



檜原村観光ビジョン

平成27年 檜原村



はじめに



檜原村には、豊かな森林と南北に流れる清流、過去から現在へと受け継がれてきた歴史と文化があります。この貴重な資源を守り、活用しながら未来に残していくことが、現在に生きる私たちの使命と考えております。

平成26年3月に策定した第5次檜原村総合計画でも、村の目指すべき姿と総合的な施策や方針を定め、森や水と調和した産業振興の村づくりとして、自然を活かした観光振興のための施策を展開していくとしております。

近年の国内観光の現状としては、政府目標では2020年の外国人旅行者の見込を2千万人としていましたが、2015年で既に1,900万人を超えており、予想を上回る増加となっております。また、人々の余暇利用形態の多様化、国内旅行回数の増加、更には2020年の東京オリンピック開催など、日本を取り巻く観光産業における環境は大きく変化してきております。

このような時代の変化に対応するため、檜原村の重要な産業である、観光産業についてあらためて見直し、観光振興の方向性を定め、時代に対応した施策を展開していく指標とするため、「訪れ暮らしたくなる村を実現」、「地域から新しい産業を創造」、「未来の子孫に誇れる村」を目標とするビジョンを策定いたしました。

ビジョンを策定するにあたって行いました、観光資源や観光への取り組み、村への要望事項の調査の際には、26自治会、ツアーガイド、観光施設等の方々におかれましては、積極的なご協力をいただき心より感謝申し上げます。

また、今回調査をさせていただきました皆様からは、多くのご意見やご要望をいただき、檜原村の今後の観光についての大きな期待と希望をお持ちになっていることを感じる事が出来ました。

この皆様の大きな想いと貴重なご意見を参考に、今後の観光施策に取り組んでいきたいと存じますので、村民の皆様のご理解、ご協力をお願い申し上げます。

平成28年3月

檜原村長 坂本 義次

檜原村観光ビジョン

目 次

第1章 観光ビジョン策定の背景	
1. 目的	1
2. 観光ビジョンの位置づけ	1
第2章 観光を取り巻く現状と課題	
1. 檜原村の概要	2
2. 観光の動向	4
(1) 国内観光の動向	
(2) 訪日観光の可能性	
(3) これからの観光	
3. 檜原村の観光入込	13
4. 課題	13
第3章 檜原村の観光資源	
1. 観光資源の現状と課題	14
2. 基盤整備の現状と課題	21
第4章 檜原村の目指す観光と基本方針	
1. 檜原村における観光ビジョンの理念と目標	23
2. 基本方針と基本施策	24
資料	
1. 村の観光資源について	27
2. 観光のための取り組みについて	46
3. 村への要望	58

第1章 観光ビジョン策定の背景

1.目的

檜原村は、自然豊かで、歴史文化資源が多く、また都心から2時間という立地にも恵まれています。最近、メディア等に村を取り上げられることも多いため、注目度が高まり、年間29万人を超える観光客が訪れています。

そこで、今後は基幹産業として観光業を育てていくことが望まれています。村全体の観光振興施策については、檜原村総合計画に基づき実施されていますが、近年の著しい社会情勢の変化等による多様化した観光ニーズに応えるためには、村内の観光資源をくまなく洗い出し、村全体の観光振興を図った観光ビジョンを策定することが必要です。

2.観光ビジョンの位置づけ

檜原村は、平成26年3月に「第5次檜原村総合計画」を策定し、村の目指すべき将来像と総合的な施策方針を定めました。「基本構想」の章での、「村づくりの目標」の項では、「村づくりの将来像」について、村の現状と今後の取り組む姿勢を定め、『豊かな自然環境の中で、ゆとりと安心があり、文化の創造を図る暮らしができる村づくりを進め、村を訪れる人々が憩い、また、訪れたい、住んでみたいと思われる未来の子孫に誇れる村』の姿を視野に入れて進めることで、村の将来像を「森と清流を蘇らせ 未来に誇れる活力のある村」としています。

また、第4節各種施策の基本方針では、基本的な取り組み施策を分野別に体系化しており、「森や水と調和した産業振興の村づくり」の項では、『地域や広域での連携・交流を図りながら観光振興を図るとともに、企業誘致や起業促進に努め、森や水と調和した産業振興の村づくりに努める。』として、観光を産業振興の一つの柱と位置付けています。

さらにそこで掲げられた基本方針のうち、「自然を活かした観光振興」の課題として、『今後は、森林セラピーロードの活用を始め、近年のアウトドアブームに合わせた自然資源を利用したツアー客の誘致やサイクルツーリストを対象にした檜原村を訪れるきっかけとなるようなイベントの企画など「一度は行ってみたい」「もう一度行きたい」と思わせる魅力ある村づくりが必要。』と結ばれています。

これらを踏まえて、檜原村の自慢できる自然、歴史文化、村づくりなどを考慮し、これからの観光振興の新たな目標を定め、方向性を示すものが、観光ビジョンです。そのため、観光ビジョンでは、理念、目標、基本方針を定めます。

第2章 観光を取り巻く現状と課題

1. 檜原村の概要

村の概要は、以下の通りです。

1) 地勢・交通

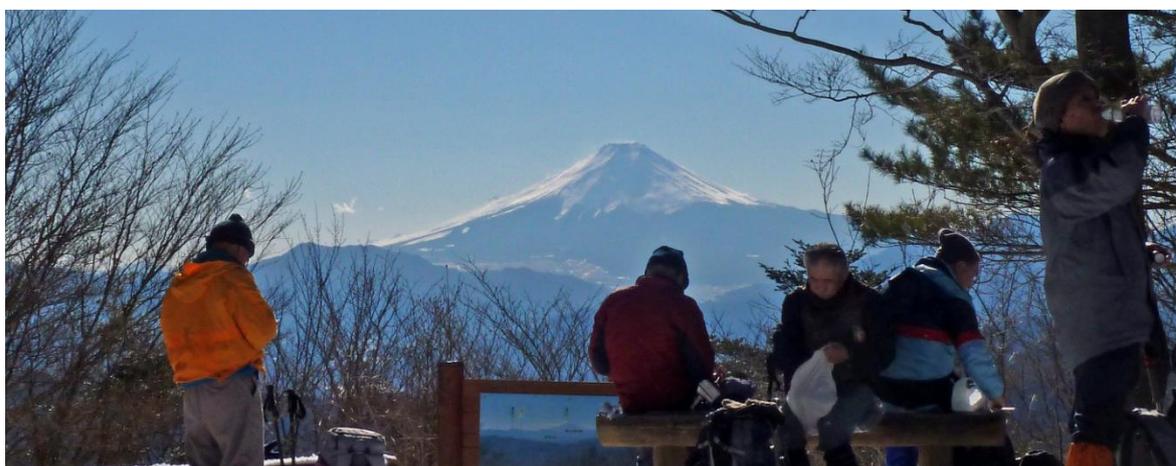
面積は 105.41 km²となっており、村の周囲を急峻な山嶺に囲まれ総面積の 93%が林野で平坦地は少なく、村の大半が秩父多摩甲斐国立公園に含まれております。村の中央を標高 900m~1,000mの尾根が東西に走っており両側に秋川と北秋川が流れていて、この川沿いに集落が点在している緑豊かな村です。本村の総人口は、終戦の年である 1945 年（昭和 20 年）をピークに、その後は一貫して減少傾向で、2016 年（平成 28 年 1 月）時点で 2,343 人、1,187 世帯です。

2) 位置

東京都多摩地域の中で唯一の「村」であり、東京都の西に位置し、南は山梨県、神奈川県に接し北は奥多摩町に、そして東側がわずかにあきる野市に向けて山が開け、村外への交通路となっており、村内の道路は、主要地方道第 33 号線、都道 205 号線、都道 206 号線の 3 路線が基幹道路としてほぼ整備され重要な役割を果たしています。公共交通は、主要道路（都道）を運行する路線バスのほか、村内の交通空白地域と路線バスをつなぎ、路線バスの発車・到着の時刻に合わせて運行する「檜原村デマンドバス“やまびこ”」があります。

3) 自然

世界有数の大都市東京都にあって、本村は自然の宝庫、東京都の奥座敷といわれており、豊かな自然は多くの動植物を育み、奥秋川の清流と奥深い山々は、格好の繁殖地として多くの鳥獣や植物を東京の中で見ることができる数少ない貴重な地域です。



4) 歴史

村の歴史も古く、明治 22 年の立村以来百有余年、名称も区域もそのまま秋川源流の大自然の中で貴重な歴史を積み重ねています。縄文時代の遺跡をはじめ多くの出土品が発掘されており、伝統芸能は式三番、神代神楽、囃子、太神楽、獅子舞等が連綿と伝承され、毎年初秋には各地域で盛大に上演されます。

5) 観光

観光面では、村の 80%が秩父多摩甲斐国立公園となっており、豊かな自然の佇まいそのもの全てが観光資源であります。村を訪れる観光客は、四季、さまざまな彩りに魅せられ年間 29 万人にも及んでいます。神戸岩や弘沢の滝、歴史・文化遺産を展示した郷土資料館や滝巡りなどの観光ルート、山岳自然公園の都民の森が人気の的となっており、加えて、宿泊施設の多い数馬地区に「数馬の湯」として温泉センターもあり、日帰り観光を含め多くの方々に親しまれています。



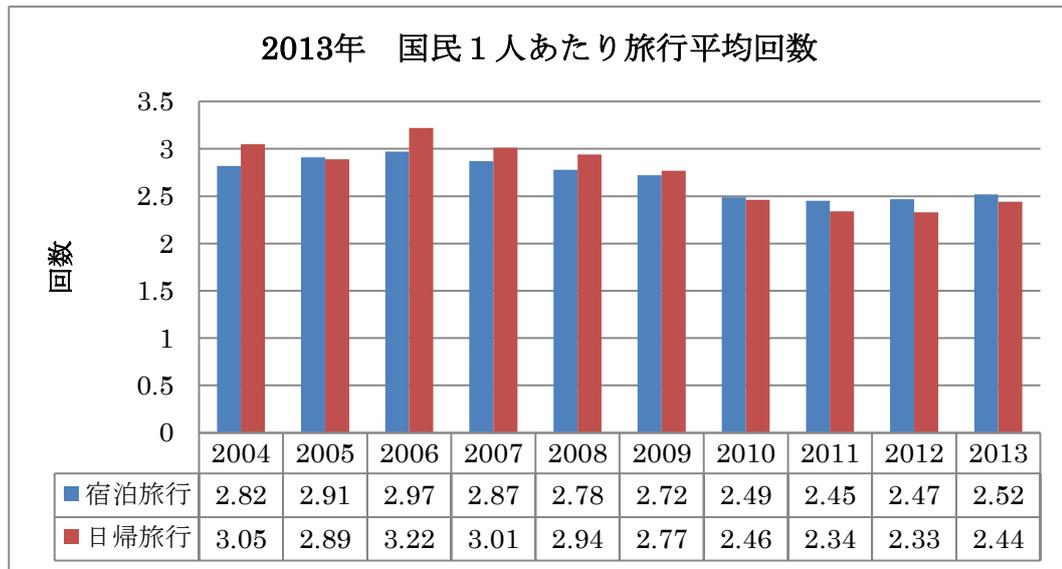
2.観光の動向

(1) 国内観光の動向

<近年の国内観光旅行への参加動向>

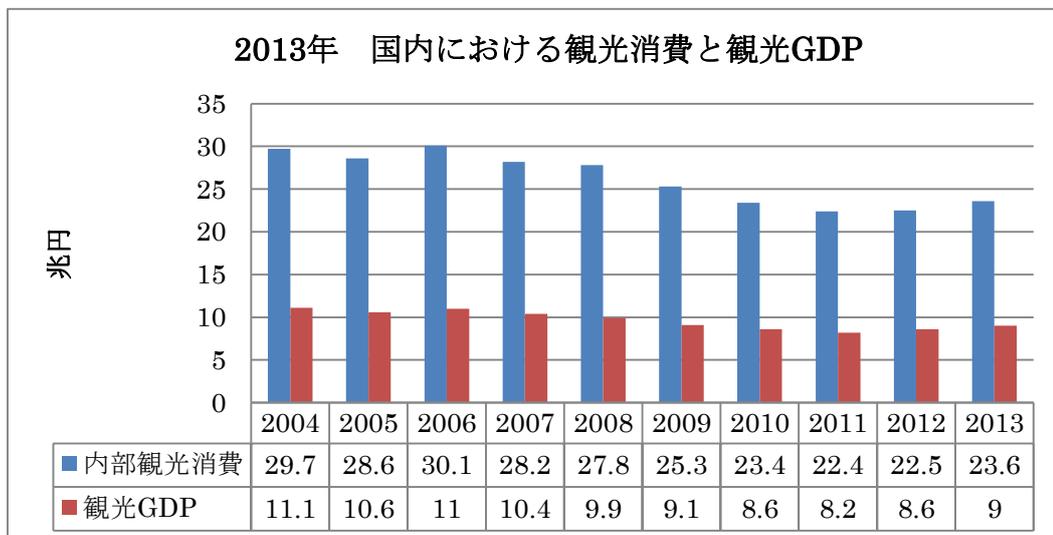
■国内観光の概況

国民1人あたりの旅行回数は2006年以降減少傾向にありましたが、宿泊旅行は2011年から増加傾向にあり、日帰旅行も2012年から2013年にかけてやや増加しています。



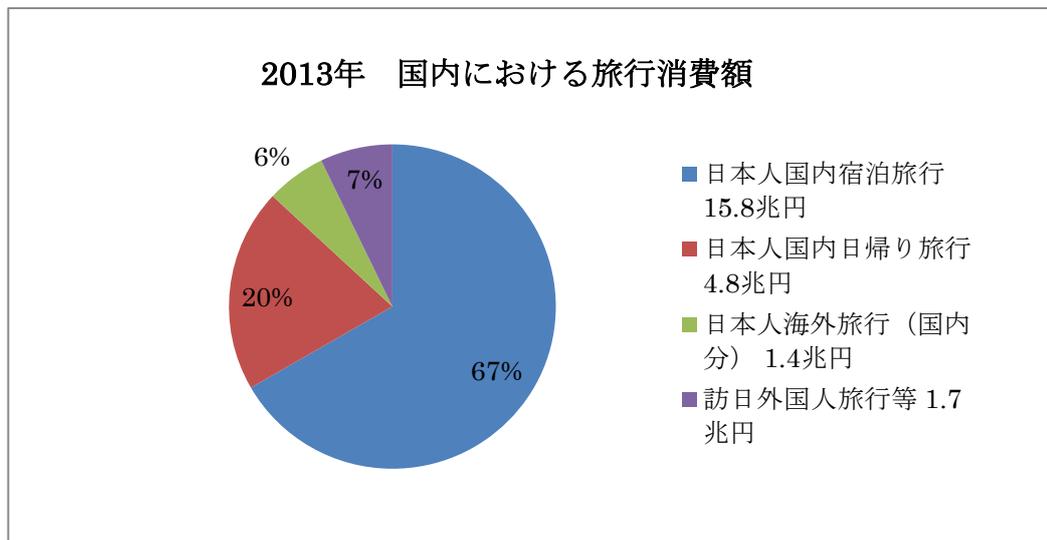
出典：国土交通省観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」（平成27年3月）

国内観光消費額も2006年の30.1兆円以降減少傾向にありましたが、2011年以降増加傾向に転じ、2013年には23.6兆円となっています。また、2013年の観光GDPは9.0兆円であり、これは我が国のGDPの1.9%にあたり、農林水産業の1.2%や電気・ガス・水道業の1.7%を上回っています。



出典：国土交通省観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」（平成27年3月）

2013年の国内観光消費額 23.6兆円の内訳は、日本人国内旅行が 15.8兆円(67%)、日本人国内日帰り旅行が 4.8兆円(20%)、日本人海外旅行(国内分)が 1.4兆円(6%)、そして訪日外国人旅行等が 1.7兆円(7%) となっています。

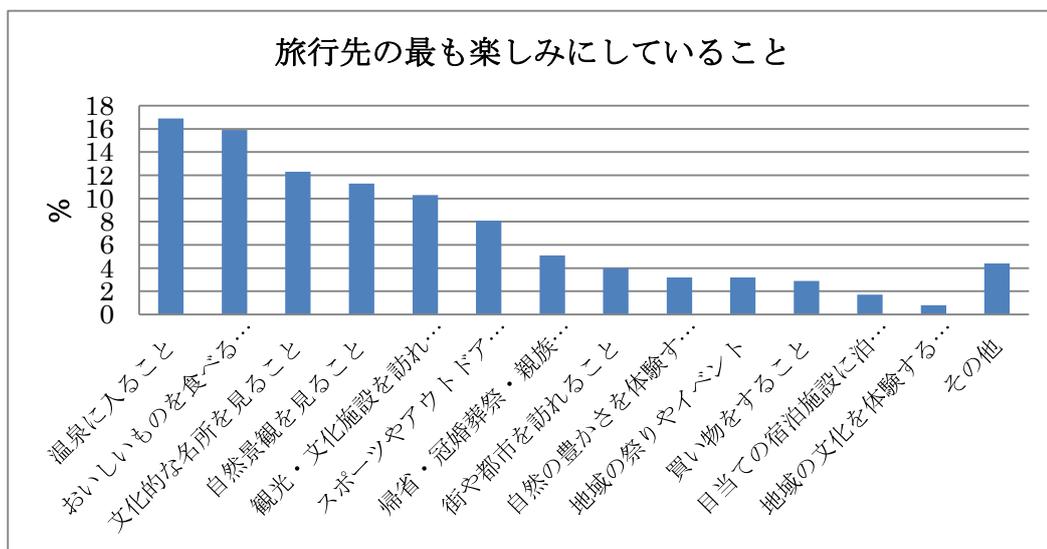


出典：国土交通省観光庁「旅行・観光消費動向調査」、財務省・日本銀行「国際収支統計(確報)」

<旅行先での行動>

■国内旅行で最も楽しみにしていること

国内観光において、旅行先で最も楽しみにしていることは、「温泉に入ること」「おいしいものを食べること」が 15%を超え、旅行の2大楽しみになっています。次いで「文化的な名所を(史蹟、社寺仏閣など)をみること」「自然景観を見ること」「観光・文化施設(水族館や美術館、テーマパークなど)を訪れること」が 10%超の比率で続き、更に「スポーツやアウトドア活動を楽しむ」「街や都市を訪れること」「自然の豊かさを体験すること」「地域の祭りやイベント」などが 5%前後で続いています。



出典：公財) 日本交通公社「JTBF 旅行実態調査」(2015年10月)

(2) 訪日観光の可能性

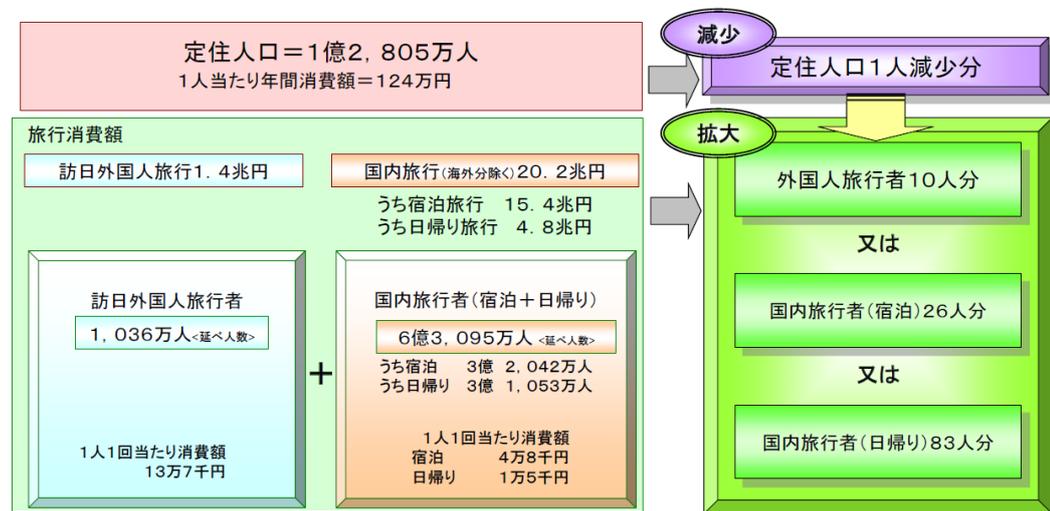
<観光交流人口増大の経済効果>

観光庁による「観光に関する取組について」の下記資料によると、我が国の定住人口（1億2,805万人）1人あたりの年間消費額は124万円であり、ここで仮に定住人口1人分の減少を観光交流人口で補おうとする場合、国内旅行者（日帰り）で83人、国内旅行者（宿泊）でも26人必要であるのに対し、外国人旅行者では10人で済むという試算があり、それだけ観光交流人口の増大を図る中で、外国人旅行者の受入が効果的であることが示されています。

観光交流人口増大の経済効果(2013年)



○定住人口1人当たりの年間消費額(124万円)は、旅行者の消費に換算すると外国人旅行者10人分、国内旅行者(宿泊)26人分、国内旅行者(日帰り)83人分にあたる。



定住人口は2010年国勢調査(総務省)、定住人口1人当たり年間消費額は2013年家計調査(総務省)による。
 旅行消費額の訪日外国人旅行は訪日外国人消費動向調査(2013年)より算出、国内旅行は旅行・観光消費動向調査(2013年 年報)より算出。
 訪日外国人旅行者はJUNTO(2013年)発表数値、国内旅行者は旅行・観光消費動向調査(2013年 年報)より算出。
 訪日外国人旅行者1人1回当たり消費額は訪日外国人消費動向調査(2013年)、国内旅行者(宿泊/日帰り)1人1回当たり消費額は旅行・観光消費動向調査(2013年 年報)より算出。
 定住人口1人減少分に相当する旅行者人数は、定住人口1人当たり年間消費額を訪日外国人旅行者又は国内旅行者1人1回当たり消費額で除したものである。(※観光庁資料)

-4-

出典：国土交通省観光庁「観光に関する取組について」(平成26年11月)

<訪日観光の台頭>

■訪日外客数の推移

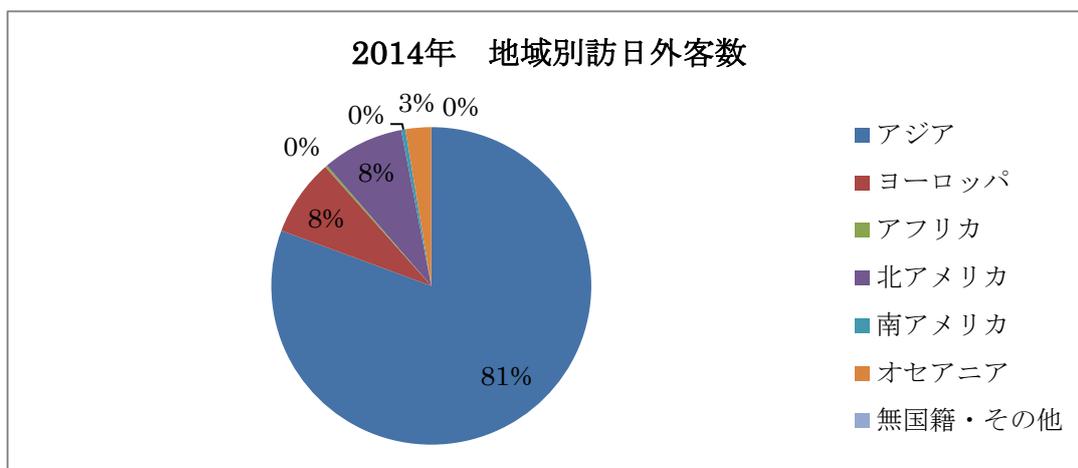
2001年以降の訪日外客数の推移をみると、2003年から始まったビジット・ジャパン・キャンペーンや、2008年の観光庁発足などを背景に、途中リーマンショックや東日本大震災の影響を受けつつも、着実に増加してきています。ちなみに2001年に477万人だった訪日外客数は、2014年には1,341万人に達し、2015年には1,900万人を超える勢いです。過去最高を更新している直接的な理由としては、数年来の円安基調、東南アジアを中心に打ち出されたビザ発給要件の緩和策、そしてLCC (Low Cost Carrier) と呼ばれる格安航空会社の増加などがあげられます。



出典：日本政府観光局（JNTO）

■地域別の訪日外客数

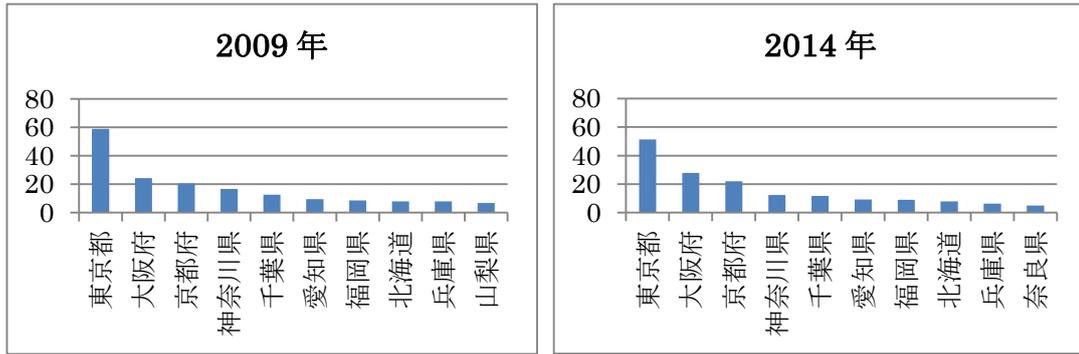
2014年の訪日外客数を地域別にみると、アジアが81%で、ヨーロッパ・北米がそれぞれ8%、そしてオセアニアが3%となっています。ここで、アジア81%の内訳は、台湾と韓国がそれぞれ21%、中国が18%、そして香港が7%となっています。現状では、アジア客が8割と多く、一般にハイエンドな個人旅行者が多いとされる欧米・オセアニアの観光客は2割と少ないことがうかがえます。



出典：日本政府観光局（JNTO）

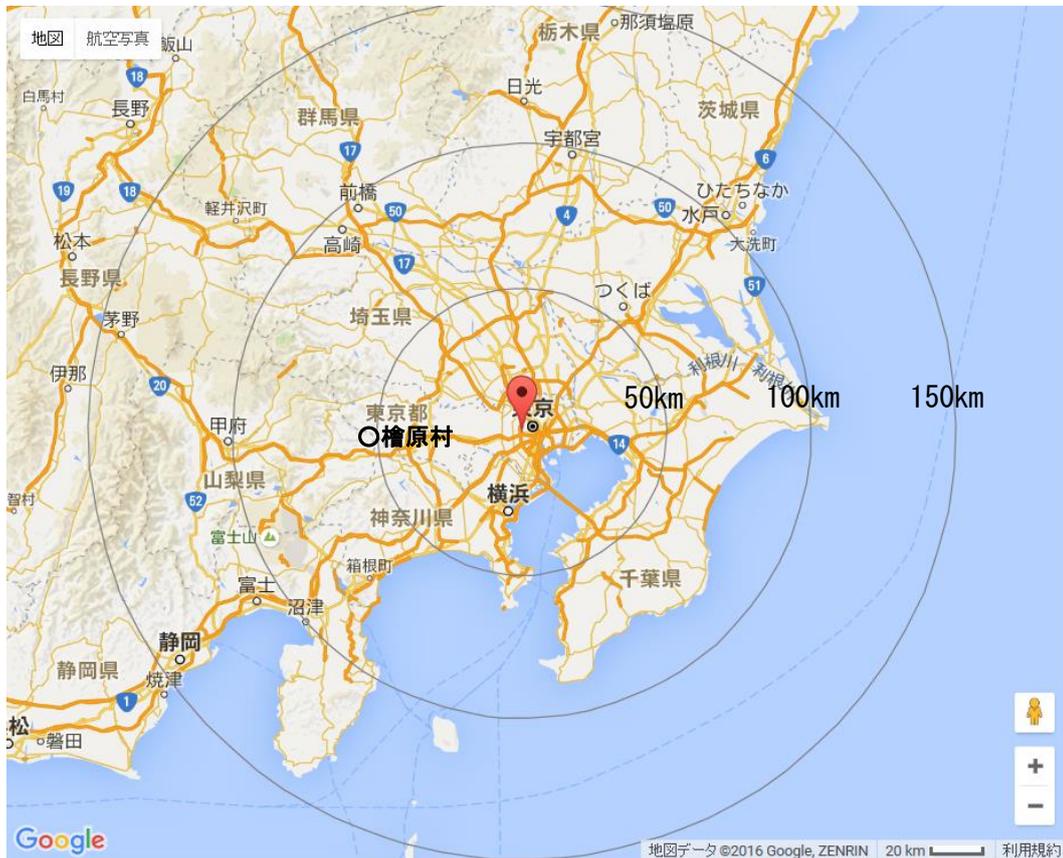
■訪日外国人の訪問先

2009年から2014年にかけて、外国人旅行者の訪問率上位都市に主だった変化は見られていません。東京都が50%超で1位、それに大阪府・京都府が20%台で続き、神奈川県・千葉県が10%台となっています。これは、外国人旅行者の多くが、東京（東京都・千葉県）から箱根・富士山（神奈川県）を通過して、京都・大阪（京都府・大阪府）に向かうという、いわゆるゴールデンルートに沿って旅行していることを示しています。日本政府は2020年までに訪日外客数3,000万人を目標としており、その実現には、今後、当該ルート以外の日本各地への分散化が必須となってきています。



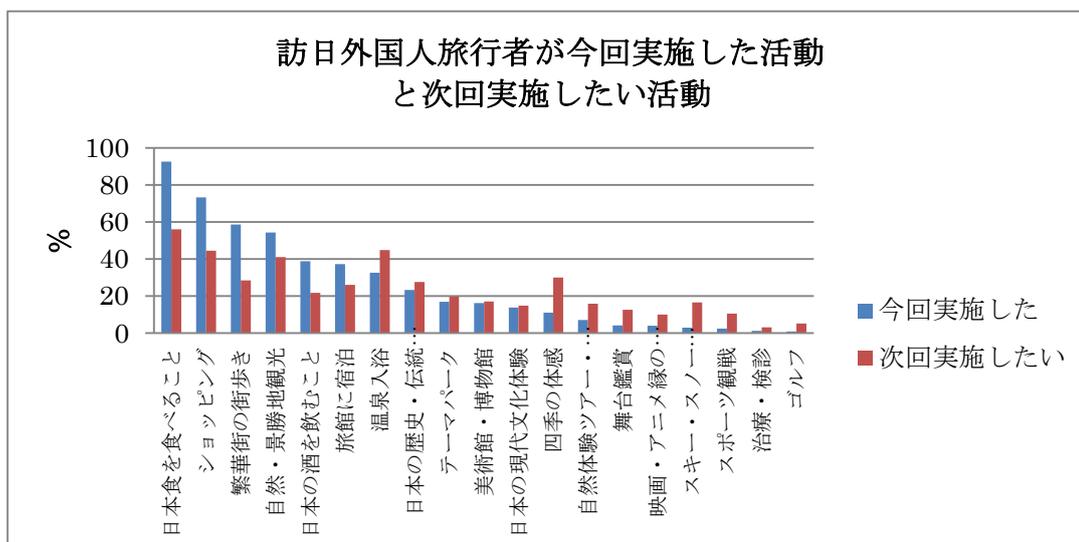
出典：国土交通省観光庁「観光白書」平成27年度版

日本政府観光局（JNTO）によると、この日本各地への分散化は、まず東京のような主要都市から1～2時間の距離にあるところから始まるとされ、これを実距離に置き換えると下図のように東京（都庁）から50km～150km圏内が有力視されています。



■訪日外国人旅行者が今回実施した活動と次回実施したい活動

訪日外国人旅行者が今回実施した活動の上位5位をみると、「日本食を食べること」「ショッピング」「繁華街の街歩き」「自然・景勝地観光」「日本の酒を飲むこと」となりますが、次回実施したい活動の上位5位をみると「日本食を食べること」「温泉入浴」「ショッピング」「自然・景勝地観光」「四季の体感」となり、ショッピングや日本酒が消えて、温泉や四季を感じるといった自然志向の高まりがうかがえます。

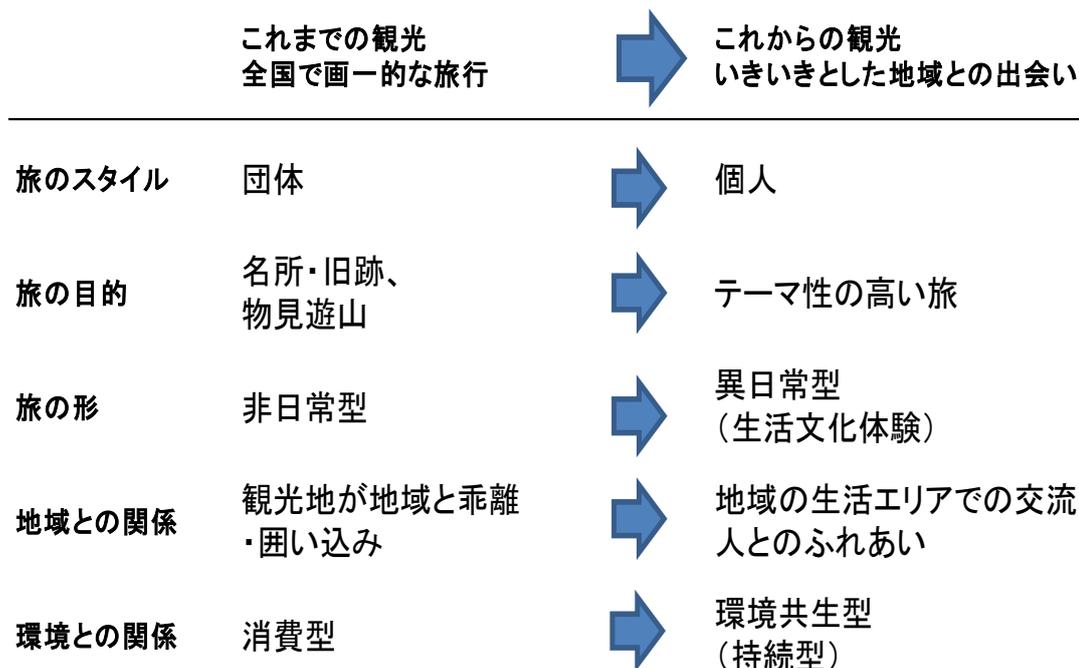


出典：国土交通省観光庁「訪日外国人の消費動向 平成26年 年次報告書」

(3) これからの観光

<観光旅行形態の変化>

旅のスタイルは団体から個人へ変わり、その目的も名所・旧跡を訪ねる物見遊山的なものからテーマ性の高い参加体験型に変化してきています。旅の形はテーマパークやマリーナ、ゴルフ・スキー場などを訪れる非日常型から、地域の豊かなライフスタイルを体験する異日常型へのシフトが進んでいます。その中で地域の人々や自然とのふれあいが一層重視されるようになってきています。

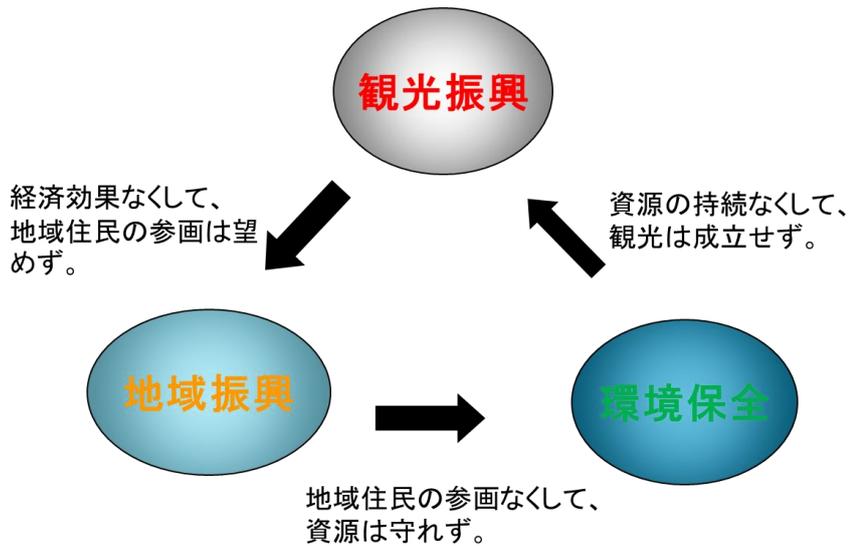


<これからの観光“エコツーリズム”>

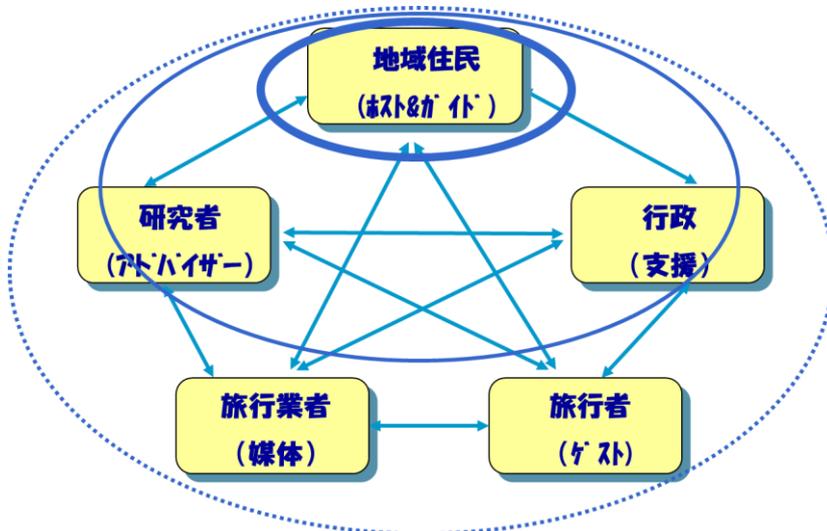
消費型観光によって負荷をかけてきた自然環境、文化財、地域社会と共生し、将来にわたっていつまでも多くの旅行者に、地域の人々や自然・文化とのふれあいを楽しんでもらう持続型観光を実現する有力な手段としてエコツーリズムがあります。

■エコツーリズムとは

エコツーリズムは、自然を守りながら、観光の力を利用し、地域の振興につなげる旅の考え方で、日本エコツーリズム協会（JES）では、下図のように「環境保全」「観光振興」「地域振興」という相補関係にある3要素の最適なバランスを図っていく旅の概念と捉えています。



この3要素の最適バランスを図りながらエコツーリズムを推進していくためには、少なくとも下図のような5つの主体が関わり合うことが重要で、特に「地域住民」が主役となり、それに「研究者」と「行政」が寄り添い、更に「旅行業者」と「旅行者」が関わっていくような関係が望ましいと考えられます。



エコツアーガイドが旅行者を上手に案内することで、旅行者を楽しませつつも、希少植物の盗掘を未然に防ぐといったマナー向上や環境負荷の低減を図ることも可能となります。



西表島の早朝サガリバナツアー



地獄谷野猿公苑のニホンザル

■ 訪日観光とエコツーリズム

訪日観光の特徴は大きく2つあり、1つ目は日本人と外国人の興味の対象の違いがあげられます。日本人にとっては厄介者扱いされがちなニホンザルも、訪日外国人にとっては、北限のサルとして人気が高いのです。長野県「地獄谷野猿公苑」のニホンザルはスノーモンキーとして親しまれ、京都府「嵐山モンキーパークいわたやま」にも多くの訪日観光客が訪れています。

訪日観光の2つ目の特徴は、時期の分散化・長期化があげられます。従来、夏に人気の高かった北海道知床に、近年多くの訪日外国人が、冬に雪や流氷を見るために訪れるようになってきました。また東京都小笠原村では、多くの日本人旅行者が1週間程度の旅行を組むところ、訪日外国人は2週間から3週間の旅行を組むケースがみられています。

3. 檜原村の観光入込

檜原村の平成 24 年の入込観光客数（実人数）は、29 万人を超えています。

また、入込観光客数の推移を見るために平成 9 年、14 年、19 年、24 年の延べ人数で比較すると、日帰り客が伸びている一方で、宿泊客は大きく減少しています。

	平成9年	平成14年	平成19年	平成24年	平成24年*
日帰り	179,886	220,801	313,988	322,290	292,719
宿泊	79,274	57,569	38,485	8,453	6,106
合計	259,160	278,370	352,473	330,743	298,825

※出典：西多摩地域観光入込客調査報告書（西多摩地域広域行政圏協議会）

平成 9 年、14 年、19 年、24 年の数字は延べ人数を示し、平成 24 年* は実人数を示す。

4. 課題

これまで檜原村は、都心から電車で 2 時間という交通の便の良さと親しみやすい自然があることから、身近なレクリエーションの場となってきました。現在も神戸岩や払沢の滝、浅間嶺、都民の森、お祭り、川遊びなどに毎年多くの観光客が訪れています。また、夏には花火が人気の払沢の滝ふるさと夏まつり、冬には払沢の滝氷瀑クイズなどが開催され、村を代表するイベントとして定着し、多くの参加者が訪れています。

しかし、課題としては、ハイキングや川遊びで訪れる観光客の多くが、自然に負荷を与える一方で、地域や住民とほとんど関わりを持つことなく帰ってしまう状況が続いています。一方、檜原村は林業を主な産業の柱としてきましたが、全国的な林業の不振から管理が行き届かない林も多く見られるようになっており、景観的にも荒れた印象の山林が見受けられます。ほかにも、人口減少と高齢化、それに伴う伝統文化の衰退などの問題が生じています。



第3章 檜原村の観光資源

檜原村の26自治会、ガイド、体験観光施設の約50件にヒアリングを行い、村の観光の資源や観光のための取り組み、村への要望の3項目を中心に聞きました。3項目について、内容別に整理したところ、観光以外も含め150件以上になりました。(資料参照)

1. 観光資源の現状と課題

檜原村の今後を考えるために、ヒアリングの内容を自然、歴史文化についてまとめ、その現状と課題を整理しました。また5つのエリアについても、その現状と課題を整理しました。

(1) 自然

1) 川

■現状

川の水がきれいなため、昔から川遊びに来る人は多い。川遊びに向いた場所はあるが、駐車場や川へ下りる遊歩道などの整備がなされていない。また川沿いに歩く事のできる道が少ない。川遊びのための整備をすると、ごみ問題が生じるとの声がある。

■課題

檜原村も秋川渓谷をアピールするため、渓谷遊歩道を整備。川遊びのための駐車場、入口を示す案内板、川へ降りる道、トイレ、ごみ捨て場等の整備も重要だが、ごみ持ち帰りの啓発や管理体制を整えることが前提である。



2) 滝

約 70 あるといわれる檜原の滝は貴重な観光名勝だが、案内がないものや不十分なものが多い。滝を見るための駐車場、遊歩道などの施設等の整備は、まだ一部に限られている。

■課題

滝を見せるための駐車場、遊歩道や展望台、休憩施設、指導標等の観光施設の整備。滝を案内するためのルートマップが必要。滝巡りにはガイド付きのツアーが必要。

3) 花・巨樹・樹林

■現状

春の桜や秋の紅葉など四季折々の花が観光名勝であるが、村全体の季節暦がない。植物の盗掘が起きている。村の天然記念物をはじめ、巨樹・名木があるものの位置が不明のものがある。村の山の大半は杉・檜の人工林だが、手入れが行き届かず暗い。

■課題

季節ごとの花期や新緑、紅葉の名所がわかるマップが必要。盗掘などを防ぐためにマナーなどの啓発が必要。巨樹・名木までの道のりの整備案内が必要。沿道の人工林は広葉樹などに変えて、新緑・紅葉等の季節の変化が分かるように整備。沿道の人工林は皆伐すると藪になるので、杉や檜などを少し残す間伐にした方が良い。花や巨樹・名木などを楽しむためにガイド付のツアーが最適。



(2) 歴史文化

1) 伝統芸能

■現状

村には、獅子舞や神楽など都の無形民俗文化財に指定されている伝統芸能の祭が複数ある。伝統芸能は、地域の風習や神事であるため、見せるということに重きをおいていない。伝統芸能の継続や後継者の育成などの問題が生じている保存会もある。地元の人には祭りに出るため人手がなく、見に来てもらう案内ができない。村のお祭りについてよくわからないし、その情報もわからない。

■課題

村の祭り、伝統芸能について、ガイドブックの作製。伝統芸能を観光客に案内し、体験するために、お祭りのガイドを育成。

2) 寺社のいわれ

■現状

村には、古くからのいわれのあるお寺や神社が多いが、解説版などが不十分。路傍に馬頭観音を始め多くの石仏があるが、解説板などは皆無。

■課題

村の歴史を伝える史跡、石仏、伝説や言い伝えなどを観光資源として調査整理する。寺社、史跡等を巡る歴史ツアーのための地図やガイドブックの作成、ガイドの育成。



3) 生活文化と名人

■現状

村には、古くからの生活様式や文化、古民家や古道などの風景が残っている。村の文化を担う様々な名人がいる。

■整備

村の生活様式や文化を体験できるように古民家などを活用、またガイドを育成。名人から学ぶ体験型プログラムの開発。

4) 食べ物・農産物

■現状

農作物や山菜、川魚などはほとんど地域内で消費し、活用が不十分。ジャガイモ、ねんねんぼう餅、うどん、こんにやくなど檜原独自の食べ方がある。

■課題

農産物を買取る施設を充実し、加工施設などの農産物を活かす産業を興す。村でなければ食べられない料理や農産物の提供と広報。農業や農産物の料理等の体験プログラム開発。

5) 山仕事と歴史

■現状

林業や炭焼きなどは村の歴史そのものだが、その体験を観光とするのは難しい。

■課題

林業を他のアクティビティと一緒に体験出来るプログラム開発や人材育成。



(3) 地域

1) 数馬エリア

■現状

古くからの神社や祭りがあり、温泉や宿泊施設が揃っている。滝巡りができるが、川遊びスポットの整備が不十分。中央区の森は、豊かな雑木林だが、その活用は限定されている。数馬バス停が、浅間嶺や笹尾根などのハイキングコースの起点(終点)となっている。

■課題

川遊びのための整備や体験プログラムの充実。祭り、川と滝、中央区の森や南沢の山を活用したツアー企画を構築。

2) 人里エリア

■現状

古くからの神社や祭りがあり、近年人里もみじの里の整備が進んでいる。人里バス停が、浅間嶺や笹尾根などのハイキングコースの登山口となっている。毎年、春・秋に物産展や地域の食べ物を売る人里の市が開催され、盛況。人里匠の里として、ものづくりと古民家の利用の構想がある。しかし食堂がなく、食事するところがない。

■課題

古民家を再生して、人里の市の賑わいを再現。食事が出来る環境の整備。匠の誘致やその作品販売整備。

3) 払沢の滝エリア

■現状

払沢の滝入口バス停が、浅間嶺のハイキングコースの起点(終点)となっている。毎年、夏に払沢の滝ふるさと夏まつり、冬に払沢の滝氷瀑クイズやほっこり市などのイベントが開催され、盛況。檜原村の観光の中心地でありうるが、観光拠点としてもハブ機能も不十分。大型バス、団体客を受け入れる駐車場、アクセス道路、食事提供の対応が出来ない。

■課題

村の観光についての情報発信機能の構築、ガイドの拠点の整備。団体受入れ施設や駐車場の設置。

4) 神戸エリア

■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。

■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。

5) 藤倉エリア

■現状

国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出来る。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。

■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。



区分	観光資源		現 状
自然	川	現状	川遊び等人気があるが、河川を利用した観光施設や駐車場が不十分。
		課題	観光施設の充実。駐車場の確保。ごみ問題などのマナー啓発。沢歩き、キャンプ、バーベキュー、釣り大会などのプログラム作り。
	滝	現状	約70本ある檜原の滝は貴重な観光名勝。滝までの案内板や橋、道の整備が不十分。
		課題	安全に滝を見にいける道やベンチの整備。駐車場の案内。ルートマップが必要。ガイド付のツアーが最適
	花・巨樹・樹林	現状	春の桜や秋の紅葉など四季折々の花が観光名勝であるが季節暦がない。天然記念物の巨樹に案内が無い。
		課題	盗掘など荒らされることもあるのでマナーなどの啓発が必要。季節ごとのマップが必要。巨樹までの道のりの整備が必要。ガイド付のツアーが最適。
歴史文化	伝統芸能	現状	村には都の無形民俗文化財に指定されている祭が複数ある。地域の風習や神事であるため見せるということに重きをおいていない。
		課題	ガイドブックの作成。祭体験も含めた祭ガイドの育成。
	寺社のいわれ	現状	神社や寺、石仏のいわれを観光資源として調査整備。
		課題	ガイドブックの作成。ガイドの育成。
	生活文化と名人	現状	古くからの生活様式や文化、風景が残っている。村の文化を担う様々な名人がいる。
		課題	村の文化などを体験できるように古民家などを活用し、ガイドを育成。名人から学ぶ体験型プログラムの開発。
	食べ物・農産物	現状	農作物や山菜、川魚などは地域住民で消費している。ジャガイモ、ねんねんぼう餅、うどん、こんにやくなど檜原独自の食べ方がある。
		課題	農産物を買収する施設を充実、農産物を活かす産業を興す。村でなければ食べられない料理や農産物の提供と広報。農業や農産物の料理等の体験プログラム開発。
山仕事と歴史	現状	林業の体験だけでの観光は難しい。	
	課題	アクティビティと一緒に体験出来るプログラムの開発。	
地域	数馬エリア	現状	温泉、宿泊が揃っているが体験のプログラムが充実していない。川遊びスポットの整備が不十分。
		課題	川と滝とまつり、中央区の森や南沢の山を活用したツアー企画を構築。
	人里エリア	現状	匠の里としてもものづくりと古民家の利用の構想がある。食堂がなく、食事するところがない。
		課題	古民家を再生して、人里の市の賑わいを再現。食事が出来る環境の整備。匠の誘致やその作品販売整備。
	払沢の滝エリア	現状	村の観光の中心地だが、観光拠点・ハブ機能とも不十分。大型バス、団体客を受け入れる駐車場、食事提供の対応が出来ない。
		課題	村の観光の情報発信機能の構築、ガイドの拠点の整備。団体受入れ施設や駐車場の設置。
	神戸エリア	現状	神戸岩は秋川流域ジオパーク構想の候補地だが、整備が不十分。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。
		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。
	藤倉エリア	現状	国重要文化財の小林家住宅が修復工事を終え、オープン。
		課題	江戸時代の山村らしい観光の演出に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。

2.基盤整備の現状と課題

ヒアリングの内容を施設整備とアクセスについて整理し、その現状と課題を整理しました。

(1) 施設整備

1) 駐車場

■現状

払沢の滝周辺は観光シーズンに駐車場不足、登山者が車を停めて置くところがないなど、村の駐車場が少ない。駐車場をつくると、観光客によるごみ問題が心配。大型観光バスが数台入る駐車場、または待機スペースが必要。

■課題

観光客が集中する箇所の駐車場整備及び有料システムの検討、維持管理体制。大型バスの駐車場または待機所の整備。

2) トイレ

■現状

トイレの維持管理が不十分なところがある。トイレがあっても、その場所の案内が不備なので、わからない。登山道の入り口のバス停などにトイレがなく、不便。高齢者の方や外国人などが増えているが、洋式トイレの要望に対応できていない。

■課題

散策用のコースや登山道の上り口などにトイレの整備と維持管理。トイレの案内表示の整備。既存のトイレの洋式化や多目的トイレの整備。トイレの有料化やチップ制などの検討。

3) 登山道

■現状

村のメインの登山道は浅間尾根で、各集落を結ぶ枝道を中心に登山コースとなっている。登山道の指導標が不備で、草刈り等がなされていないため、道がわかりにくい。登山道沿いの樹林が育ったため、以前得られた眺望が損なわれている。

■課題

安心して歩ける安全な登山道のため、指導標・案内板等や橋などの整備と維持管理。定期的に草刈りなど手入れを行い、傷んだ登山道の補修等。各登山道に眺望ポイントを定め、樹林の伐採、展望台やベンチ等の休憩施設の整備。浅間尾根と集落を繋ぐルートや昔の生活道の整備。

(2) アクセスの整備

1) 路線バス

■現状

ハイキング利用者に配慮した午前8時台の路線バスの本数が乏しい。デマンドバスやまびこがまだ有効利用されていない。

■課題

ニーズに合わせた路線バスの本数の検討と要望。村内観光施設を巡回するシャトルバスとしてやまびこを活用。

2) 村内周遊

■現状

村の南側と北側が結ばれていないため、村内周遊ができない。

■課題

林道の整備等による周遊コースの整備。

区分	施設		現 状
施設整備	駐車場	現状	観光シーズンの駐車場不足など、村の駐車場が少ない。 大型観光バスが数台入る駐車場、または待機スペースが必要。
		課題	観光客が集中する箇所の駐車場整備と維持管理。 大型バスの駐車場または待機所の整備。
	トイレ	現状	トイレの維持管理が不十分、トイレの場所の案内が不備。 登山道の入り口のバス停などにトイレがなく、不便。 高齢者の方などが増えているが、トイレが対応できていない。
		課題	散策用のコースや登山道の入り口などにトイレの整備と維持管理。 トイレの案内表示の整備。 既存のトイレの洋式化や多目的トイレの整備。
	登山道	現状	浅間尾根を中心に開発。登山道がわかりにくく、木が育ったため以前の眺望が損なわれている。
		課題	眺望地、指導標、案内板、橋等の整備と維持管理を継続する。 浅間嶺から各集落に降りるルートの開発。昔の生活道の整備計画。
アクセス	路線バス	現状	路線バスの本数がハイキング利用者への配慮に乏しい。 デマンドバスやまびこがまだ有効利用されていない。
		課題	ニーズに合わせた路線バスの本数の検討と要望。 村内観光施設を巡回するシャトルバスとしてやまびこを活用。
	村内周遊	現状	村の南側と北側が結ばれていないため、村内周遊ができない。
		課題	林道の整備等による周遊コースの整備。

第4章 檜原村の目指す観光と基本方針

檜原村では、これからの観光について持続型観光を実現する有力な手段として、エコツーリズム推進法の基本理念に基づく観光施策を行っていきます。

なお、檜原村総合戦略においても「エコツーリズムの推進」を主要テーマとしております。

1. 檜原村における観光ビジョンの理念と目標

(1) 檜原村観光ビジョンの理念

理念とは思いに相当するものです。村民の思いは第3章のヒアリング内容に集約されている通り、回答者の方々が檜原村を愛し、今後も村の資源を守りながら活用し訪れる人に村の魅力を伝え、村がいつまでも村として在り続けるように願うものです。

そこで、観光振興において村の資源を「村の宝」として位置付け、この宝を大切にしながら、その良さを来村者に誇らしげに伝えることを踏まえ、檜原村観光ビジョンの理念は「次世代へ守り伝える村の宝」とします。

(2) 檜原村観光ビジョンの目標

理念を踏まえた観光ビジョンの実現に向けて、3つの目標を掲げます。

1) 訪れ暮らしたくなる村を実現

来村者が檜原村を魅力的に感じ何度も訪れてみたいと思い、この地で暮らしてみたいと思えるような村づくりを目指します。

2) 地域から新しい産業を創造

檜原村の四季折々の自然は来村者の心を癒し、日々変わる緑や花々は目を楽しませ、山里の自然が育んだ農産物は口を満たし、土地の歴史文化を聞くことは気持ちを豊かにします。これらを守り伝えもてなす産業を創造することを目指します。

3) 未来の子孫に誇れる村を構築

檜原村に住み続けることが誇らしく、観光振興の担い手として活躍することを次世代に引き継げることを目指します。

2.基本方針と基本施策

3つの目標を定め、3つの基本方針と観光振興を進めていくための6つの基本施策を整理しました。

(1) 基本方針

1) 地域と人材を育てる観光村づくり

観光振興を進めて、資源の保全をはかりつつ地域が活性化していくためには、訪れたいくなる地域の創造とその魅力を伝える、村民の知識やそれを紹介するエコツアーが必要です。

村もそのための調査や案内冊子の発行、地域の歴史文化の講座開催など、誰でもが地域について語れるような取り組み、さらに村の宝を伝えるエコツアーガイドの養成講座や研修などが必要です。

2) 宝を活かした観光村づくり

村の様々な観光資源、地域の宝を見つけて、磨き上げ、誇らしく見せる仕掛けや村の暮らしの体験プログラム、自然や歴史文化、祭りをめぐる体験交流型のツアーなどを開発し、また郷土の野菜などの料理、檜原村ブランドの土産など、旬の情報発信をします。

檜原村は、春の花、夏の川遊び、秋の紅葉、冬の氷瀑など、年間通して自然の楽しみがあると同時に、秋には村内各地で祭りがあり、郷土芸能を見ることもできます。また檜原城跡、いわれのある寺社や路傍の石仏など、歴史文化も多彩で、これらの解説版の充実も不可欠です。

特に年間の花暦、祭りなどのイベントカレンダー、滝や名所の案内マップなど、情報発信の基本ツールの整備が必要です。これらこそ資源が大切に引き継がれている檜原村の宝であり、今後エコツーリズムとして輝きを見せる真髄です。

前述のとおり、この好材料をエコツアーガイドが介することで、感動を深くし、リピーター率の向上につなげます。

3) 安全と安心が整備された観光村づくり

村人にとって安全と安心の暮らし、住みやすいことは村づくりの基本ですが、来村者にとってもわかりやすい案内板や指導標、多目的トイレや休憩施設の充実、適切な観光情報の提供など、安全と安心のための整備が行き届いた誰にも優しい観光地とすることが重要です。

(2) 基本施策

基本方針を踏まえた6つの基本施策は以下の通りです。

1) 宝を見つけ、活かし、見せる

- ・ 檜原の宝の魅力を探して磨き上げ誇らしく見せる
- ・ 檜原の宝を伝えるエコツアープログラムの企画作りで産業を興す
- ・ 檜原の新しい魅力を作る

- ・ 檜原ブランドの構築

2) 地域と交流する体験観光づくり

- ・ 村の自然・歴史文化・祭などの体験ツアーの実現
- ・ 森づくりや村で暮らす人との交流、村の暮らしを体験するツアーの実現
- ・ バイオマス・森林セラピー・ジオパークなどの環境教育プログラムの開発
- ・ トレッキング・サイクリング・MTB・ジップライン・オートキャンプなどの自然と遊ぶアクティビティープログラムの開発

3) 観光村づくりのための人材育成

- ・ 檜原の資源を守りつつ、その魅力をしっかり伝えることのできるエコツアーガイドの養成
- ・ おもてなしの心を育てる人材を育成
- ・ 多様なニーズに対応しプログラムを作ることができる人材を育成

4) 観光村づくりのための情報発信の推進

- ・ 四季折々の観光スポットを企画運営発信出来る拠点の構築
- ・ 地産地消の販売の場になる施設の新設やフリーWi-Fiスポットの新設
- ・ ツアーやイベント情報を効果的に発信していくための広報活動の強化
- ・ 観光パンフレット・チラシの制作配布やWEBページ・ブログ・SNSによる情報発信
- ・ WEB仲介業者や旅行会社の活用などによるツアー情報の発信
- ・ 盗掘やごみ問題、登山や自転車などの利用者のマナーの啓発

5) 観光村づくりのための整備

- ・ 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

- ・ エコツーリズム推進協議会の立ち上げ
- ・ エコツーリズム推進全体構想の策定
- ・ 各主体の連携による観光振興
- ・ 行政内の観光推進体制の強化

観光ビジョンの理念、目標、基本方針、基本施策体系図

