導入し、少人数オペレーションでの事業実証を行う。
- 最終的には実装を想定しているが、本格的な実装に入る前に10-12月の期間で実証を実施。課題の抽出や検証を行い、クラフト体験事業者との間で実装に向けた具体的運用方法を決定する。

体験実証の様子

体験メニュー（キャンドルづくり）

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業④	はな阿蘇美の遊休施設等を活用した体験コンテンツ創出

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名：体験コンテンツの満足度

令和7年度に掲げた目標値

- 目標値①：70%以上（令和7年度）
- 目標値②：80%以上（令和9年度）

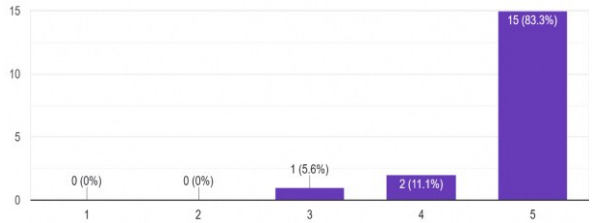
事業の成果/目標の検証結果

- 実績値：満足度89%（令和8年1月）

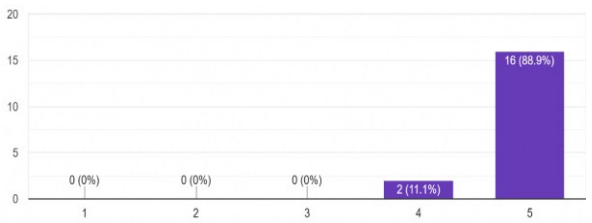
成果の詳細

- 子供から大人まで多く参加（18名）いただき、さらには海外の参加者（2名）もあり、幅広く意見をいただけた。
- 満足度が目標値よりも高く、事業化の目安がたった。
- 料金アンケートを実施し、事業化できる料金単価の指標となった。

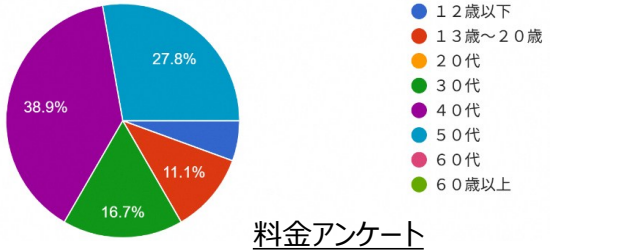
おすすめ度



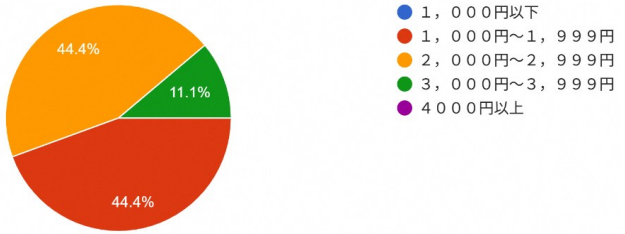
満足度



参加者の内訳



料金アンケート



令和7年度事業を踏まえた継続課題

体験フローの一部見直しと安全対策の徹底

- キャンドルづくりの体験実証で、ロウが固まるまで30分程度の時間が必要なため、体験フローの見直しが一部必要。
- ビンが割れたり、切り口が鋭利だったりして危険なところがあるため、安全対策を取る必要がある。

令和8年度以降の方針

体験メニューの拡大と情報発信による収益化の向上

- 本事業によって造成した体験メニューの拡大（ツアー販売、店舗販売）により、事業の収益化を目指す。
- 本事業によって造成した体験メニューを、自社サイトおよびSNS発信を通じて情報発信する。

5-②. 主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業⑤	JR豊肥本線各駅周辺を起点とした地域住民向けワークショップの開催		
事業目的	地域振興と自然環境・農業環境保全・活用を目指した観光まちづくりをワークショップ形式で推進		
実施主体	阿蘇市観光協会	実施期間	令和7年7月～令和8年2月

【背景・課題】
阿蘇市の住民がオーバーツーリズムにより、観光客の受入負担が生じている。
令和6年度までの取組により、農業振興、環境保全と結びついた阿蘇の観光スタイルの方向性の共有ができる人材（個人・団体）と具体的な取組メニュー案が上がっており、実効性のある受入れ体制が見込まれる。

【事業内容】
地域振興と自然環境・農業環境保全・活用を目指した観光まちづくりをワークショップ形式で推進。「阿蘇の自然・農業環境保全」と「観光・産業振興」を両立させることで地域課題（産業振興、移住・定住促進）解決に取り組むことを目指し、JR駅を起点とした各エリア内の特徴に合わせた観光スタイルを共有し、受入れ体制づくりを行うために以下のステップで、地域住民、関係者を交えた住民ワークショップを開催。情報収集、体制構築を行う。

- 地域の関係者による協議の場／ワークショップの設置
- ワークショップの開催（2回）
- テーマ別ワークショップの開催
- 成果のとりまとめと情報及び活用手法の共有

【推進ポイント】
対象とするエリアでは、観光まちづくり計画を実施してきた。計画に携わった人材や出されたアイデアを有効に活用することで、来訪者を各エリアに分散させ、阿蘇での滞在時間を増やすための連携を生み出すための仕組みづくりを行い、実行可能な受入れ体制を整えていく。

住民ワークショップは、地域で活動されている方々と観光事業に携わっている方々が一緒に考え、アイデアを発展させていく場として開催し、阿蘇駅に集中し、火山観光を主な目的としている外国人旅行者を各エリアに分散させ回遊を促すこと、阿蘇に宿泊する目的となる地域の魅力を発信することをテーマに阿蘇での滞在時間を増やすためのプログラムづくり、連携の仕組みづくり、実行可能な受入体制づくりについての検討を行う。

全体ワークショップ

テーマ別ワークショップ

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業⑤	JR豊肥本線各駅周辺を起点とした地域住民向けワークショップの開催

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名：住民ワークショップへの参加者数

令和7年度に掲げた目標値

- 目標値①：200人（令和7年度）
- 目標値②：300人（令和9年度）

事業の成果/目標の検証結果

- 実績値：住民ワークショップへの参加者数 130人（令和8年2月）
- 本事業で様々な可能性を見出すに至り、実現性の高い連携に基づく商品プログラムが造成できた。

成果の詳細

- 対象エリアは有名観光スポットを有するエリアではないため、これまで観光面での取り組みや事業者間の連携が少ないエリアであったが、本事業で様々な可能性を見出すに至り、実現性の高い連携に基づく商品プログラムが造成できた。
- 地域全体で保全していく対象である「草原」という資源を長年維持してきた管理団体（地域住民）と、その姿勢を尊重し利益を還元しようと考える観光事業者とが手を組むことができた。これにより、草原の維持・保全活動についての地元意識醸成のための足掛かりができた。

第1回全体ワークショップ

エリアフィールド調査

プログラムを想定した体験会

令和7年度事業を踏まえた継続課題

プログラムを実施するための仕組みや体制の検討

- 従来、観光事業者が少ないエリアであるため、地域内での観光受入体制確立のための理解を得ていくための取り組みが急務である。
- 多数の参加者を想定していないプログラムのため、年間の受入人数が限られ、その宣伝や体験談の拡散力が弱い。

そのため、地道な広報や顧客満足度向上策が必要である。

令和8年度以降の方針

観光客の分散・回遊、長期滞在を促すプログラムの開発・展開

- 本事業において検討したプログラムを実施段階に進めていくための内容の再検討（料金設定、実施時期など）を継続して進めていく。
- 対象とするユーザー向けの情報発信や体験メニューの設定検討のために試行事業の実施やモニターツアーの実施等に段階的に取り組んでいく。

5－③．主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業⑥	地域住民のサステナブル体験会実施と意見交換会の開催		
事業目的	地域住民・事業者等が阿蘇の高付加価値なアクティビティを体感し、自らの言葉で説明できるようにする。		
実施主体	阿蘇カルデラツーリズム推進協議会	実施期間	令和7年7月～令和8年2月

【背景・課題】
阿蘇市の住民がオーバーツーリズムにより、観光客の受入負担が生じている。

【事業内容】
地域住民・事業者等が阿蘇の高付加価値なアクティビティを体感し、自らの言葉で説明できるようにガイドとして活躍してもらえるよう、
コンテンツの体験・意見交換を実施。

- 観光地域づくり研修会（座学）開催：国内外の最新事例等をもとに、持続可能な観光について解説
- 持続可能なアクティビティ体験会の開催
- 「千年の草原」E-MTBライド
- 「千年の草原」ホースライド
- 「千年の草原」トレッキング
- 手野集落散策
- 体験会参加者に対するアンケート調査の実施
- 観光地域づくり研修会（座学）開催

【推進ポイント】
来訪者に高く評価いただいている阿蘇市の滞在コンテンツを、広く市内の観光事業関係者等に実際に体験してもらい、その魅力を五感で感じてもらうことで、「自分ごと」として阿蘇市の魅力を捉え、おもてなしや観光地域づくりに取り組む機運を醸成する。
併せて、双方向の観光地域づくりについての意見交換会を開催し、「住民・来訪者・環境」の三方良しの取組みを推進する。

草原で実施する
アクティビティの住民体験会
（E-MTBライド）

草原で実施する
アクティビティの住民体験会
（ホースライド）

5-③. 成果及び今後に向けて

補助事業⑥	地域住民のサステナブル体験会実施と意見交換会の開催

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名：地元アクティビティの紹介意向

令和7年度に掲げた目標値

- 目標値①：85%（令和7年度）
- 目標値②：90%（令和9年度）

事業の成果/目標の検証結果

- 実績値：75%
  （アンケートの10段階（1-10）評価中、「10-9」の割合）

成果の詳細

- 地域住民や地元事業者等に阿蘇の高付加価値なアクティビティを体験してもらうことで、自分ごととして情報発信できる機会ができた。
- アンケート実施により、阿蘇市内のオーバーツーリズムの問題点の洗い出しができた。

【アクティビティ体験会を活用して、５大スポットに集中する旅行者を分散させるためのアイデア例】

今回体験いただいたアクティビティを活用し、オーバーツーリズムの対策の一つとして、阿蘇山上・草千里や大観峰等に集中する旅行者を分散させるためのアイデアがありましたら、お教え下さい。（自由回答）
体験型事業。
朝や夜の散策など普段出歩かない時間帯に行う。特に渋滞が懸念される時間帯はその時間帯に来てくれた方のみ割引や粗品を渡す。
道の駅、ホテル、レストランや阿蘇観光サイトなどに阿蘇の観光地やアクティビティの見所を纏めたMAPや簡単な資料を作成し置く。 阿蘇市専用のSNSで上記のようなお勧めする場所を動画でアップする。
時間帯をずらした体験や宿泊者限定プログラム、小規模・予約制の体験を増やすことで、特定スポットへの集中を緩和でき、見る観光から体験型へ転換し、阿蘇全体を面的に巡る仕組みづくりが有効だと考える。
外国人の意見を聞き入れて、体験型のツーリズムを考えた方が良い。外国人から見た阿蘇の魅力を再発見すべき。
バスツアーの開催
アクティビティは非常に魅力的だが、旅行者を分散させるには併せてカフェなど休息できるスポットが必要だと感じる。

北外輪山E-MTBライド

阿蘇山上トレッキング

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1 参加者の拡大

- 事業実施が遅れたため、アクティビティ体験が年末年始の繁忙期に加え、寒い時期の開催となり、結果的に参加者が少なかった。

令和8年度以降の方針

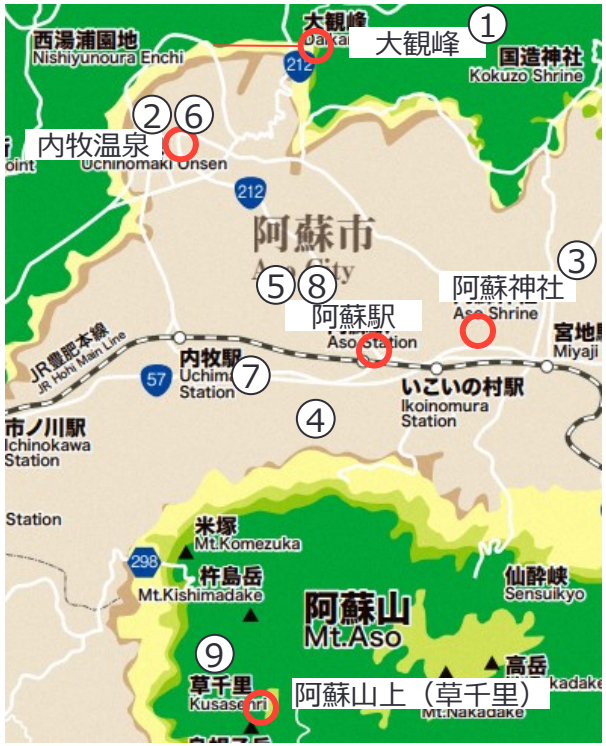
1 質の高いコンテンツの提供

- 本事業において洗い出した課題を改善し、更なる地域住民の分散型コンテンツへの関心度アップを目指す。

４．対策の概要

- 山岳地形であることから渋滞が起きやすく、観光スポットも限られることから局所に人・車が集中しやすい構造。そのため、受入環境整備を行いつつ、場所や時間の分散化を図る
- 具体的には、駐車場混雑可視化や夜間店舗の充実化、草原を活用した滞在型コンテンツ造成などを実施する
- 滞在型コンテンツ造成により、経済波及効果の拡大も図り、地域の観光客受け入れ負担の軽減にもつなげる

エリアマップ



観光客の分散・平準化

取組み ①大観峰周辺の草原でのコンテンツ造成及びアクティビティ受付拠点整備

内容
- 地元消費の向上につながる草原での体験コンテンツを３種類造成することで、５大スポットへの観光客集中を分散し、収益の上げにくい自然資源型地域での持続可能な観光地域づくりを目指す

取組み ②夜間店舗の充実・非混雑エリアのコンテンツ磨き上げ

内容
- 内牧温泉は昼間の商店街に観光客が集中する。宿から夜間店舗への送客や、非混雑エリアにおける特産品の食べ歩きや飲食可能な拠点を充実させることで、時間と場所の分散化を図る

受入環境の整備・増強

取組み ③ICT等を活用した駐車場の混雑状況可視化等（阿蘇神社・阿蘇市）

内容
- AIカメラ分析等により駐車場の空き状況を見える化し、利用効率を向上するとともに、駐車場整備を行うことで、渋滞緩和を図る

取組み ④多言語モニター設置による観光施設の混雑状況の見える化

内容
- 外国語表記のインフォメーションモニターにより、待ち時間をリアルタイムに周知し、外国人観光客にもスムーズな案内を可能とすることで、混雑の解消を図る

取組み ⑤宿への荷物搬送・ツアー専用車導入

内容
- 荷物搬送を効率化するとともに、使っていない時間はツアー客の搬送を行うことで観光客の分散化も図る

取組み ⑥内牧商店街の歩行者天国化の実証

内容
- 車道の一部を歩行者天国にすることで観光客と車両の接触事故防止を図る

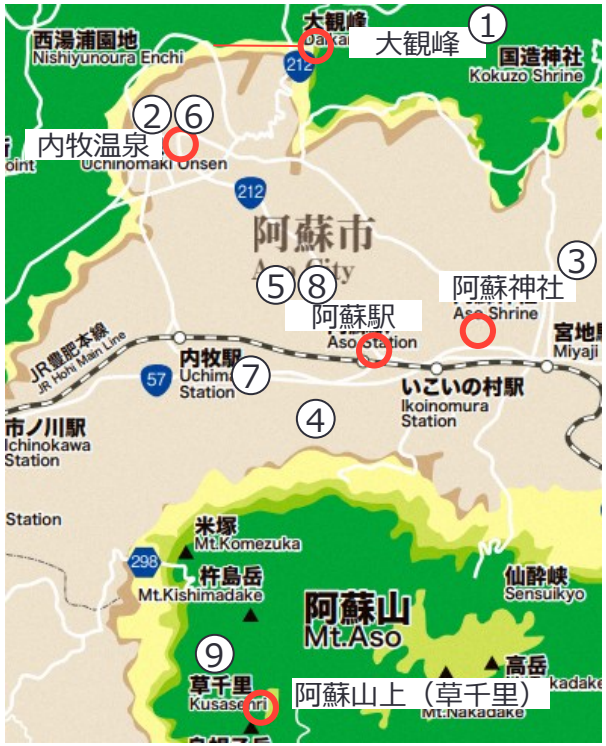
取組み ⑦バス停周辺の環境整備

内容
- バス停を改修することで、渋滞や安全面の課題を解消する

４．対策の概要

- 阿蘇の重要な資源である草原や放牧馬・牛を保全するため、マナー啓発を実施
- 持続可能な観光の推進のためには、観光客・住民双方の満足する観光地を目指す必要がある。そのため、阿蘇の観光やビジョンに対する住民・事業者の理解を促進も図る

エリアマップ



調査・分析

取組み　**⑧AIカメラ設置による施設の利用者数及び駐車場の満空状況の計測**

内容
- 駐車場の混雑状況についてリアルタイムに情報発信を行い、混雑軽減を図る
- 時間帯別の施設利用者データを可視化し、レジの稼働数や清掃タイミング、施設内動線の最適化を図る
- 崇城大学IOT・AIセンター並びにDXfromKUMAMOTOと連携することにより、AIカメラ画像分析からのマーケティング利用を行う

取組み　**⑨将来的なEV自動運転導入に向けた調査・検討**

内容
- 草千里駐車場の混雑による渋滞が発生しており、空いている古坊中駐車場への分散化が必要。草千里と古坊中駐車場間を環境に配慮したEVバスで繋ぐことで、古坊中駐車場利用を促進する

マナー啓発

取組み　**⑩草原や放牧場でのマナー啓発のためのツール作成・配布**

内容
- 観光客の増加により、草原への無断立ち入り、牛・馬に無断で触れるなどの事象が発生しており、草原踏み荒らしや口蹄疫発生の懸念がある
- 阿蘇の重要な資源である自然への理解を促進させ、自然に配慮した観光を推進するため、ガイドラインをわかりやすく伝え、草原への無断立ち入りや牛馬への接触等を抑制する

住民と協業した観光振興

取組み　**⑪地域住民の体験会の実施**

内容
- 阿蘇市の観光コンテンツを、住民や事業者等にも体験してもらい、その魅力を五感で感じてもらうことで、「自分ごと」として阿蘇市の魅力を捉え、おもてなしや観光地域づくりに取り組む機運を醸成する
- 併せて、双方向の観光地域づくりについての意見交換会を開催し、「住民・来訪者・環境」の三方良しの取組みを推進する

５-①．主な取組み（詳細）

課題	取組み
• “５大観光スポット”で“草原を見るだけ”の観光となっており、場所や時間の集中が発生 • 地域への経済効果も限定的	**草原でのコンテンツ造成及びアクティビティ受付拠点整備** • 実施期間：令和6年10月～令和7年2月 • 実施主体：あそBe隊、梅木観光、阿蘇ネイチャーランド、日航観光社

事業内容

①：コンテンツ造成

- 大観峰以外でも楽しめる草原を活用したコンテンツ（以下、三種類）を造成する
  - E-MTBによるカルデラ草原ライドツアー
  - 北外輪山をフィールドした本格4輪バギーアドベンチャー
  - 引き馬乗馬ユニバーサルコンテンツ

②：アクティビティ受付拠点の整備

- 新たなコンテンツに誘導するための受付拠点を整備する

【目的】

- 人気スポット周辺に新たなコンテンツを造成することで、観光客の分散化を図る
- “見る“から”体験する”観光コンテンツとすることで、滞在時間の延長や経済効果の向上を図る

②：アクティビティ受付拠点

昼間に大観峰や草千里に**集中する観光客を分散化**

大観峰からの分散化

大観峰や草千里に**集中する観光客をコンテンツに誘導するための拠点**を整備

①：コンテンツ造成

E-MTBによるカルデラ草原ライドツアー

北外輪山をフィールドした本格4輪バギーアドベンチャー

引き馬乗馬ユニバーサルコンテンツ

受付拠点を経由した分散化

5-①. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- 阿蘇の草原コンテンツ及びアクセシビリティ受付拠点を新規に造成し、大観峰など人気スポットからの**分散を促せるコンテンツとして有効な手段となるか検証**

事業の成果／目標の検証結果

- **分散化への有効性を確認。令和７年度から、定番商品として販売**する
  - ３つの新たなコンテンツについて、**計225人が参加**し。大観峰などに集中する**観光客の分散に有効となり得る**ことが確認できた
  - **満足度が高い**こと、また**収益化の見通しが立った**ことから、**令和７年度から定番商品として販売**する見込み

成果詳細

■ 草原コンテンツ造成による場所の分散

- E-MTBライド体験以外は**当日予約でも参加することができ、大観峰に多いドライブ客等が気軽に参加できる体験機会**の創出となっている。
- コンテンツ参加を通し、景観だけではない**草原の価値についての理解**も深められている
- **収益確保の見通しも立った**ため、今後定番商品として継続させる

	E-MTBライド体験	バギー体験	引馬体験
人数	12回　３４人	１６４人	８９人
年齢	• **２０歳代～７０歳代** • 外国人３割、日本人７割	• **３０～４０歳代**の参加が多い • 外国人１割、日本人９割 • 福岡３割、関東圏３割、熊本２割、その他	• **ファミリー（５歳～３０歳代）**の参加が多い • 外国人１割、日本人９割
単価	8,500円～	7,700円～	1,100円～
意見	• 満足度は高い。思ったよりやり甲斐・アドベンチャー感があった。 • 野焼きや輪地切り等の意義について、アクティビティをしながら理解を深められた。 • 草原を維持する人々の苦労や、昔カルデラが湖だったころの話に関心が高い。	• 草原景観の中で楽しめるアクティビティとして、満足度は高い。 • アクティビティ体験をしながら草原の話をすると理解しやすい。 • 草原の話は、特に４０歳代以上に反響が良い。	• 子どもが喜んでおり、ファミリー層に好評 • 普段の目線より高くなり、非日常感を体感できる。 • 馬の対応（反応）が温かい（気質も体温も）

５-①. 成果及び今後に向けて

成果詳細

- これまで眺めるが中心だった阿蘇の草原の中で、様々なアクティビティを体験できるようになった

令和６年度の取組みから見えてきた課題

- 令和６年度の実証を踏まえ、草原コンテンツの観光客ニーズや属性を把握。商品価値は十分にあり、今後の本格実施の見込みが立った
- 大観峰等からの分散化及び実施事業者のビジネス安定のためには、利用者の拡大が大きな課題

1 ツアー客の取り込み

- 大型バスで来訪する旅行者については、予め行程が決まっているため、コンテンツに興味をもってもらっても参加いただけない
- 旅行前段階から、行程として組み込んでもらう必要がある

2 他集中スポットへの分散コンテンツの展開

- 本事業では、大観峰からの分散を見込んだコンテンツを造成。大観峰の取組を踏まえ、阿蘇駅、山上など他４集中スポットについても分散化の取組を拡大していく必要

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

- 利用者の拡大に向け、旅行会社との連携によるツアー客の取り込み、大観峰以外でのコンテンツ拡大を図る

1 旅行会社との連携によるツアーへの組み込み

- 北外輪山の大観峰周辺エリアで気軽に楽しめるアクティビティを旅行会社に紹介し、ツアーに組み込んでもらう
- 令和７年度の実施に向け、旅行会社との協議を開始している

2 子どもやお年寄りも楽しめるコンテンツの造成

- 阿蘇駅ではE－MTBライド、阿蘇山上ではグリーンスローモビリティによる草原ライドの造成に取り組む
- 体力のない人でも楽しめるコンテンツの要望があったことから、グリーンスローモビリティによる草原ライドを導入する

5-②. 主な取組み（詳細）

課題	取組み
持続可能な観光地づくりに向け、住民の巻き込みや阿蘇観光に対する理解・機運醸成を図る必要がある	**地域住民の体験会の実施** • 実施期間：体験会（令和6年10月～令和7年2月）、意見交換会（令和6年10月、令和7年2月） • 実施主体：阿蘇カルデラツーリズム推進協議会

事業内容

■ 住民体験会の実施

- 阿蘇市の観光コンテンツを、宿泊事業者や観光事業者等、観光客と直接接点がある地域の方にも体験してもらい、その魅力を五感で感じてもらう
  - ➢ 体験の実施（４種類）
  - ➢ 体験したコンテンツ及び阿蘇市オーバーツーリズムに関するアンケート調査
  - ➢ 地域住民向けサステナブル講習会の開催

【目的】

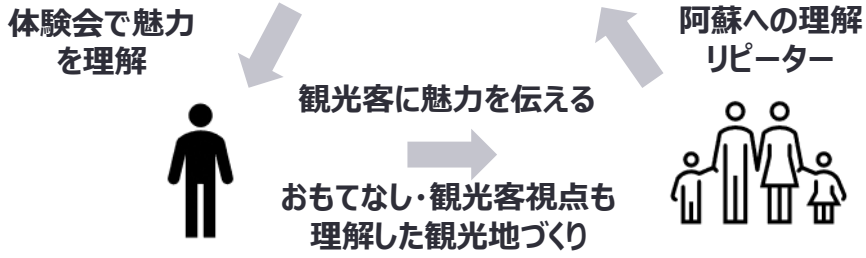
- 持続可能な観光地づくりを目指すため、地域の方に対し、**阿蘇の魅力の理解や観光客からの視点を育成**し、阿蘇観光を「自分ごと」として捉え、おもてなしや観光地域づくりに取り組む機運醸成する

【背景】

- 地域の人が阿蘇の魅力について自ら観光客に伝えることは、知られざる魅力発信や地域と観光客の交流や繋がりの創出、地域と観光客の相互理解の促進にもつながる
- しかし、**地元の人は地元を観光しない**ため、**既知の人気スポット以外の魅力が伝わらず**、結果として**人気スポットに観光客が集中**しやすい
- 体験会・意見交換会を開催することで、阿蘇の魅力への理解や観光客からの視点を育成し「住民・来訪者・環境」の三方良しの取組みを推進する

意見交換会・アンケート調査

- 体験会、アクティビティに対するアンケート、オーバーツーリズムに関するアンケート、講習会を実施
- 阿蘇の魅力理解・観光客視点の育成、アクティビティのモニターを含めた地域協議の新しいスタイル



5-②. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- 阿蘇の草原コンテンツに対する**住民の満足度**や、**地域の魅力・価値を来訪者に伝える役割を担う**ことについての**意向などを調査**し、**体験会の有効性を検証**する
- その他分散化や観光地域づくりの課題を調査し、対策を検討する

事業の成果／目標の検証結果

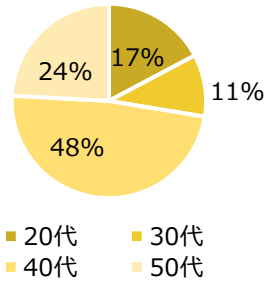
- **実体験に基づき、阿蘇の魅力を自ら発信していける人材の育成の第一歩を踏み出すことができた**
  - **計76人**が参加
  - 体験会の満足度（目標80%以上）　**約８割**
  - 観光客への紹介意向（目標80%以上）　**約９割**

成果詳細

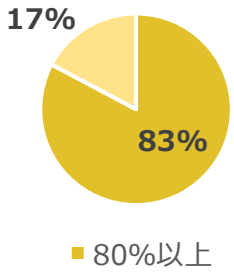
体験会の概要

実施期間：令和6年11月～12月
参加者数：76人
内容　　：４つの草原コンテンツの体験
回数　　：24回

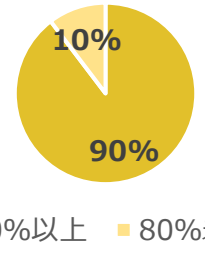
参加者年齢



満足度



観光客への紹介意向



✓ **地域の魅力・価値を来訪者に伝える**ことができる**人材を育成**するという目的から、参加者の大半は、普段から観光客との接点がある**観光事業者、宿泊事業者**

✓ **体験会の満足度：80%以上　約８割**

✓ **観光客への紹介意向：80%以上　約９割**

アンケート結果・分析

✓ **地域に住みながらも阿蘇を知らない人が多く、阿蘇の魅力に感動し、観光客にも紹介するとの意見が多かった**

- 地域に暮らしていながらも知らない情報、埋もれてしまっているような情報を、体験しながら知り、学べることが大変素晴らしかった
- 馬が愛情を持って飼育・調教されており、穏やかで賢くて感動した
- 阿蘇の風景に感動しながらの最高の体験。たくさんの方に感動を味わっていただきたい
- 訪日客だけでなく、特別な旅(高単価な旅)を希望の方へアピールする発信ができればと思う

✓ **一方、体験コンテンツの価格については、地域が適性と思う額と実際の販売額に乖離があった**

- バラグライダー、E-MTB、アウトドアダイニングの３つは実際の価格よりも、地元の方の想定価格が２割程度低かった
- 乗馬については、想定価格のほうが高い特徴が見られた。また、コメントについても乗馬に対する評価が高かった。

  →価格に見合った付加価値の高いコンテンツへの改善とともに、地元の人には草原の存在が当たり前となっていることも価格に表れていると考えられ、阿蘇の魅力や価値を引き続き伝えていく必要

５-②. 成果及び今後に向けて

成果詳細

- 意見交換会、協議会だけでなく、実際に阿蘇の魅力を体験する機会も設けることで、持続的な観光の推進を自分ごととして捉えやすくなる
- 観光事業者や宿泊事業者は、阿蘇を観光したことがない方も多く、観光客視点から阿蘇を考える機会ともなった

令和６年度の取組みから見えてきた課題

- 阿蘇の人が阿蘇を知らないということは従前からの課題であったが、本事業を機に、実体験に基づき、阿蘇の魅力を自ら発信していける人材の育成の第一歩を踏み出すことができた
- 多くの人に満足いただくことができたが、体験者数が限られていることが課題である

参加者の拡大

- 計76名に参加いただき一定の成果が得られたが、阿蘇市の人口や事業者数を踏まえると、参加者が限定的
- 地域全体で、阿蘇の魅力を伝えていく機運を醸成するには、参加者のさらなる拡大が必要

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

- 阿蘇の魅力や価値を来訪者にを伝えていくことができる地元人材を増やしていくため、一般住民向けの体験会の開催など、参加者を拡大していく

一般住民向けの体験会の開催

- 今回は観光客との接点の多い観光事業者・宿泊事業者向けに開催したが、阿蘇への理解や誇りの醸成、将来の観光人材の育成に向け、主婦や子どもなど多様な方々への機会提供も提供する

5-③. 主な取組（詳細）

課題	取組み
園内の混雑状況がわからない、外国人観光客への説明時間を要することにより、発券所付近に人混みが発生	**多言語モニター設置による観光施設の混雑状況の見える化** • 実施期間：令和6年10月～令和7年2月 • 実施主体：阿蘇熊牧場

事業内容

■ 入園前の発券機付近への多言語モニター設置

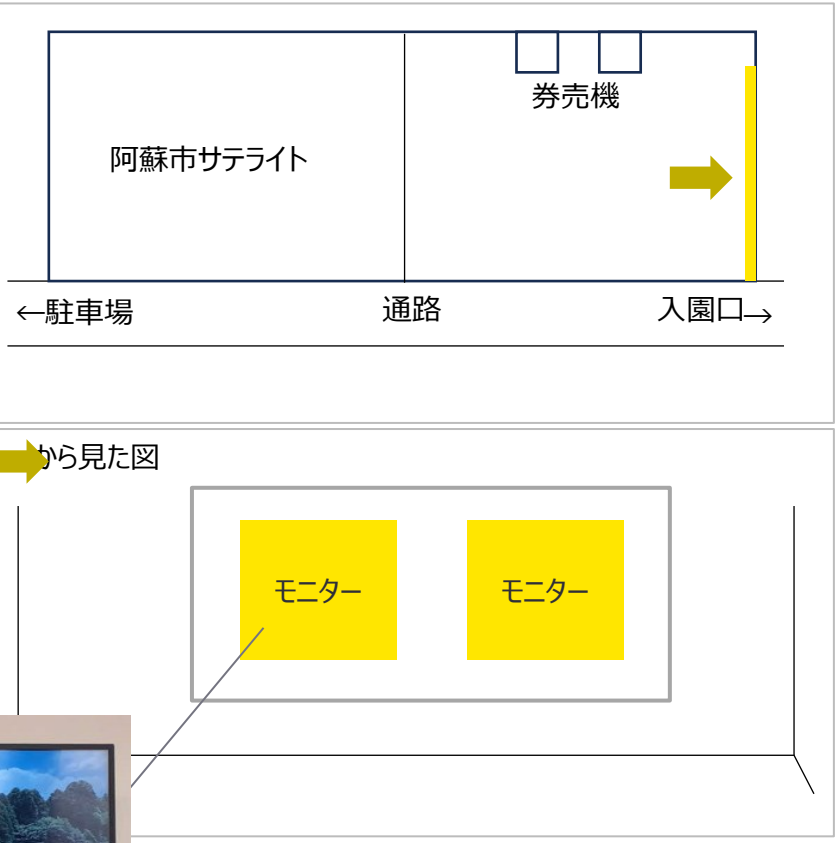
- 発券機付近を中心に、リアルタイムの予約状況を確認できるモニターを設置
- 外国人向けに3～4か国語（日本語・英語・中国語(繁体・簡体）・韓国語にて表記）対応の案内を実施

【目的】

- 券売機付近に園内施設の受付状況を確認できるモニターを設置することで、入口での受付状況の問い合わせ対応に関する混雑や返金トラブルを解消する

【背景】

- 園内の人気アクティビティこぐまのふれあいやヘリコプター遊覧について、これまで受付状況が見える化されておらず、先着順であった
- そのため、入園券購入後窓口に並んで空き状況を確認する観光客が多く、待ち時間や入園口の混雑、空きがないことによる返金トラブルが発生していた



入園口前にモニターを設置

5-③. 成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- 受付状況の見える化による**入園口混雑及び返金トラブルの解消**

事業の成果／目標の検証結果

- **問い合わせ件数減による混雑緩和、返金トラブルの減少**
  - 問い合わせ件数　こぐまのふれあい　**約253件→約138件**
  - 　　ヘリコプター遊覧体験　**約145件→約49件**
  - キャンセル件数　ヘリコプター遊覧体験　**８件→５件**

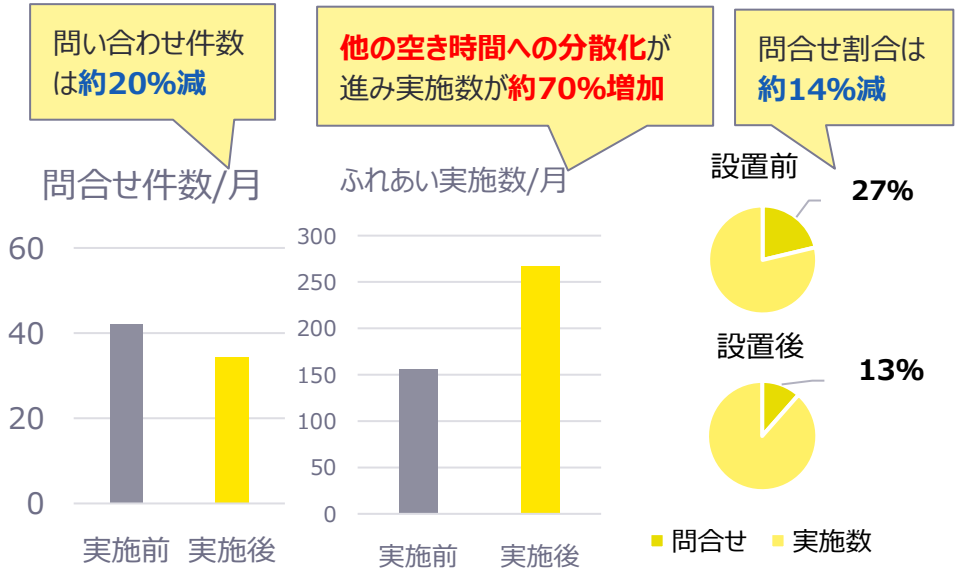
※実施前：５～10月　実施後：11～2月の実績

成果詳細

こぐまのふれあい

✓ 予約状況の見える化により、**問い合わせ件数の減少に伴う混雑解消、他の空き時間への分散化への効果**が見られた

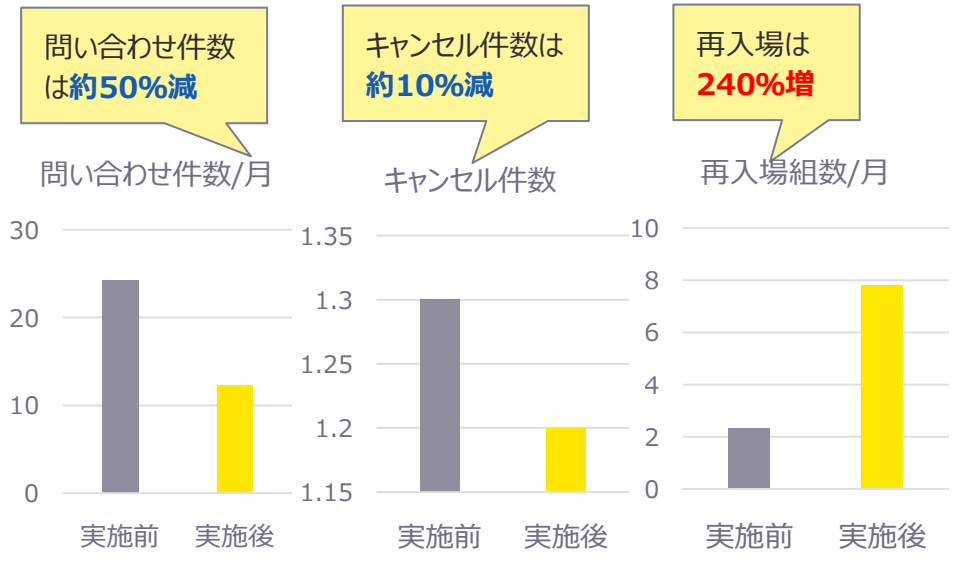
- **問い合わせ件数：約42.1件/月→約34.5件 /月**
- **ふれあい実施数：約156件 /月→約267件/月**



ヘリコプター遊覧体験

✓ 混雑解消などに一定以上の効果が出るとともに、受付状況が見える化されたことで、**混んでいる時間は周辺の観光等を楽しみ、モニターで状況を見て再入場してくる観光客が増えたと想定**される

- **問い合わせ件数：24.2件/月→12.3件/月**
- **キャンセル件数：1.3件/月→1.2件/月**
- **再入場組数：2.3件/月→7.8件/月**



５-③．成果及び今後に向けて

令和６年度の取組みから見えてきた課題

- モニター設置後、口頭での問い合わせは格段に減少しているが、新たな滞留発生などへの対応が課題となっている

1 入園口付近の滞留への対応

- モニターで満席及び天候不良による受入不可を確認した後に、その後の観光コースをその場でスマホ等で探される方が多く見受けられる
- そのため、入園口付近に一定時間滞留が発生し、混雑が発生する場合がある

2 ごみ分別やトイレ利用方法の改善

- 外国人観光客を始めとした観光客の急増により、トイレの利用やごみ分別のマナー悪化が目立つようになっている
- 混雑対応と併せて、マナー問題への対応も必要

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

- モニター設置後、口頭での問い合わせは格段に減少しているが、新たな滞留発生などへの対応が課題となっている

1 受入れ状況の事前発信

- 観光客が来園前に受入状況を把握が可能なツールを検討
- 人員も限られているため、スタッフによるHPやSNS発信ではなく、受入状況をリアルタイムでの周知方法を検討する

2 マナー啓発の強化

- トイレ利用やごみ分別などのマナー啓発を実施
- 外国語観光客が急増していることから、多言語による案内を実施する

現状について

- 令和7年度は、地域一体型として事業を実施。

43.　鹿児島県出水市

1．地域概要

対象地域	鹿児島県出水市　出水麓武家屋敷群エリア
申請主体	出水市
計画名	オーバーツーリズムに備え、観光と地域住民が共生するまちづくり事業

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	696	585	648
- 国内	684	575	636
- 訪日外国人旅行者	12	10	12

地域の特徴・観光資源等

- 国の重要伝統的建造物群保存地区で日本遺産である「出水麓武家屋敷群」は、江戸時代に造られた石垣や生垣、風格ある武家門など薩摩藩の武家集落の面影を今も残す。
- 地域内には、公開武家屋敷や出水麓歴史館などの観光資源と共に着物着付け体験や観光牛車などの体験型コンテンツも充実。また、宿泊施設や飲食店が新たにでき、環境客の受入態勢も整いつつある。
- 当該期域には、5つの自治会と小学校等があり、景観維持には住民のボランティアに拠るところも大きい。
- 生活エリアと共存し、オーバーツーリズムに対する懸念や訪日外国人旅行者流入に不安を抱える地域住民も多い。

協議体制

協議の場

出水麓・観光と地域住民が共生するまちづくり協議会

参加者

行政機関等

- 出水市役所観光交流課

有識者

- 古木圭介出水市観光政策アドバイザー

事業者

- 一社）出水市観光特産品協会
- ㈱ＲＩＴＡ
- 一社）テンラボ
- 日本航空㈱

住民関係者

- 出水麓地区５自治会
- 出水街なみ保存会
- いずみ観光牛車会

エリアマップ

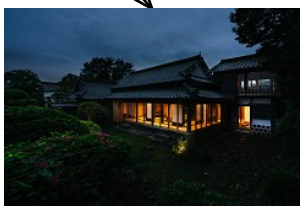
公開武家屋敷「税所邸」「竹添邸」出水麓歴史館

着物着付け体験・茶道体験
税所邸・三原邸・出水麓庭園

観光牛車：黒毛和牛がひく日本唯一の牛車

竪馬場通り：生垣や石垣、武家門が立ち並ぶ

御仮屋門：約400年前の武家門



RITA出水麓：武家屋敷を活かした宿泊施設

2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**旅行者（観光客）のマナー問題**	• 出水麓武家屋敷群内で生活する住民から、旅行者（観光客）の敷地内への侵入や無許可での写真撮影する等のマナー違反に対する苦情 • 武家門や公開武家屋敷、石垣などの景観を一般道に立ち止まって撮影する旅行者（観光客）が多く、地域住民の車両通行の妨げになることに対する苦情	地域住民
2.	**地域住民の理解**	• 観光地としての旅行者（観光客）の受入態勢の理解不足 • 地域住民の旅行者（観光客）へのおもてなしの不足 • 地域住民の日本遺産「出水麓武家屋敷群」の魅力の理解不足 • 当該地区での稼ぐ力の不足	地域住民
3.	**観光関連事業者の訪日外国人旅行者応対スキル**	• 観光関連事業者（観光ガイド、観光施設、ホテル・旅館、飲食業など）の訪日外国人旅行者や旅行者（観光客）に対するコミュニケーション能力などの応対スキルが不足 • 事業者の旅行者（観光客）へのおもてなしや出水麓武家屋敷群の魅力の理解不足 • 当該地区での稼ぐ力の不足 • 旅行者（観光客）へのマナーの啓発不足	観光関連事業者 地域住民

1 無許可での写真撮影等のマナー違反

車道の真ん中で武家門などの風景を写真撮影

2 地域住民の受入態勢の不足

地域住民が訪日外国人旅行者と英語などで円滑にコミュニケーションを取ることの難しさ

3 マナー啓発の不足など訪日外国人旅行者対応スキルの不足

観光客へのマナー啓発が不十分なため、ごみのポイ捨てが発生

3．背景･要因

	主な背景･要因	
1.	**観光客の増加**	• 令和元年に出水麓武家屋敷群が日本遺産に認定、平成２９年出水麓歴史館、令和５年出水麓庭園が完成 • 令和２年の都市計画の規制緩和により、出水麓地区内で宿泊施設や飲食店などの営業できるようになった • 台湾をターゲットとした観光客誘致事業の実施 • 大河ドラマ「西郷どん」などテレビ等でのＰＲ効果 • 着物着付け体験や観光牛車を目的とした観光客が増加
2.	**居住地域の観光地化･観光客の受入態勢の不足**	• 訪日外国人旅行者などの増加により、無断での写真撮影や敷地侵入する事案が発生 • ペットなどの糞や空き缶･ごみのポイ捨てが増加 • 空き家･空き地の増加に伴う、家や土地の管理不足による景観悪化

４．対策の概要

目指す姿	**住民等の理解やおもてなしの向上を図り、地域住民と共生する観光エリアとして魅力を更に高め、旅行者から選ばれる地域**
KGI	**（指標）住民の観光客受入意向率** 現状値：50%（令和6年度） 目標値：令和9年度末において64%以上

- ピクトグラムの活用により、言語的障壁がある観光客に対しマナー・ルールの伝達、観光受入地として地域住民の理解醸成に寄与。
- セミナー開催による受入態勢の強化、コミュニケーション能力の向上。

■補助事業の実施概要

受入環境の整備・増強

①観光マナー啓発を目的とした観光ピクトグラムの設置事業
～マナー違反行為の防止・抑制、地域住民と共同した観光振興～

【背景・課題】
- 出水麓武家屋敷群内の敷地や一般道において、観光客による無断侵入や無許可撮影、通行の妨げ、ゴミのポイ捨て等、苦情が寄せられている

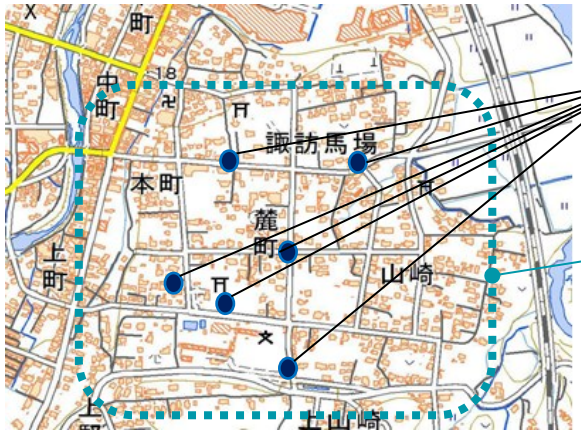
【事業内容】
- 写真撮影の許可や敷地への立ち入りを拒否する住民や写真撮影等を許可する住民に対し、訪日外国人旅行者でもわかりやすいピクトグラム看板を配布
- 車両の妨げやポイ捨てを注意するため、公共施設前などのピクトグラム看板を設置
- ピクトグラムを周知するため、ＪＲ出水駅や出水麓歴史館に説明看板を設置

②地域住民・観光事業者を対象としたおもてなし、異文化コミュニケーションセミナー事業
～地域住民と協働した観光振興、受入環境の整備～

【背景・課題】
- 地域住民や観光事業者の観光客に対する応対スキルに起因するコミュニケーション不足により、観光マナー啓発ができていない

【事業内容】
- 観光客の受入態勢強化や理解を深めるため、市民・観光事業者を対象とした異文化コミュニケーションのセミナーを実施。

＜セミナーのテーマ＞
- ①おもてなしの心実践セミナー：観光客を受け入れる上でのホスピタリティを学ぶ
- ②異文化コミュニケーション講座（講演型）：訪日外国人旅行者に対する異文化コミュニケーションを座学形式で学ぶ
- ③異文化コミュニケーション講座（参加型）：上記のコミュニケーションをワークショップ形式で実践しながら学ぶ



①出水麓武家屋敷群の希望する住民、観光施設等

②セミナー受講対象者（出水麓武家屋敷群の住民・市内観光事業者）の居住エリア

▼補助事業①　観光ピクトグラムのイメージ

▼補助事業②　異文化コミュニケーションセミナーの開催イメージ

【本地域における取組マップ】

KGI：住民の観光客受入意向率

- 測定手法：年度末市民アンケート
- 現状値：令和6年度　50%
- 目標値：令和9年度末において64%以上
  （令和6年度比15%向上）

KPI：観光客のマナー違反に関する住民からの苦情件数

目標値：令和7年度　年間176件以下（令和6年度比2%減）
　　令和8年度　年間77件以下（令和6年度比60%減）
実績値：令和7年度　年間59件

KPI：A)参加者数
(B)「セミナーの内容を理解し、学んだことを日常生活や仕事における観光客との接点で活かしたいと思う」とした受講者の割合
(C)観光振興に対する理解度

目標値：令和7年度　(A)1,2回目 70人、3回目 30人
　　(B)各回80%以上
　　令和8年度　(C) 75%以上
実績値：令和7年度　(A) ①67人、②59人、③ 23人
　　(B) ①97%、②92%、③ 100%

受入環境の整備・増強

補助事業①	観光マナー啓発を目的とした観光ピクトグラムの設置事業		
事業目的	マナー違反行為の防止・抑制、地域住民と共同した観光振興		
実施主体	出水麓・観光と地域住民が共生するまちづくり協議会	実施期間	令和7年7月～令和8年2月

【背景・課題】

- 出水麓武家屋敷群内の敷地や一般道において、観光客による無断侵入や無許可撮影、通行の妨げ、ゴミのポイ捨て等の苦情が寄せられている

【事業内容】

- 写真撮影の許可や敷地への立ち入りを拒否する住民や写真撮影等を許可する住民に対し、訪日外国人旅行者でもわかりやすいピクトグラム看板を配布。
- 車両の妨げやポイ捨てを注意するため、公共施設前などのピクトグラム看板を設置
- ピクトグラムを周知するため、ＪＲ出水駅や出水麓歴史館に説明看板を設置

【推進ポイント】

- 武家屋敷や武家門、江戸時代に整備された整然とした石垣や生垣等の見学と町並み散策がメインコンテンツであるが、同地区内に居住する住民も多い。観光などのルールを明確化することで、住民が安心して生活でき、観光客もルールを遵守することでマナー違反の抑制につながる。
- ルールの明確化により、観光客にマナー等の受入態勢が整っていることで安心した観光を提供できる。
- 異文化コミュニケーション、ホスピタリティ研修の実施と合わせて、関係者の協力体制を深め、訪日外国人旅行者誘致への理解浸透、オーバーツーリズムへの事前対策を行い、地域住民と観光が共生するまちづくりを目指す。

各家庭の武家門等に設置するピクトグラム

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	観光マナー啓発を目的とした観光ピクトグラムの設置事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	観光客のマナー違反に関する住民からの苦情件数

令和7年度に掲げた目標値

- 年間176件以下（令和７年度内）

事業の成果/目標の検証結果

- 苦情件数59件（令和７年４月～令和８年２月）

成果の詳細

●一般家庭へのピクトグラム設置（１２件２４枚設置済み）
・地域住民の観光への関心につながった。
・出水麓地区での観光について、一定のルール化が図られ、観光客が勝手に敷地に侵入することを抑制できた。
・禁止事項だけでなく、各家庭で中庭などの散策まで了承する住民もおり、そのことを明示することで、観光客へのおもてなしにつながった。
●観光施設へのピクトグラム設置
・ピクトグラム看板を新たに設置する際、これまで設置していた看板等と統合することで、景観に配慮した看板となった。
・武家屋敷ホテルRITA出水麓に看板設置したことで、宿泊者がいない時間帯にホテル敷地内の散策が可能となり、ＰＲにつながった。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1 未設置世帯への対応

- 令和7年11月よりピクトグラム配布を開始しており、設置は進んでいるものの、まだ認知段階であるため、継続的な周知や設置を通じてピクトグラムに対する住民の認知を拡大し、設置数を増やしていく必要がある。

2 地域住民の観光客受入意向の確認

- ピクトグラム設置後間もないため、苦情の集計やピクトグラム設置時の住民からの声として受入意向が向上したとの意見はあったものの、住民の受入意向が定量的には把握できていない。

令和8年度以降の方針

1 未設置世帯への協力依頼

- 公共施設や観光施設への看板設置や、住宅へのピクトグラム設置を通じて住民のピクトグラムへの認知を向上させるとともに、継続的に協力依頼を行い、設置数を拡大する。

2 観光客受入意向や苦情などのアンケート調査の実施

- アンケート調査等を通じて、住民の観光客受入意向を把握するとともに、マナー啓発として追加で対応が必要なものがあれば検討・対応する。

5-②. 主な取組（詳細）

受入環境の整備・増強

補助事業②	**地域住民・観光事業者を対象としたおもてなし、異文化コミュニケーションセミナー事業**		
事業目的	地域住民と協働した観光振興、受入環境の整備		
実施主体	出水麓・観光と地域住民が共生するまちづくり協議会	**実施期間**	令和7年7月～令和8年1月

【背景・課題】

- 市民生活と同居する観光地として、訪日外国人旅行者が起こすマナー違反等の報道に不安を感じる住民も多く、観光誘客に対する理解と快く受け入れるマインドの醸成が課題。旅行者との円滑なコミュニケーションや外国人の特徴を学び知ることが、マナー違反の抑制と観光地の魅力向上につながる。

【事業内容】

- ①おもてなしの心　実践セミナー（講演型）
  対象：市民、市内観光事業者
  航空会社の客室乗務員等が講師のホスピタリティセミナーの開催
- ②異文化コミュニケーション講座（講演型）
  対象：市民、市内観光事業者
  航空会社海外支店のマネジメント層が講師となる異文化コミュニケーションセミナーの開催
  ※台湾人コミュニケーション講座　市の訪日外国人旅行者重点ターゲット、台湾に特化したセミナーも同時に実施する
- ③異文化コミュニケーション講座（参加型）
  対象：市内観光事業者
  観光事業者のリーダー層を対象にグループワークを含む実践的セミナーの開催

【推進ポイント】

- 「観光ピクトグラム設置」事業と合わせて、オーバーツーリズムの未然防止や訪日外国人旅行者受入態勢づくり等、事前準備を市民や観光事業者と一体となり実施することで、魅力向上に向けて総合力を高める
- 本市と連携協定を結ぶ日本航空と協力し、同社が機内・空港等で直接旅行者と接してきた経験やグローバル人材のマネジメント等の知見を活かし、セミナーの実施計画から参画させることでセミナー効果を向上させる。

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業②	地域住民・観光事業者を対象としたおもてなし、異文化コミュニケーションセミナー事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	A：セミナーへの参加者数　B：セミナー内容の理解・活用浸透率

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• A：①②：70名、③：30名 • B：①②③80%	• A：①67名、②59名、③23名 • B：①97%、②92%、③100%

成果の詳細

以下3つのセミナーを実施した。
①おもてなしの心実践セミナー　令和7年11月5日　内容：JALのCAによる接遇・ホスピタリティ研修
②異文化コミュニケーション講座（講演型）　令和8年1月26日　内容：旅行客の多い台湾の文化・人物像・考え方や実践的対応方法を講義
③異文化コミュニケーション講座（参加型）　令和7年11月5日　内容：ワークショップ形式でディスカッションを交えて異文化対応・理解を醸成
各セミナー理解度や活用浸透率が90%超と高く、「今後の来客対応の参考になった」「研修で学んだ知識とスキルを、今後実践していきたい」という意見が多かった。言語の違いによる困難さに関する意見もあったが、言語にとらわれない基本接遇やコミュニケーションの重要性が学びとして挙げられた。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

1 セミナーテーマの継続検討

- 令和7年度のセミナーはいずれも理解・活用浸透率が高かったものの、参加者アンケートでは今回のテーマの更なる深掘りやクレーム対応、観光客のニーズ把握に関する要望があったため、テーマの精緻化を行う必要がある。

2 多言語化の課題と更なるコミュニケーションの向上

- 非言語による接遇やコミュニケーションの重要性についてはセミナーを通じて理解が深まったが、HP・SNSを通じた情報発信やメニュー表等の多言語化について課題を感じた事業者もいた。
- 言語・非言語問わず、コミュニケーションの向上について更なる理解を深める必要がある。

令和8年度以降の方針

1 受入態勢向上のためのセミナーの継続的な実施

- 令和7年度のセミナー参加者アンケートで要望のあったテーマを踏まえ、地域の観光事業者や住民のニーズの高いセミナーのテーマを検討する。

2 多言語対応等、店舗等で可能な対応に関する情報発信

- 情報発信やメニュー表等の多言語対応やコミュニケーションの向上につながるよう、ワークショップ方のセミナーを開催する。
- 都合によりセミナーに参加できない地域住民・事業者に向けてセミナーの内容を共有することで、地域全体でおもてなしや異文化コミュニケーションへの理解を図り、受入態勢を向上する。

44. 沖縄県

1．地域概要

対象地域	沖縄県那覇市首里　首里杜地区
申請主体	沖縄県
計画名	首里杜地区を中心とした暮らしと観光が両立した住みやすく魅力的なまちづくり

観光客データ

	平成31年	令和5年	令和6年
入込観光客数（千人）	2,803	350	997
- 国内	1,765	331	919
- 訪日外国人旅行者	1,038	19	78

地域の特徴・観光資源等

- 首里城公園（首里城・園比屋武御嶽石門・守礼門等）
- 金城町 石畳道
- 中城御殿跡
- 首里染織館suikara

協議体制

協議の場

首里杜まちづくり推進協議会

- 運営主体：沖縄県・那覇市・首里杜地区まちづくり団体連絡協議会

参加者

沖縄県

- 土木建築部（首里城復興課、都市公園課、道路街路課）
- 文化観光スポーツ部（観光振興課）
- 企画部（交通政策課）

住民関係者

- 首里杜地区まちづくり団体連絡協議会（古都首里のまちづくり期成会、首里振興会、NPO法人首里まちづくり研究会、首里三ヶ城南校区まちづくり協議会、城西小学校区まちづくり協議会、御茶屋御殿復元期成会）

那覇市

- 都市みらい部（都市計画課,道路建設課,道路管理課）
- 経済観光部（観光課）

内閣府沖縄総合事務局

- 開発建設部（首里城復元整備推進室）
- 運輸部（沖縄総合観光施策推進室　※観光庁出先機関）

事業者・学術機関

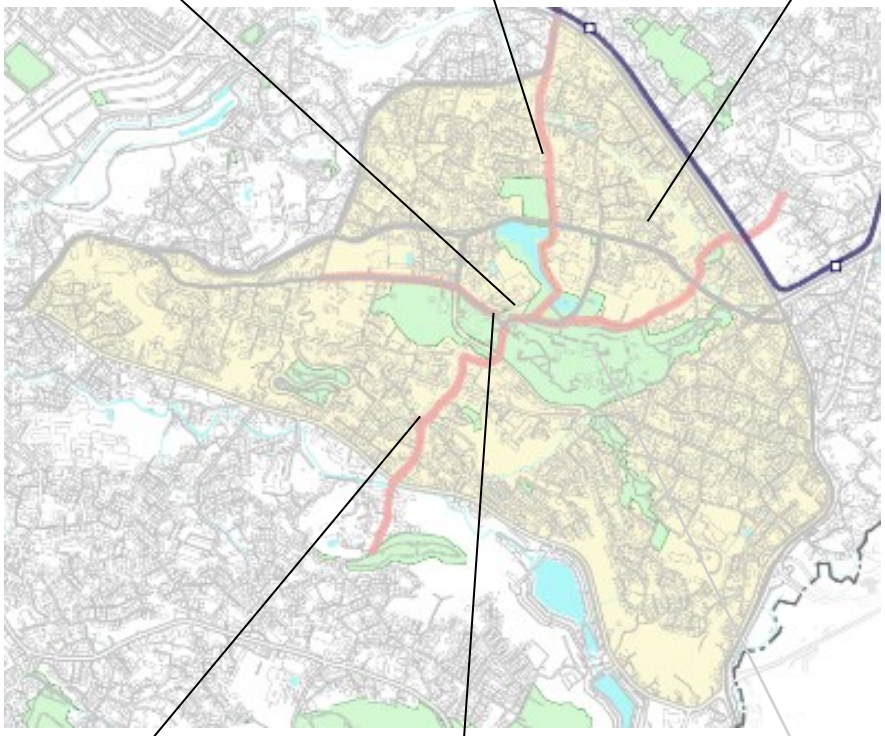
- 沖縄美ら島財団
- 沖縄観光コンベンションビューロー
- ＳＣＳＫ株式会社
- 琉球大学

エリアマップ

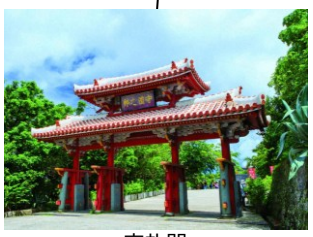
園比屋武御嶽石門

中城御殿跡

首里染織館suikara
引用元：首里染織館Suikarahttps://suikara.ryukyu/



金城町の石畳


守礼門

首里城正殿

2．課題

		主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.	**首里城公園への来訪者の集中**	• 首里城公園周辺にも特徴的な観光資源は多く存在している一方で、観光客の旅行行程や自動車での来訪が多い等の理由によって首里城公園に観光客が集中している。 • 令和６年度近距離モビリティ実証実験で、周遊型観光への行動変容について実証実験を行った際にも周遊ルートの充実などソフト面での課題も顕在化した。	住民・地域事業者
2.	**首里城公園周辺道路の渋滞**	• 令和8年度の正殿復元時には、多くの来園者により、首里城公園周辺でのレンタカー等の小型車による渋滞が想定される。 • 首里城公園は小学校に近接していることもあり、交通渋滞により通勤や学校の送迎などの点で地域住民の日常生活に影響が出ており、危険性が高まっているとの声があがっている。 • 緊急車両の通行を妨げる等の危険な状況が発生している。	住民・観光客
3.	**施設の混雑**	• 首里城公園施設は、修学旅行を始めとした大勢の観光客が訪れるが、一部施設に集中して混雑が発生し、快適に観光ができないなどの不安の声があがっている。 • 防災の観点で、混雑要因による避難誘導が滞ることで、群衆事故が発生する恐れがある • 観光客のツアー行程や快適な観光にも影響が発生している。	観光客

① 首里城公園への来訪者の集中

首里杜地区の観光資源はたくさんあるが、
周遊が十分にできていない

右上：中城御殿跡、右下：龍譚
左上：玉陵、左下：首里染織館suikara

② 首里城公園周辺道路の渋滞

一般車が、周辺駐車場入庫待ちをしている様子

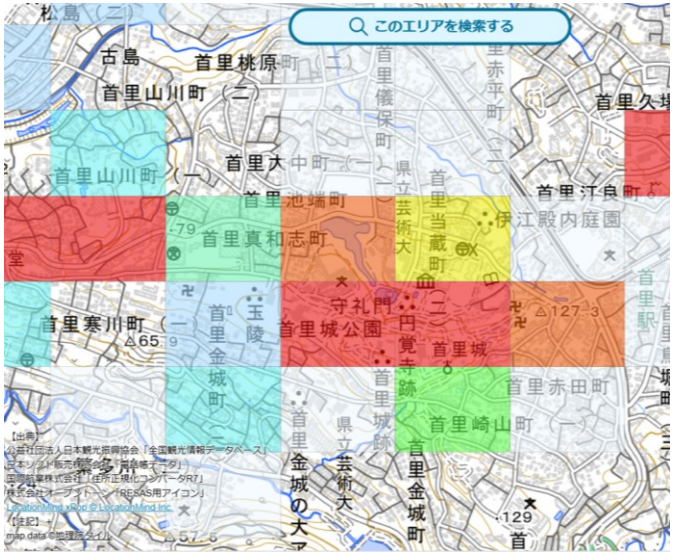
③ 施設の混雑

平成復元時の一般公開の様子

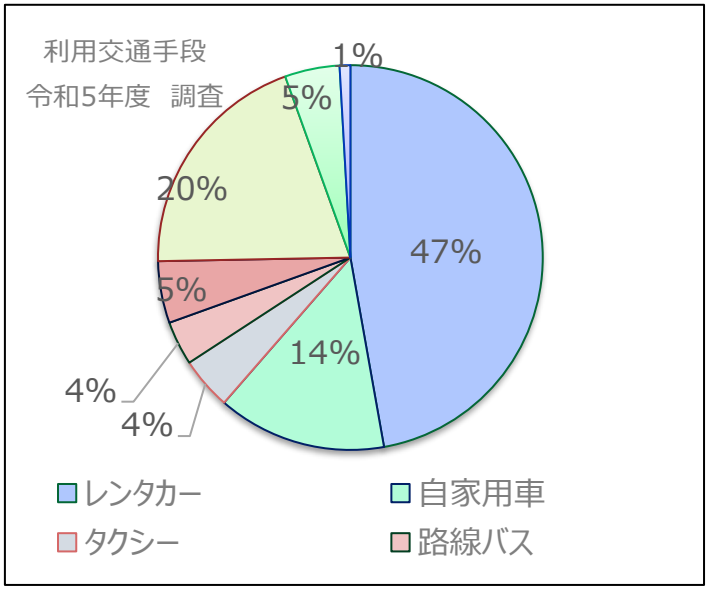
3．背景･要因

主な背景･要因

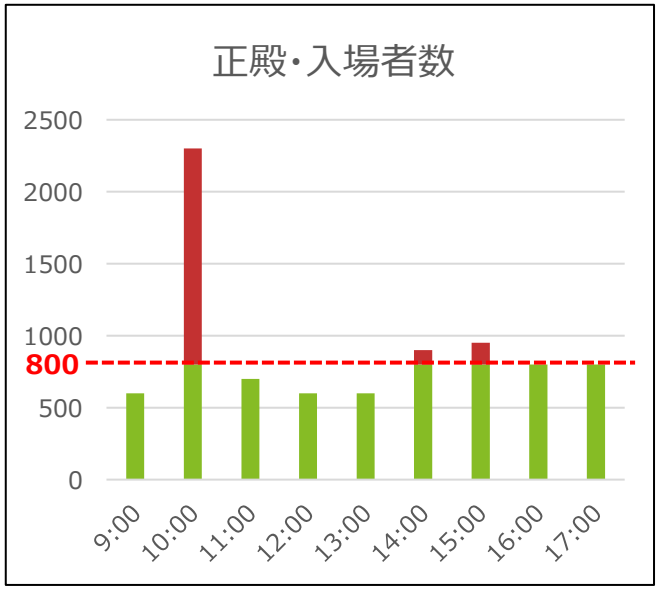
1.	**観光スポットの磨き上げ及び認知の不足**	・首里杜地区の観光資源について認知されていない。 ・首里城公園への来訪手段･移動手段が車･団体バスが主であり歩いて周遊する行動が起きにくい。
2.	**観光客の時間的集中**	・首里城公園への来訪手段･移動手段が車が主となっている。 ・旅程等の都合で、特定シーズンや日時に集中した来訪が発生しており、周辺道路の混雑の要因となっている。



RESAS 地域経済分析システム　観光マップより
他都道府県の滞在状況



参照：内閣府沖縄総合事務局国営記念公園事務所公開資料

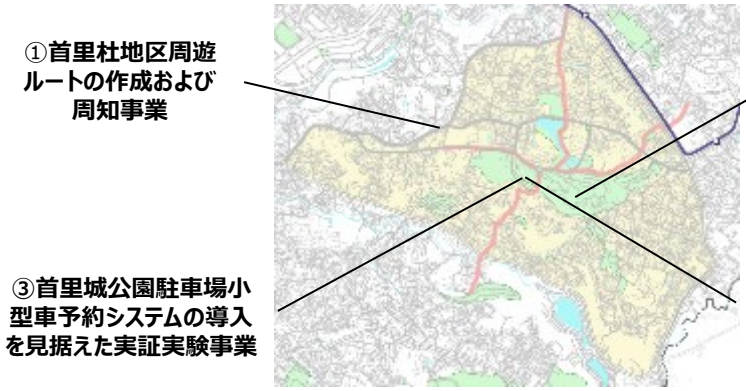


平成30年11月　首里城公園入場者数

4．対策の概要

目指す姿	**首里城正殿復興後も地域負荷が増大しないよう観光客数を適切に管理し、自然・歴史・暮らしが調和する首里らしいまちに100 年後まで住み続けられる持続的なまちづくりの実現を目指す**
KGI	**（指標）首里地域の地域住民による観光客の受入意向** 目標値：68.0%｜実績値：78.0%（令和8年1月）

- 持続的なまちづくりへの課題への取組として以下に取り組む
「場所の分散（周辺の観光資源）」「時間の分散」「移動手段の分散（公共交通機関の促進）」



■補助事業の実施概要

地域住民と協働した観光振興

① 首里杜地区周遊ルートの作成および周知事業

- 首里地域には、首里城公園以外にも観光資源が存在するが、本来の魅力が伝わっておらず、「直行直帰型観光」となっており、地域メリットが薄い状況となっている。
- 直行直帰型観光から周遊型観光を推進するにあたり、まちづくり協議会と協働し周遊ルートに関するデジタルマップの作成および旅前に周知することで、周辺地域への周遊の促進をはかり、地域事業者への経済的な効果に繋げる。

需要の適切な管理

② 首里城公園における時間制チケットの導入事業

- 令和8年度に予定している首里城正殿復元後は、さらなる観光客の増加が見込まれており、周辺の混雑や安全面で影響が懸念される。
- 首里城公園の目玉である、正殿への入場を時間制にすることで、公園全体の来園者の時間を分散し、利用満足度の低下や入場待ちによるバス・レンタカーの駐車時間延長等の問題に対応できるため。また、周辺地域での待ち時間活用を促すことができるため。

調査・分析

③ 首里城公園駐車場小型車予約システムの導入を見据えた実証実験事業

- 令和8年度に予定している首里城正殿復元後は、さらなる観光客の増加が見込まれており、レンタカー等による小型車の渋滞が懸念される。
- 小型車を予約制にすることで、駐車できなかった際に、駐車できる時間への分散や公共交通機関への利用の分散が期待できる。
- 一方、運営面及び収益面での課題や懸念が想定されることから実証実験を通じて、課題と改善策を抽出し、令和8年での本格運用を目指す。

地域住民と協働した観光振興

④ 首里城公園駐車場満空情報の可視化システム導入事業

- 首里城公園の駐車場は予約制によるバスの受入を優先しており、シーズンや時間で小型車の受入台数が可変の状況となっている。現在はリアルタイムでの満空情報発信のみ実施しているため、現地に行ってからの判断するしかない状況となっている。
- バスの予約状況に応じて、小型車の受入台数を可視化し発信することで、旅前における首里城公園への移動手段の変容（公共交通機関の活用）に繋げることが狙い。

【本地域における取組マップ】

KGI：首里地域の地域住民による観光客の受入意向
- 測定手法：地域住民へのアンケート
- 現状値：なし（令和7年度）
- 目標値：68.0%（令和9年度）

- 首里城正殿の復興に際して、首里城公園への来訪者が一層増加する見込みであり、さらなる混雑の発生が懸念される。
- 周辺駐車場への誘導に取り組んでいるものの、首里城公園周辺の周遊促進には繋がっていない。以前の実証実験では周遊ルートの充実が課題として顕在化した。
- 交通渋滞により通勤や学校の送迎などの点で地域住民の日常生活に影響が発生しており、一部施設で集中的な混雑が起き、快適な観光ができていない。

首里杜地区周遊ルート作成および周知事業

KPI：首里杜地区内のスポット来訪者割合（龍潭線・金城町石畳）
令和7年度　龍潭線35.8%・金城町石畳4.6%
令和9年度　龍潭線39.7%・金城町石畳5.1%
※周遊ルートはオレンジで記載

首里城公園駐車場満空情報の可視化システム導入事業

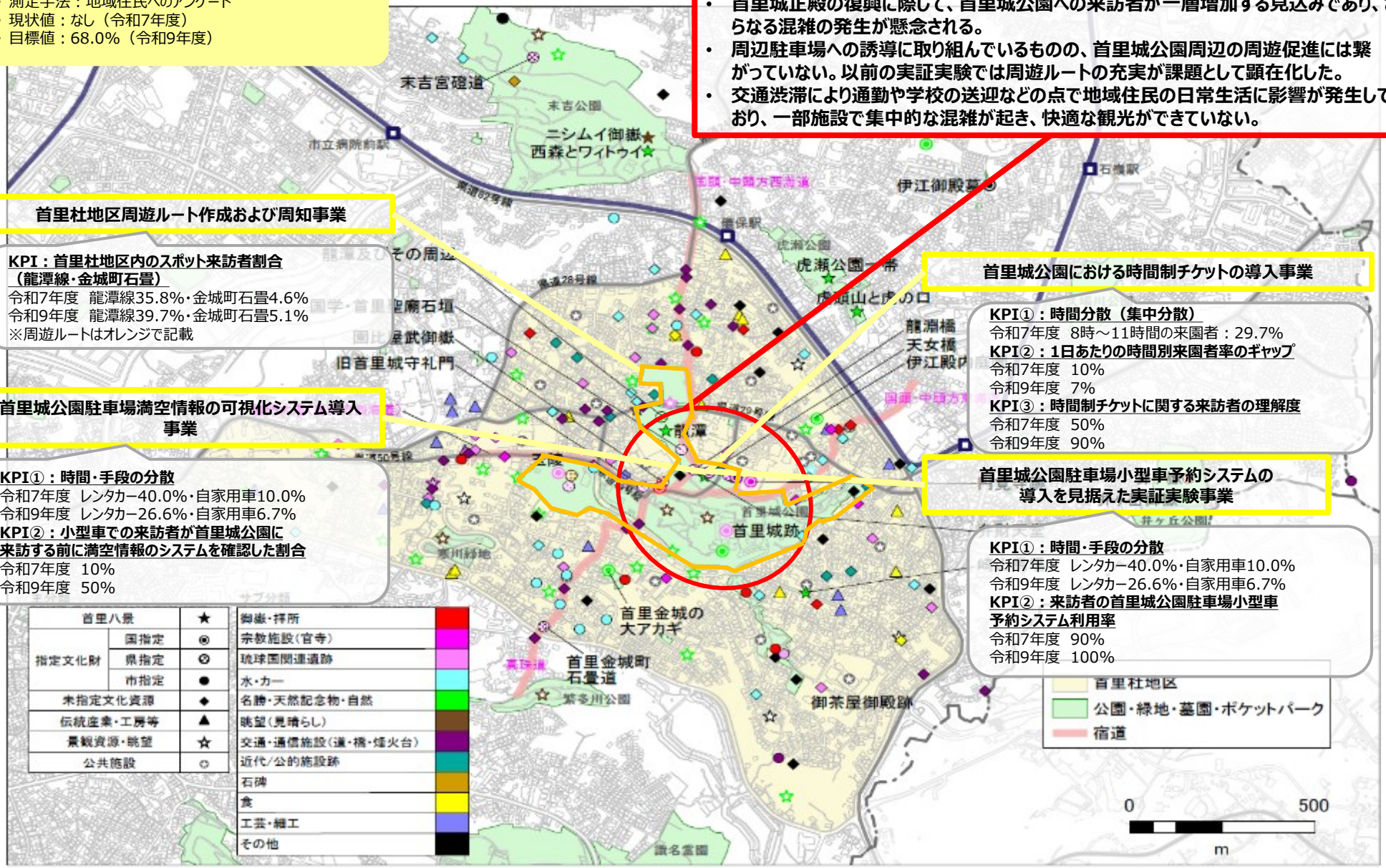
KPI①：時間・手段の分散
令和7年度　レンタカー40.0%・自家用車10.0%
令和9年度　レンタカー26.6%・自家用車6.7%
KPI②：小型車での来訪者が首里城公園に来訪する前に満空情報のシステムを確認した割合
令和7年度　10%
令和9年度　50%

首里城公園における時間制チケットの導入事業

KPI①：時間分散（集中分散）
令和7年度　8時～11時間の来園者：29.7%
KPI②：1日あたりの時間別来園者率のギャップ
令和7年度　10%
令和9年度　7%
KPI③：時間制チケットに関する来訪者の理解度
令和7年度　50%
令和9年度　90%

首里城公園駐車場小型車予約システムの導入を見据えた実証実験事業

KPI①：時間・手段の分散
令和7年度　レンタカー40.0%・自家用車10.0%
令和9年度　レンタカー26.6%・自家用車6.7%
KPI②：来訪者の首里城公園駐車場小型車予約システム利用率
令和7年度　90%
令和9年度　100%



5-①. 主な取組（詳細）

地域住民と協働した観光振興

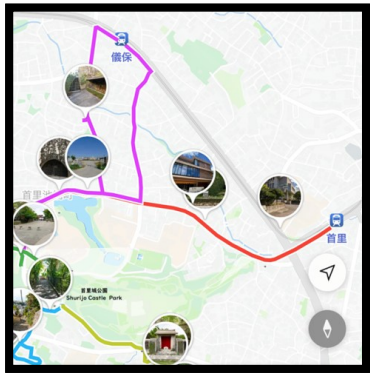
補助事業①	**首里杜地区周遊ルートの作成および周知事業**		
事業目的	首里杜地区周遊ルート・マップの作成および周知による地域の観光振興		
実施主体	沖縄県	実施期間	令和7年11月～令和8年2月

【背景・課題】
- 首里地域には、首里城公園以外にも観光資源が存在するが、本来の魅力が伝わっておらず、「直行直帰型観光」となっており、地域メリットが薄い状況となっている
- 直行直帰型観光から周遊型観光を進めにあたり、まちづくり協議会と協働し周遊ルートに関するデジタルマップの作成および旅前に周知することで、周辺地域への周遊の促進が期待できる

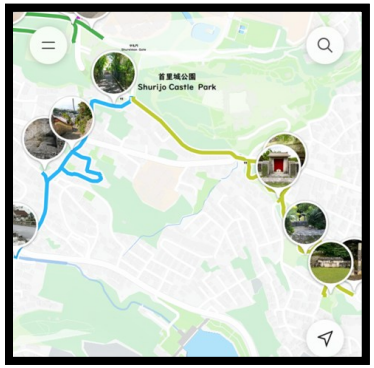
【事業内容】
- 周遊ルートに関するデジタルマップの作成および周知により、周遊型観光の促進を進める
  ⇒まちづくり協議会と連動した周遊ルートの検討、デジタルマップを作成
  ⇒周知方法（アプリ・ポスター掲示等）の検討

【周遊ルートに関するデジタルマップの選定理由】
- インターネット上で公開することにより、事前（旅前）に情報を提供できるため
- デジタル化により紙媒体での情報更新にかかるデザイン作成の手間、時間を削減し、最新情報をスムーズに提供することが可能なため
- まちづくり協議会と協働し周遊ルートに関するデジタルマップの作成および旅前に周知することで、周辺地域への周遊の促進が期待できるため

【推進ポイント】
- 周遊ルートの中でも龍潭線・金城町石畳の2スポットを優先にしつつ、地域全体や地域事業者とワークショップや意見交換しながら進める
- 首里城正殿以外の地域が誇る観光スポットにも観光客が訪れ面的な地域活性化を図ることで、観光による恩恵を地域住民が感じ、観光客の受入意向の向上に寄与



龍潭線を含む周遊ルート
紫ルート：首里城～儀保駅
赤ルート：首里城～首里駅
【観光資源】
- 首里染織館suikara
- 安谷川



金城町石畳・崎山町を含む周遊ルート
水色ルート：首里城～金城町石畳
黄色：首里城～崎山町
【観光資源】
- 崎山樋川
- 雨乞御嶽

5-①. 成果及び今後に向けて

補助事業①	首里杜地区周遊ルートの作成および周知事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	首里杜地区内のスポット来訪者割合

令和7年度に掲げた目標値	事業の成果/目標の検証結果
• 目標値：龍潭線　39.7%・金城町石畳　5.1%（年度内）	• 実績値：龍潭線　62.5%・金城町石畳　5.2%（年度内） （事業完了時 令和8年2月1日～2月8日）

成果の詳細

周辺の地域資源に係る整理
- 地域資源のスポット数：21件（史跡20スポット、店舗1スポット）

首里地域の課題であった地域周遊への寄与
- 令和8年2月1日～2月8日の期間、首里城公園有料区域から周辺地域への滞在については前年度の同時期と比較し、龍潭線は増加しており、周遊マップ導入による一定の効果が表れている。
  令和7年（2月1日～2月8日）　龍潭線：308名　金城町の石畳：44名
  令和8年（2月1日～2月8日）　龍潭線：529名　金城町の石畳：44名

令和７年度事業を踏まえた継続課題

1 周遊ルートの周知に係る手法の拡充
- 首里城公園のチラシから当該周遊ルートへアクセスできる仕様としているものの、2/1（日）～2/8（日）の1週間におけるマップPV数は128PVに留まっており、利用者の増加に向けてアクセスの入口を増やす必要がある。

2 飲食店等の業者の店舗情報の掲載増加
- 飲食店等の地域事業者の店舗掲載が令和8年2月時点として1件に留まっており、地域経済の活性化につなげるためにも、マップ上における掲載件数を増加させたい。

令和8年度以降の方針

1 周知の強化
- 本事業では首里城公園におけるチラシ配布のみに留まってしまったため、令和8年度以降は首里城公園のHPやその他SNS等でも発信を行い、利用者の目に触れる機会を増加させる。

2 マップ機能の拡充
- 周遊マップは4月以降導入を予定している首里城アプリに機能統合される予定であり、時間制チケットのシステムとも連動を図ることで、マップ機能だけではなくチケット情報等を掲載することにより、入場前の空き時間を活用した周遊等の促進に繋げる。

3 運用に関する検討
- 店舗情報の更新等に係る運用は検討が必要な事象であり、一過性にならず持続的な対応を進めるための調整をまずは実施したい。

5-②. 主な取組（詳細）

需要の適切な管理

補助事業②	**首里城公園における時間制チケットの導入事業**		
事業目的	時間制チケット導入による首里城公園来園時間の分散化		
実施主体	沖縄県	実施期間	令和7年11月～令和8年2月

【背景・課題】
- 令和８年度に予定している首里城正殿復元後は、さらなる観光客の増加が見込まれており、周辺の混雑や安全面で影響が懸念される。
- 首里城公園の来園については、特に団体が午前中の特定時間に集中する傾向にあるため、一般来園者とのバッティングによる混雑が発生している。
- 首里城正殿は、入場に制限人数を設定するため、入場できない利用者が多くなり、利用満足度の低下や入場待ちによるバス・レンタカーの駐車時間の延長が問題となる。

【事業内容】
- 時間制導入に伴う各システムの一括管理が可能なシステムの導入を行う。
  ⇒時間制チケットシステム仕様と運用方法の確定
  ⇒時間制導入に対応した、窓口販売システム、自動券売機、入退場ゲート、オンラインチケット、団体向けチケット販売システムの導入を行う。

【時間制チケット導入の選定理由】
- 首里城公園の目玉である、有料エリア（正殿）への入場を時間制にすることで、公園全体の来園者の時間を分散し、利用満足度の低下や入場待ちによるバス・レンタカーの駐車時間延長等の問題に対応できるため。
- 周辺地域での待ち時間活用を促すことができるため。

【推進ポイント】
- 現在首里城公園の指定管理業務を受託している（一財）沖縄美ら島財団との運用面での調整を綿密に行う。まちづくり協議会にて地域全体に進捗状況を報告し、適宜運用の参考とする。
- 時間的な来訪者の集中を無くすことで地域住民が使用する周辺道路の混雑を解消し、観光客受入に係るマイナスな印象を回避することに貢献する

時間制入場システム設置機器（イメージ図）

5-②. 成果及び今後に向けて

補助事業②	首里城公園における時間制チケットの導入事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名	「指標① 8時～11時間の来園者」「指標② 1日あたりの時間別来園者率のギャップ」「指標③ 時間制チケットに関する来訪者の理解度」

令和7年度に掲げた目標値

- 指標① 8時～11時間の来園者：29.7%
- 指標② 1日あたりの時間別来園者率のギャップ：10%
- 指標③ 時間制チケットに関する来訪者の理解度：50%

事業の成果/目標の検証結果

- 指標① 8時～11時間の来園者：28.7% （令和8年2月1日～12日の実績）
- 指標② 1日あたりの時間別来園者率のギャップ：7% （令和8年2月1日～12日の実績）
- 指標③ 時間制チケットに関する来訪者の理解度：76%

成果の詳細

時間制チケット導入に向けたハード面の整備の完了

- 時間制チケット運用に向けて発券・在庫確認の一括管理を実現する為の、窓口販売、自動券売機、団体予約受付、Web販売におけるハード面の整備が完了した。

時間制チケットに関する観光客の一定の理解

- 観光客向けにアンケートを実施（743件）し、76%の方が導入に向け支持する前向きな回答を得られた。
- また、希望時間が満員だった場合に、時間を変えるかの質問に対する回答では、70%が時間を変えると回答した。

令和７年度事業を踏まえた継続課題

1 時間制チケットの運用に向けた調整

- 運用法は現時点で確定していないが、首里城公園の来園者は団体観光と個人観光の大きく2つに分けられるため、観光客の属性に応じた対応が肝要。

2 時間制チケットの発信

- 首里城公園のチケットは公園の有料エリア入口付近で販売されるため、現地に到着してから入場できない等のクレームを受領する可能性。現状では十分に情報発信がなされていない。

3 バスの予約制、小型車の予約制、首里城公園周辺への周遊等との連動

- 正殿の時間制チケットはとれたが、バスの予約ができない、駐車場に駐車できず正殿に入場できない等の懸念が想定され、クレームに繋がるリスクが想定される。

4 時間制チケット懸念意見に対する対応

- 時間制チケット導入に関するアンケートのマイナス意見として「自由度の低下」や「到着遅延リスク」等があげられた。こちらについての対応も検討する必要はある。

令和8年度以降の方針

1 時間制チケット運用ルールの確立

- 観光客の属性にあわせた販売タイミング、販売方法、枠の解放数等、運用ルールを検討し、運用ルールを確立。

2 時間制チケットに係る情報発信の充実化

- 首里城公園入口付近での発信、WEB等の活用等、アナログ、デジタルの両面からチケットの発信を強化。

3 他事業における機能との連動

- 令和７年度導入した周遊マップや、駐車場予約システム（バス、個人）を連動させ、利便性の向上を図りながら観光客の満足度向上及び、首里城公園来園時間の分散化を図る。

需要の分散･平準化

補助事業④	**首里城公園駐車場満空情報の可視化システム導入事業**		
事業目的	駐車場満空情報の可視化システムによる時間と手段の分散化		
実施主体	沖縄県	実施期間	令和7年11月～令和8年2月

【背景･課題】
- 首里城公園駐車場は、大型バス優先の運用を行っているため、小型車が駐車できる日時が限られている
- 小型車予約システムと併せた満空情報の見える化システム（ハード面）により、駐車ができなかった際に、駐車ができる時間帯への時間の分散化と公共交通機関を利用する手段の分散化を行う

【事業内容】
- 小型車予約システムと連携する可視化システムの仕様確定
- 可視化システムの開発と公開

【小型車予約システムの選定理由】
- 可視化システムを選定した主な理由は以下の通りである。
  ①首里城公園駐車場の満空情報を可視化することで、空いている時間帯への分散や公共交通機関利用の促進（小型車を使用しない）が期待できるため。
  ②公共交通機関の利用に伴い、周辺への周遊促進が期待できるため

【推進ポイント】
- 現在首里城公園の指定管理業務を受託している（一財）沖縄美ら島財団の意見や見解を反映させながら進める。

5-③. 成果及び今後に向けて

補助事業④	首里城公園駐車場満空情報の可視化システム導入事業

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名：KPI①：時間・手段の分散　KPI②：小型車での来訪者が首里城公園に来訪する前に満空情報のシステムを確認した割合

令和7年度に掲げた目標値

- KPI①：時間・手段の分散
  令和7年度　レンタカー40.0%・自家用車10.0%
- KPI②：小型車での来訪者が首里城公園に来訪する前に満空情報のシステムを確認した割合
  令和7年度　10%

事業の成果/目標の検証結果

- KPI①：時間・手段の分散
  令和7年度　レンタカー46.0%・自家用車5.0%
- KPI②：小型車での来訪者が首里城公園に来訪する前に満空情報のシステムを確認した割合
  令和7年度　18%

成果の詳細

- 可視化システムの構築・発信の遂行
  ＜可視化システムの概要＞
  - 日別空き状況（7日分）※、閲覧日の翌日から7日間の空き状況を表示する。
  - 時間帯別空き状況（朝・昼・夕方）
  - 時間帯の凡例と営業時間の説明

令和７年度事業を踏まえた継続課題

可視化システムの閲覧数

- 来園者からのアンケート結果では、本システムを確認した割合は18%に留まった。令和７年度の目標は達成しているものの、今後、時間制チケットの販売に伴い、チケットを購入できたが、駐車場が満車で入れない事象が発生する等の懸念が存在する。
- 利用交通手段をレンタカー・自家用車から公共交通機関（モノレール）に転換させるためにも、本システムを事前に確認して頂ける利用導線の検討が必要となる。

令和8年度以降の方針

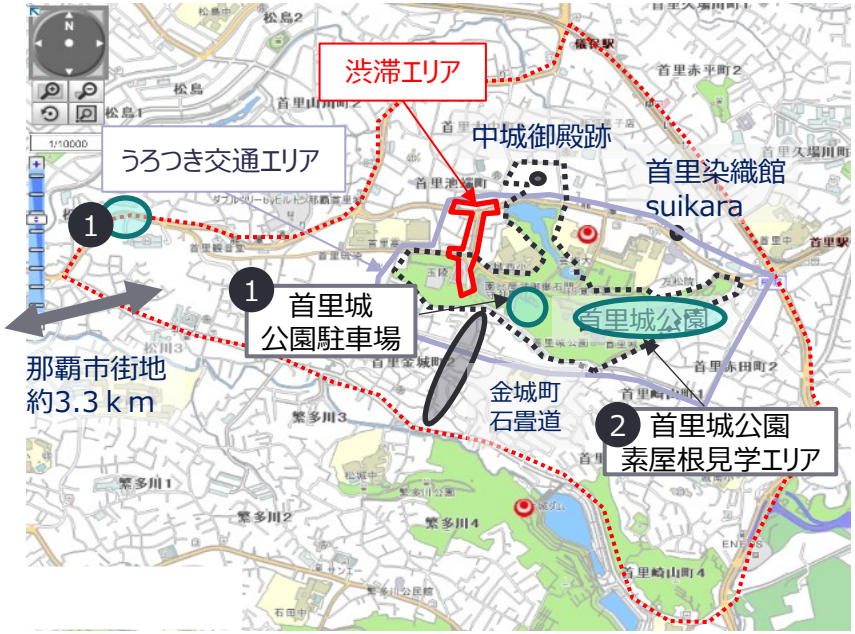
時間制チケットシステムとの連動

- 今後、時間制チケットの販売に伴い、駐車場の利用ニーズが急激に高まる可能性があることから、時間制チケットの販売状況と合わせて本システムも案内することで事前に駐車場の入庫可否を判断させ、利用交通手段をレンタカー・自家用車から公共交通機関（モノレール）に転換させることを目指す。

4．対策の概要

- 地域の現状を把握するため、交通量のデータ分析、また地域住民へのアンケートを実施し、計画を策定
- 時間と場所の分散を対策の軸として、駐車場満空情報や予約状況の見える化などを実施する
- また、本エリアはR4にまちづくり協議会が設立し、20年、50年先を見据えつつ、持続可能なまちづくりを進めていく計画である。そのためには、効果検証のための数値指標を設定し、観光による地域の変化を測る必要があるが、その指標が設定されていない
- そのため、日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）を活用した指標設定や研修により、地域の体制も強化していく

エリアマップ



観光客の分散･平準化

取組み **①予約状況を見える化するためのバス予約システムの構築**

内容
- 一時に大型バスが来園することにより、約150m通過に約25分かかるほど深刻な交通渋滞が発生
- 予約状況を見える化することで、駐車場予約時間の分散化を図る

取組み **②首里城公園駐車場とあわせた周辺民間駐車場の位置及び満空情報の発信システム及びＷｅｂサイトの構築**

内容
- 周辺駐車場を探し回ることによるうろつき交通が発生し、混雑の要因となっている
- 周辺の民間駐車場への誘導により、スムーズに車を分散させることで、うろつき交通･渋滞解消を図る。あわせて、周遊観光の促進も図る

取組み **③首里城公園駐車場の満空情報を発信するためのwebサイト構築、道路サイネージの設置❶**

内容
- 満車にもかかわらず、飛び込みで来るレンタカーなどが交通渋滞を発生させている
- 来園前に満空を確認できるようにすることで、場所･時間の分散を図る

取組み **④近距離モビリティ実証実験**

内容
- 首里城公園周辺の観光スポットに観光客が分散せず、園内が混雑
- 近距離モビリティにより周遊しやすい環境を整備することで、周遊観光促進及び観光の経済効果の波及を図る

需要の適切な管理

取組み **⑤人流解析基礎データ情報を取得するための機器の設置❷**

内容
- 首里城の特定エリアに修学旅行生などの観光客が集中し、快適な観光への影響の他、群衆事故が発生する懸念もある
- まずは人流を把握し、需要の適切な管理方法の構築に繋げていく

調査･分析

取組み **⑥日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)を活用したデータ収集･分析等**

内容
- 進捗状況や成果等を分析、効果検証するための数値指標が設定されておらず、観光によって地域がどうなったかが見えていない
- そのため、データ分析の仕組みを構築し、効果検証を実施する

５-①．主な取組み（詳細）

課題	取組み
首里城公園駐車場への集中による交通渋滞発生	**満空情報の発信／バス予約システム構築（３事業）** • 実施期間：令和6年7月～令和7年2月 • 実施主体：沖縄県

事業内容

1. 周辺民間駐車場の位置及び満空情報の発信
- 首里城公園駐車場周辺の民間駐車場の情報について、満空情報の発信を追加する

2. 満空情報発信するためのサイネージの設置
- 首里城公園駐車場の満空情報を首里城前のサイネージにより発信する

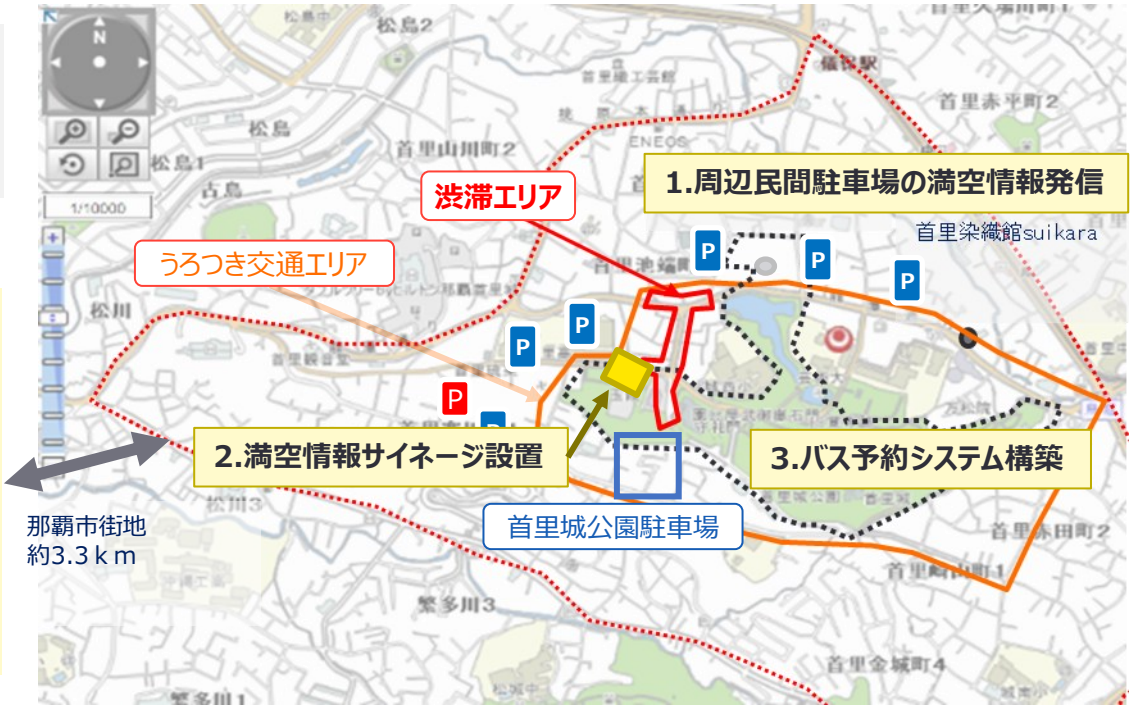
3. 予約状況を見える化するためのバス予約システムの構築
- 予約を行ったバスについて、QR コードを使用した入庫の仕組みを構築する

【現状】
首里城公園駐車場に集中するため、駐車場待ちによる交通混雑が発生しやすい

事業１： **周辺駐車場の満空情報を集約し首里城公園WEBサイトで発信**することで、**首里城公園駐車場からの分散**を図る

事業２： 駐車場の満空情報情報をサイネージで発信し、**来園前に周辺駐車場などに回避**させる

事業３： 渋滞の要因となっているバスについて、**事前予約制にすることで駐車場待ちの渋滞を解消**する



５-①．成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- 満空情報及び周辺駐車場の空き情報見える化により、首里城公園周辺における**交通渋滞を解消**する

事業の成果／目標の検証結果

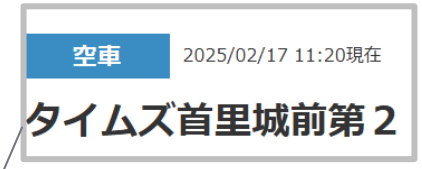
- エリア一体で**交通渋滞軽減を図る仕組みを構築**し、仕組みの有効性を確認した
  事業１：連携する民間駐車場の箇所数：
  6か所73台、サイトへのアクセス数4,881pv
  （令和6年12月～令和7年1月）
  事業２：満空情報発信までのタイムラグ　15秒⇒5秒に削減
  事業３：入庫確認時間（平均）　20秒⇒10秒に削減

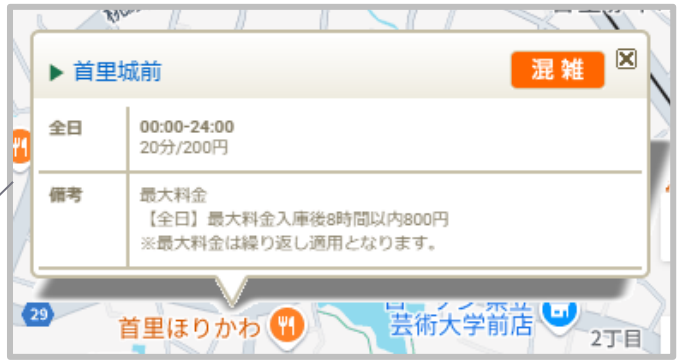
成果詳細

1.　周辺民間駐車場の位置及び満空情報の発信

- **6カ所73台**の**民間駐車場**と連携
- 周辺民間駐車場のサイトアクセス数は4,881PVとなり、首里城公園駐車場からの分散化を図ることができていると考えられる

TOPページから周辺駐車場を案内





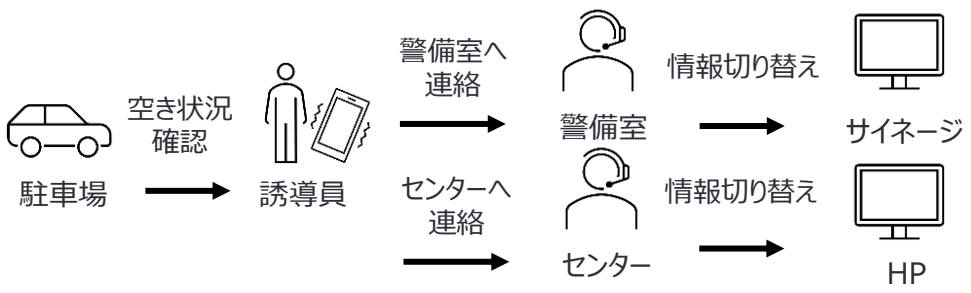
5－①．成果及び今後に向けて

成果詳細

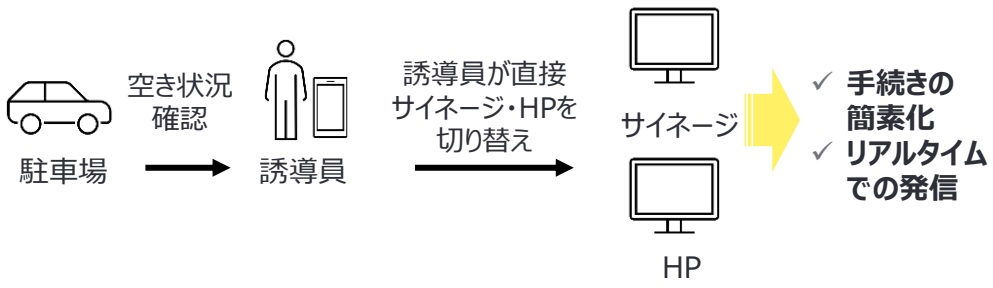
2.　駐車場の満空情報を発信するためのサイネージの設置

- **設置前**：誘導員が警備室・センターに連絡し、サイネージ・HPを切り替えていたため、手続きが煩雑で、タイムラグも発生
- **設置後**：誘導員が直接切り替えられるようになり、手続きが簡素化。タイムラグも解消した

【設置前】



【設置後】



満空情報発信までのタイムラグ　15秒⇒5秒

サイネージ

HP

５-①. 成果及び今後に向けて

成果詳細

3. バス予約システム構築（出入口へのQRリーダー設置）

- バスによる来園時間帯の平準化による周辺道路の渋滞緩和を図るため、バスの駐車場利用については、令和5年7月3日から予約制を導入
- WEBサイトでの予約時にQRコードを発行し、入庫をスムーズ化する

WEB上で駐車場を予約

QRコード発行

QRコードを読み取り入庫

入庫確認時間（平均）
20秒⇒10秒に削減

令和６年度の取組みから見えてきた課題

■ 令和8年秋の正殿再建を見据えた需要のコントロール

- 渋滞の要因となっているバスについては予約制とし、平準化を図っているが、バスを優先とした結果、**レンタカーなどが止められない時間帯が発生**
- 正殿再建後は、観光客が急増し、混雑や渋滞が悪化することが想定されるため、**エリア全体でさらなる需要のコントロールの仕組みを構築**していく必要がある

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

■ 小型車の予約制導入

- 首里城公園駐車場はバスのみを予約制としているが、レンタカーなど、小型車についても予約制の導入を実施

■ 周辺駐車場の満空情報の発信強化

- 首里城公園駐車場に入れない車両を周辺駐車場に誘導するために、満空情報発信を強化する

■ 首里城正殿の時間制チケット導入

- 時間制チケットを導入し、総量のコントロールを実施。チケットを予約したが駐車場に止められないという事態が発生しないよう、正殿と駐車場の予約を連動させる方法などを検討

５-①．成果及び今後に向けて

首里杜エリアの目指す姿

➢ 首里杜エリアの目指す姿

- 首里城公園に集中する車・人について、**予約制などにより需要をコントロール**しつつ、**周辺への分散化を促進し、地域の活性化**にもつなげる
- このように、**エリア一体で観光管理の体制を構築**することで、自然・歴史・暮らしが調和する首里らしいまちに、100年後まで住み続けられる持続的なまちづくりを目指す

首里城復興を見据えたエリアマネジメント	**需要の管理**	• 首里城正殿の時間制予約の導入 • バス・小型車の駐車場予約制の導入
	分散化	• 満空情報発信による駐車場状況の見える化、周辺駐車場への誘導
	周遊促進	• 首里城公園周辺の周遊ルート開発、2次交通の整備

→ **100年後まで住み続けられる持続的なまちづくり**

５-②．主な取組み（詳細）

問題	対策事業
• **首里城正殿復元の際に来園者が爆発的に増加すると周辺住民への影響が予想され、観光に対する不安の高まり、信頼度低下が懸念される**	**日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)の各項目に基づくデータの収集・記録、取組** • 期間：令和6年9月～令和7年2月 • 実施主体：沖縄県

事業内容

■ **日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）の各項目に基づくデータの収集・記録、取組**

- JSTS-Dロゴの取得に向けた意見交換・計画改定
- まちづくりの取組の効果検証のための指標設定
- GSTCトレーニングの受講
- 今後の地域づくりに関するワークショップ等の開催
- 他地域との意見交換

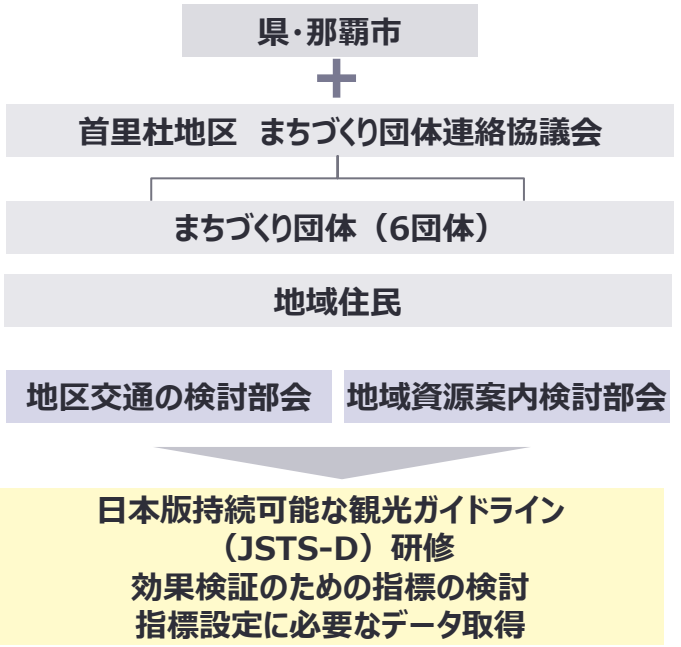
【背景】

- 首里杜まちづくり推進協議会において、持続的なまちづくりを進め、10年計画のロードマップを協議しているが、進捗状況や成果等を分析、効果検証するための数値指標が設定されておらず、観光によって地域がどうなったかが見えていない
- 首里城正殿復元の際に来園者が爆発的な増加による周辺住民への影響が予想され、観光に対する不安の高まり、信頼度低下が懸念される

【目的】

- 地域における課題再整理、可視化のため、日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS−D)を活用し、地域住民に対して取組の更なる浸透を図るほか、暮らしと観光の両立について、首里地域にあった姿は何か、関係者の議論を深める

地域住民の巻き込み体制



＜令和6年度の事業内容＞

- まちづくり推進協議会は年2回、県・那覇市・大学も含め、直近は約80名で実施
- 部会は、年2回実施
- 持続な可能な観光WGを新設した。
- 部会に附随するワークショップは、3地区で年2回実施

５-②．成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- 今後のまちづくりの取組の**効果検証に向けた指標を設定**
- **日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）ロゴマークの取得**や座組の強化など、**持続可能な観光地づくりに向けた体制の整備**

事業の成果／目標の検証結果

- **７つの指標案**を作成。**指標策定に向け、引き続き協議**を継続する
- 持続可能な観光地域づくりに関する国際基準(GSTC)トレーニング修了証明書を取得するなど、ロゴマーク取得を進めていく

成果詳細

住民を含めたワーキンググループの実施

持続可能な観光地域づくりに関する国際基準
（ＧＳＴＣ）トレーニングの実施

令和６年度の取組みから見えてきた課題

■ **共通指標の策定に向けた合意形成**

- 持続可能な観光地域づくりに向けては、関係者で共通認識を持つための指標を策定する必要があるが、合意形成には時間がかかる

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

■ **指標策定に向けた協議の継続実施**

- 引き続き、地域住民との協議やワークショップ等を継続し、まちづくりの取組と効果を継続的に検証するための指標策定を目指す

現状について

- 令和7年度は、地域一体型として事業を実施。

45. 沖縄県竹富町

１．地域概要

計画名	西表島における立入制限エリア導入を核とした持続可能な自然体験型観光推進計画
対象エリア名	西表島
実施主体	沖縄県 竹富町 自然観光課
年間観光客入込数	約33万人（平成22年～令和元年10年間の平均値）
年間延べ宿泊者数	約7.6万人(宿泊率：23%)
主な観光資源	ヒナイ川（ピナイサーラの滝）、西田川（サンガラの滝）、浦内川源流域

ピナイサーラの滝

サンガラの滝

● 観光ビジョン

西表島エコツーリズム推進全体構想

- 「西表島の自然を損なうこと無く持続的に利用し、将来に渡って自然からの恵みを得る」ことを目的に策定
- 西表島の自然や動植物、それらと共存してきた地域文化を尊重し、無秩序な観光利用により損なわれないように保全を図りながら、安全で質の高い体験を通じてその魅力を伝え、地域の持続可能な振興につなげていく

● 推進体制（協議の場）

- 地域住民、学識経験者、地元関係団体、関係行政機関等計40委員からなる竹富町西表島エコツーリズム推進協議会を開催
- 令和元年度の設立以降、概ね年２回程度の開催頻度。必要に応じ下部組織としてWG等を設置し、集中議論

行政機関	事業者	住民関係者
国 (環境省、林野庁)	ガイド事業者代表	地元住民代表
沖縄県	観光・商工業関係代表	学識経験者
竹富町	自然環境保全等 関係団体代表	

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. **自然資源の悪化**	• 過剰利用により、**踏圧による樹木の根や岩の削れ**、**離合地点での林床の裸地化**等、地域の観光資源である自然環境の劣化が生じている	地域資源
2. **地域感情の悪化**	• 地域・住民共通の資産である島の**自然環境の劣化**により、**観光利用に対する地域感情の悪化**が顕著である • 竹富町は消防非常備市町村であるが、十分な知識を持たない観光客の**遭難事故発生による消防団の出動が大きな負担**となっている	地域住民

1.自然資源の悪化

踏圧により変形する自然環境
（二列の溝は人の足跡によるもの）

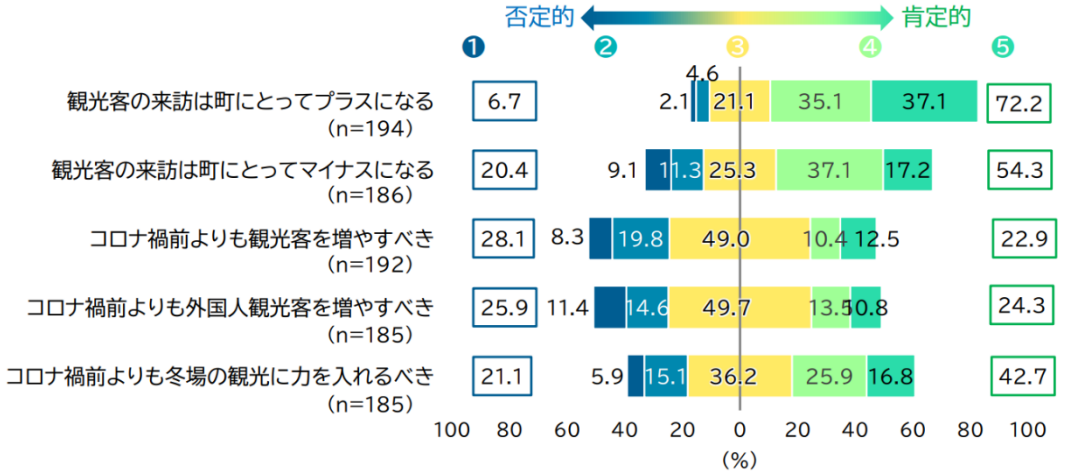
踏圧による樹根の変形

2. 地域感情の悪化

観光客遭難事故に伴う消防団出動記録の事例

発生日時：令和６年10月	AM2:30	道迷いにより遭難救助要請
遭難者：昆虫採集目的の観光客	AM6:00	日の出に合わせて集合・捜索
	AM6:30	遭難者発見、カヌーにて救助
	AM7:00	活動終了

令和4年実施の町民アンケート結果



観光客来訪に肯定的な評価が７割超の一方、否定的な評価も５割超

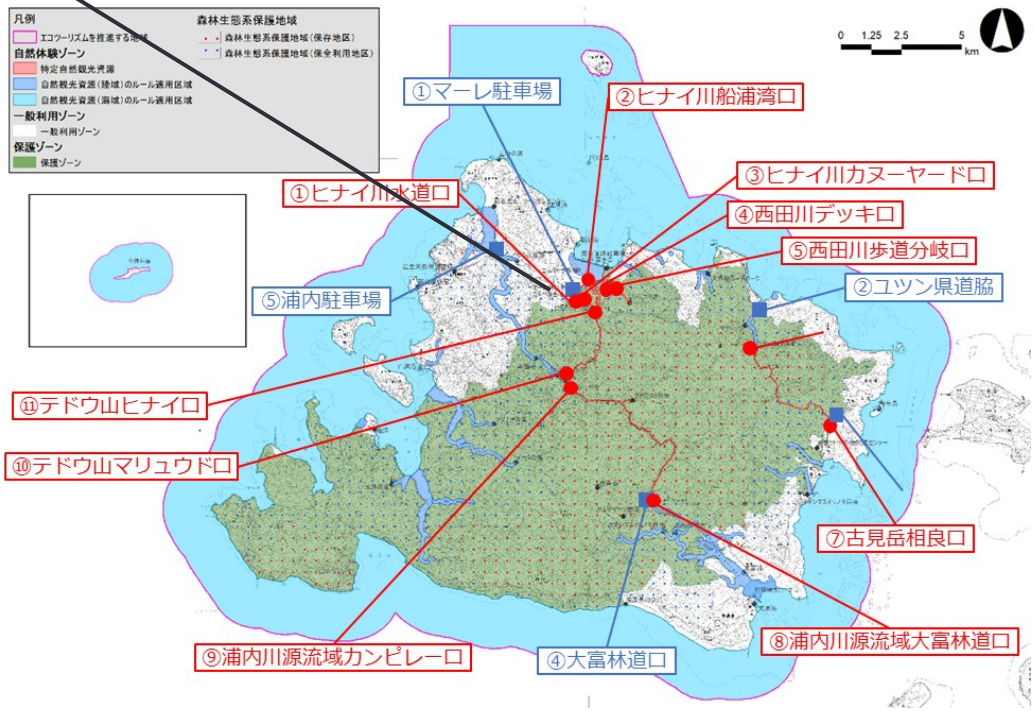
3．背景・要因

● 課題の背景・要因

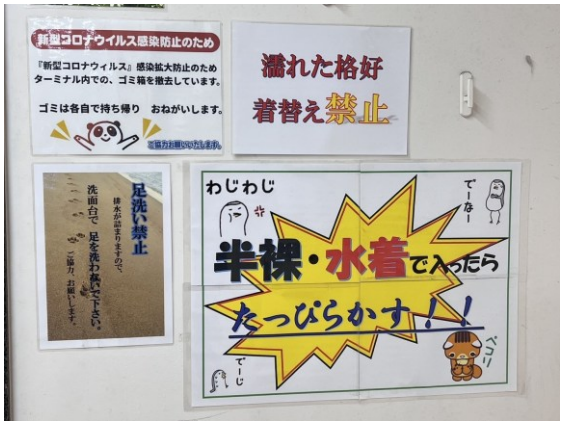
主な背景・要因	
1. 受入許容を超える来島者数	• 航空路線・高速船等のインフラ整備や世界自然遺産登録などを機に、**自然体験型の観光利用者数が増加** • 観光客数増加に伴い、自然体験活動に**十分な知識・技術を持たない観光客やルールを遵守しない事業者・観光客**の増加が見られる
2. 特定のフィールドへの集中	• ピナイサーラの滝を有するヒナイ川等、**特定のフィールドに利用が集中**することで、**自然体験フィールドの過剰利用**につながっている
3. 観光客の低いモラル意識	• **フィールドで濡れたままの観光客が飲食店に入店し店内設備を汚損**するなど、観光客のマナー・モラル遵守不足による軋轢が生じている • 観光客は**島全体をレジャー施設のように捉えており**、島は**住民の生活空間でもあるという認識に乏しい**ことが原因で、マナーやモラルが低くなっているのではないかという住民の声も上がっている

1.2.フィールドの過剰利用（ピナイサーラの滝）

1.2.無造作に係留される観光用カヌー



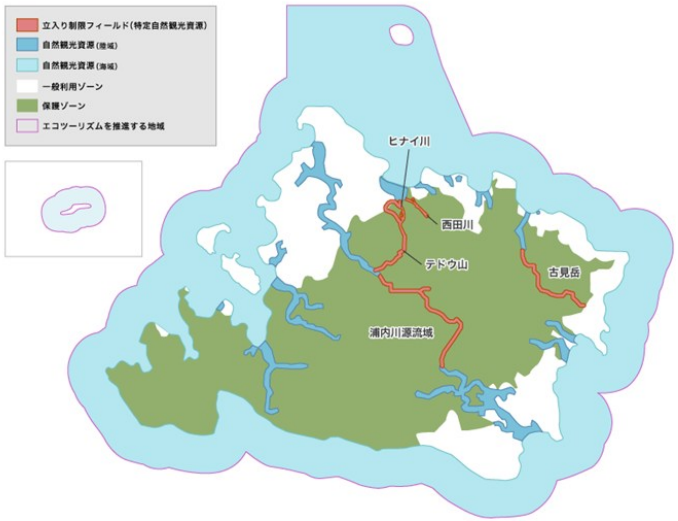
3.観光客へのマナー違反行為等警告書飲食店、港旅客施設等に多数掲示



4．対策の概要

- 西表島では、豊かな自然を活用した自然体験型の観光が盛んに行われている。一方で、過剰利用等に伴う自然環境の劣化や、モラルの遵守不足等による住民生活への影響といった課題も生じている。
- また、ユネスコ世界遺産委員会からも、世界自然遺産登録時に要請事項として観光客の訪問レベル管理に関する要請事項を受けている。
- こうしたことを受け、エコツーリズム推進法に基づく法定協議会の設立及び議論を通じ、西表島エコツーリズム推進全体構想を策定するとともに、本事業においてその構想実現に係る事業を実施する運びとなった。

※全体構想において、特定自然観光資源に定めた区域（赤囲み）が本事業における取組の中心



需要の適切な管理

取組み ①入域管理システムと標識の整備

背景
- 自然体験フィールドの過剰利用により、自然環境の劣化やフィールドの混雑が生じている

内容
- エコツーリズム推進法に基づき、入域管理システムの導入や、特定自然観光資源区域を示す標識及びアクセス拠点への注意喚起標識の整備等を行う

取組み ②観光客を適正かつ安全・快適に案内できるガイドの養成

背景
- 自然体験フィールドの過剰利用や、観光客のルール等遵守不足による地域住民との軋轢が生じている

内容
- 講習及び試験を開催し、立入制限エリア等において観光客を適切かつ安全・快適に案内できるガイドの養成を行う

マナー啓発

取組み ③講習プログラムの作成

背景
- 自然体験フィールドの過剰利用や、観光客のルール等遵守不足による地域住民との軋轢が生じている

内容
- 立入制限エリアへの立入希望観光客を対象としたルール等講習プログラムを作成する。特定自然観光資源区域に個人で入域する場合においては、当該講習の受講を義務付ける

取組み ④送客側事業者や観光客への適切な情報発信

背景
- 観光客のルール等遵守不足による地域住民との軋轢が生じている

内容
- 立入制限制度を含む観光管理の取組に関して、説明会や広報資料の作成等を通して、送客側事業者や観光客への適切な情報発信を行う

地域住民と協業した観光振興

取組み ⑤協議会の開催を通じた地域住民側の理解度向上

背景
- 観光利用に対する地域感情の悪化が生じている

内容
- 竹富町西表島エコツーリズム推進協議会を開催し、本計画に係る取り組みの共有・進捗報告、意見徴収、合意形成の場として活用する

5-①. 主な取組み（詳細）

課題	取組み
• 観光客の自然フィールド過剰利用による**自然環境劣化** • 自然保護を目的とした「立入り制限区域導入」の**立入りに係る許認可行為が煩雑**	**入域管理システムと標識の整備** • 実施期間：予約開始　令和6年9月～ 管理開始 令和7年3月～ • 実施主体：竹富町

事業内容

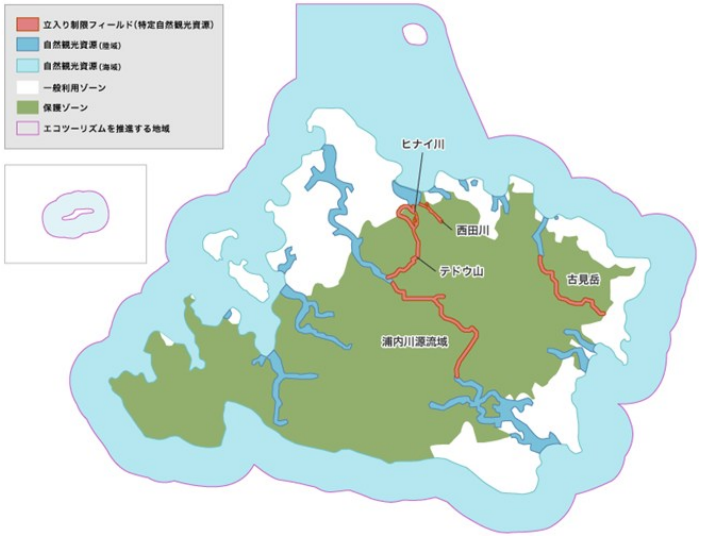
①：入域管理システム構築

- 立入制限区域導入に向けて、**立入承認申請から承認までの一連の申請プロセスを電子運用するためのシステム**
- エコツーリズム推進法に基づき、「立ち入り制限フィールド」における入域許可を、**1日410人以内に制限**

【目的】

- 本システムは、**人数制限のための単なる予約制度ではなく、エコツーリズム推進法に基づく許認可行為の円滑化**を目的として導入
- **入域にあたっては、法律に基づき竹富町が許認可を行う必要**があるが、1日410人の観光客の許認可行為・予約の変更・キャンセルなどを１つ１つ行うことは非常に煩雑である。このため、**システム導入によりその行政手続を自動化する**ことで、管理の簡素化・行政の負担軽減を図る

西表島MAP（赤色部分が立入り制限フィールド）



立入り条件

フィールドの名称	立入りの上限人数		立入りのための条件
ヒナイ川＜ピナイサーラの滝＞	200人/日	合計300人/日	登録引率ガイドが利用者に同行すること
西田川＜サンガラの滝＞	100人/日		
古見岳	30人/日		登録引率ガイドが利用者に同行すること または 利用者全員が町が主催する講習等を受講すること
浦内川源流域 ＜横断道、マヤグスクの滝＞	50人/日		
テドウ山	30人/日		

※登録引率ガイドは試験に合格し立入制限フィールドを案内する資格を持ったガイドのこと

事業内容

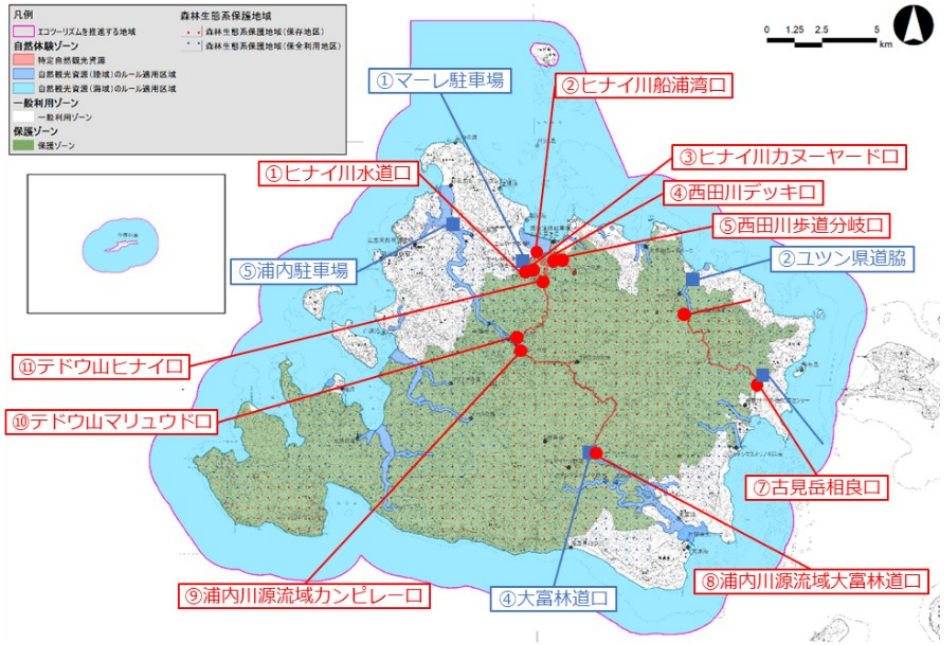
②：注意喚起標識等の整備

- 特定自然観光資源区域標識（11基）、注意喚起標識（５基）を設置
- 立入制限区域の入口部等に標識を設置。標識にはシステムで読み込むための**QRコードを表示し、入域を開始する際ガイドがQRコードを読み込むことで、入域承認申請プロセスのみでなく入退域状況についても管理**
  （予約システムのみでは、予約と実際の入退行動に乖離が発生する可能性がある）

【目的】

- **入域管理システムと標識のQRコードを連動することで、ルートごとの利用状況等も把握**
- 入域者数やフィールド内の行動をデータとして取得し、検証することで、**フィールドの順応的管理(※)に活用**
  ※自然環境の変動や不確実性に対応するため、計画実施中に得られた情報に基づいて柔軟に計画を修正・改善していく

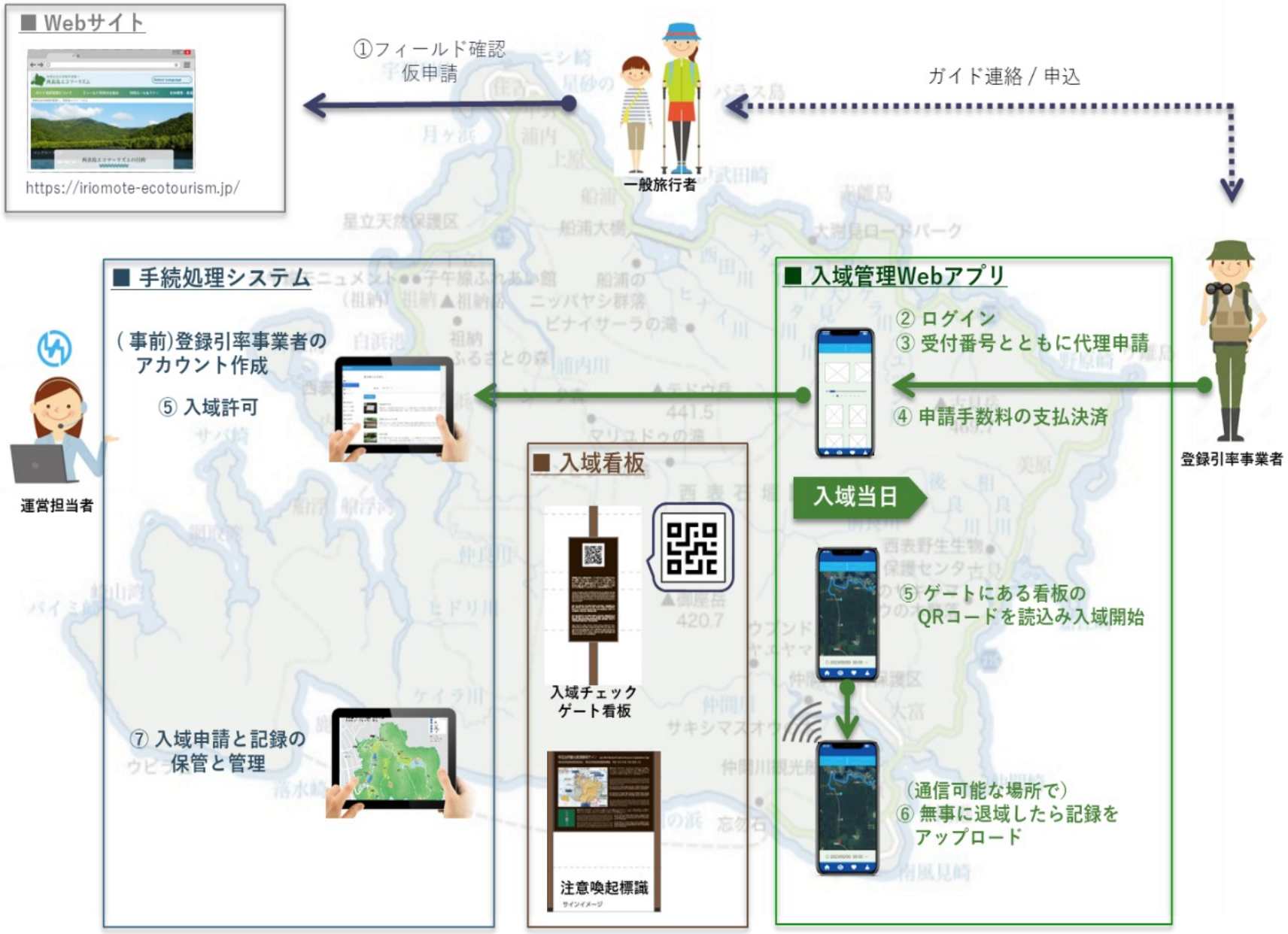
標識等の設置場所



●：特定自然観光資源区域標識（11基）　■：注意喚起標識（５基）

５-①. 主な取組み（詳細）

一元的入域管理システムの全体像



５-①．主な取組み（詳細）

令和６年度事業の目標

A：令和7年3月からの入域制限に向け、**入域管理システムを導入し、入域管理・運用体制を構築**する

B：令和6年9月から予約受け付けを開始し、**運用体制に問題はないか、今後新たに検討すべき課題を特定**する

事業の成果／目標の検証結果

A：入域管理システムの導入と入域管理・運用体制を構築できた

令和6年9月から予約を開始し、令和7年２月25日付で約800件の申請を承認済み

B：入域管理システムは、大きな問題なく運用ができた

令和7年3月に入域制限を開始する体制が整った

令和６年度の取組みから見えてきた課題

- 実際の入域開始が始まる前の現時点で、下記3点の課題が明らかになった

1 ガイドや観光客の観光管理に対する理解醸成

- 予約の段階で立入者を明確にする必要があるという点で、現在の旅行業界における商習慣との親和性が必ずしも高くないことから、ガイド、観光客等の関係者の理解・協力が必要である

2 申請プロセスにおける申請者負担の軽減

- ツアー等の事業者予約と入域申請はそれぞれ別の手続きが必要であり、制度の複雑化の一因となっている
- 今後、安定的に多くのガイド・観光客に利用される仕組みになるには、申請者の負担軽減が必要である

3 財源確保の仕組み検討

- 本事業含め自然環境保全に係る施策は、コストを要するにも関わらず、そのコストを施策を通じて回収することが相当に困難であり、財源確保の仕組み検討が必要である

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

- 入域制限開始後初の観光シーズンである令和７年夏に向け、立入制限制度を適切かつ継続的に運用するための体制を更に整えていく

1 観光管理に係る継続的な情報発信

- 観光管理の取り組みについて、国や県と連携しながら、送客側事業者や観光客に適切な情報発信を、継続して実施していく（説明会や広報等）

2 事業者予約との紐づけ、申請画面のUI等改善検討

- 事業者予約と入域申請を連携させることで、申請手続きを効率化
- 申請システムのUIを改善しスムーズな運用を目指す

3 訪問税等の検討

- 検討が開始されている「訪問税」の導入等、外部来訪により増幅する行政需要や、持続可能な自然環境保全に必要な財源を確保する手段について、引き続き模索していく

現状について

- 令和7年度は、竹富町における取組として、観光案内人と責任ある観光客のマッチング体制構築による持続可能な観光推進計画を実施しています。