

神戸・小沢地区観光整備構想

令和5年2月

檜原村

目 次

| | |
|-----------------------------|----|
| 1. 事業計画の整理 | 1 |
| (1) 上位計画、関連計画の整理 | 1 |
| (2) 神戸・小沢地区の事業計画 | 5 |
| 2. 観光施設の利用動向・利用者評価の把握 | 6 |
| (1) 入込客数の推移 | 6 |
| (2) 来訪者アンケート調査 | 8 |
| (3) 利用動向のまとめ | 25 |
| 3. 施設管理者および地元住民の意向把握 | 26 |
| (1) 施設管理者のヒアリング | 26 |
| (2) 地元住民のヒアリング | 27 |
| 4. 整備課題と整備の方向 | 28 |
| (1) 神戸・小沢地区整備に関わる課題 | 28 |
| (2) 神戸・小沢地区整備の方向性 | 29 |
| 5. 整備項目と整備イメージ | 30 |
| (1) 整備項目 | 30 |
| (2) 整備イメージ | 33 |

1. 事業計画の整理

(1) 上位計画、関連計画の整理

① 上位計画

- 上位計画に当たる『第5次檜原村総合計画 後期基本計画』、『第2期人口ビジョン・総合戦略』における神戸・小沢地区の事業計画を整理する。
- 神戸・小沢地区においては、村の基幹産業である農業及び林業の拠点施設整備と、それら拠点施設と村の自然環境を生かした観光振興のための観光基盤整備、村・観光協会・地域が連携した情報発信の推進が位置付けられている。

■第5次檜原村総合計画 後期基本計画（平成31年3月）

| | |
|----------------|--|
| 将来像 | 森と清流を蘇らせ 未来に誇れる活力のある村 |
| 計画期間 | 平成31年度（2019年）～令和5年度（2023年）の5か年 |
| 基本方針 | 将来像の実現に向けた村づくりにおいて、今後10年間、先導的な役割を果たすと想定される村の基盤整備に関わる事業を「ひのはら緑（力）創造事業」を中心に横断的に整理して位置づける。 |
| 関連する施策と基本計画の内容 | <p>1. 人々が住みたくなる村づくり</p> <p>(1)自然環境の保全と公害防止</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 檜原村環境保全条例による適切な規制、取組推進、無秩序開発の抑制 ・ 観光客等へのごみの持ち帰り、ポイ捨て防止等、自然環境保全に関するPR・意識啓発活動推進 <p>(3)道路・交通の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 都道205号線の改良促進及び延伸 ・ 南北横断道路の早期整備に向けた都への要望 ・ 交通事故、転落、法面崩壊などからの安全確保（反射鏡、防護柵、危険箇所の修繕） ・ 主要幹線道路への自転車専用道整備について都等への要望 <p>(4)交通安全・防犯対策の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 公共交通機関利用のPR、交通手段の仕組み（パーク&バスライド、周遊バス方式）、道路規制導入の検討による行楽期の交通渋滞緩和と事故防止対策 <p>3. 森や水と調和した産業振興の村づくり</p> <p>(1)地域特性を活かした農業振興</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ じゃがいも焼酎製造施設の整備、農産加工品の試作や研究組織・団体等の支援、付加価値の高い地域ブランド品の育成や6次産業の振興 ・ 農業体験交流や季節直販便等による地元農家と都市住民の交流機会充実 <p>(2)林業の活性化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 森林環境の保全（枝打ち、間伐、獣害、倒木・土砂流出への対応） ・ 木育推進の拠点施設としておもちゃ美術館の建設及びブランド化した木工品の流通 <p>(3)自然を活かした観光振興</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光基盤の整備（駐車場整備・修繕、駐車スペースの確保、トイレの整備・維持管理等） ・ 沿道樹木の手入れや植栽、沿道環境の美化などの景観づくり |

| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> ・観光地アクセスの利便性向上（遊歩道整備、河川への歩道・案内板設置） ・体験型交流観光、森林セラピー事業、エコツーリズムの推進 ・観光協会と連携した四季折々の観光情報の発信 ・パンフレット、情報通信ネットワーク、村外のイベント出展等による村の知名度向上 <p>4. 心豊かな村民を育む村づくり</p> <p>(4)文化と伝統の継承</p> <ul style="list-style-type: none"> ・指定文化財の適切な保全、村内に継承されている地域資源に対する村文化財の指定強化と維持管理 ・国指定重要文化財小林家住宅の管理・活用 |
|--|---|

■第2期人口ビジョン・総合戦略（令和3年3月）

| | |
|-------------|---|
| 基本理念 | 東京のふるさと 檜原村 |
| 計画期間 | 令和2年度（2020年）～令和6年度（2024年）の5か年 |
| 基本目標と関連する事業 | <p>1. 地域固有の資源を活かして仕事を創り出す村づくり</p> <p>1-1 地域特性を活かした農業振興</p> <p>(3)特色ある農産品づくり</p> <p>④じゃがいも焼酎等製造事業基本計画に基づき、じゃがいも焼酎を含む「特色のある農産品づくり」の拠点施設を整備します。</p> <p>【目標】令和3年度中の焼酎製造の開始</p> <p>1-2 林業の活性化</p> <p>(1)林業振興の環境づくり</p> <p>④木材のPR拠点として、おもちゃ美術館を建設します。</p> <p>【目標】令和3年度中の開館</p> <p>1-3 自然を活かした観光振興</p> <p>(1)エコツーリズムの推進・観光基盤の整備</p> <p>③観光地へのアクセスポイントとして駐車場の整備・修繕や駐車スペースの確保、トイレの維持管理などに努めます。</p> <p>【目標】駐車場整備箇所数1か所（令和6年）</p> <p>④ひのはら緑（力）創造事業により、沿道樹木の伐採等による景観整備や、防災対策を推進します。</p> <p>【目標】沿道伐採箇所数15か所（令和6年）</p> <p>⑥檜原村、観光協会、地域住民と連携し、共同のPR活動やイベント開催などの事業活動を推進します。</p> <p>【目標】イベント等の開催やPR活動の回数 4回/年</p> <p>(2)情報発信の推進</p> <p>①メディアを活用して檜原村の観光の魅力を積極的に発信します。</p> <p>【目標】入込観光客数 30万人/年（令和6年）</p> <p>②観光協会と連携し温泉や宿泊施設、檜原の食材など四季折々の観光情報の発信に努めます。</p> <p>【目標】村内イベント情報発信サイト 令和2年度設置・運用開始</p> <p>③自然環境の保護や観光ごみの持ち帰りなど、環境保全意識の啓発やアウトドアレジャーの安全意識の啓発に努めます。</p> <p>【目標】エコツアー実施の際に啓発 60回/年（令和6年）</p> |

② 関連計画

- 関連計画としては、『檜原村観光ビジョン』、『檜原村エコツーリズム推進全体構想』、檜原森のおもちゃ美術館による『檜原村トイ・ビレッジ構想』が挙げられる。
- 神戸・小沢地区においては、「神戸岩周辺の再整備」、「水遊びのできる環境整備」、檜原森のおもちゃ美術館を拠点とした「トイ・ビレッジ構想の実現」が位置付けられている。また、藤倉地区も含めた北秋川地域における「自然資源、文化資源を活用したエコツーリズムの推進」に取り組んでいる。

■檜原村観光ビジョン（平成28年3月）

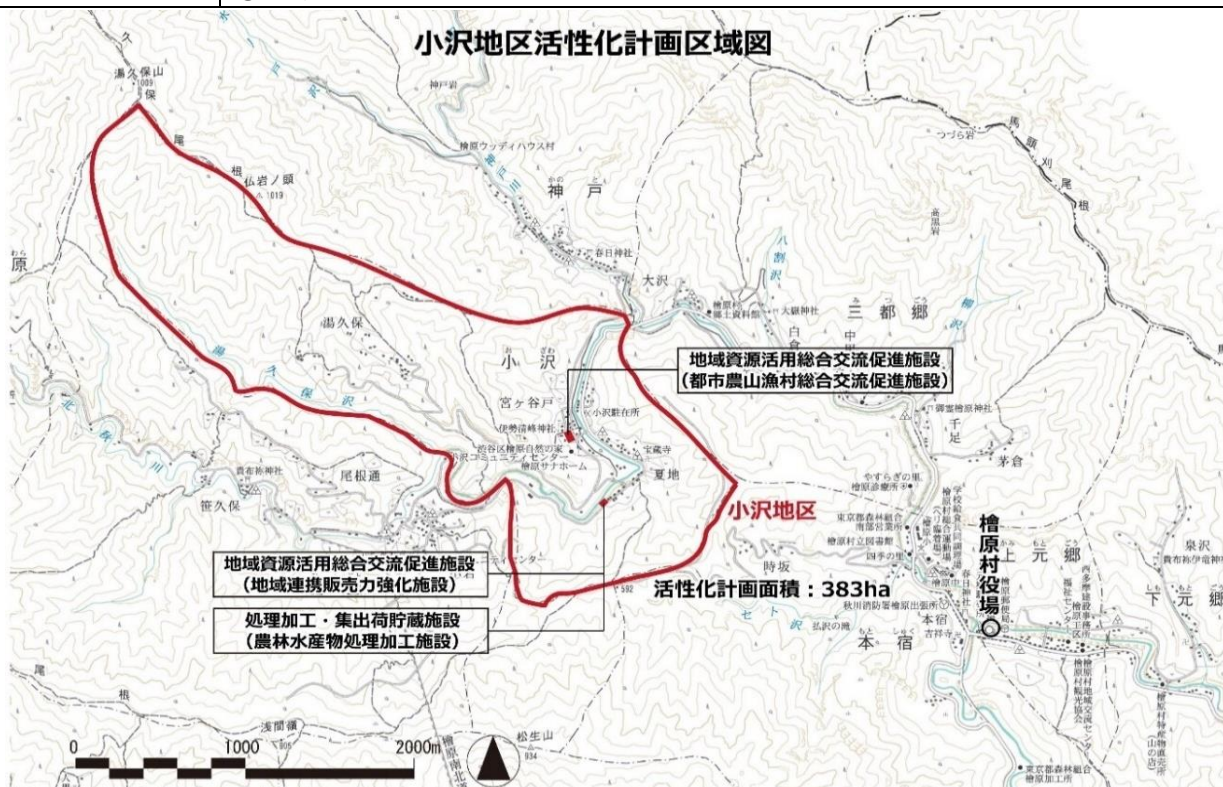
| | |
|------------|--|
| 理 念 | 次世代へ守り伝える村の宝 |
| 目 標 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 訪れ暮らしたくなる村を実現 2. 地域から新しい産業を創造 3. 未来の子孫に誇れる村を構築 |
| 基本方針 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 地域と人材を育てる観光村づくり 2. 宝を活かした観光村づくり 3. 安全と安心が整備された観光村づくり |
| 基本施策 | <ol style="list-style-type: none"> 1) 宝を見つけ、活かし、見せる 2) 地域と交流する体験観光づくり 3) 観光村づくりのための人材育成 4) 観光村づくりのための情報発信の推進 5) 観光村づくりのための整備 <ul style="list-style-type: none"> ・観光地の駐車場やトイレなどの整備・維持管理 ・沿道の樹木の手入れや植栽、美化など周辺環境に合わせた景観づくり ・登山道の維持・管理の推進と新しい登山道整備の検討 ・遊歩道の整備や河川への連絡道、案内板の設置などを推進 6) 観光推進体制の構築 |
| 対象地域の現状と課題 | <p>■神戸エリア</p> <p>【現状】神戸川の峡谷には、東京都の天然記念物指定の神戸岩があり、秋川流域ジオパーク構想のジオサイト候補地であるが、駐車場、トイレなど不十分である。村内では、水辺が道路から近く、川遊びが出来る地域である。神戸の湧水を「檜原の水」として販売。キャンプ場の檜原ウッディハウス村が閉鎖。</p> <p>【課題】神戸岩周辺を観光地として再整備。水遊びのできる環境整備。「檜原の水」工場の設置と販売所。</p> <p>■藤倉エリア</p> <p>【現状】国指定重要文化財の小林家住宅が修復工事を終えてオープンし、宿泊体験、モノレール乗車体験ができる。藤倉バス停が、浅間嶺や小河内峠などのハイキングコースの起点（終点）となっている。</p> <p>【課題】江戸時代の山村らしい観光の演出には、小林家住宅の活用が考えられる。藤倉エリアのツアー企画の充実。</p> |

(2) 神戸・小沢地区の事業計画

- 神戸・小沢地区で実施されている観光関連事業を以下に整理する。
- 『檜原村小沢地区活性化計画』において農林業活性化の拠点施設として位置づけられた「檜原森のおもちゃ美術館」及び「檜原村じゃがいも焼酎製造等施設（ひのはらファクトリー）」の整備が完了し、目標に設定した年間 4.4 万人の交流人口を達成している。
- 新たな拠点施設と周辺の自然環境や観光資源との相乗効果を高めるエコツーリズムの展開が期待されている。

■檜原村小沢地区活性化計画（令和 2 年 2 月）

| | |
|-------|---|
| 目標 | <p>村内の木材を活用する「檜原森のおもちゃ美術館」及び特産品のじゃがいもを活用する「じゃがいも焼酎製造等施設」を小沢地区に新規に整備し、2つの施設を農林業活性化の拠点施設として位置づけ、小沢地区を核とした地域活性化を目指す。</p> <p>【目標】交流人口：0人→4.4万人/年（令和4年度）</p> |
| 現状と課題 | <p><小沢地区の農業の課題></p> <p>①生産・加工・販売まで行う6次産業化による農業の高付加価値化</p> <p><小沢地区の林業の課題></p> <p>②公共施設整備における地場産材の有効活用</p> <p>③森林の癒し効果を活用した観光商品の造成</p> <p>④子どもたちが森と人に出会う木育</p> |
| 展開方向 | <p>①檜原村じゃがいも焼酎製造等施設の整備</p> <p>②檜原森のおもちゃ美術館の整備</p> <p>③地元産材を活用した拠点施設整備</p> <p>④相乗効果を高めるエコツアーの造成</p> |



2. 観光施設の利用動向・利用者評価の把握

(1) 入込客数の推移

① 西多摩地域入込観光客数調査

- 平成 29 (2017) 年度調査では檜原村への観光客数は年間約 41 万人と推計されており、観光客総数は増加傾向で推移している。
- 首都圏に近いという立地もあり、日帰り客の割合が 9 割と多く、宿泊客は減少傾向にある。

■観光入込客数の推移

| | 平成 18 年度 (2006 年度) | 平成 24 年度 (2012 年度) | 平成 29 年度 (2017 年度) |
|-----|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 総 数 | 357,128 人 | 298,825 人 | 409,043 人 |
| 日帰り | 318,643 人 (89.2%) | 292,719 人 (98.0%) | 388,083 人 (94.9%) |
| 宿 泊 | 38,485 人 (10.8%) | 6,106 人 (2.0%) | 20,960 人 (5.1%) |

資料：西多摩地域入込観光客数調査報告書（西多摩地域広域行政圏協議会）
 ※村内の調査地点：檜原都民の森、檜原温泉センター数馬の湯、払沢の滝、神戸岩

② 秋川渓谷観光経済統計調査

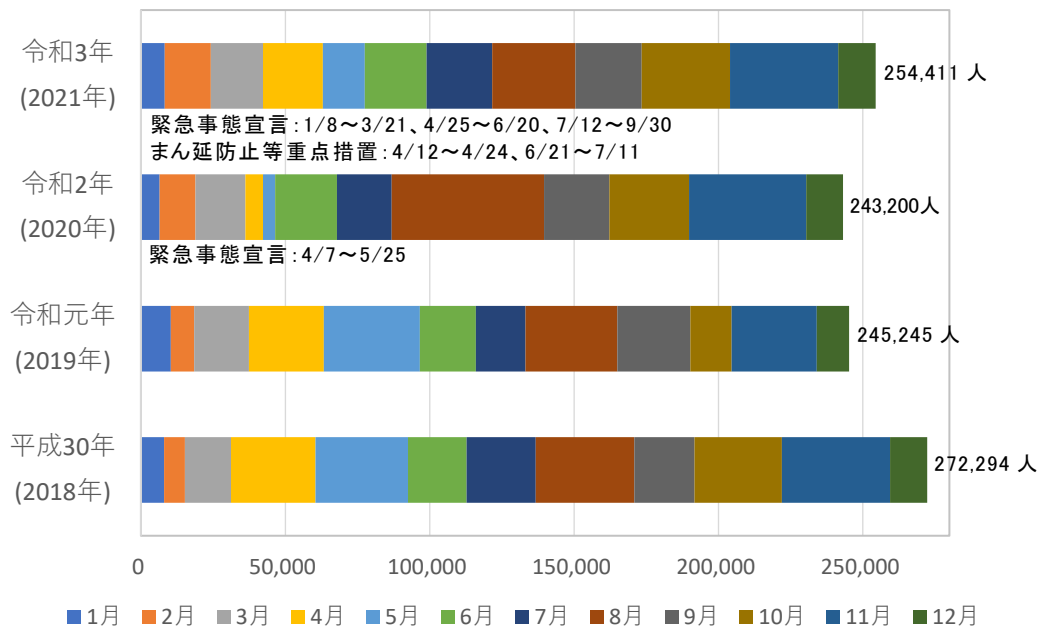
- 主要観光施設調査（村内 4 施設）における実数値の推移を見ると、過去 4 年間は、年間約 25 万人で推移している。
- 令和 2 (2020) 年は、新型コロナウイルス感染症の影響により、緊急事態宣言の発令時(4月7日～5月25日)は、休業や人数制限を行った施設もあり、入込客数が減少した。緊急事態宣言解除後は、行動制限により県(都)境を越えない観光客が多く檜原村に訪れた。
- 令和 3 (2021) 年も 1 月～9 月は緊急事態宣言及びまん延防止等重点措置が繰り返し発令され(245日間)、影響を受けた施設もあるものの、村全体の入込客数は徐々に回復傾向にある。

■主要観光施設調査合計人数

| | 平成 30 年 (2018 年) | 令和元年 (2019 年) | 令和 2 年 (2020 年) | 令和 3 年 (2021 年) |
|------|---------------------|------------------|--------------------|--------------------|
| 入込客数 | 272,294 人 | 245,245 人 | 243,200 人 | 254,411 人 |

資料：秋川渓谷観光経済統計調査・分析等業務委託報告書（秋川渓谷観光経済統計調査事業連絡会）
 ※村内の調査地点：檜原都民の森、檜原温泉センター数馬の湯、やまぶき屋、神戸国際マス釣場

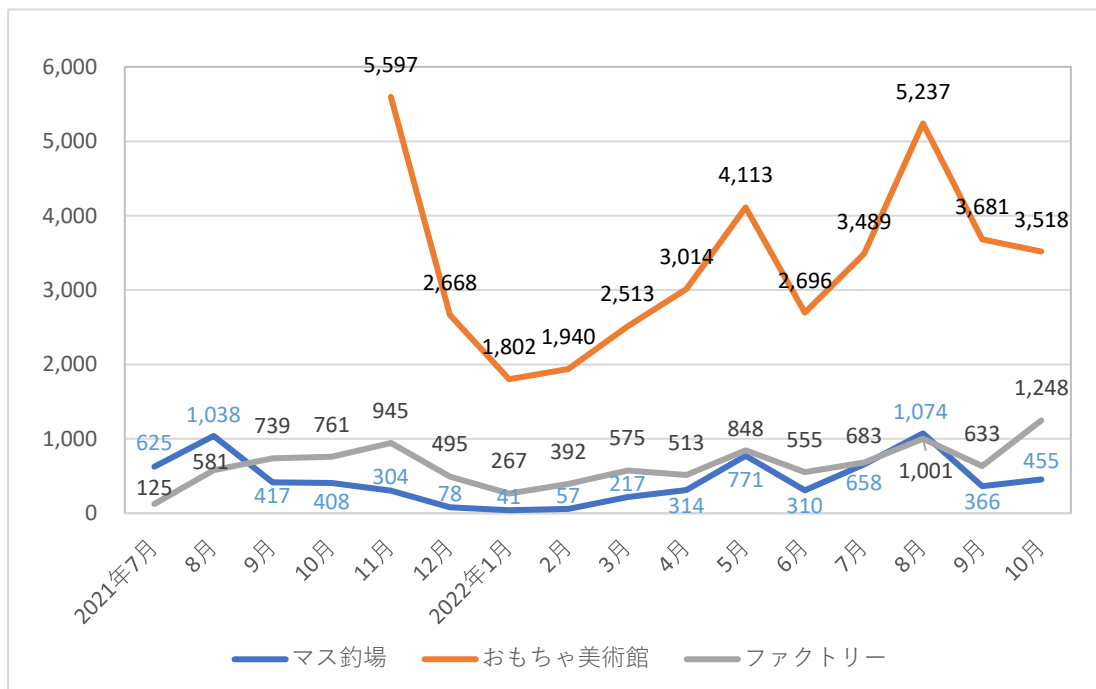
■主要観光施設調査月別入込客数



③ 神戸・小沢地域の観光施設の入込動向

- 令和3(2021)年7月に「ひのはらファクトリー」、11月に「檜原森のおもちゃ美術館」が開業し、令和4(2022)年10月時点で、ひのはらファクトリーは1万人、おもちゃ美術館の入館者数は4万人を達成している。
- 神戸国際マス釣場の年間入込客数は約4,500人で推移しており、冬場の12月~2月が閑散期となっている。

■神戸・小沢地区観光施設の月別入込客数



(2) 来訪者アンケート調査

神戸・小沢地区における観光客の利用実態及び評価を把握するため、来訪者アンケート調査を実施した。調査は、夏（8月）と秋（11月）の休日に2回行い、季節による利用動向の違いを把握する。

施設の表記は、神戸国際マス釣場を「マス釣場」、檜原森のおもちゃ美術館を「おもちゃ美術館」及びグラフ内では「おもちゃ」、ひのはらファクトリーを「ファクトリー」とする。

1) 調査概要

下表の内容で来訪者アンケート調査を実施した。

■ 調査概要

| | 夏調査 | 秋調査 |
|-------|--|---------------------|
| 調査日 | 令和4(2022)年8月27日(土) 令和4(2022)年9月17日(土)* | 令和4(2022)年11月12日(土) |
| 調査方法 | 調査員による対面式調査またはWEB回答 | |
| 調査地点 | ①神戸岩 ②神戸国際マス釣場 ③檜原森のおもちゃ美術館 ④ひのはらファクトリー | |
| サンプル数 | 配布数：各地点50×夏秋2回 回収数：夏秋合計358(夏198、秋160) | |

※ひのはらファクトリーが8月27日に臨時休館となったため、別日に実施

■ アンケート調査（表面）

檜原村・来訪者アンケート調査

～ ようこそ檜原村へ ～

檜原村では、来訪者の皆様にアンケート調査のご協力をお願いしております。よりよい観光地づくりの基礎資料とするため、ぜひ皆様のお声をお聞かせください。

調査主体：檜原村産業環境課 観光商工係
調査実施：まちづくりラボ・サルベージ機

問1 下記①～⑥のご自身のことについて、該当する番号に○印、またはご記入ください。

- ① 性別・・・ 1 女性 2 男性
- ② 年齢・・・ 1 10代 2 20代 3 30代 4 40代 5 50代 6 60代以上
- ③ 交通手段・・・ 1 自家用車・レンタカー 2 公共交通機関 3 自転車
4 バイク 5 貸切バス 6 その他(具体的に) { }
- ④ 檜原村の来訪経験・・・ 1 今回が初めて 2 2～3回目 3 4回以上 4 村民
- ⑤ 居住地・・・ 1 東京都 2 埼玉県 3 千葉県 4 神奈川県 5 その他()道・府・県
地区名・・・ 具体的に→()市・区・町・村
- ⑥ 檜原村への来訪の際に参考にされた情報はありますか？(あてはまるもの全てに○)
- 1 家族・知人の話 2 檜原村観光協会のHP 3 施設のHP・SNS 4 個人SNSの投稿稿
5 新聞・雑誌の記事 6 テレビ番組等 7 その他(具体的に) { }

問2 今回のお出かけの主な目的は何ですか？(番号1つだけに○)

- 1 登山・ハイキング 2 川遊び・釣り 3 キャンプ・BBQ 4 ドライブ・ツーリング・サイクリング
5 観光施設巡り 6 滝巡り 7 食事・買い物 8 温泉(数馬の湯)
9 民宿・旅館への宿泊 10 保養・休息 11 その他(具体的に) { }

問3 今回の来訪で、以下の施設に立ち寄りましたか？又は、この後立寄る予定はありますか？
(あてはまる番号1つずつに○)

| 施設名 | 行った | これから行く | 行く予定はない | 知らなかった |
|---------------|-----|--------|---------|--------|
| ①檜原村観光案内所 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| ②払沢の滝 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| ③郷土資料館 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| ④神戸国際マス釣場 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| ⑤神戸岩 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| ⑥檜原森のおもちゃ美術館 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| ⑦ひのはらファクトリー | 1 | 2 | 3 | 4 |
| ⑧小林家住宅 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| ⑨特産物直売所やまぶき屋 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| ⑩檜原温泉センター数馬の湯 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| ⑪檜原都民の森 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| ⑫その他() | 1 | 2 | 3 | 4 |
| ⑬その他() | 1 | 2 | 3 | 4 |

問4 今回のお出かけで、檜原村の他に立ち寄った地域・場所はありますか？

{ }

■アンケート調査（裏面）

問5 今回は、村内にどの程度滞在されますか？（番号1つだけに○）

1 2時間以内 2 2～4時間 3 4時間以上(日帰り) 4 宿泊(宿泊先名{ })

問6 檜原村に滞在されて、どのような印象を持たれましたか。①～⑦の項目について、それぞれ1つお選びください。

- ①交通アクセスの利便性 1 大変満足 2 やや満足 3 やや不満 4 大変不満 5 わからない
- ②駐車場の利便性、安全性 1 大変満足 2 やや満足 3 やや不満 4 大変不満 5 わからない
- ③地図・案内サインの分かりやすさ 1 大変満足 2 やや満足 3 やや不満 4 大変不満 5 わからない
- ④景観・雰囲気 1 大変満足 2 やや満足 3 やや不満 4 大変不満 5 わからない
- ⑤観光施設のスタッフの対応 1 大変満足 2 やや満足 3 やや不満 4 大変不満 5 わからない
- ⑥買い物・食事 1 大変満足 2 やや満足 3 やや不満 4 大変不満 5 わからない
- ⑦土産品 1 大変満足 2 やや満足 3 やや不満 4 大変不満 5 わからない
- ⑧檜原村での滞在の総合評価 1 大変満足 2 やや満足 3 やや不満 4 大変不満 5 わからない

問7 今回の来訪で、檜原村内において、入館料、飲食、買い物、宿泊、交通費等で、一人当たり又はグループ全体で、いくらぐらいお使いになりましたか？(この後の村内で使う予定額も含めて)

.....人で.....円

問8 当施設を利用されてみて、良かった点、改善すべき点がありましたら、お聞かせ下さい。

| |
|--|
| |
| |
| |

問9 今回のお出かけに檜原村を選んだ理由や、檜原村での滞在に期待することを教えてください。

| |
|--|
| |
| |
| |

問10 その他、檜原村に滞在されて、ご意見・ご感想等ありましたら、ご自由にご記入下さい。

| |
|--|
| |
| |
| |

アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。

2) 調査結果

① 回答者属性 [問1]

<全体>

- 回答者の男女比に大きな差はなく、夏・秋ともに女性がやや多い。
- 年齢は、10～20代の回答が少ないが、30代以降は偏りなく回答が得られた。
- 来訪経験は、初来訪が夏・秋ともに約5割であった。来訪回数が4回以上の繰り返し訪れるリピーターが3割程度いる。
- 居住地は、東京都内からの来訪が約7割を占める。特に、近隣の西多摩地域以外の多摩地域からの来訪率が3割と高い。東京都外では、神奈川県、埼玉県からの来訪が多い。

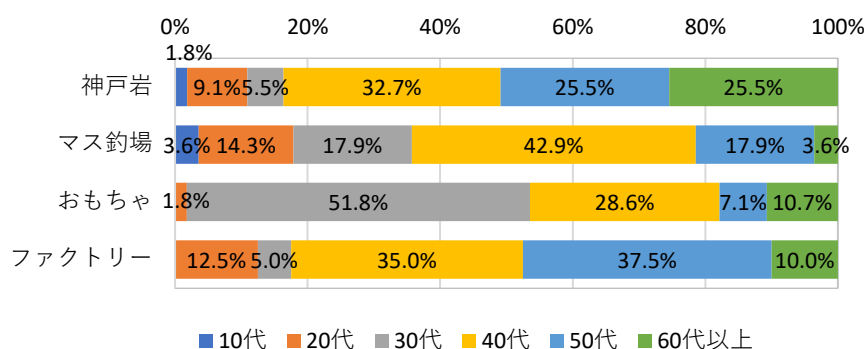
■回答者属性

| 属性 | | 全体 | 調査時期 | |
|-------|---------|-------|-------|--------|
| | | | 夏(8月) | 秋(11月) |
| サンプル数 | | N=358 | N=198 | N=160 |
| 性別 | 女性 | 53.6% | 53.5% | 53.8% |
| | 男性 | 46.4% | 46.5% | 46.3% |
| 年齢 | 10代 | 1.1% | 2.0% | 0% |
| | 20代 | 8.4% | 7.1% | 10.0% |
| | 30代 | 21.8% | 20.2% | 23.8% |
| | 40代 | 33.5% | 33.3% | 33.8% |
| | 50代 | 21.2% | 22.2% | 20.0% |
| | 60代以上 | 14.0% | 15.2% | 12.5% |
| 来訪経験 | 初来訪 | 47.5% | 46.5% | 48.8% |
| | 2～3回目 | 23.5% | 25.3% | 21.3% |
| | 4回以上 | 29.1% | 28.3% | 30.0% |
| 居住地 | 西多摩地域 | 12.8% | 18.2% | 7.5% |
| | その他多摩地域 | 33.0% | 36.4% | 30.0% |
| | 23区 | 21.2% | 18.2% | 28.8% |
| | 埼玉県 | 11.2% | 13.1% | 8.8% |
| | 神奈川県 | 17.3% | 11.1% | 18.8% |
| | その他の地域 | 4.5% | 3.0% | 6.3% |

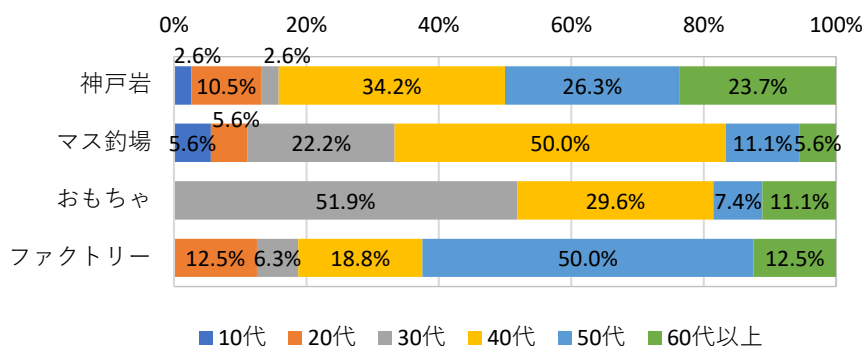
<年代>

- 年代は、調査地点のターゲット層の違いが顕著に表れる結果となった。
- 「神戸岩」は、他の調査地点に比べて年代のばらつきが少ない。
- 「マス釣場」は、小学生を連れた 40 代のファミリー層が多く、秋調査では学生グループなど若い世代が増えた。
- 「おもちゃ美術館」は、未就学児を連れた 30 代のファミリー層や、50～60 代以上の祖父母を含めた 3 世代での来訪が多い傾向にある。
- 「ファクトリー」は、他の調査地点に比べて 40 代から 50 代の来訪が多い。

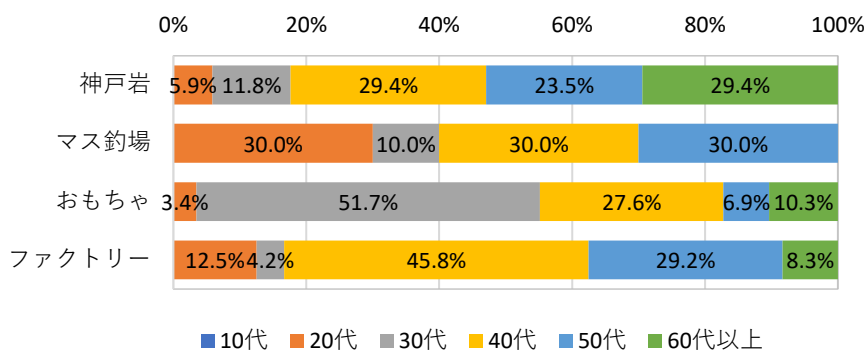
■年代（調査地点別）



■年代（夏）



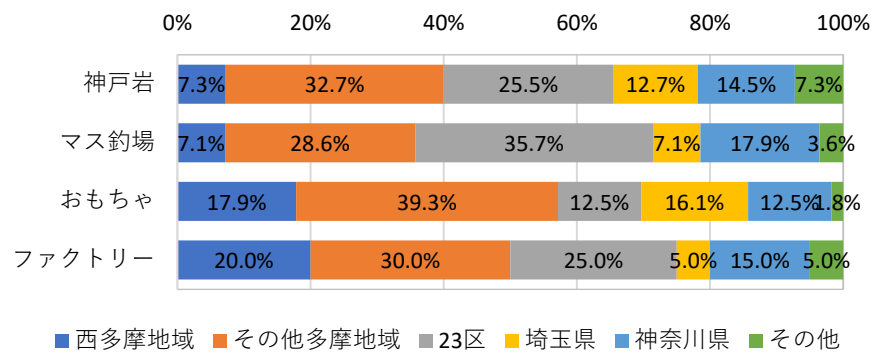
■年代（秋）



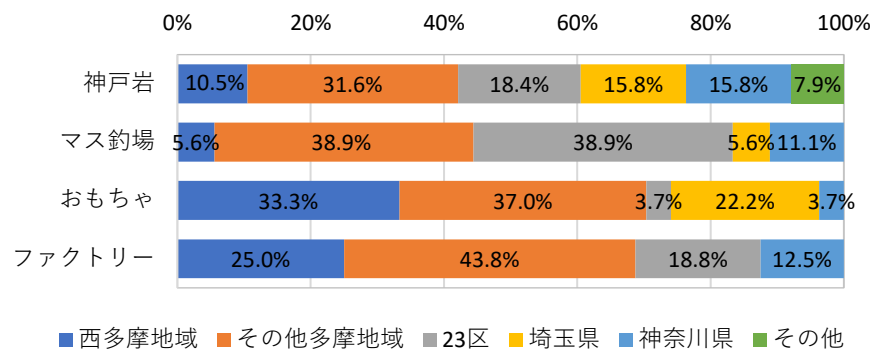
<居住地>

- 回答者の居住地は、「おもちゃ美術館」と「ファクトリー」が多摩地域からの来訪が多いのに対して、「神戸岩」と「マス釣場」は約6割が23区及び東京都外からの来訪であった。
- 季節別にみると、いずれの調査地点も夏は多摩地域からの来訪が多く、秋になると23区や東京都外からの来訪が増える。紅葉の季節ということもあり、秋の方がより誘致圏が広がる傾向がみられた。

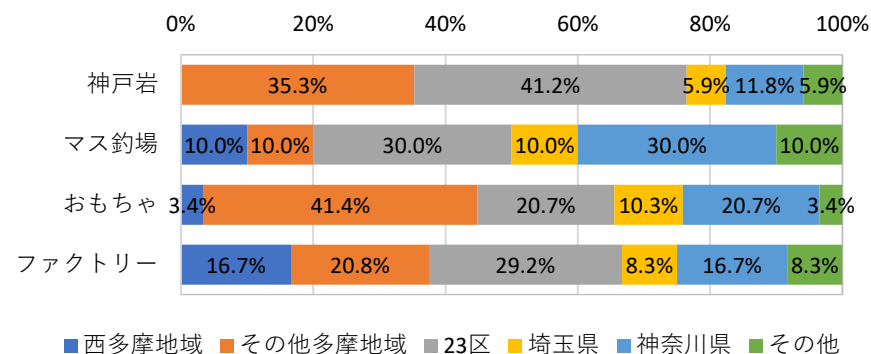
■居住地（調査地点別）



■居住地（夏）



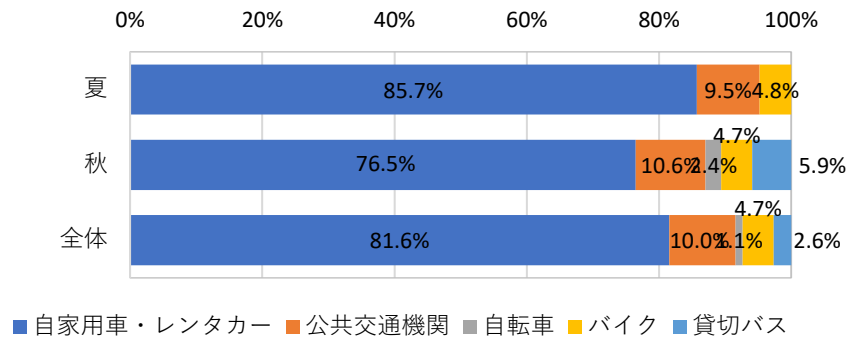
■居住地（秋）



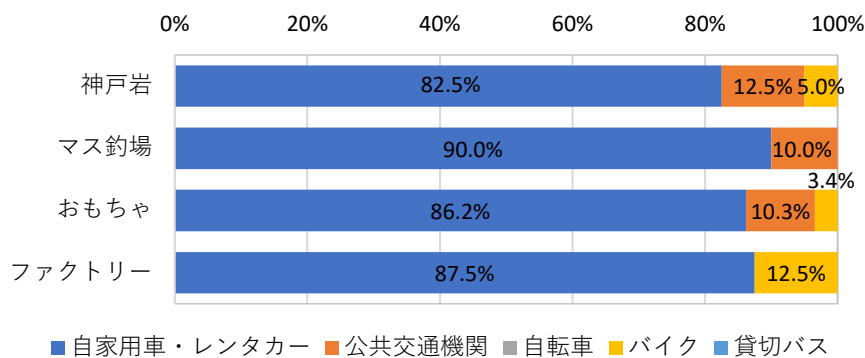
<交通手段>

- 回答者の交通手段は、全体では8割以上が「自家用車・レンタカー」であり、夏調査と秋調査では、秋の方が公共交通機関や貸切バスの利用がやや多い。
- 調査地点別では、釣りやBBQ等の荷物が多い「マス釣場」と子供連れでの来訪が多い「おもちゃ美術館」で自家用車・レンタカーの利用が特に多い。

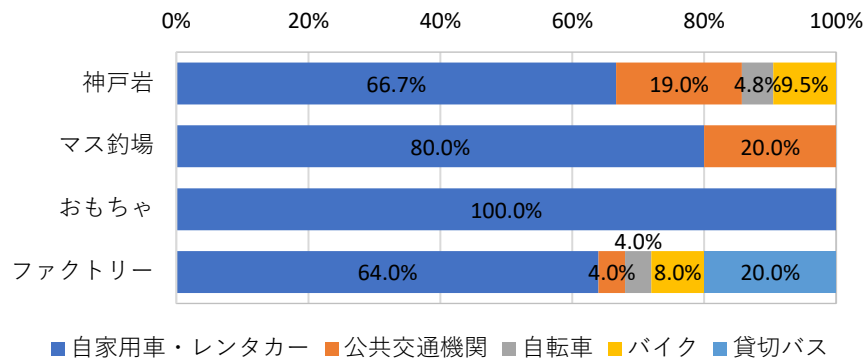
■交通手段（全体）



■交通手段（夏）



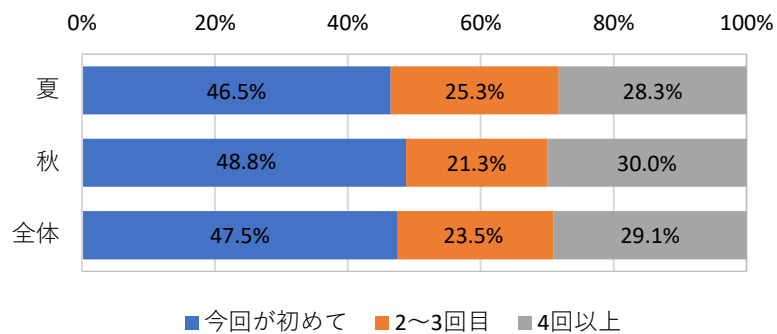
■交通手段（秋）



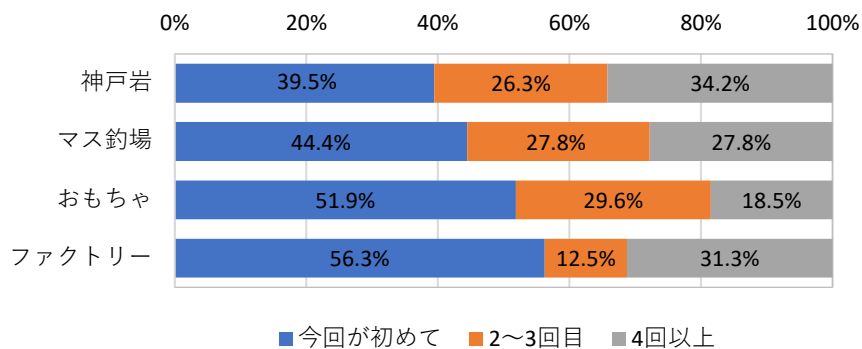
< 来訪経験 >

- 来訪経験は、全体では約5割が「今回が初めて」と回答し、季節による違いは大きくなかった。
- 調査地点別では、「神戸岩」と「マス釣場」は夏のリピーター率が高く、「おもちゃ美術館」と「ファクトリー」は秋のリピーター率が高い。
- 「おもちゃ美術館」と「ファクトリー」は開業から1年で、多くのリピーターを獲得していることが把握できた。

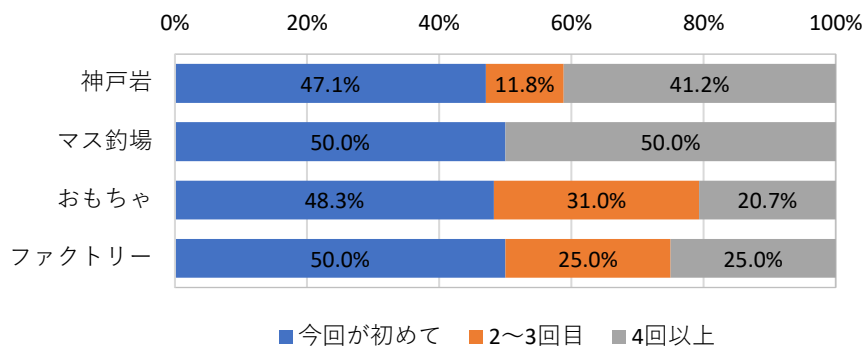
■ 来訪経験（全体）



■ 来訪経験（夏）



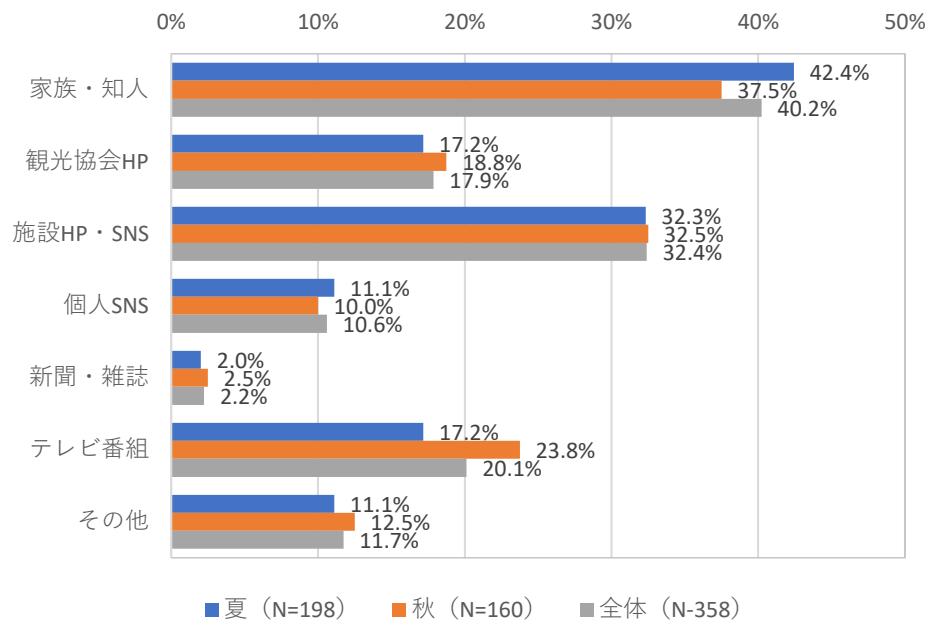
■ 来訪経験（秋）



<参考にした情報>

- 参考にした情報は、「家族・知人」が最も多く、「施設HP・SNS」が次いで多い。
- 秋調査の実施時期には、テレビ番組に複数回取り上げられたこともあり、「テレビ番組」の回答も目立った。マスメディアの影響力の強さがうかがえる。
- 調査地点別及び居住地別でのクロス集計では、特記すべき差はみられなかった。

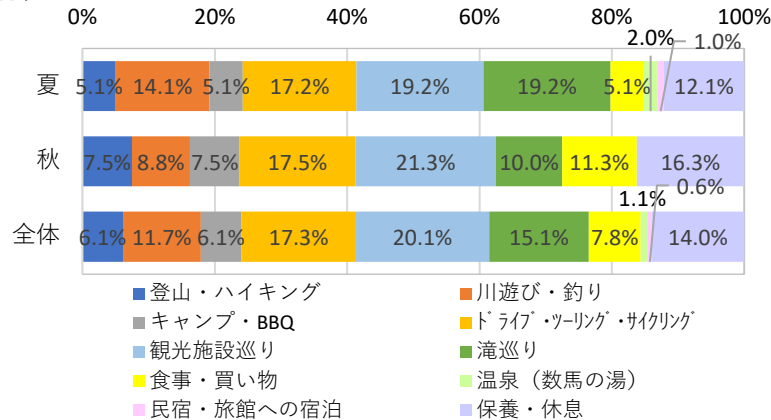
■参考にした情報（全体）



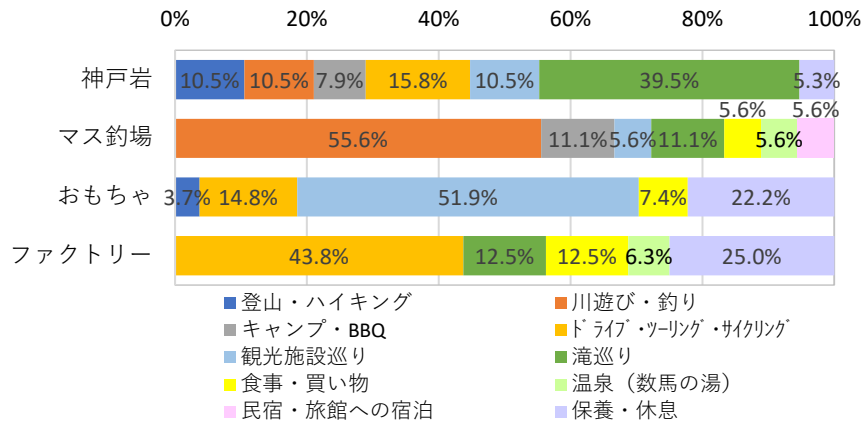
② 来訪目的 [問2]

- 来訪目的は、全体では「観光施設巡り」が最も多く、「ドライブ・ツーリング・サイクリング」、「滝巡り」の順に続く。
- 季節別では、夏は「川遊び・釣り」や「滝巡り」など、自然体験目的の割合が増え、秋は「食事・買い物」や「保養・休息」の割合が増える。
- 調査地点別では、マス釣場は「川遊び・釣り」、おもちゃ美術館は「観光施設巡り」と施設での体験が主目的であるが、神戸岩やファクトリーでは、多様な目的の立寄り先として利用されていることがわかる。

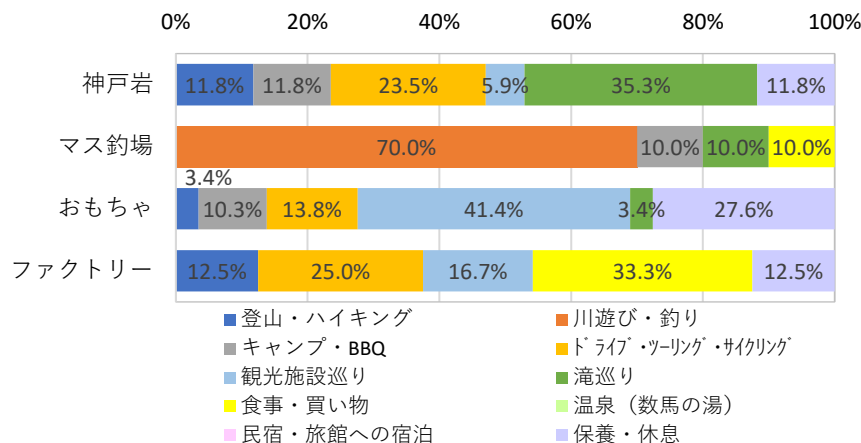
■来訪目的（全体）



■来訪目的（夏）



■来訪目的（秋）



③ 立寄り先 [問3、問4]

- ・ 檜原村内の観光関連施設等の認知度と調査日当日の立寄り先の回答を下表に整理した。

<認知度>

- ・ 北秋川エリアでは、②払沢の滝、④マス釣場、が認知度 70%以上と高い。一方で、①観光案内所、⑦ひのはらファクトリー、⑧小林家住宅の認知度は半数以下となっている。
- ・ 南秋川エリアでは、⑩数馬の湯、⑪都民の森の認知度が約 50~60%であり、やまぶき屋は認知度が低い結果となった。

<立寄り先>

- ・ 調査地点以外では、②払沢の滝への立寄りが多い。
- ・ 認知度は高いが立寄り先になっていない場所には、④マス釣場、⑨数馬の湯、⑩都民の森などが挙げられ、滞在エリアや目的が異なるためと考えられる。
- ・ 認知度とともに立寄りも少ない場所は、①観光案内所、⑧小林家住宅、⑨やまぶき屋となった。

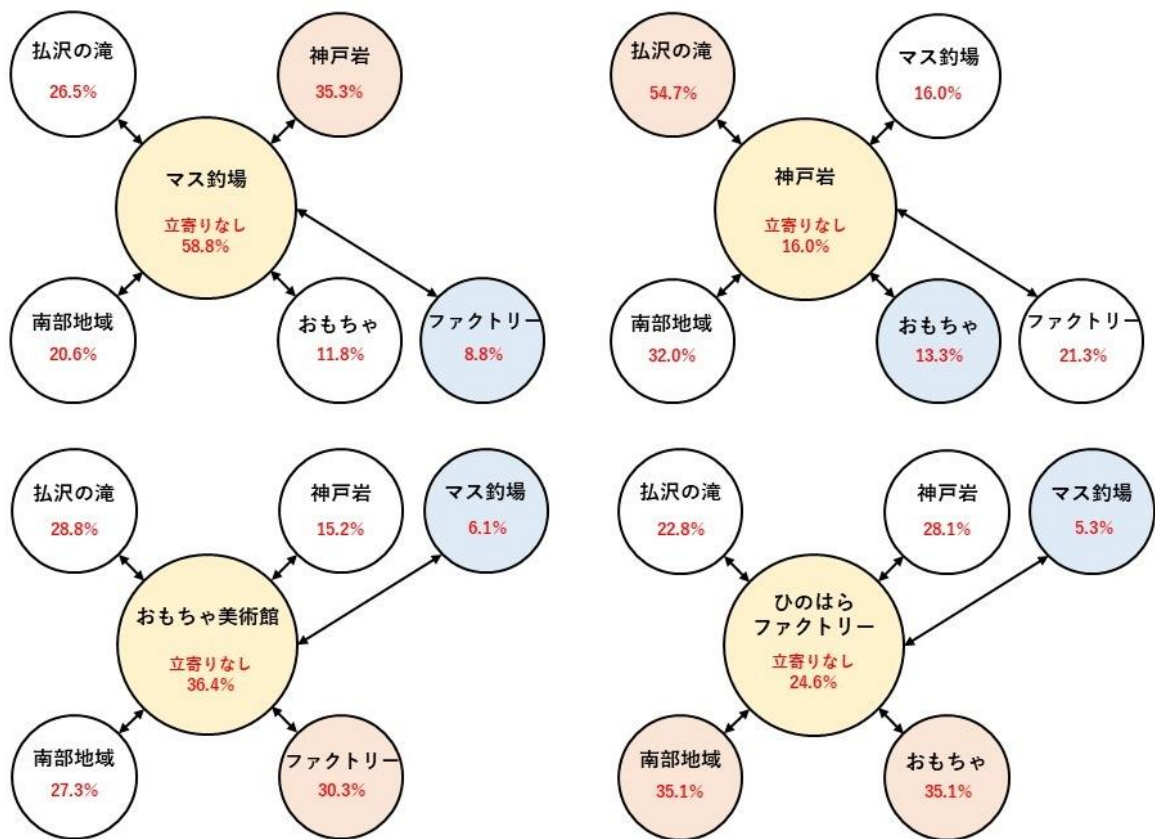
■認知度・立寄り先

| | 認知度 | | 立寄り先 | |
|---------------|-------------------|---|--------------------|------------------|
| | 知っている 50%以上網掛け | 知らない 50%以上網掛け | 行った・行く 30%以上網掛け | 行かない 70%以上網掛け |
| ①檜原村観光案内所 | 43.0% | 57.0% | 3.4% | 96.6% |
| ②払沢の滝 | 70.4% | 29.6% | 31.8% | 68.2% |
| ③郷土資料館 | 52.0% | 48.0% | 5.6% | 94.4% |
| ④神戸国際マス釣場 | 70.4% | 29.6% | 19.0% | 81.0% |
| ⑤神戸岩 | 67.0% | 33.0% | 41.9% | 58.1% |
| ⑥檜原村おもちゃ美術館 | 60.3% | 39.7% | 36.9% | 63.1% |
| ⑦ひのはらファクトリー | 47.5% | 52.5% | 31.8% | 68.2% |
| ⑧小林家住宅 | 36.3% | 63.7% | 6.7% | 93.3% |
| ⑨特産物直売所やまぶき屋 | 36.3% | 63.7% | 12.8% | 87.2% |
| ⑩檜原温泉センター数馬の湯 | 50.3% | 49.7% | 12.8% | 87.2% |
| ⑪檜原都民の森 | 57.0% | 43.0% | 11.7% | 88.3% |
| その他の立寄り先 | 村内 | ヒノハラテラス、晴ノ舎、ちとせ屋、人里、天光寺 | | |
| | 村外 | あきる野市：あきる野市内(2)、瀬音の湯(11)、秋川国際マス釣場(2)、ファーマーズマーケット、黒茶屋 奥多摩町：奥多摩町内、奥多摩湖(2) 日の出町：イオンモール日の出 立川市 | | |

<神戸・小沢地区の周遊状況>

- 神戸・小沢地区の調査地点間の周遊状況を下図に示す。
- 立寄り先が調査地点（目的地）のみという回答者は、夏・秋調査全体で 39.7% であった。調査地点別では、マス釣場が 58.8%、おもちゃ美術館が 36.4% であり、一カ所に長く滞在し、他への立寄りが少ない。
- 神戸地区と小沢地区を周遊した割合は全体で 12% であった。両地区から離れた南秋川エリア（南部地域）への周遊は 25% となっており、神戸・小沢地区間は距離が近いにも関わらず周遊されていないことが把握できた。

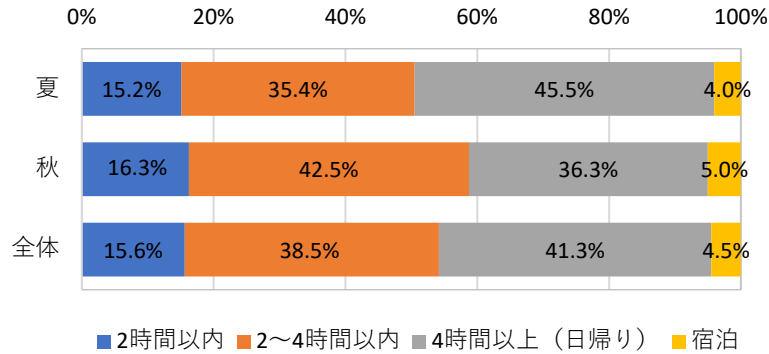
■神戸・小沢地区の周遊状況



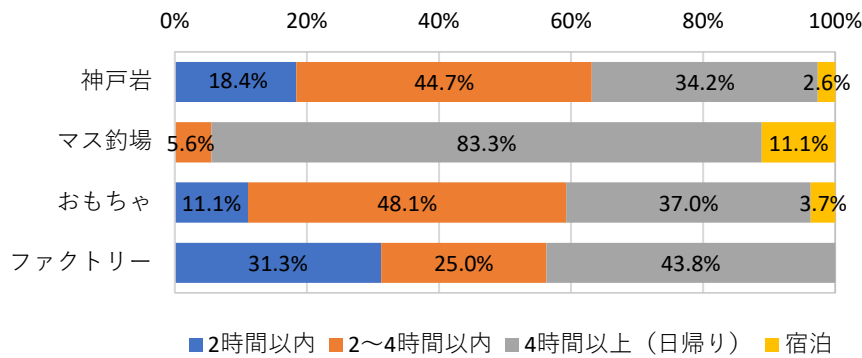
④ 滞在時間 [問 5]

- 滞在時間は、日帰りが 9 割を超え、宿泊は 5%程度に留まる。
- 調査地点別では、マス釣場は体験内容から「4 時間以上（日帰り）」の割合が高い。神戸岩及びファクトリーは「2 時間以内」の割合が高く、他の調査地点よりも滞在時間が短い傾向にある。

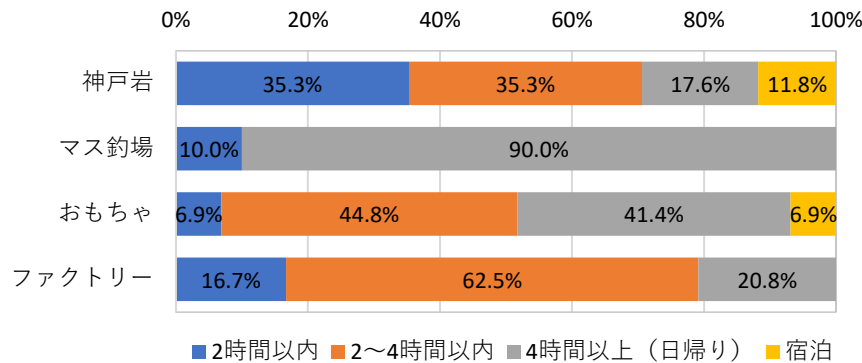
■ 滞在時間(全体)



■ 滞在時間 (夏)



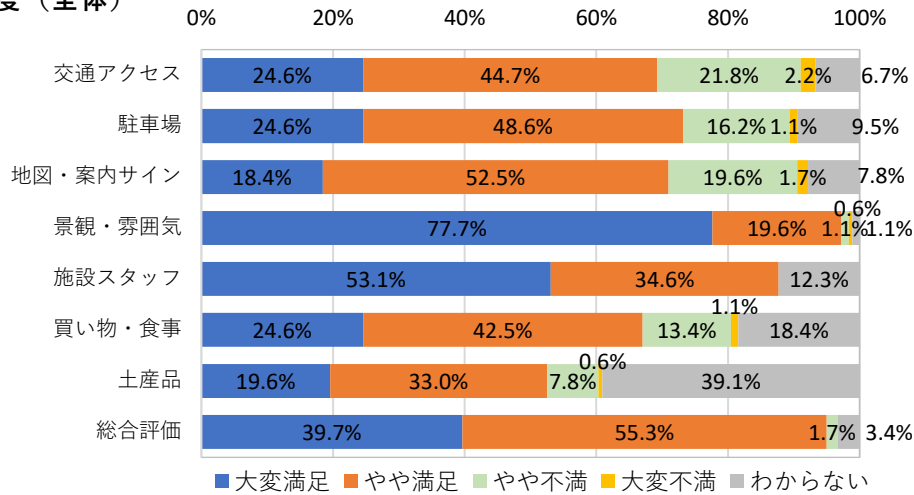
■ 滞在時間 (秋)



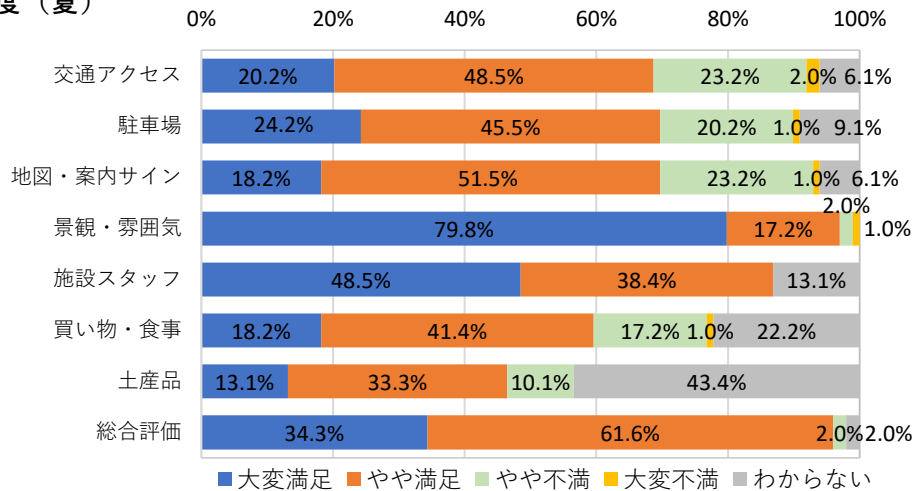
⑤ 檜原村の印象（満足度）〔問 6〕

- 満足度は、「景観・雰囲気」と「施設スタッフ」の評価が高く、「交通アクセス」、「駐車場」、「地図・案内サイン」に不満の評価が見られる。
- 総合評価では不満の評価は少ないものの、「やや満足」の割合を「大変満足」に変えていくことが重要である。

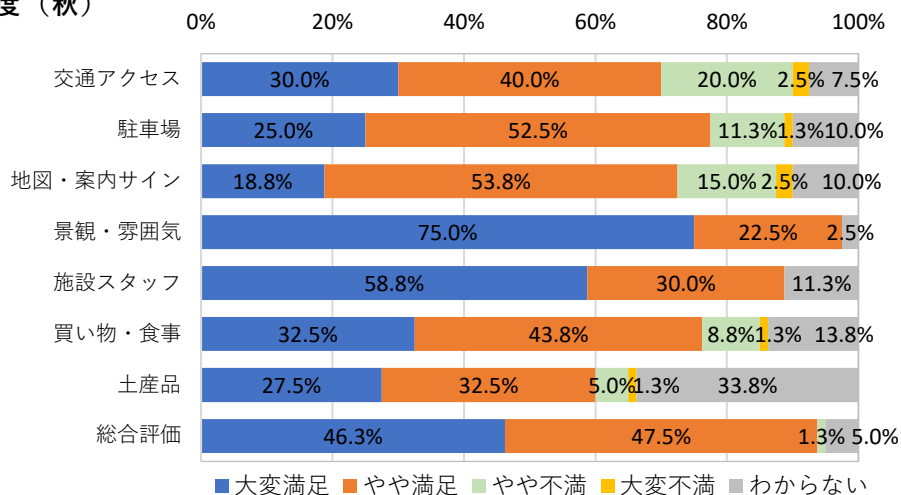
■ 満足度（全体）



■ 満足度（夏）



■ 満足度（秋）

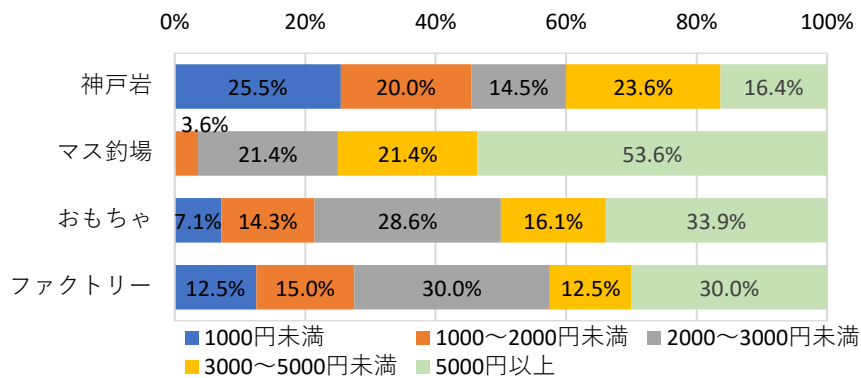


⑥ 観光消費額 [問 7]

- 観光消費額は、夏・秋調査全体での平均額は 3,888 円/人、夏調査平均額は 3,699 円/人、秋調査平均額は 4,121 円/人であった。一人当たり消費額は秋の方が高い結果となった。
- 調査地点別では、施設利用料がかかるマス釣場やおもちゃ美術館で消費額が高い傾向が見られる他、無料施設で
- あるファクトリーでも飲食・買い物等で消費単価が上がっていることがうかがえる。

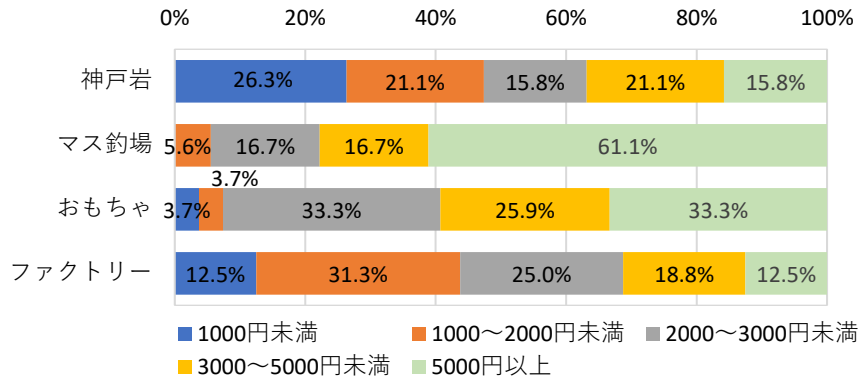
■ 観光消費額 (全体)

【平均：3,888 円/人】



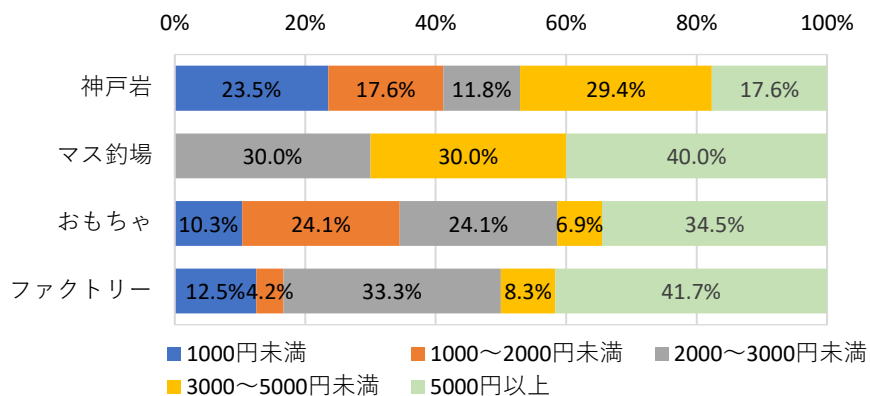
■ 観光消費額 (夏)

【平均：3,699 円/人】



■ 観光消費額 (秋)

【平均：4,121 円/人】



⑦ 施設の良かった点、改善すべき点 [問8]

- 調査地点の施設等に関する良かった点、改善すべき点の自由記述を下表に整理した。
- 良かった点では、「自然環境と施設整備との調和」や「スタッフ対応」などが挙げられた。
- 改善すべき点では、「施設の安全対策」、「サイン等案内のわかりやすさ」、「サービス面」などが挙げられた。

■施設の良かった点、改善すべき点

| 施設名 | 良かった点 | 改善すべき点 |
|---------|---|--|
| 神戸岩 | <ul style="list-style-type: none"> ・開発しすぎず、大自然の良さを活かした整備 | <ul style="list-style-type: none"> ・神戸岩までの案内やPRが足りない ・神戸岩の回遊路を一方通行に ・神戸隧道に照明を付けて欲しい |
| マス釣場 | <ul style="list-style-type: none"> ・駐車場が広く、荷物の持ち運びが楽 ・自然の中で釣りができる ・釣りサイトが分かれていて利用しやすい ・スタッフの対応が良い、親切 ・道具レンタルがあり、ワタ取りをしてもらえるので気軽に楽しめる ・魚の生きがいい、美味しい | <ul style="list-style-type: none"> ・橋がもろい ・川原に下りる階段が子供には心配 ・釣りをするスペースが狭い ・他グループが自サイトを横切る ・当日受付に時間がかかる ・釣りのやり方を教えて欲しい ・釣り堀に飛び込む人がいるので施設スタッフから注意して欲しい |
| おもちゃ美術館 | <ul style="list-style-type: none"> ・落ち着いた自然環境の中にふさわしい施設 ・子供がのびのび遊べる ・大人も童心にかえって遊べる ・木のぬくもりが感じられ、癒される ・清潔感があり子供向け施設として安心、満足 ・スタッフの対応が良い、親切 ・食事がおいしい | <ul style="list-style-type: none"> ・施設までのサインがわかりにくい ・施設入口の案内板がわかりにくい ・第2駐車場への道が狭い ・食事をするスペースが狭い ・遊具に木の角がとがっている部分があり危ない ・入場料が高い ・キャッシュレス対応 ・カフェ価格設定が内容の割に高い ・クイズが難しい |
| ファクトリー | <ul style="list-style-type: none"> ・施設が木の香りに包まれていて良い ・トイレがきれい ・スタッフの対応が良い、親切 ・カフェの営業時間が他施設に比べて長い ・カフェスペースが広く快適 ・食事がおいしい | <ul style="list-style-type: none"> ・普通車の駐車場を増やして欲しい ・テラス席のフェンスが無機質、木々や緑があると良い ・いつでも焼酎を買えるようにして欲しい ・土日だけでも地元野菜を販売していると良い |

⑧ 檜原村を選んだ理由、檜原村での滞在に期待すること [問9]

- 旅行先として檜原村を選んだ理由及び滞在地として期待することの自由記述を下表に整理した。

■檜原村を選んだ理由、期待する点

| | |
|------------------|--|
| <p>檜原村を選んだ理由</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・都心から近く自然が豊か、近場で自然を満喫したいから ・紅葉、滝巡り、川遊びなど、自然にひたれる ・トレッキングコースが豊富 ・森のおもちゃ美術館に行ってみたかったから ・テレビ番組やYouTubeで紹介されていて興味を持った（帰れマンデー見つけ隊!!（テレビ朝日）、ヒロシのぼっちキャンプ（BS-TBS）等） |
| <p>期待する点</p> | <p>【自然環境整備・保全】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・神戸岩の回遊路を一方通行にした方が良い ・神戸隧道に照明を付けて欲しい ・気軽に川や水辺に近づける場所があると良い ・払沢の滝や神戸岩は、開発しすぎず、素朴な大自然の良さを活かして欲しい ・自然を活かした遊べる施設があると良い。アスレチック施設など <p>【駐車場、駐車スペース】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・道路沿いに車を止められる場所があると良い ・立寄ってみたいところに駐車スペースがない ・川遊びのための駐車場がもっとあると良い <p>【サイン】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・神戸岩への案内やPRをもう少しした方が良い ・ペット同伴可の案内があると助かる <p>【トイレ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・公衆トイレのある場所がわかりにくい ・水の流れが悪かったり、不衛生なトイレがあるので改善して欲しい <p>【情報発信】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・Instagram や Twitter 等、SNS での情報発信 ・村に着いてから村の情報を知る術がない <p>【周遊コース】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・色々な資源を周りやすくしたり、アクセスしやすい環境を作ってほしい <p>【立寄り施設】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・道の駅、レストラン、地元野菜が買える場所、コンビニなどがあると嬉しい ・食事をする場所が少ない ・ハイキング目的で訪れるので民宿や山小屋が増えると嬉しい <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自転車、バイクの通行が多く、狭い道路では渋滞するので改善して欲しい |

(3) 利用動向のまとめ

① 来訪者の属性

- 性別、年齢層に大きな偏りはないが、10～20代の来訪は少ない傾向にある。
- 東京都内からの来訪者が7割を占める。23区や東京都外からの来訪は夏よりも秋が多く、秋に誘致圏が広がる傾向にある。
- 交通手段は自家用車やレンタカー等の車利用が8割を超えて圧倒的に多く、公共交通機関の利用は1割に留まる。
- 来訪経験は、初来訪が全体では約5割で、季節による違いは大きくない。施設別では、神戸岩のリピーター率が季節を通じて高いことが特徴的である。

② 来訪者の行動特性

- 檜原村には、都心から比較的近い場所での自然体験を目的に訪れる人が多いが、調査結果では、「観光施設巡り」が最も多く挙げられ、新たな観光施設の開業による効果と考えられる。
- 村への滞在時間は、「4時間以上の日帰り」が最も多い。立寄り先は、目的地1か所で過ごす割合が約4割と多く、神戸地区と小沢地区との往来は12%に留まる。南部地域（人里、数馬等）へ足を延ばす割合は25%である。
- 村内での一人当たりの観光消費額は、3,888円であった。

③ 神戸・小沢地区の評価及び今後への期待

- 全体評価の満足度は、大変満足と満足を足すと95%という高い評価が得られた。特に「景観・雰囲気」と「施設スタッフ」の満足度が高い。
- 一方で、「交通アクセス」、「駐車場」、「地図・案内サイン」では、不満の評価も2割程度あり、改善が求められる。
- 具体的な改善点は、自由意見の内容も考慮すると、以下のような項目に整理できる。
 - ◎自然を守り、活かす環境整備・景観づくり
 - ◎車利用者に便利でわかりやすい駐車場やサイン類
 - ◎快適に利用できる公衆トイレ
 - ◎Instagram、Twitter等SNSでの情報発信、村内での観光案内
 - ◎ゆっくり時間が過ごせる場所の整備（食事、川遊び、道の駅等）

3. 施設管理者および地元住民の意向把握

(1) 施設管理者のヒアリング

神戸・小沢地区の観光施設管理者を対象に、「観光施設運営上の課題」、「環境整備（遊歩道、トイレ、駐車場、サイン類等）に関する要望」、「周辺施設及び地域との連携方策」についてのヒアリング調査を行った。

ヒアリング対象は、①神戸国際マス釣場、②檜原森のおもちゃ美術館、③ひのはらファクトリー、④おもちゃ工房の4施設とした。

① 神戸国際マス釣場

- 施設の改修計画あり
- 繁忙期における駐車スペースの確保
- 河川環境の改善（放置されている廃棄物の処理、倒木処理、がけ崩れ対応、草木の手入れ等）
- 大雨の後に流されやすい施設内の橋の改修
- 神戸地区のトイレ改修、衛生面の改善
- 村道神戸線及び村道小沢線を散策道として整備し、観光活用する（河川側の杉林の手入れ、レンタサイクルの活用、トイレ整備、サイン設置、エリアマップの制作）等

② 檜原森のおもちゃ美術館

- 都道 205 号沿いへのサイン設置
- 都道 205 号沿いへの駐車場整備（川遊び客用）
- 村道神戸線及び村道小沢線の整備（ガードレールを高くする、路面の苔対策、花植え等による環境改善、カートなどの2次交通活用）
- 裏山ハイキングのプログラム化

③ ひのはらファクトリー

- 川遊びできる場所と、河川に安全に下りられる階段の整備
- 行政や観光協会による観光情報の積極的な発信
- 檜原森のおもちゃ美術館とひのはらファクトリーを両方説明できる共通ガイドの育成
- 村の南北をつなぐ周遊ルートの開通

④ おもちゃ工房

- 快適に利用できる公衆トイレの整備
- 観光客が食事できる場所が少ない
- 両地区の周遊を促す仕掛けづくり

(2) 地元住民のヒアリング

神戸地区、小沢地区の自治会を対象に、「神戸・小沢地区内の観光施設に対する評価（好影響・悪影響）」、「地区の活性化イメージ（課題、施設と地元住民との関わり、行政への要望・提案）」についてのヒアリング調査を行った。

① 神戸地区

- 神戸岩がよく見える場所や撮影スポットがわかる看板の設置
- 神戸岩の足場、鎖場の整備（自然景観に配慮しつつ、安全性を向上させる）
- 神戸岩駐車場のガードレール等、老朽化箇所の改修
- 神戸岩駐車場周辺に休憩スペース（テーブルとベンチ）の設置
- 神戸岩駐車場前トイレのメンテナンス [東京都への要望]
- 神戸国際マス釣場の釣り客以外の利用促進（食事、地場製品の販売、トイレ）
- 地域が潤う仕組みづくりとして、神戸岩でのイベント開催（夏の滝まつりと対になる冬の岩まつりの開催と名物化、神戸岩のライトアップ、キッチンカーイベントの開催等）
- ボルダリング客、BBQ 客に対するルールの啓発（ゴミ持ち帰り、駐車マナー）
- 散策道として活用する場合は、村道小沢線のガードレールを高くする

② 小沢地区

- おもちゃ美術館での地場製品の販売（木工品以外のお土産、食べ物等）
- おもちゃ美術館の交通処理が課題（第2駐車場への誘導、満車時の案内・誘導、大型自家用車への対応、駐車場の水はけ）
- 地元団体の活動（桜・紅葉の植林）とおもちゃ美術館等観光施設との連携
- 夏場の散策に良い村道小沢線の整備と活用（景観に配慮した伐採、沿道の美化等）
- 焼酎製造時期以外のひのはらファクトリーの活用

4. 整備課題と整備の方向

(1) 神戸・小沢地区整備に関わる課題

来訪者アンケートおよび関係者ヒアリング等の結果から、神戸・小沢地区整備の課題を以下に整理する。

課題1 神戸・小沢地区における観光活性化のコンセプト設定

檜原森のおもちゃ美術館とひのはらファクトリーの整備により、北秋川地域を訪れる観光客が増加している。檜原村における新たな滞在エリアの1つとして、神戸・小沢地区の観光活性化を促すコンセプトを設定し、コンセプトに基づいた魅力ある滞在空間を形成することが重要である。

課題2 来訪者の特性に合った観光基盤整備の利便性向上

新たな観光施設の整備により、訪れる客層も多様化している。檜原村に初めて訪れる観光客や新たなターゲット層が、便利に快適に滞在するための観光基盤整備が期待されている。

村に訪れる観光客の8割以上が自家用車やレンタカーを利用しており、案内サインや駐車場については改善を求める声が少なくない。繰り返し足を運びたい観光地となるには、来訪者の特性やニーズに合った観光基盤整備が求められる。

課題3 滞在時間と観光消費の拡大を促進する滞在魅力の向上

来訪者アンケートでは、神戸・小沢両地区間の周遊は12%に留まっており、新たな観光エリアを形成する上で、周遊を促す魅力や仕掛けづくりが急務の課題となっている。

神戸・小沢地区をつなぐ観光テーマを設定し、ハード・ソフト両面から整備を進めることによって、滞在時間と観光消費の増大を図ることが求められる。

課題4 観光案内機能・情報発信機能の強化

観光案内及び情報発信においては、個々の施設での発信はもとより、神戸・小沢地区としての観光情報の充実が望まれる。両地区の自然資源・文化資源等の掘り起こしや、地域で活躍する人材の活用による観光コンテンツの開発と情報発信が課題である。また、村全体の観光情報の発信として、行政や観光協会との連携強化も重要である。

課題5 神戸・小沢地区の観光を支える人材の確保と連携強化

観光施設運業者と神戸・小沢地区の自治会及び地域活動組織が連携して観光事業に取り組むことが望まれる。地域の自然環境保全や景観形成には、ルールづくりや支援も必要となるため、行政や観光協会との連携が不可欠である。

(2) 神戸・小沢地区整備の方向性

整備課題1～5を解決するとともに、魅力的な観光地づくりを推進するため、神戸・小沢地区の整備方向を以下のように設定する。

整備方向1 北秋川地域における自然環境を活かした周遊観光エリアの形成

- 観光客の目に映る神戸・小沢地区の景観を好ましいものとするため、河川、道路、民有地等の環境美化を図る。
- 村を代表する自然資源である神戸岩をはじめ、安全で魅力ある滞在空間を創出する。
- 神戸・小沢地区をつなぐ散策ルートとして、仮称「神戸・小沢の道」（神戸岩～村道神戸線～村道小沢線～夏地橋）の景観と歩行環境を良好なものにする。

整備方向2 車旅や多様なファミリー層のニーズに即した観光基盤整備

- 車利用者が、村内及び村外から目的地である観光施設に迷わずアクセスできるように、わかりやすい車両系サインを整備する。
- 車道、歩道、駐車場等における不良ガードレールを改修する。
- 駐車場や駐車スペースを、適切な場所に確保する。有料化も検討する。
- 公衆トイレは誰でも快適に利用できるように場所の案内や改修・改善を行う。

整備方向3 周遊観光ルート開発と滞在の魅力づくり

- 神戸・小沢地区を周遊、回遊できる散策道を設定する。
- 村内でも川面が近い当地区の環境を活かして、川遊びの場を整備する。
- 神戸・小沢地区の観光施設を、より多くの利用に供されるように活用する。また、施設間で連携して滞在の魅力づくりを行う。
- 神戸・小沢地区を周遊・回遊する集客イベントを企画実施する。（神戸岩の岩まつり、キッチンカーイベント等）

整備方向4 観光情報コンテンツの作成と情報発信

- 神戸・小沢地区を周遊する理由づけ（動機）となる周遊テーマを設定する。
- 神戸・小沢地区の共通マップの制作、共通ガイドの育成
- 行政や観光協会等と連携した観光情報の発信

整備方向5 神戸・小沢地区の観光活性化を推進する組織の活動支援

- 地区内観光関係者情報交換会の設置による定期的な情報交換機会の創出
- 地区外の観光関係者、観光関係団体との連携
- 自然環境保全等のルールづくりと活動支援

5. 整備項目と整備イメージ

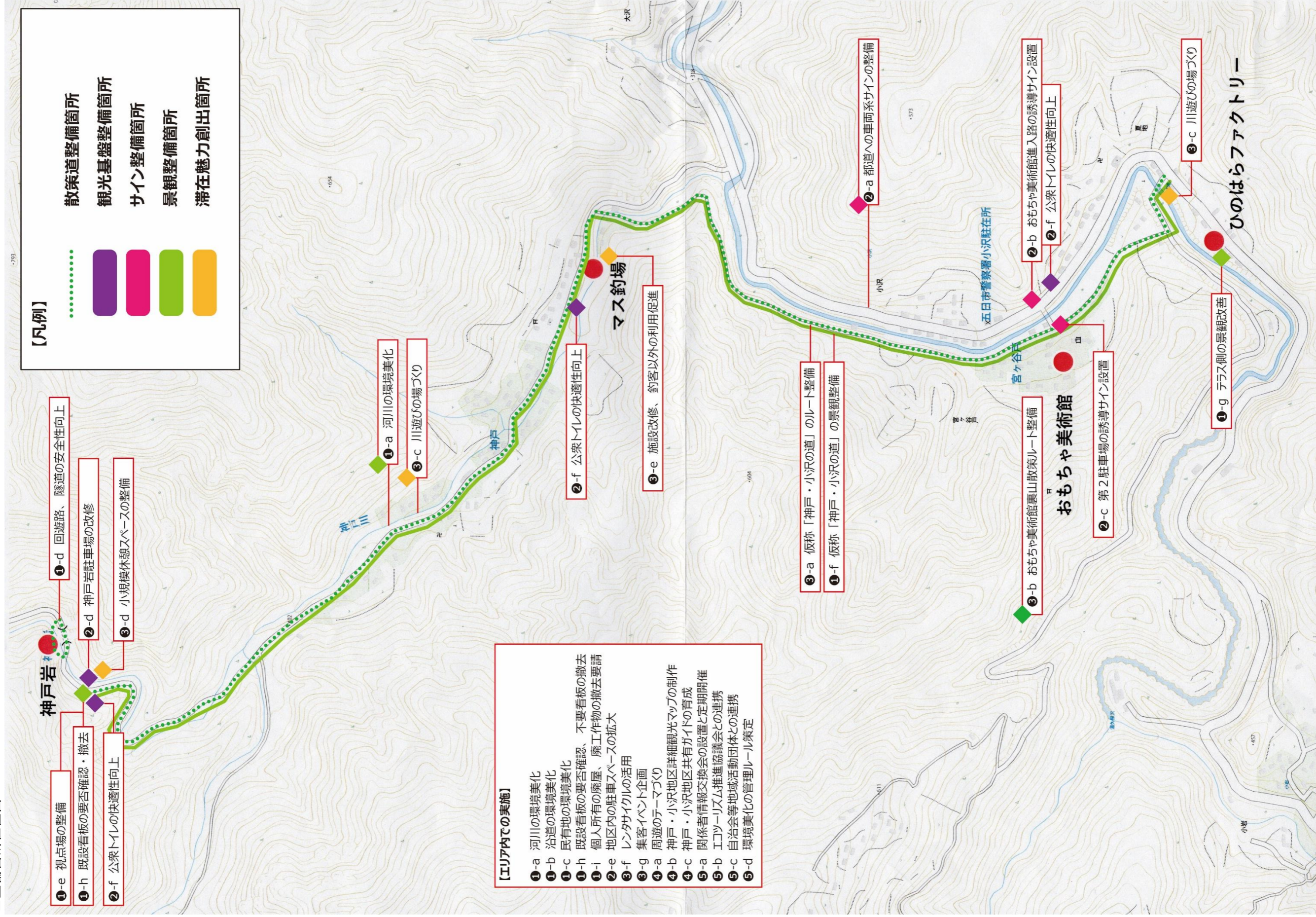
(1) 整備項目

整備方向1～5の整備項目と具体的な整備内容を下表に、整備箇所位置図を次ページに示す。なお、神戸地区と小沢地区をつなぐ、神戸岩から村道神戸線及び村道小沢線を通り夏地橋に至る道を、『仮称「神戸・小沢の道」』として記述する。

■整備内容

| 整備方向 | 整備項目 | 整備内容 |
|------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------|
| ① 自然環境を活かした周遊観光エリアの形成 | 自然環境保全 | a.河川的环境美化（ごみ処理、倒木処理、がけ崩れ改修、草木手入れ） |
| | | b.沿道的环境美化（ごみ処理、草刈り） |
| | | c.民有地の環境美化（ごみ処理、草刈り） |
| | | d.神戸岩回遊路、神戸隧道の安全性向上（階段、手すり、照明等） |
| | 景観づくり | e.神戸岩の視点場（撮影スポット）の整備 |
| | | f.仮称「神戸・小沢の道」の景観改善（路面改良、景観伐採、花植え等） |
| | | g.ファクトリーのテラス側の景観改善 |
| | | h.既設看板の要否確認、不要看板の撤去 |
| | | i.個人所有の廃屋、廃工作物の撤去要請 |
| ② 車旅や多様なファミリー層のニーズに即した観光基盤整備 | 誘導サイン | a.都道への車両系サインの整備 |
| | | b.おもちゃ美術館進入路の誘導サイン設置 |
| | | c.おもちゃ美術館第2駐車場の誘導サイン設置 |
| | 駐車場・駐車スペース | d.神戸岩駐車場の改修 |
| | | e.地区内の駐車スペースの拡大 |
| | トイレ | f.公衆トイレの快適性向上 |
| ③ 周遊観光ルート開発と滞在の魅力づくり | 周遊コース | a.仮称「神戸・小沢の道」のルート整備 |
| | | b.おもちゃ美術館裏山散策ルート整備 |
| | 川遊びの場づくり | c.川遊びの場づくり（夏地橋、神戸川等） |
| | 休憩スペース | d.神戸岩駐車場付近への小規模休憩スペース整備 |
| | 施設の滞在魅力 | e.マス釣場の施設改修、釣り客以外の利用促進 |
| | レンタサイクル | f.レンタサイクルの活用 |
| 集客イベント | g.集客イベント企画（岩まつり、キッチンカーイベント、オリエンテーリング） | |
| ④ 観光情報コンテンツの作成と情報発信 | 観光情報、コンテンツ | a.周遊のテーマづくり（巨岩・石碑巡り、木育） |
| | | b.神戸・小沢地区詳細観光マップの制作 |
| | | c.神戸・小沢地区共通ガイドの育成 |
| | | d.観光協会HP、SNSでの村内観光情報の発信 |
| ⑤ 観光活性化を推進する組織の活動支援 | 連携・活動支援 | a.関係者情報交換会の設置と定期開催 |
| | | b.エコツーリズム推進協議会との連携（周遊の仕組み、利用者マナーの検討） |
| | | c.自治会等地域活動団体との連携 |
| | | d.環境美化の管理ルール策定（清掃、ペット） |

■ 整備箇所位置図



【凡例】

- 散策道整備箇所
- 観光基盤整備箇所
- サイン整備箇所
- 景観整備箇所
- 滞在魅力創出箇所

【エリア内での実施】

- 1-a 河川の環境美化
- 1-b 沿道の環境美化
- 1-c 民有地の環境美化
- 1-h 既設看板の可否確認、不要看板の撤去
- 1-i 個人所有の廃屋、廃工作物の撤去要請
- 2-e 地区内の駐車スペースの拡大
- 2-f レンタサイクルの活用
- 3-g 集客イベント企画
- 4-a 周遊のテーマづくり
- 4-b 神戸・小沢地区詳細観光マップの制作
- 4-c 神戸・小沢地区共有ガイドの育成
- 5-a 関係者情報交換会の設置と定期開催
- 5-b エコリズム推進協議会との連携
- 5-c 自治会等地域活動団体との連携
- 5-d 環境美化の管理ルール策定

(2) 整備イメージ

5つの整備方向に基づいた、13の整備項目と30の整備イメージを整理する。

1) 自然環境を生かした周遊観光エリアの形成

① - a. 河川環境美化

- 神戸・小沢地区を流れる北秋川及びその支流の環境美化に取り組む。
- 河川内の廃棄物処理、倒木処理、がけ崩れ箇所の改修、草木の手入れを行う。
- 行政又は自治会により実地調査を行い、実施箇所の特定と整備内容（実施方法、スケジュール等）を検討する。

① - b. 沿道環境美化

- 都道 205 号及び神戸地区から小沢地区への周遊路として想定している仮称「神戸・小沢の道」、またそれらに接合する道路の環境美化に取り組む。
- 沿道のごみ処理、草刈り、バス停周辺の清掃等を行う。
- 行政又は自治会により実地調査を行い、実施箇所の特定と整備内容（実施方法、スケジュール等）を検討する。

① - c. 民有地の環境美化

- 河川、道路以外の民有地において目立つゴミや私物については、撤去や目隠し等を所有者に要請する。

① - d. 神戸岩回遊路、神戸隧道の安全性向上

- 神戸岩を誰もが安全に鑑賞し、回遊を楽しめるため、利用ルールの設定と鎖や足場の安全性向上を図る。
- 神戸岩の回遊路の一方通行化を検討する。
- 回遊路の足場や手すりは老朽化部分がないかを確認し、適切な対策を講じる。
- 神戸隧道は、路面の凹凸や上部からの水滴、照明の可否について、現状維持を求める意見もあるものの、安全性についての検証を行い、対策を講じる。



①－ e. 神戸岩の視点場（撮影スポット）の整備

- 神戸岩は村を代表する自然資源であるため、写真映えする適切な視点場（撮影スポット）を整備する。
- 秩父多摩甲斐国立公園第2種特別地域の規制に配慮しながら、神戸岩及び周辺の手入れを実施する。



①－ f. 仮称「神戸・小沢の道」の景観改善

- 神戸地区から小沢地区への周遊路として想定している仮称「神戸・小沢の道」を、歩行空間としての景観改善を図る。
- 路面への苔の付着除去や景観のための伐採を検討する。
- 仮称「神戸・小沢の道」の入口（出口）には、場所を知らせるとともに、導入（終点）部にふさわしい景観に整えるため、花植え等を検討する。



①－ g. ひのはらファクトリーのテラス側の景観改善

- ひのはらファクトリーのテラス側は深い谷となっていて見通しも悪いため、眺望の確保を検討する。
- フェンスは無機質な金属製のものから温かみのある木製への付け替えを望む意見もあったため、改修時には材質について検討する。



①－h. 既設看板の要否確認、不要看板の撤去

- 神戸・小沢地区内において、設置から長年経過し判読不能なもの、設置の意味をなしていないもの、情報を集約できるもの等については、設置事業者への要否確認を行い、不要な看板・サイン類については撤去する。



①－i. 個人所有の廃屋、廃工作物の撤去要請

- 観光客の周遊路として使うことを想定している仮称「神戸・小沢の道」沿道の民有地には、廃屋や壊れた社、工作物等が散見されるため、悪印象を与え兼ねない個人所有物については、所有者への撤去要請を行う。

2) 車旅や多様なファミリー層のニーズに即した観光基盤整備

②－a. 都道への車両系サインの整備

- 都道 205 号他、神戸・小沢地区内の道路には、村が設置した各種案内サインがあるが、車両からの視認が難しいという指摘があるため、車両から確認でき、目的地に到達できる車両用サインを整備する。
- 車の中から視認しやすいデザインと色調、方面や距離が近い順に並んでいるなどのわかりやすさが求められる。



②－b. おもちゃ美術館進入路の誘導サイン設置

- 都道 205 号からおもちゃ美術館のエントランスに入る橋がわかりにくいという意見が多い。

- 現状では、サインとのぼりを併用して入口を示しているが、のぼりでは「施設入口のサイン」とは認識しない観光客もいると考えられるため、都道沿道へのサイン設置が望ましい。



② - c. おもちゃ美術館第2駐車場の誘導サイン設置

- おもちゃ美術館第2駐車場の誘導サインがわかりにくいという意見が多い。
- 既設看板のカラーリングの変更や、車両用に別途サインの設置が望まれる。
- 第2駐車場内の手書き看板は、施設のデザインイメージを損なうことも考えられるため、必要な看板については早急な制作・設置が望ましい。



② - d. 神戸岩駐車場の改修

- 神戸岩駐車場のガードレールの高さが低く、ガードレール間が広く空いている部分があるため、転落防止のための改修を行う。
- アスファルト舗装の損傷部分の補修や植栽など、景観と安全面を考慮した駐車場の整備を行う。



②－e. 地区内の駐車スペースの拡大

- 地区内の各観光施設ともに、夏の繁忙期には駐車スペースが不足するため、地区内への駐車場用地の確保を検討する。
- 村内の公共駐車場は全て無料であるが、少額でも有料にした方が利用者に駐車マナーを守ってもらえるという意見もあるため、新たに整備する場合は有料化も検討する。

②－f. 公衆トイレの快適性向上

- トイレの清潔さや快適性は観光地の印象を大きく左右するため、マイナスイメージを与えないような取組が望まれる。
- 神戸・小沢地区にある3か所の公衆トイレ（小沢、春日神社前、神戸岩駐車場）は、老朽化への対応や定期的な清掃は行っているが、更なる清潔さの向上や臭気対策、利用者にきれいに使ってもらうためのマナー掲示等により、快適性の向上を目指す。



3) 周遊観光ルート開発と滞在の魅力づくり

③-a. 仮称「神戸・小沢の道」のルート整備

- 神戸地区から小沢地区への周遊路として、仮称「神戸・小沢の道」をルート設定する。
- 神戸岩から小沢地区に至るルート上には、巨岩や石碑が点在することから、「岩」や「石」を周遊のテーマとすることも考えられる。
- 両地区内の自然資源や文化資源の掘り起こしを行い、周遊の魅力を生み出す。
- 周遊のテーマや見所に合わせた、仮称「神戸・小沢の道」のネーミングや歩行系サイン整備についても段階的に検討する。

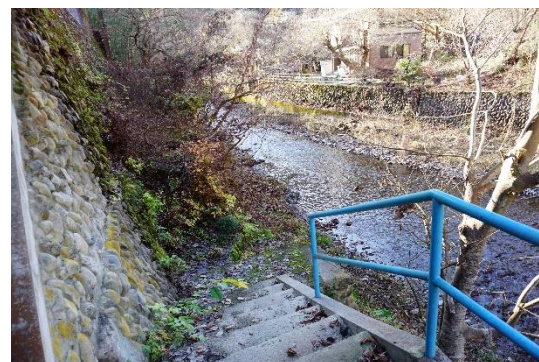


③-b. おもちゃ美術館裏山散策ルート整備

- おもちゃ美術館の裏山と小沢地区会が中心となって整備する山林等を周遊する散策ルートを設定する。
- 設定した散策ルートのネーミングや歩行系サイン整備についても段階的に検討する。

③-c. 川遊びの場づくり

- 来訪者アンケートでは、「川遊び」の場づくりを期待する意見が多かった。
- 村内でも神戸・小沢地区は、川へのアクセスがしやすく、川面までの距離も近いため、新たな滞在の魅力となり得る。
- 仮称「神戸・小沢の道」の入口部分にある「夏地橋」及び「神戸川周辺」を候補地として検討する。



③－d. 神戸岩駐車場付近への小規模休憩スペース整備

- 神戸岩周辺には休憩スペースがないため、神戸岩での滞在時間が短くなる傾向にある。
- 神戸岩駐車場と公衆トイレ周辺にテーブルと椅子を設置し、景観を楽しみながら休憩できるスペースを整備する。

③－e. マス釣場の施設改修、釣り客以外の利用促進

- 神戸・小沢地区を村内の観光エリアの一つと位置付けるためには、神戸地区にも拠点となる施設が必要である。
- マス釣場の老朽化に伴う施設改修が予定されており、リニューアル後には、釣り客以外にも物販・飲食・休憩等での利用が広がり、エコツーリズムの拠点施設としても活用できる施設整備が望まれる。

③－f. レンタサイクルの活用

- 神戸・小沢地区間の移動手段として、車やバス、徒歩に加えて、レンタサイクルの活用も検討する。
- 施設の駐車場に車を置いて自転車で周遊するパーク＆サイクルは、檜原村を時間をかけて楽しめる魅力の一つになる。
- 仮称「神戸・小沢の道」はアップダウンがあるため、電動アシスト付き自転車の活用が望ましい。

③－g. 集客イベント企画

- 神戸岩で観光消費を生み出し、地域に還元する仕組みとして、「集客イベント」が考えられる。
- 自治会からの意見では、「夏の払沢の滝まつり」との対比で、「冬の神戸岩まつり」のアイデアが出された。神戸・小沢地区の観光テーマを「岩・石」にする場合は、集客イベントのストーリーともマッチする。
- 神戸岩は常設で物販や安全管理（監視）ができないため、定期的にキッチンカーイベントを実施するというアイデアも出された。
- 神戸・小沢地区住民と観光施設、観光事業者が連携した集客イベントを検討する。

4) 観光情報コンテンツの作成と情報発信

④－ a. 周遊のテーマづくり

- 神戸地区と小沢地区をつなぐ周遊テーマとしては、仮称「神戸・小沢の道」や、「神戸岩と川」、「巨岩と石碑」などが挙げられている。
- 両地区の自然資源である「岩」「石」「川」「山」を組み合わせ、周遊テーマや散策ルート、体験コンテンツの開発を行う。



④－ b. 神戸・小沢地区詳細観光マップの制作

- 神戸・小沢地区の観光テーマが定まり、体験コンテンツ等がブラッシュアップされた後、情報発信ツールとしてエリア観光マップの制作を行う。

④－ c. 神戸・小沢地区共通ガイドの育成

- 神戸・小沢地区の施設及び周遊体験のガイドを育成する。
- 自治会や地域住民からガイド希望者が出るのが望ましい。

④－ d. 観光協会HP、SNSでの村内観光情報の発信

- 神戸・小沢地区の観光コンテンツの開発と並行して、村や観光協会のHPやSNSを活用して情報発信を行う。

5) 観光活性化を推進する組織の活動支援

⑤ - a. 関係者情報交換会の設置と定期開催

- 「神戸・小沢地区整備構想」を基本計画、事業実施と進めるために、観光施設運営者及び地元活動団体、観光事業者、地域住民をメンバーとした関係者情報交換会を設置する。
- 定期的に情報交換会を開催し、会議には行政及び観光協会も参加し、情報共有と意見交換、計画の見直し等を行う。
- 行政は、情報交換会の意見を踏まえて、優先すべき事業の予算化を進める。

⑤ - b. エコツーリズム推進協議会との連携

- エコツーリズム推進協議会と連携し、神戸・小沢地区におけるエコツアーの造成を検討する。

⑤ - c. 自治会等地域活動団体との連携

- 地域活動団体と連携し、神戸・小沢地区の周遊を促し、滞在時間や観光消費の拡大につながるコンテンツを開発する。
- 観光消費の拡大によって得られた収益を地元に戻元する仕組みを構築する。

⑤ - d. 環境美化の管理ルール策定

- 神戸・小沢地区において、自然環境を保全しながら効果的に活用して観光事業につなげることが最も重要であるため、ごみの廃棄、ペット連れ観光、川遊び・BBQ等、観光客に守ってもらいたいルールを設定や運用方法について検討する。
- 設定したルールは行政及び観光協会等が情報発信に協力するとともに、自治会や地元住民が行う清掃活動等に対する支援についても検討する。