

## 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 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</li> <li>➢ 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</li> <li>➢ 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</li> </ul>			
協議体制	<b>協議の場</b>			
	<p style="text-align: center;"><b>大月市オーバーツーリズム対策協議会</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>本事業を起爆剤として、大月市内の観光だけでなく、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</li> </ul>			
	<b>参加者</b>			
	<b>行政機関</b>	<b>有識者等</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>大月市役所産業観光課</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>大月短期大学</li> <li>都留文科大</li> </ul>		
	<b>事業者</b>	<b>住民関係者</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>大月市観光協会 他</li> <li>鉄道、宿泊、観光、交通事業者 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>大月商店街協同組合</li> <li>大月区/御太刀区</li> </ul>		

## エリアマップ

大月市のシンボル  
岩殿山





大月市のシンボル  
岩殿山

日本三奇橋のひとつ  
名勝猿橋



秀麗富嶽  
十二景





樹齡千年を越す矢立の杉

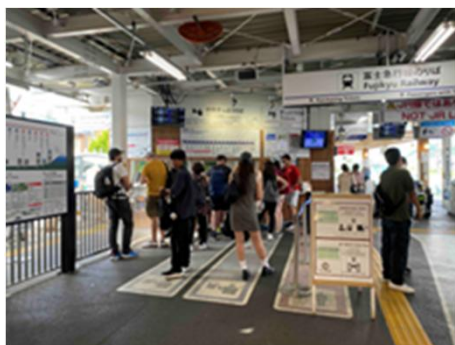


伝統的な酒造り

## 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	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	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	観光客・地域事業者
3. きっかけや動機付けの創出	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	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

## 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、J R 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：晴れの日駅の周辺

## 4. 対策の概要

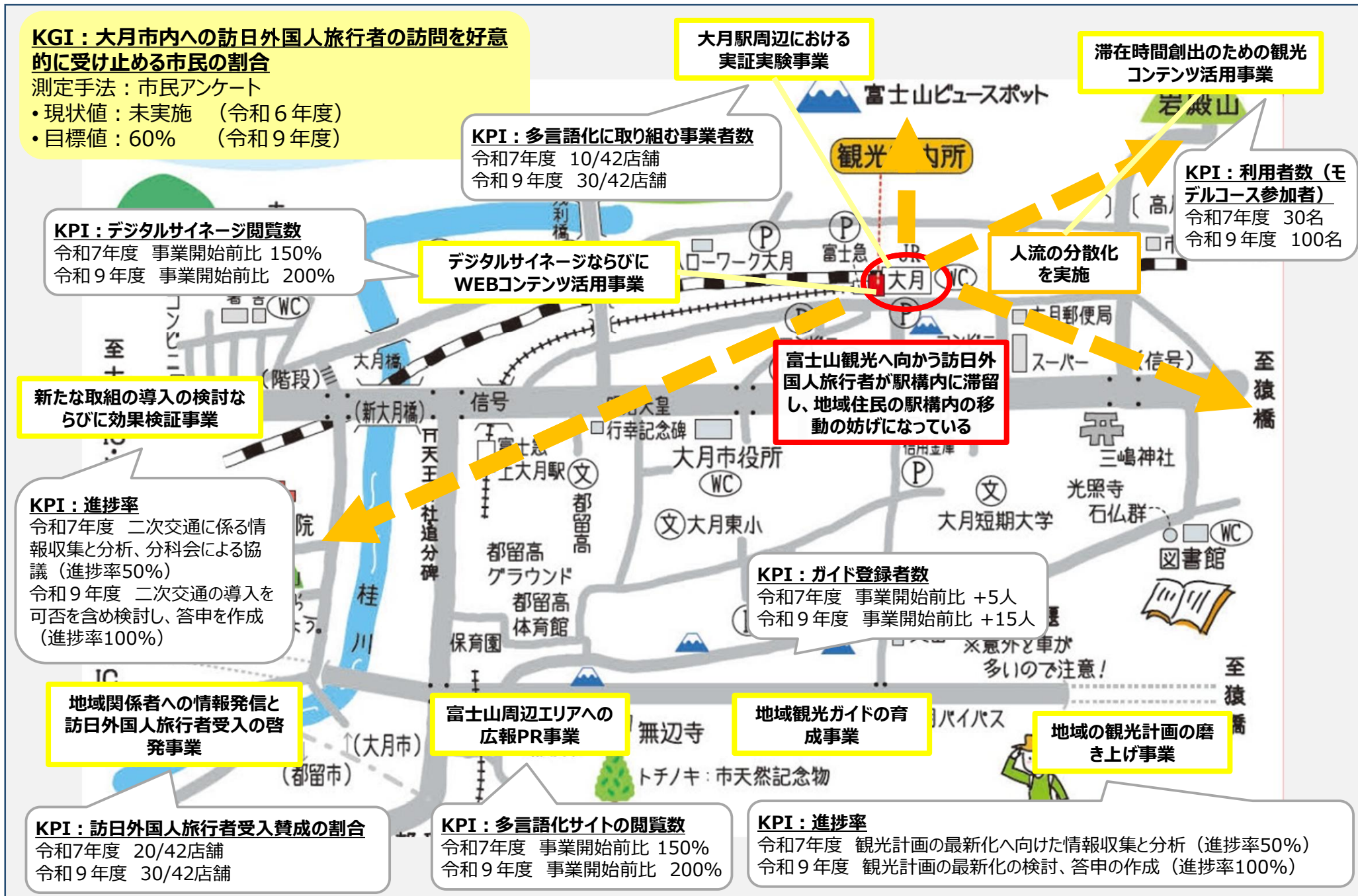
目指す姿	富士山観光に訪れた訪日外国人旅行者が、その行程の途中で大月市内に立ち寄ることを地域一体となって促進し、好意的に受け入れ、地域住民と訪日外国人旅行者の交流が各所で行われる地域
KGI	大月市内への訪日外国人旅行者の訪問を好意的に受け止める市民の割合 目標値：60%（令和9年度） 実績値：31%（令和7年度）
	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和6年度よりオーバーツーリズムの対策事業を開始したが、対策に着手して間もないこともあり、効果を実感できる地点には到達できていない。令和7年度は、令和6年度に形成された協議会参加者間の良好な関係性を軸に事業を推進したい</li> </ul>

### ■ 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> </ul>
需要の分散・平準化	
② 大月駅周辺における実証実験事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> </ul>
③ 滞在時間創出のための観光コンテンツ活用事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>モデルコースの定着と前年度の取組から見てきた地域内の観光資源のコンテンツ化を実施</li> </ul>
④ 富士山周辺エリアへの広報PR事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> </ul>



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	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> </ul>
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>大月市内を移動する交通手段のニーズに答えられていない</li> <li>前年度事業から見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</li> </ul>
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> </ul>
⑧ 地域の観光計画の磨き上げ事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> </ul>



## 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

- 参加者の内訳で見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で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

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り・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	事業の成果/目標の検証結果
<ul style="list-style-type: none"> <li>事業開始前比150% (令和7年2月～6月：244アクセス)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>328% (令和7年7月～令和8年1月：802アクセス)</li> </ul>

### 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

## 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			
<p>▶ <b>補助事業実施の結果・実績</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 大月市の広報にて参加者募集を行った</li> <li>・ 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</li> <li>・ 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</li> </ul> <p>▶ <b>事業目的に対する成果</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 募集に対して11名の応募があり、うち7名が全日程参加</li> <li>・ 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</li> <li>・ 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</li> <li>・ 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</li> </ul>		<p>▶ <b>うまくいった点とその理由</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> <li>・ 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</li> <li>・ 積極的な参加者が前向きな雰囲気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</li> </ul> <p>▶ <b>課題</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> <li>・ 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</li> </ul>	
			
		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		令和8年度以降の方針	
<p>① <b>参加者の満足度</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> <li>・ 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</li> </ul>		<p>① <b>地域観光ガイドの育成の継続</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> <li>・ プログラム内容の充実を図る</li> </ul> <p>② <b>ガイド登録者の活動場所の創出</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> </ul> <p>③ <b>制度のリニューアル</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> </ul>	

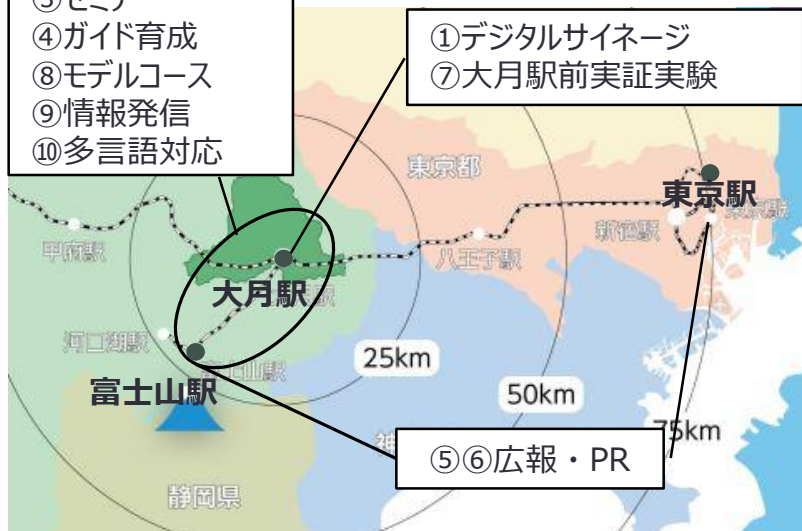
## 4. 対策の概要

- ・ 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

- ②コンテンツ造成
- ③セミナー
- ④ガイド育成
- ⑧モデルコース
- ⑨情報発信
- ⑩多言語対応

- ①デジタルサイネージ
- ⑦大月駅前実証実験

- ⑤⑥広報・PR



### 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

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

## 取組み

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

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

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

## B: 猿橋ルート

令和7年1月24日・30日開催  
所要時間：90分 移動手段：タクシー

大月駅 → 妙楽寺 → 猿橋 → 大月駅

- 「妙楽寺」の見学および座禅体験・お茶体験
- 「猿橋」の見学を実施

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

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

## 利用者・運営側の声

## 【参加者の声】

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

## 【地域側の振り返り】

- 移動時間が長く、ガイド等で移動にも価値提供が必要
- 「矢立の杉」と組み合わせる体験コンテンツが必要
- 事業者側の受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、こ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
- 既存観光スポットにおいても、多言語化対応や、別コンテンツとの連携を検討する

3

## 来訪者属性の調査・分析

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