

## 第4次甲州市観光振興計画



大日影トンネル遊歩道

令和7年3月策定

## はじめに

本市は、自然・歴史・文化・ワイン・フルーツといった豊富な地域資源を有しており、こうした資源を観光資源として活用し、交流人口の増加を図るため平成21年度に「第1次甲州市観光振興計画」を策定して以来、平成26年度に第2次計画、令和元年度に第3次計画を策定し、継続的に観光振興施策を展開しています。

わが国を取り巻く観光需要は、社会情勢の変化によって多大な影響を受けており、とりわけ新型コロナウイルス感染症の世界的流行や食料品等の物価上昇による観光業の停滞は、本市にとっても例外ではなく、計画に定めた観光客入込数等の目標を大きく下回りました。

このような状況の中、本市の観光関係事業者が一体となり、コロナ禍前の水準に回復させ、さらに上昇させるためには、これまでの取り組みを継続するとともに、発展させることが必要であります。

そのため、令和7年度から令和11年度の5箇年を対象とした「第4次甲州市観光振興計画」を策定し、社会情勢の変化に適応した施策の展開を図ることとしました。

本計画では、「みんなでつくる・みんなが集う・観光立市甲州市」の基本理念に基づいた3つの基本目標を掲げ、目標を達成するための基本施策を定め、多様化している観光需要に対して適切に対応し、「観光まちづくり」を積極的に推進して参ります。

本計画の策定にあたり、貴重なご意見をいただきました、甲州市観光振興計画策定委員会委員の皆様をはじめ、アンケートにご協力いただきました、観光協会会員の皆様に並びに関係各位に対し、心から御礼申し上げます。



令和7年3月

甲州市長 鈴木 幹夫

## INDEX

第1章 計画の策定	1
1.計画策定の趣旨	1
2.計画策定の経緯	2
3.計画の期間	2
4.計画の位置付け	3
第2章 計画策定の背景	4
1.観光を取り巻く環境	4
2.国・県の取り組み	6
3.甲州市の現状	8
4.現行計画の検証	16
5.甲州市の観光資源	19
第3章 市の観光振興における課題	22
1.アンケート調査結果	22
2.SWOT分析による甲州市の観光資源分析	47
3.甲州市の観光振興における課題	48
第4章 基本構想	49
1.基本理念	49
2.基本目標	49
3.観光振興計画のKGI（重要目標達成指標）	50
第5章 施策の展開	51
1.基本施策	51
2.施策体系	55
3.具体的な取り組み	56
第6章 計画の推進体制	64
1.実施・推進体制	64
2.各種団体の役割	64
3.今後の検証・評価体制	66
資料編	67
1.計画策定に向けた取り組み	67
2.甲州市観光振興計画策定委員会	68

# 第1章 計画の策定

---

## 1. 計画策定の趣旨

本市では、更なる観光産業による地域活性化を目指し、平成 22 年度から平成 26 年度を計画期間とする第 1 次甲州市観光振興計画を策定し、観光振興に取り組んでおり、直近では第 3 次甲州市観光振興計画に基づき、様々な観光施策を展開してまいりました。令和 6 年度は、第 3 次甲州市観光振興計画の最終年度となり、第 4 次計画策定の時期を迎えました。

日本の観光産業は、急増する外国人観光客をけん引役とし、急速に回復しています。一方、全国各地で観光客の誘致競争が激化しているのが現状です。

こうした状況を踏まえ、自然、文化、歴史、産業といった豊富にある固有の地域資源を活用し、地域が主体となって総合的に取り組む「観光まちづくり」・「観光立市」の推進を行うため、観光客や来訪者の皆さまに満足いただけるよう、全市を挙げ様々な事業に取り組んでまいります。



慈雲寺のイトザクラ

## 2.計画策定の経緯

本市は、豊かな自然、歴史、文化、産業など豊富な地域資源を活かし、首都圏に隣接した観光地として定着していることを踏まえ、観光産業による地域活性化を目指し、平成21年に「観光立市推進本部」を設置し、平成22年度から26年度を計画期間とする「第1次甲州市観光振興計画」を策定しました。

その後、平成27年度から令和元年度の5年間を計画期間とし、「第2次甲州市観光振興計画」、令和2年度から令和6年度の5年間を計画期間とする「第3次甲州市観光振興計画」を策定し、観光立市の実現に向けた各種施策を展開してきました。

さらに、平成30年3月に策定した「第2次甲州市総合計画(甲州市まちづくりプラン)」では、創意に満ちた活力ある産業のまちづくりを基本目標と位置づけ、市民との協働を通じて観光・交流人口の増加による地域活性化を図り、通年型の観光地づくりを推進しています。また、令和2年3月に策定した「まち・ひと・しごと創生第2期甲州市総合戦略」では、人の流れをつくり地域経済を創出することを基本目標の一つとし、観光資源の磨き上げや発掘、魅力ある観光ルートの開発等を通じて、地域の魅力創出と効果的なPRを推進しています。

このような取り組みを踏まえ、「観光立市甲州市」の推進を継続するため、第3次甲州市観光振興計画の検証と成果を基に、新たな観光ニーズに対応した観光まちづくりに向けた、第4次甲州市観光振興計画を策定します。

## 3.計画の期間

本計画の計画期間は、令和7年度から令和11年度までの5年間とします。

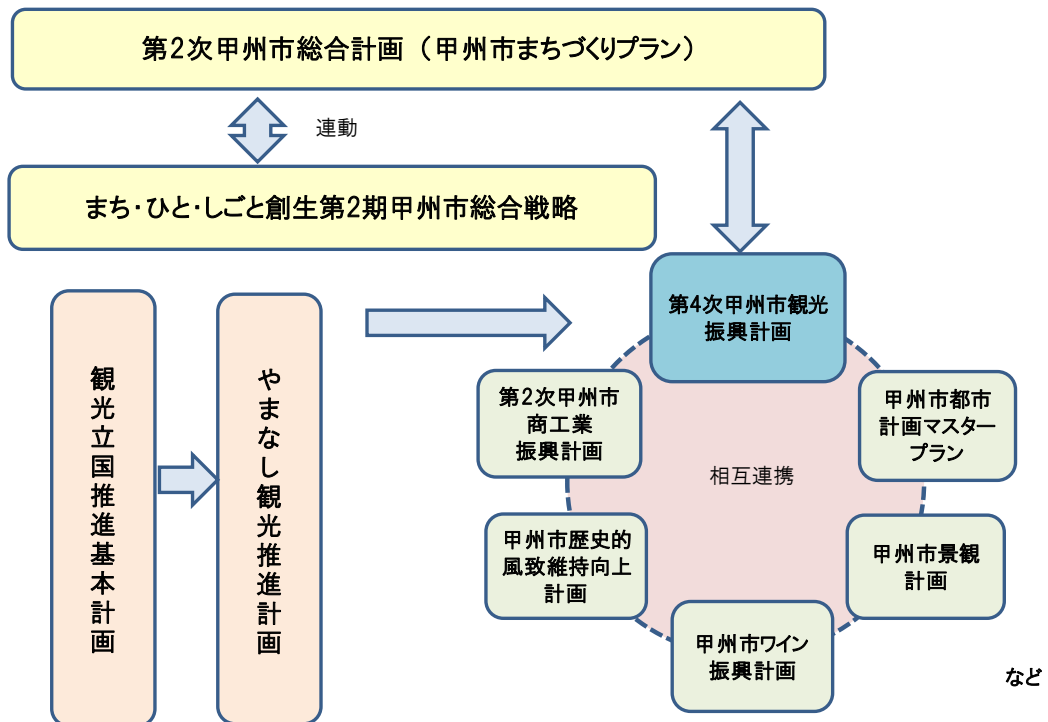
なお、この計画期間において、社会・経済情勢に大きな変化を生じたときは、必要に応じて見直しを行うものとします。

	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	
第2次甲州市総合計画 「甲州市まちづくりプラン」	基本計画（前期）			基本計画（後期）							
甲州市第4次観光振興計画	前回計画（令和2年度～令和6年度）					本計画（令和7年度～令和11年度）					
					▲ 改訂			▲ 中間評価			

#### 4.計画の位置付け

本計画は、甲州市の観光振興の基本的な考え方と施策の方向性を定めるもので、「第2次甲州市総合計画（甲州市まちづくりプラン）」の実現に向けた観光における基本計画であり、市民、事業者、行政が協働して計画的に施策を推進するためのものです。

各種関連計画と連携し、観光資源の磨き上げにより交流人口を増大させることにより、地域内の人的交流も促進し、一層の経済効果を生み出します。



## 第2章 計画策定の背景

---

### 1. 観光を取り巻く環境

観光を取り巻く環境は大きく変化を続けています。今後、人口減少や少子高齢化が進む中、観光産業は裾野が広く経済波及効果をもたらす総合産業として、地域経済を活性化させる大きな可能性を秘めています。

また、観光ニーズも次のような変化が見られ、地域特性を活かした観光まちづくりが求められています。

- ・「大型・団体」から「グループ・個人」へ

かつて多数を占めていた団体旅行は、個人意識の尊重や人間関係の希薄化、職場環境の変化等を背景に減少しています。それに代わって、気の知れた仲間や家族連れなど少人数のグループ旅行が定着してきています。こうした変化はコロナ禍を経て、一層加速しています。

- ・「画一」から「多様化」へ

これまでの観光では、著名な観光地を訪問するパターンが一般的でしたが、新たな視点による観光需要が増加しています。現在では、地域住民の日常生活の一端を体験したり、普段は見られないバックヤードを見学したり、特定の人とのコミュニケーションを楽しむといった、「モノ・ヒト・コト」が観光資源として注目されています。観光資源の多様化が進む中、地域ごとの個性を活かす取り組みが求められています。

- ・「見学」から「体験」へ

観光客が重視するポイントとして、依然として「温泉」「自然」「グルメ」が挙げられます。旅行の目的としては、著名な神社仏閣や史跡名勝を見学することでした。しかし、近年では、「テーマパーク」「農村で農業体験」「陶芸などの趣味を満喫」「満点の星空を体感」など、日常からの解放や特別な体験を求める旅行が増加しています。

- ・訪日外国人観光客の動向

全国の訪日外国人観光客数は、平成24年の835万人から平成30年に3,191万人と急増しました。しかし、2020東京オリンピック・パラリンピックが開催された令和3年は一層の増加が見込まれていましたが、新型コロナウイルス感染症の影響で大幅に減少しました。その後、令和4年から受入れも緩和され、令和5年には訪日外国人観光客による消費額がコロナ禍前を上回るなど急回復を見せており、日本政府観光局の直近の発表によると、令和6年の訪日外国人旅行者数は3,687万人と過去最高を更新しています。各自治体において、外国人観光客の取り込みのため、多言語に対応した案内サインやパンフレットの整備、ガイドスタッフの養成、国ごとのニーズに応じた情報発信など、様々な取り組みが必要不可欠になっています。

## ・多様化した情報取得方法

旅行先の選定にあたっては、従来はガイドブック、旅行会社の窓口、パンフレット、テレビ番組等が主な情報源でしたが、通信技術の進展に伴うスマートフォンの普及により、SNS の活用による個人の発信力の高まりが顕著となってきています。そのため、より身近な情報を重視する傾向が強まっており、観光地や観光施設のプロモーションにおいても SNS 等の媒体を上手に活用して観光客の誘致に効果を上げるケースが目立っています。

## ・持続可能な観光地域づくり

平成 27 年 9 月に開催された国連総会において、「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」が採択されました。このアジェンダ<sup>※1</sup>では、国際的な目標として「持続可能な開発目標（SDGs : Sustainable Development Goals）」が掲げられています。SDGs は、持続可能な開発を目指すうえで重要となる経済、社会、環境など 17 の目標（ゴール）と、それに関連する 169 のターゲットから構成され、地球上の「誰一人取り残さない（leave no one behind）」ことを誓っています。

急速な訪日外国人の増加により、全国では特定の観光地に観光客が過度に集中することで、地域社会や環境に悪影響を及ぼすオーバーツーリズムが顕在化しています。有名な観光地であったとしても、地域に住む人々が安心して暮らすことができるような持続可能性が求められています。



※1 アジェンダ：「行動指針」、「計画・プラン」のこと。

## 2.国・県の取り組み

### (1)国の取り組み

国においては、平成 28 年 3 月に、内閣総理大臣を議長とする「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」において、令和 12 年までに訪日外国人旅行者数を 6,000 万人、訪日外国人旅行消費額を 15 兆円にすることを目標とし、観光は地方創生への切り札であり、成長戦略の柱と位置付けました。また、平成 29 年 3 月には、「観光立国推進基本計画」が閣議決定され、観光先進国への新たな挑戦が示されました。

その後、コロナ禍を経て、持続可能な観光地域づくりに向けて、質の向上を重視し、人数に依存しない指標が設定されました。しかし、日本における観光の役割に変わりはありません。

このように観光には、これまで以上に大きな期待が寄せられていますが、今後優れたおもてなしで訪日外国人旅行者を受け入れるに当たっては、さらなる受け入れ環境の整備が急務となっています。国内旅行市場に大きな成長は見込めない中、地方部では厳しい状況に置かれている観光地も多く、I T 化の進展やソーシャルメディアの普及により、観光に関する情報収集の形態は大きく変化しています。

近年の情勢の変化を踏まえ、観光立国の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、国民経済の発展、国民生活の安定向上、及び国際相互理解の増進を図ることを目的として、新たな「観光立国推進基本計画」を策定しました。この計画では、令和 5 年度から令和 7 年度までの期間を計画期間として、次の 3 つを基本方針としています。

- ① 持続可能な観光地域づくり戦略
- ② インバウンド回復戦略
- ③ 国内交流拡大戦略

また、令和 5 年 12 月に閣議決定された「デジタル田園都市国家構想総合戦略」においても、観光は国内外の需要を地域に取り込み、地方経済を支える重要な産業として位置付けられています。観光分野の DX<sup>※2</sup>を進めることにより、旅行者の利便性の向上及び周遊促進、観光産業の生産性向上、観光地経営の高度化を図ることが期待されています。

※2 DX:デジタルトランスフォーメーション。デジタル化により社会や生活の形、スタイルが変わること。

## (2) 山梨県の取り組み

山梨県では、平成 23 年 12 月に施行された「おもてなしのやまなし観光振興条例」に基づき、平成 24 年 3 月に「やまなし観光推進計画」を策定しました。この計画では、『やすらぎと感動の山梨』の実現を総合目標に位置付け、「おもてなし戦略」、「地域資源活用戦略」、「インバウンド戦略」の 3 つの戦略に基づいた取り組みを進めてきました。

また、外国人旅行者の増加に対応するための「山梨県外国人観光客受入環境整備計画」（平成 26 年 12 月）、観光産業の「稼ぐ力」と「働く魅力」の向上を目指した「やまなし観光産業活性化計画」（平成 28 年 3 月）を策定し、観光振興を推進してきました。

これらの計画期間が満了となる中、近年急速に増加している外国人旅行者や個人旅行者の多様化するニーズ、情報通信技術の著しい進展、さらに、中部横断自動車道の開通や東京オリンピック・パラリンピックの開催、リニア中央新幹線の開業など、社会情勢の変化に的確に対応するため、令和元年 11 月に「やまなし観光推進計画」を改定しました。

その後、コロナ禍となり、観光を取り巻く環境は大きく変化しました。山梨県への入込客数も大きく減少するなど厳しい時期となりましたが、回復の兆しがみられた令和 5 年 1 月に「やまなし観光推進計画」を改訂しました。

なお、この計画の期間は令和 5 年度から令和 8 年度までの 4 年間とし、山梨の観光ビジョンを「山梨のポテンシャルを 100%生かし、観光の質の向上と観光産業の経営基盤の強化を図ることで、観光産業の稼ぐ力を高め、持続可能な観光地・山梨を創出する。」として、この目標を実現させるため「受入環境の整備」、「やまなしツーリズムの推進」、「観光地経営の高度化」、「人材の確保・定着・育成」の 4 つのジャンルがそれぞれの戦略を設定しています。また、日本固有のブドウ品種「甲州」で造られた甲州ワインは品質が高く、海外からも注目を集めており、令和元年 8 月 7 日に山梨ワインのさらなる発展を図ることを目的として、山梨「ワイン県」宣言を行いました。

### 3.甲州市の現状

#### (1)山梨県の観光入込客の状況

##### ・山梨県月別観光入込客状況

令和5年の山梨県における観光入込数は、実人数で2,575万4千人と推計され、コロナ禍以降、回復基調で推移していますが、コロナ禍前である令和元年の3,464万6千人と比較すると889万2千人(△25.7%)下回っており、完全な回復には至っていません。月別の観光入込客(実人数)では、8月が283万7千人と最も多く、12月の126万5千人が最も少なくなっています。

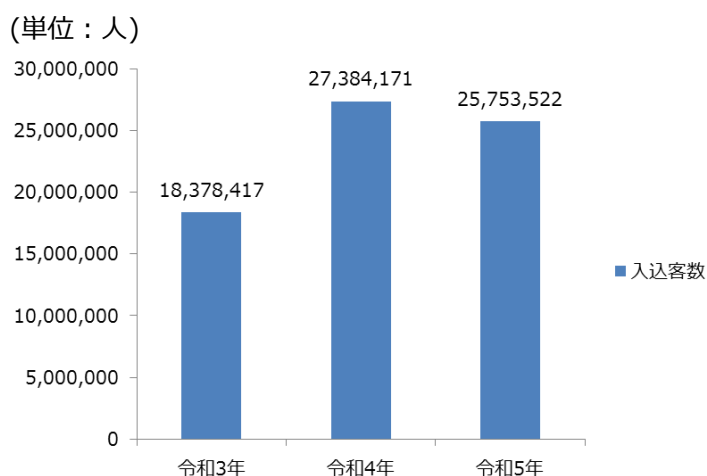
表：山梨県の観光入込客数の推移

(単位：人、%)

	令和3年		令和4年		令和5年		令和元年 (参考)	令和元年と令和5年 の比較	
	観光入込 客数	対前 年比	観光入込 客数	対前 年比	観光入込 客数	対前 年比	観光入込 客数	客数増減	比率
1月	1,140,305	63.1%	1,843,952	161.7%	1,868,172	101.3%	2,693,001	-824,829	69.4%
2月	894,524	67.2%	1,047,886	117.1%	1,439,040	137.3%	1,993,830	-554,790	72.2%
3月	1,245,033	139.9%	1,837,554	147.6%	2,264,655	123.2%	2,682,456	-417,801	84.4%
4月	1,451,974	260.8%	1,994,303	137.4%	2,466,907	123.7%	3,089,717	-622,810	79.8%
5月	1,649,065	387.0%	2,464,010	149.4%	2,805,593	113.9%	3,343,363	-537,770	83.9%
6月	1,297,896	132.2%	2,014,160	155.2%	2,140,908	106.3%	2,564,119	-423,211	83.5%
7月	1,561,968	118.4%	2,448,461	156.8%	2,133,978	87.2%	2,836,986	-703,008	75.2%
8月	1,663,548	71.0%	3,365,148	202.3%	2,837,296	84.3%	4,524,884	-1,687,588	62.7%
9月	1,534,030	73.6%	2,678,886	174.6%	2,057,154	76.8%	2,883,764	-826,610	71.3%
10月	2,152,502	118.7%	2,908,796	135.1%	2,233,687	76.8%	2,774,922	-541,235	80.5%
11月	2,394,057	111.6%	2,981,273	124.5%	2,240,771	75.2%	3,333,868	-1,093,097	67.2%
12月	1,393,517	117.4%	1,799,742	129.2%	1,265,361	70.3%	1,924,602	-659,241	65.7%
年計	18,378,417	108.8%	27,384,171	149.0%	25,753,522	94.0%	34,645,512	-8,891,990	74.3%

(山梨県観光入込客統計調査報告書より作成)

図：山梨県の観光入込客数の推移



(山梨県観光入込客統計調査報告書より作成)

## ・山梨県圏域別観光入込客状況

令和5年の観光入込客数を圏域別にまとめると、最も多かったのは、富士・東部で1,309万2千人(前年比107.8%)でした。次いで、峡中が427万9千人(前年比81.9%)、峡東が402万1千人(前年比79.3%)となっています。

コロナ禍の影響からは脱しているものの、令和元年との比較では全体で889万2千人

(△25.7%)の減少となっています。峡東においては、140万2千人(△25.9%)の減少となっています。

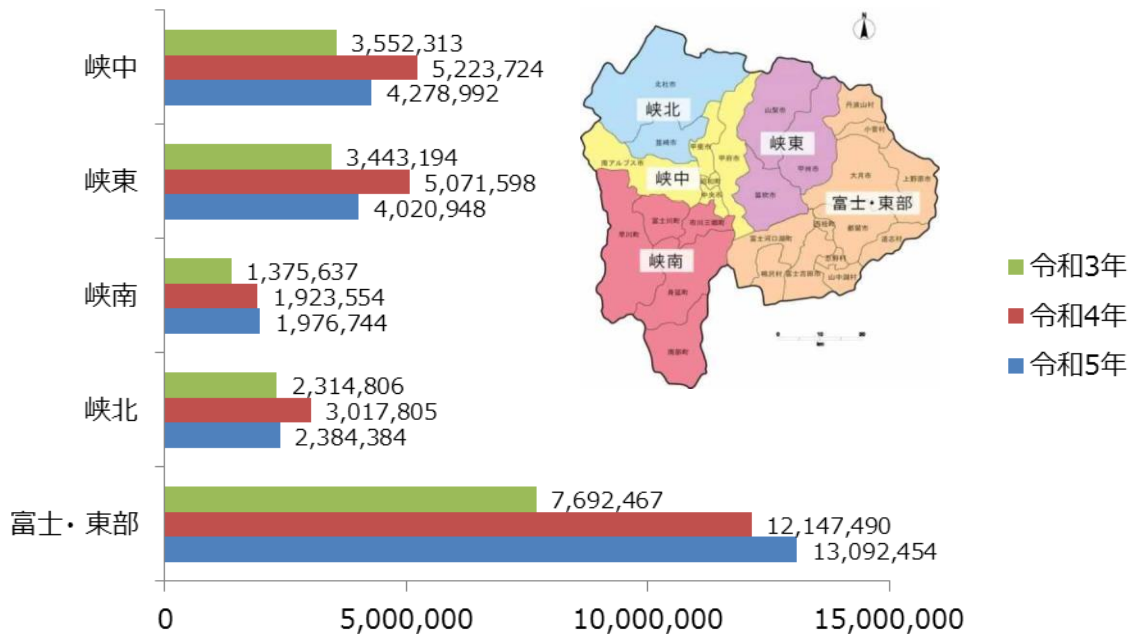
表：山梨県の観光入込客数の推移（圏域別）

(単位：人、%)

圏域	令和3年		令和4年		令和5年		令和元年 (参考)	令和元年と令和5年の比較	
	観光入込客数	対前年比	観光入込客数	対前年比	観光入込客数	対前年比	観光入込客数	客数増減	比率
峡中	3,552,313	119.6%	5,223,724	147.1%	4,278,992	81.9%	4,962,682	-683,690	86.2%
峡東	3,443,194	111.9%	5,071,598	147.3%	4,020,948	79.3%	5,423,319	-1,402,371	74.1%
峡南	1,375,637	101.9%	1,923,554	139.8%	1,976,744	102.8%	2,423,320	-446,576	81.6%
峡北	2,314,806	99.6%	3,017,805	130.4%	2,384,384	79.0%	4,019,567	-1,635,183	59.3%
富士・東部	7,692,467	107.4%	12,147,490	157.9%	13,092,454	107.8%	17,816,624	-4,724,170	73.5%
年計	18,378,417	108.8%	27,384,171	149.0%	25,753,522	94.0%	34,645,512	-8,891,990	74.3%

(山梨県観光入込客統計調査報告書より作成)

図：山梨県の観光入込客数の推移（圏域別）



(単位：人)

(山梨県観光入込客統計調査報告書より作成)

## ・山梨県市町村別観光入込客状況

令和5年の観光入込客数を市町村別にまとめると、最も多かったのは、富士吉田市で390万4千人でした。甲州市は27市町村中、第7位の116万9千人となっています。コロナ禍前である令和元年の194万3千人と比較すると、77万4千人(△39.8%)下回っており、完全な回復には至っていません。なお、令和元年との比較では、コロナ禍前の観光入込客数を上回ったのは3市町村のみでした。

表：山梨県の観光入込客数の推移（市町村別）

(単位：人、%)

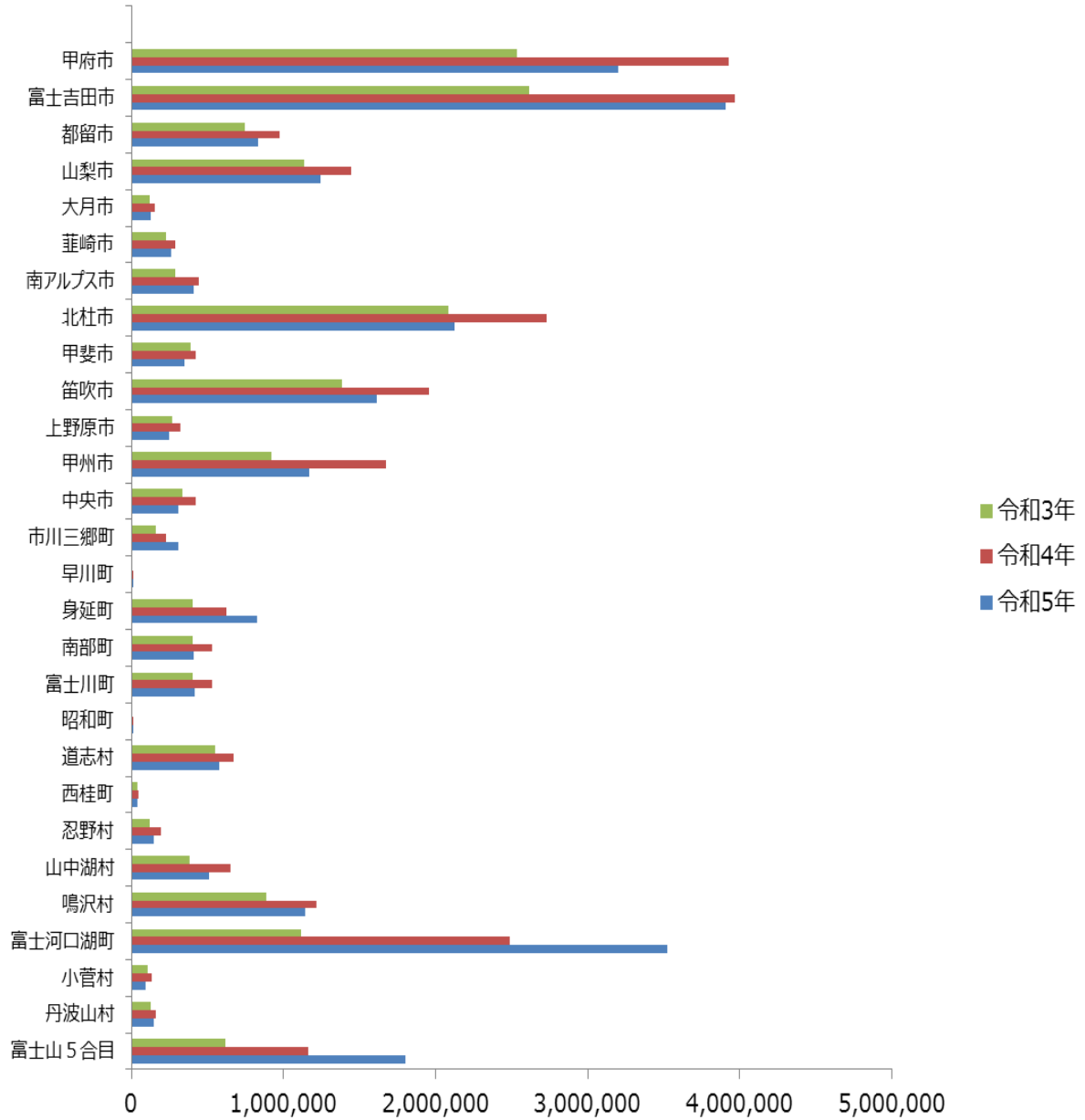
市町村名	令和3年		令和4年		令和5年		令和元年 (参考)	令和元年と令和5年の比較	
	観光入込 客数	対前 年比	観光入込 客数	対前 年比	観光入込 客数	対前 年比	観光入込 客数	客数増減	比率
甲府市	2,536,066	126.6%	3,924,593	154.8%	3,197,958	81.5%	3,694,405	-496,447	86.6%
富士吉田市	2,618,028	117.8%	3,966,186	151.5%	3,903,706	98.4%	6,272,447	-2,368,741	62.2%
都留市	746,539	118.2%	977,970	131.0%	836,534	85.5%	872,315	-35,781	95.9%
山梨市	1,138,055	118.9%	1,442,176	126.7%	1,240,909	86.0%	1,510,407	-269,498	82.2%
大月市	118,300	104.4%	154,613	130.7%	124,556	80.6%	222,943	-98,387	55.9%
韮崎市	227,398	106.1%	291,282	128.1%	260,923	89.6%	349,757	-88,834	74.6%
南アルプス市	289,624	96.6%	440,393	152.1%	411,238	93.4%	448,049	-36,811	91.8%
北杜市	2,087,408	98.9%	2,726,523	130.6%	2,123,462	77.9%	3,669,810	-1,546,348	57.9%
甲斐市	391,865	113.4%	421,827	107.6%	349,691	82.9%	453,003	-103,312	77.2%
笛吹市	1,383,569	130.8%	1,953,183	141.2%	1,611,042	82.5%	1,970,384	-359,342	81.8%
上野原市	266,532	124.4%	322,824	121.1%	251,123	77.8%	246,744	4,379	101.8%
甲州市	921,570	86.8%	1,676,239	181.9%	1,168,996	69.7%	1,942,528	-773,532	60.2%
中央市	334,759	106.5%	423,867	126.6%	307,266	72.5%	353,413	-46,147	86.9%
市川三郷町	162,912	136.2%	230,440	141.5%	309,966	134.5%	375,469	-65,503	82.6%
早川町	-	-	10,696	-	13,916	130.1%	22,261	-8,345	62.5%
身延町	406,318	80.4%	621,859	153.0%	825,384	132.7%	1,141,992	-316,608	72.3%
南部町	403,680	118.0%	527,829	130.8%	407,862	77.3%	379,241	28,621	107.5%
富士川町	402,727	108.4%	532,731	132.3%	419,616	78.8%	506,566	-86,950	82.8%
昭和町	-	-	13,044	-	12,838	98.4%	13,812	-974	92.9%
道志村	551,191	121.3%	673,315	122.2%	576,114	85.6%	499,752	76,362	115.3%
西桂町	39,817	113.8%	47,531	119.4%	41,614	87.6%	50,994	-9,380	81.6%
忍野村	118,163	113.1%	197,395	167.1%	146,845	74.4%	309,101	-162,256	47.5%
山中湖村	385,478	96.9%	650,235	168.7%	510,398	78.5%	695,383	-184,985	73.4%
鳴沢村	887,391	101.4%	1,218,127	137.3%	1,141,396	93.7%	2,955,465	-1,814,069	38.6%
富士河口湖町	1,114,366	78.7%	2,488,284	223.3%	3,520,610	141.5%	5,434,029	-1,913,419	64.8%
小菅村	106,070	132.4%	132,242	124.7%	94,533	71.5%	109,963	-15,430	86.0%
丹波山村	124,330	117.3%	158,767	127.7%	145,148	91.4%	145,279	-131	99.9%
富士山5合目	616,261	120.0%	1,160,001	188.2%	1,799,879	155.2%	-	-	-
年計	18,378,417	108.8%	27,384,171	149.0%	25,753,522	94.0%	34,645,512	-8,891,990	74.3%

※一時的に集計を行わなかった町、場所については「-」としている。

(山梨県観光入込客統計調査報告書より作成)

図：山梨県の観光入込客数の推移（市町村別）

(単位：人)



(山梨県観光入込客統計調査報告書より作成)

## (2) 甲州市の状況

市内の状況について、コロナ禍前の令和元年度から令和5年度までの5年間の観光関係のデータを整理しました。

### ・市内観光入込客の状況

令和元年に331万人台となりましたが、令和2年1月頃から新型コロナウイルス感染症が蔓延し、観光入込客は大幅に減少しました。本市も例外ではなく、令和3年には153万3千人となり、令和元年の331万3千人と比較して半数以下まで減少しました。その後、緩やかに回復しているものの、完全な回復には至っていません。

表：甲州市内観光入込客数の推移

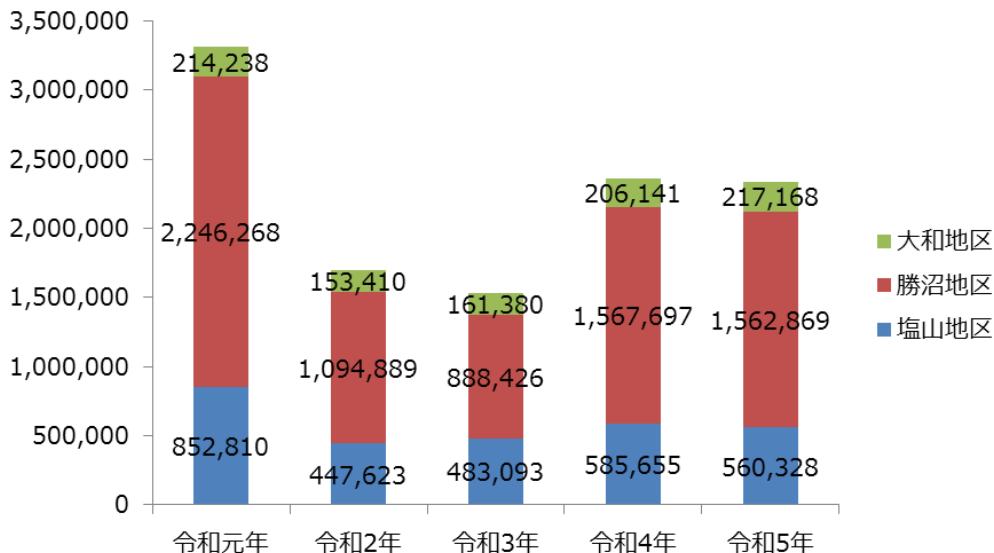
(単位：人)

	令和元年	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年
塩山地区	852,810	447,623	483,093	585,655	560,328
勝沼地区	2,246,268	1,094,889	888,426	1,567,697	1,562,869
大和地区	214,238	153,410	161,380	206,141	217,168
合計	3,313,316	1,695,932	1,532,899	2,359,493	2,340,365

(甲州市独自データより作成)

図：甲州市内観光入込客数の推移

(単位：人)

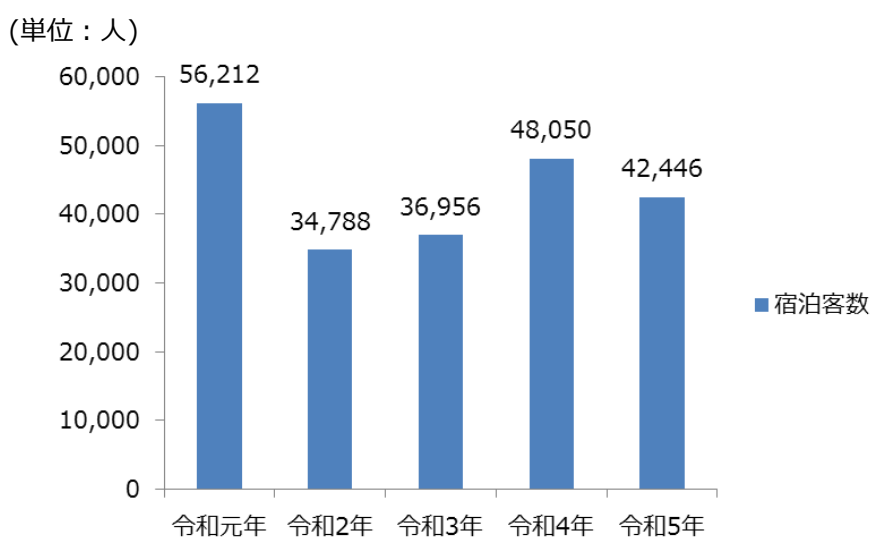


(甲州市独自データより作成)

## ・市内宿泊客数状況

市内にある宿泊施設における宿泊者数の推移について、令和元年には5万6千人に到達しましたが、令和2年1月頃から新型コロナウイルス感染症が蔓延し、宿泊客数は大幅に減少しました。本市も例外ではなく、令和2年には3万5千人となり、令和元年と比較して約3分の2まで減少しました。その後、緩やかに回復しているものの、完全な回復には至っていません。

図：甲州市内宿泊客数の推移



(甲州市独自データより作成)

## ・観光案内所利用実績

塩山駅、勝沼ぶどう郷駅にある観光案内所における問い合わせ件数の推移について、令和元年度には1万3千件を超えていましたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年度には約半数まで減少しました。令和4年度には塩山駅観光案内所を南口に移設し、利便性向上と情報発信を図ったことにより、令和5年度には令和元年度を上回る問い合わせがあり、市内の観光への関心が回復している状況となっています。

表：甲州市観光案内所利用実績

(単位：件)

	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
塩山駅観光案内所	4,068	2,077	2,312	3,002	4,585
勝沼ぶどう郷駅観光案内所	9,257	4,407	5,223	7,284	8,761
問い合わせ件数合計	13,325	6,484	7,535	10,286	13,346

(甲州市独自データより作成)

## ・観光ボランティアガイド

観光ボランティアガイドの養成講座は毎年 6 回実施していましたが、令和 3 年度は新型コロナウイルス感染症の拡大防止のため中止としました。その後、令和 4 年度に再開し、受講者数、新規登録者数は増加傾向で推移しています。

表：観光ボランティアガイド要請講座の受講者数と新規登録者数の推移

(単位：人)

	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	5年間の合計
養成講座受講者数	7	19	0	32	41	99
新規登録者数	3	3	0	5	5	16

表：団体別ボランティアガイドの登録者数の推移

(単位：人)

	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
NPO法人甲州市観光ボランティアガイドの会	30	30	31	30	32
勝沼コンシェルジュ	13	13	13	14	14
勝沼フットパスの会	18	18	18	18	18
深沢沢楽の会	7	7	7	7	7
神金フットパスの会	7	7	7	7	7
玉宮フットパスの会	28	28	28	28	28
その他団体未所属ガイド	13	16	10	12	14
合計	116	119	114	116	120

## ・甲州市観光協会HP「ぐるり甲州市」アクセス数

令和元年度以降、セッション数、ユーザー、ページビュー数ともに減少傾向で推移しています。なお、令和5年度にGoogleによる計数方法の見直しがあったため、令和4年度以前との連続性はありません。

表：甲州市観光協会HP閲覧状況の推移

	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
セッション数(回)	425,630	394,705	337,218	331,749	223,804
ユーザー数(人)	352,098	343,088	271,656	270,423	183,442
ページビュー数(回)	891,943	866,989	717,743	648,612	460,529

※セッション数：サイトに訪問してから離脱するまでの一連の行動(サイト内のページの閲覧やダウンロードなどイベントの発生など)のことである。

※ユーザー：特定期間でサイトに訪問した固有のユーザーを指す。同じ人が朝昼夜と訪問した場合、セッションは3だが、ユーザーは1となる。

※ページビュー数：サイト内のページが表示された数。あるサイトで、トップページ→ページA→ページBと閲覧した場合は、ページビュー数3、セッション数1、ユーザー数1となる。

## ・甲州市観光協会X利用状況

X(旧ツイッター)の活用によりタイムリーな情報発信に取り組んでいます。令和2、3年度にはアニメの聖地巡礼の効果によりフォロワー数が増加しています。また、令和5年度にかけて、フォロワー数、投稿数、閲覧数ともに順調に増加しています。

表：甲州市観光協会X利用状況の推移

	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
フォロワー数(人)	2,975	4,075	4,682	5,226	5,960
投稿数(回)	235	219	130	311	490
閲覧数(回)	936,417	1,553,654	1,448,833	1,532,400	3,347,774

## ・レンタサイクル「ぐるりん」利用状況

市内のレンタサイクル「ぐるりん」は塩山駅、勝沼ぶどう郷駅、勝沼支所の3か所に設置されています。令和4年度にはコロナ禍前を上回る利用件数がありましたが、令和5年度には減少しています。

表：レンタサイクル「ぐるりん」利用状況の推移

(単位：件)

	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
塩山駅	658	438	639	854	731
勝沼ぶどう郷駅	1,364	1,124	1,220	1,639	1,148
勝沼支所	120	104	121	156	81
合計	2,142	1,666	1,980	2,649	1,960

## 4. 現行計画の検証

第3次計画は、令和2年度から令和6年度までの5年間を計画期間として策定され、様々な取り組みを展開してきました。ここでは令和5年度までのKPIを中心として、その成果の概要をまとめます。

### ・KPI（重要業績評価指標）に基づく3つの基本施策の検証

#### 基本施策1 来訪者に対する受け入れ体制の整備強化

項目	実績値				KPI
	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
レンタサイクルの使用者数（人）	1,666	1,980	2,649	1,960	3,000
観光ボランティアガイドの登録者数（人）	119	114	116	120	158

#### ◆主な事業内容

- ・「甲州市レンタサイクル条例」に基づき、塩山駅、勝沼ぶどう郷駅、勝沼支所においてレンタサイクル55台を活用し、レンタサイクル事業を運営しました。また、令和3年度に新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金を活用し、スポーツタイプを30台購入し、設備の充実化を図りました。
- ・おもてなし体制充実事業の一環として、観光ボランティアガイド養成講座を年6回実施し、登録者数が増加しました。

#### ◆評価・検証

- ・レンタサイクルの使用者数は、新型コロナウイルス感染症に伴う行動制限の緩和や、令和5年4月1日からの道路交通法改正に伴う自転車利用者のヘルメット着用が努力義務化された影響等により増減が見られました。  
イベント開催等の移動手段として活用するなど、幅広い利用を推進し、来訪者の利便性向上が必要です。
- ・観光ボランティアガイド登録者は、来訪者に対する受け入れ体制の強化により増加しています。ボランティアガイド養成講座をさらに充実させ、ボランティアガイド登録者数の増加とともに個々のスキルアップが必要です。

## 基本施策 2 観光資源の磨き上げと発掘

項目	実績値				KPI
	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
歴史的資産活用イベント（回）	28	28	30	30	30
広域連携観光事業（回）	1	1	4	4	10
外国人宿泊者数（人）※	51	39	135	347	281

※山梨県観光入込客統計調査報告書の四半期別・圏域別推計宿泊数一覧のうち大菩薩恵林寺周辺と勝沼ぶどう郷駅周辺の合計人数

### ◆主な事業内容

- ・本市の歴史的資産を誘客促進の手段として観光資源と捉え、毎月2月から4月にかけて、甘草屋敷を主会場に「ひな飾りと桃の花まつり」を開催しました。（期間中に宮光園でコンサートを開催）
- ・ある〜く甲州推進協議会の事業として神社仏閣にスポットを当てたフットパス等のウォーキングイベントを開催しました。
- ・甲府市、及び峡東3市（笛吹市、山梨市、甲州市）の4市連携事業として、名古屋市及び大阪市での観光キャンペーンの実施及び4市を跨いで巡る周遊キャンペーンを実施しました。
- ・令和5年度に広域連携事業の一環として、ベトナムでの観光キャンペーンを実施しました。
- ・令和6年度には、台湾の訪日リピーターをターゲットとして体験ツアーなどを造成し、そのプロモーションを行うとともに、インフルエンサーによるモニターツアーを実施し、アジア諸国からの誘客促進を図りました。

### ◆評価・検証

- ・新型コロナウイルス感染症に伴う行動制限が緩和され、感染拡大防止と社会経済活動の両立が図られたことにより、来訪者が増加傾向にあり、外国人宿泊者数も増加しています。国内はもとより、インバウンドに向けた観光資源の磨き上げと発掘を推進するとともに、受け入れ体制の強化が必要です。
- ・「峡東地域の扇状地に適応した果樹農業システム」が世界農業遺産に認定されたことを機に、広域連携観光事業等で歴史的資産を活用したイベント等を実施することにより、ワインやフルーツ狩りに歴史的背景を絡めた付加価値を高める効果が期待できます。

### 基本施策3 情報発信と人的ネットワークの構築

項目	実績値				KPI
	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
協会ホームページユーザー数（千人）※	395	337	331	183	448
協会X閲覧数（千人）	1,554	1,448	1,532	3,348	1,505
市内鉄道駅乗降者数（千人）	1,262	1,358	1,268	1,354	1,923

※ 令和5年度より計測方法が変更となったため、令和4年度以前との連続性はありません。

#### ◆主な事業内容

- ・フルーツ娘、観光大使、観光キャラクターの参加による観光キャンペーン等のプロモーション事業を実施しました。
- ・制作会社等からのドラマやコマーシャルの撮影場所の提供依頼に対応するフィルムコミッションを実施しました。
- ・塩山駅構内の観光案内所利用率向上のため、令和4年度に観光案内所を移設し、来訪者への情報提供だけでなく、ワインの試飲販売やジェラートの販売、動画配信を行い、来訪者が立ち寄りやすい環境づくりに努めました。
- ・新型コロナウイルス感染症に伴う行動制限が緩和されたため、観光パンフレットの配布による宣伝に併せて、SNSや動画配信を積極的に活用し、幅広い層への情報発信を実施しました。

#### ◆評価・検証

- ・情報発信のデジタル化を推進した結果、協会Xのフォロワー数や閲覧数は増加し、本市に興味を持つ人は増加傾向にあると言えます。なお、協会ホームページは令和5年3月にリニューアルしたものの、ユーザー数の計測方法が変更となり、前年度以前の数値との連続性がなくなったため、今後の推移を注視していく必要があります。
- ・観光案内所については、JRとの連携を強化し、分かりやすく情報を発信することや、本市の認知度向上とリピーターの増加を図る必要があります。

## 5.甲州市の観光資源

計画の策定にあたり、市内の観光資源について整理を行います。

### (1) 果実

ブドウの生産量は日本でもトップクラスであり、特に生産が盛んな勝沼地域では、見渡す限り一面のブドウ畑が広がっています。代表的な品種としては、デラウェア、巨峰、ピオーネ、シャインマスカットなどがあり、市内各地の観光農園ではブドウ狩りを楽しむことができます。また、ブドウだけでなく、モモやサクランボ、スモモ、イチゴなどの栽培も盛んで、様々な果物を味わうことができます。なお、令和4年には、「峡東地域の扇状地に適応した果樹農業システム」が世界農業遺産に認定されています。

### (2) ワイン

本市では、生食用だけでなく、ワイン用のブドウの栽培も盛んで、個性豊かなワイナリーが複数点在しています。ワインは同じ品種のブドウを使っても醸造家によって全く異なる味わいとなります。本市には歴史あるワイナリーから、新しいワイナリーまで、それぞれ優れた醸造家たちがワインづくりに真摯に向き合っています。数あるワイナリーをめぐり、自分好みのワインを探すのも本市でのワインの楽しみ方の1つとなっています。なお、ワイン産業が盛んな本市と笛吹市、山梨市からなる峡東地域では平成30年に「葡萄畑が織りなす風景-山梨県峡東地域-」が、本市と茨城県牛久市では令和2年に「日本ワイン140年史～国産ブドウで醸造する和文化の結晶～」が日本遺産にそれぞれ認定されました。

### (3) 自然

本市は、令和元年に登録された「甲武信ユネスコエコパーク」に大半が含まれており、大自然を楽しむことができます。この豊かな自然を活かしたレジャーやアウトドアなどの体験型観光が盛んです。数多くのトレッキングルートがあり、日本百名山である「大菩薩嶺」はファミリーからベテランまでトレッキングを楽しむことができます。その他、百名山の「笠取山」や初心者向けの「大蔵高丸」などがあります。雄大な自然に囲まれた日川渓谷のレジャーセンターでは、バーベキューや水遊び、魚釣りなどを楽しむことができます。

### (4) 神社・仏閣・文化財

本市には歴史ある神社・仏閣が多くあります。山梨を代表する武将武田信玄の菩提寺である「恵林寺」では、信玄の墓所が聖域として祀られています。また、国の重要

文化財である「四脚門」、「太刀銘来国長」をはじめ、風林火山の旗として知られる「孫子の旗」など武田家に関する多くの文化財も残されています。

武田家の祈願所となっていた「放光寺」には国の重要文化財である仁王門の「木造金剛力士立像」ほか多くの文化財が残されています。また、四季折々に様々な花が咲き誇ることから「花の寺」とも呼ばれています。

この他本市には、菅田天神社所有の「小桜韋威鎧兜、大袖付」、向嶽寺所有の「絹本着色達磨図」、大善寺所有の「大善寺本堂」の3つの国宝を所有する神社や仏閣をはじめ様々な神社や仏閣が点在しており、歴史散策を楽しむことができます。

## (5) 温泉

市内には数多くの天然温泉が湧き出しており、泉質や湯の温度も様々な上、湯船から絶景を楽しめる魅力的な施設が複数あります。複数の宿泊施設が連なる「塩山温泉郷」、美容の湯として有名な「裂石温泉」、「笛吹川温泉」のほか、大自然のなかで温泉を楽しめる「やまと天目山温泉」や、南アルプスの大パノラマを楽しむことができる勝沼ぶどうの丘にある「天空の湯」、日本百名山で有名な大菩薩嶺にある「大菩薩の湯」などがあります。

## (6) イベント

本市では、年間を通して伝統的な祭りや地域行事、イベントが開催されています。

春には、甘草屋敷を主会場とした「ひな飾りと桃の花まつり」でお雛様やつるし飾りとモモの花のコラボレーションを見ることができます。また、武田家の聖地である本市では武田家一族の霊を慰め、甲斐国を支配した権威を語り伝える「ふるさと武田勝頼公まつり」も開催されます。

秋には、数多くの祭りが開催されます。甲州弁で「お寄りください」という意味の「およっちよい祭り」や、ブドウの実りと収穫の喜び、ブドウとワインの歴史を築いた先人に感謝する祭典である「かつぬまぶどうまつり」、市内のワイナリーが出来立てのワインを持ち寄り、どこよりも早く新酒ワインを味わえる「かつぬま新酒ワインまつり」など、ブドウ、ワインに関するイベントが盛りだくさんとなります。

また、1月を除く毎月第1日曜日に「かつぬま朝市」が開催されています。もともと地元有志から始まったこのイベントは、今では約200店舗が連なる山梨県内最大規模の朝市となり、県内外から多くの人を訪れ、地域の活性化にも大きく貢献しています。

なお、主な本市の地域行事やイベントは次のとおりとなっています。

●甲州市の主な地域行事や主なイベント一覧

○塩山地域

- ・藤木道祖神祭太鼓乗り(1月)
- ・一之瀬高橋の春駒(1月)
- ・ひな飾りと桃の花まつり(2月～4月)
- ・こうしゅう桜フェスタ(3月)
- ・恵林寺信玄公忌(4月)
- ・向嶽寺秋葉神社祭典(4月)
- ・介山祭(大菩薩峠安全祈願)(4月)
- ・放光寺大黒天まつり(4月)
- ・菅田天神社の禊まつり(6月)
- ・塩山温泉まつり(10月)
- ・熊野神社御幸行列(10月)
- ・菅田天神社例祭(10月)
- ・およっちよい祭り(10月)
- ・ころ柿づくり体験(11月)
- ・大菩薩トレッキング

○勝沼地域

- ・大善寺の藤切り祭(5月)
- ・かつぬまぶどうまつり(10月)
- ・山村の打ちばやしと渡御行列 (10月)
- ・かつぬま新酒ワインまつり(11月)
- ・立正寺子安祭り(11月)

○大和地域

- ・田野十二神楽(1月)
- ・氷川神社祭典(4月)
- ・ふるさと武田勝頼公まつり(4月)

●その他

- ・かつぬま朝市 (2～12月の第1日曜日)
- ・フットパス (年間を通し随時開催)
- ・駅からハイキング(4月・10月・11月等)
- ・ワインツーリズム (11月)

## 第3章 市の観光振興における課題

### 1. アンケート調査結果

市の観光振興における課題や地域資源の掘り起こしのため、市内観光事業者向けアンケートと首都圏居住者向け WEB アンケートを行いました。

#### (1) 市内観光事業者向けアンケート

##### ① 調査目的

本調査は、令和6年度に策定を行う「第4次観光振興計画」の基礎資料とするため、市内事業者の観光振興の問題点や課題等を把握するものです。

##### ② 調査期間

令和6年6月17日(月)～令和6年7月1日(月)の15日間。

##### ③ 調査対象

甲州市観光協会に加盟している市内個人事業主および中小企業合計264先を調査対象としました。

##### ④ 調査方法

調査対象者にアンケート用紙を郵送し、アンケート記入後、返信用封筒による返送で回収しました。

##### ⑤ 回収結果

回答数は122先、有効回収率は46.2%です。

##### 【記号について】

S A …単一回答(Single Answer)の略。選択回答は1項目。

M A …複数回答(Multi Answer)の略。回答する選択肢の数に制限なし。

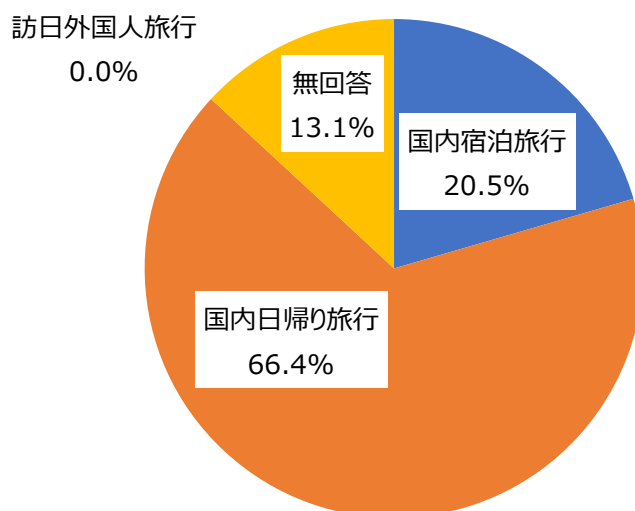
N …回答先数(Number)をあらわす。「N=100」は回答先数が100先。

## 【アンケート調査結果の抜粋】

### 問4 ターゲット顧客の旅行形態 (SA)

・ターゲット顧客の旅行形態について、「国内日帰り旅行」(66.4%)、「国内宿泊旅行」(20.5%)となっています。なお、「訪日外国人旅行」をターゲットとしている事業者はありませんでした。

問4 現在の主要ターゲット顧客の旅行形態



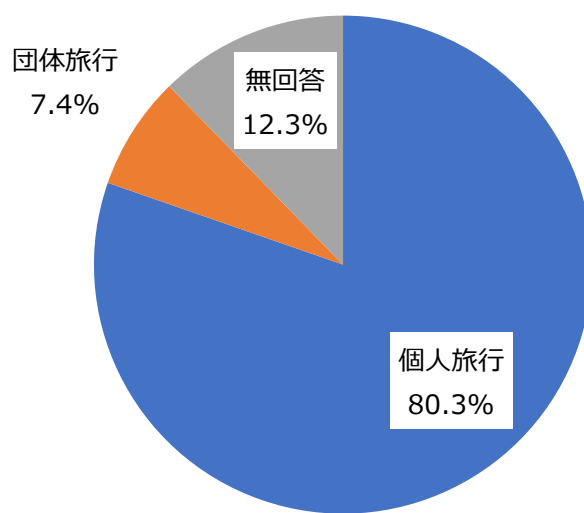
(N=122)

カテゴリー名	N	%
国内宿泊旅行	25	20.5
国内日帰り旅行	81	66.4
訪日外国人旅行	0	0.0
無回答	16	13.1
全体	122	100.0

## 問5 ターゲット顧客の人数構成 (SA)

・ターゲット顧客の人数構成について、「個人旅行」(80.3%)、「団体旅行」(7.4%)となっています。

問5 現在の主要ターゲット顧客の人数構成

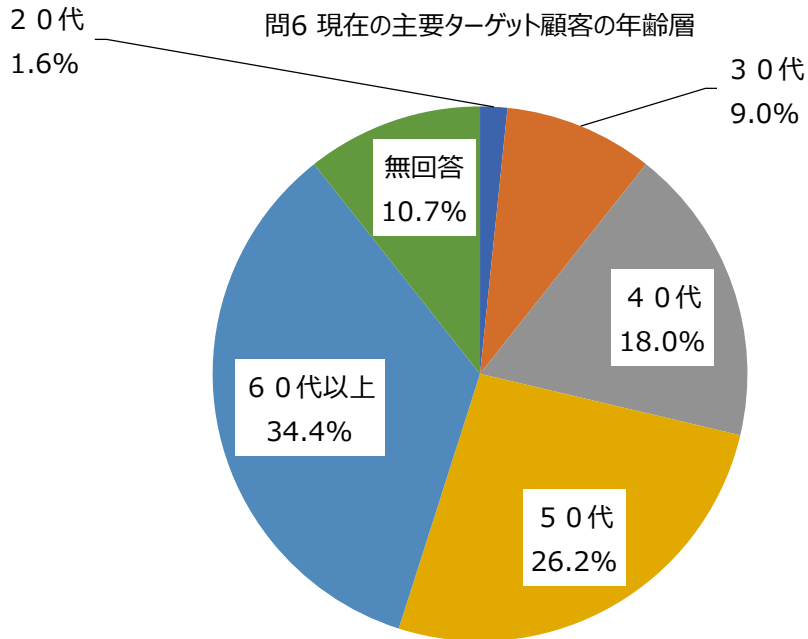


(N=122)

カテゴリー名	N	%
個人旅行	98	80.3
団体旅行	9	7.4
無回答	15	12.3
全体	122	100.0

## 問6 ターゲット顧客の年齢層 (SA)

・ターゲット顧客の年齢層について、最も多いのは「60代以上」(34.4%)です。次いで「50代」(26.2%)、「40代」(18.0%)の順となっています。

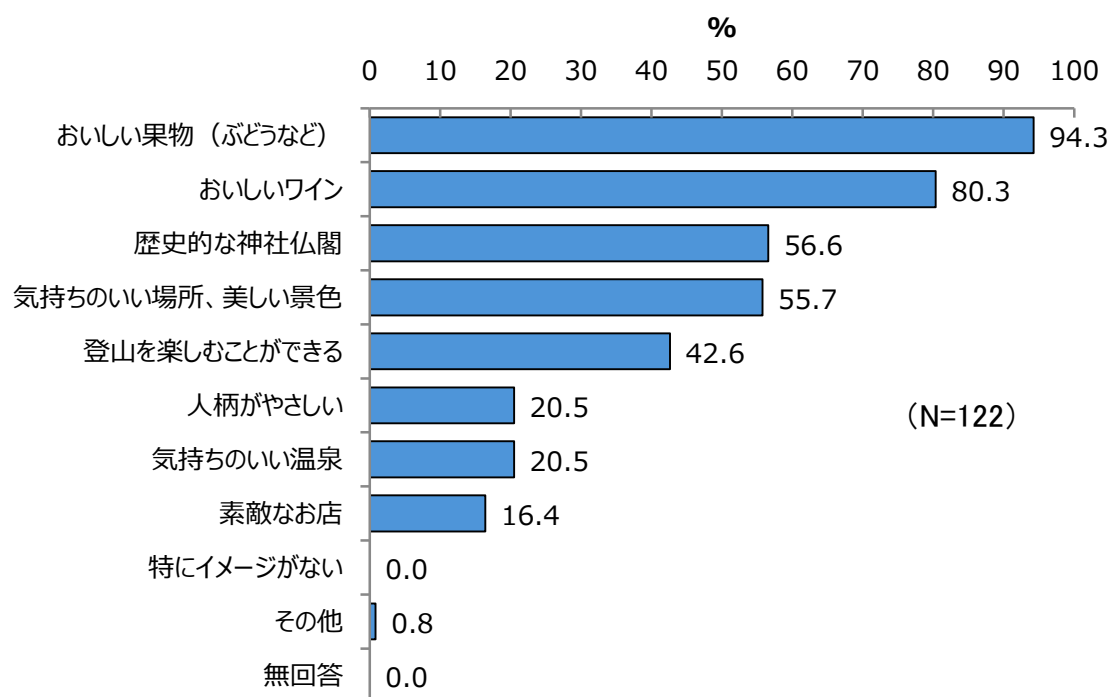


カテゴリー名	N	%
20代	2	1.6
30代	11	9.0
40代	22	18.0
50代	32	26.2
60代以上	42	34.4
無回答	13	10.7
全体	122	100.0

## 問7 甲州市の観光資源の強みについて (MA)

・本市の観光資源の強みについて、最も多いのは「おいしい果物（ブドウなど）」(94.3%)です。次いで「おいしいワイン」(80.3%)、「歴史的な神社仏閣」(56.6%)、「気持ちのいい場所、美しい景色」(55.7%)の順となっています。

Q7 甲州市の観光資源の強み

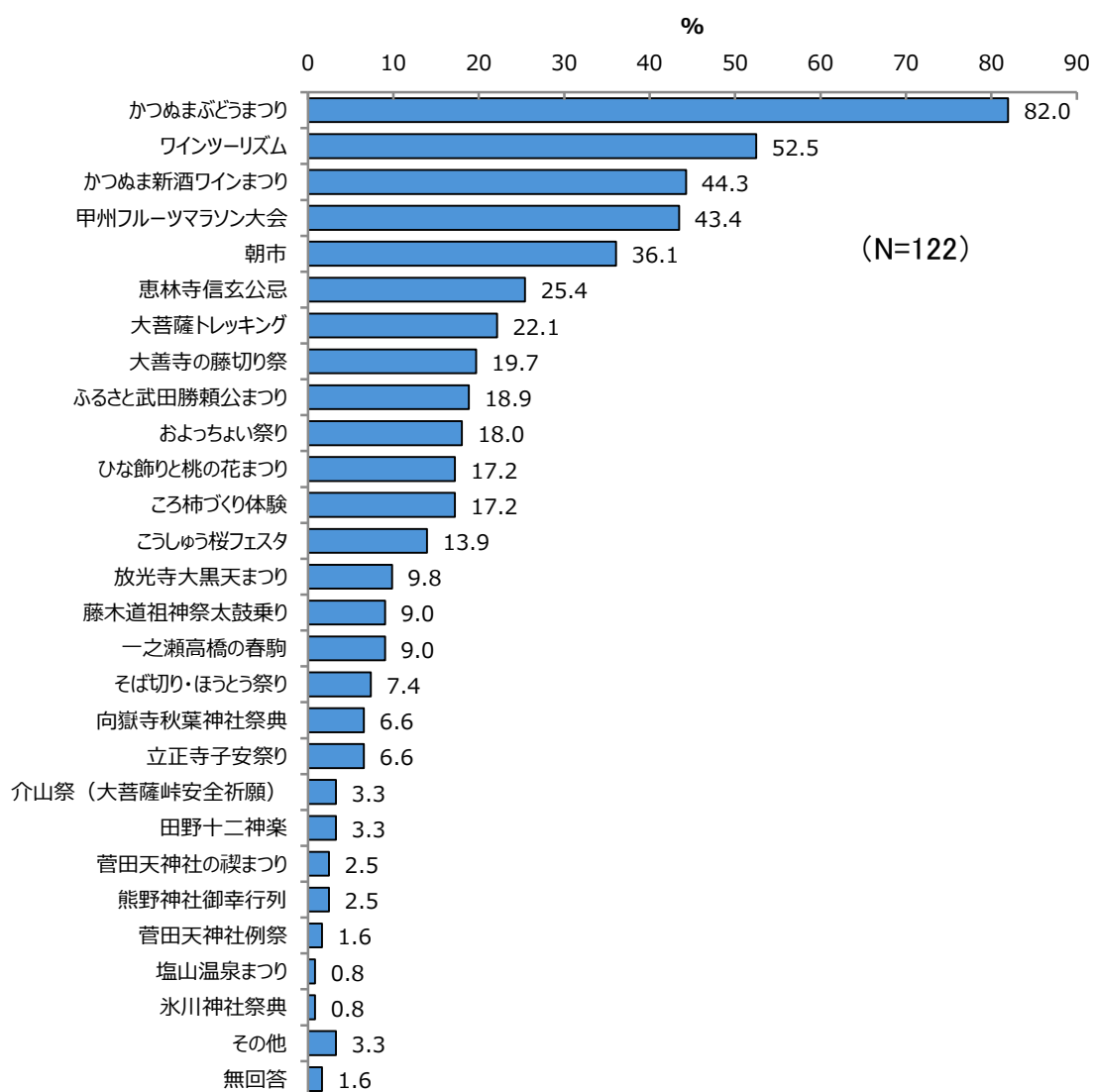


カテゴリー名	N	%
おいしい果物 (ぶどうなど)	115	94.3
おいしいワイン	98	80.3
歴史的な神社仏閣	69	56.6
気持ちのいい場所、美しい景色	68	55.7
登山を楽しむことができる	52	42.6
人柄がやさしい	25	20.5
気持ちのいい温泉	25	20.5
素敵なお店	20	16.4
特にイメージがない	0	0.0
その他	1	0.8
無回答	0	0.0
全体	122	100.0

## 問8 甲州市の観光の強みとなるイベントについて (MA)

・本市の観光の強みとなるイベントについて、最も多いのは「かつぬまぶどうまつり」(82.0%)です。次いで「ワインツーリズム」(52.5%)、「かつぬま新酒ワインまつり」(44.3%)の順となっています。

Q8 甲州市のイベントで観光の強みとなるもの

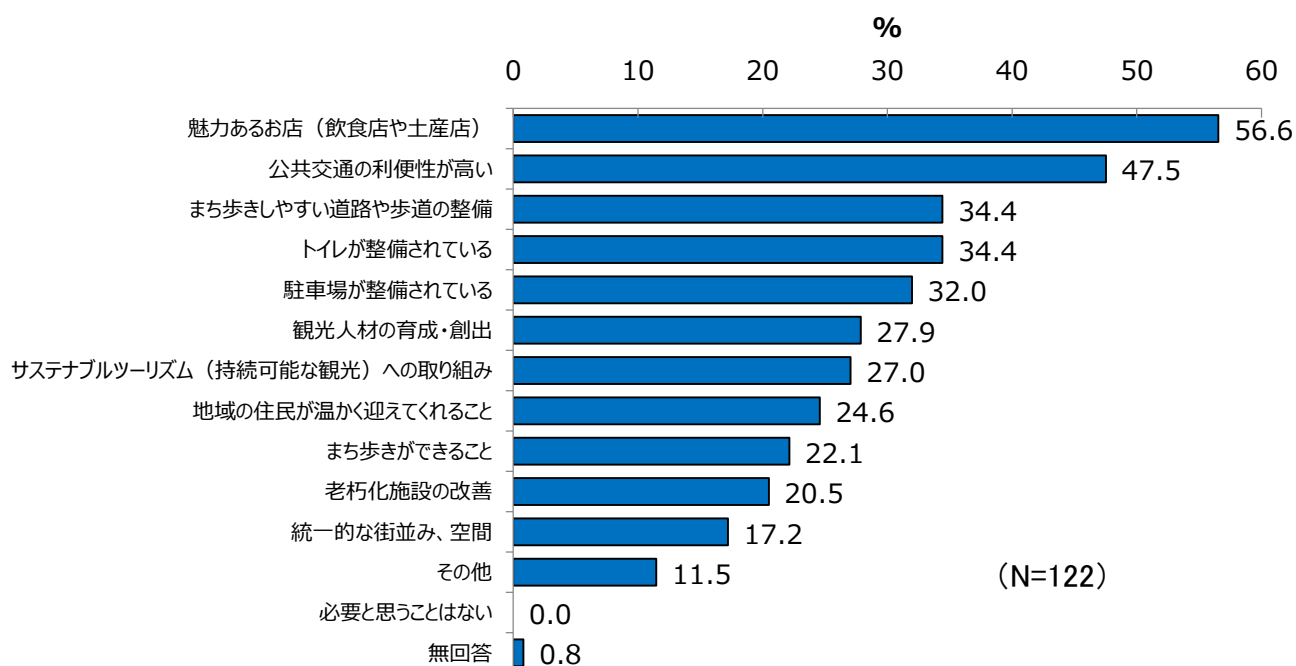


カテゴリー名	N	%
かつぬまぶどうまつり	100	82.0
ワインツーリズム	64	52.5
かつぬま新酒ワインまつり	54	44.3
甲州フルーツマラソン大会	53	43.4
朝市	44	36.1
恵林寺信玄公忌	31	25.4
大菩薩トレッキング	27	22.1
大善寺の藤切り祭	24	19.7
ふるさと武田勝頼公まつり	23	18.9
およっちよい祭り	22	18.0
ひな飾りと桃の花まつり	21	17.2
ころ柿づくり体験	21	17.2
こうしゅう桜フェスタ	17	13.9
放光寺大黒天まつり	12	9.8
藤木道祖神祭太鼓乗り	11	9.0
一之瀬高橋の春駒	11	9.0
そば切り・ほうとう祭り	9	7.4
向嶽寺秋葉神社祭典	8	6.6
立正寺子安祭り	8	6.6
介山祭（大菩薩峠安全祈願）	4	3.3
田野十二神楽	4	3.3
菅田天神社の禊まつり	3	2.5
熊野神社御幸行列	3	2.5
菅田天神社例祭	2	1.6
塩山温泉まつり	1	0.8
氷川神社祭典	1	0.8
その他	4	3.3
無回答	2	1.6
全体	122	100.0

## 問9 甲州市の観光振興に必要なものについて (MA)

・本市の観光振興に必要なものについて、最も多いのは「魅力あるお店（飲食店や土産店）」(56.6%)です。次いで「公共交通の利便性が高い」(47.5%)、「まち歩きしやすい道路や歩道の整備」(34.4%)、「トイレが整備されている」(34.4%)の順となっています。

問9 甲州市の観光振興に必要なもの

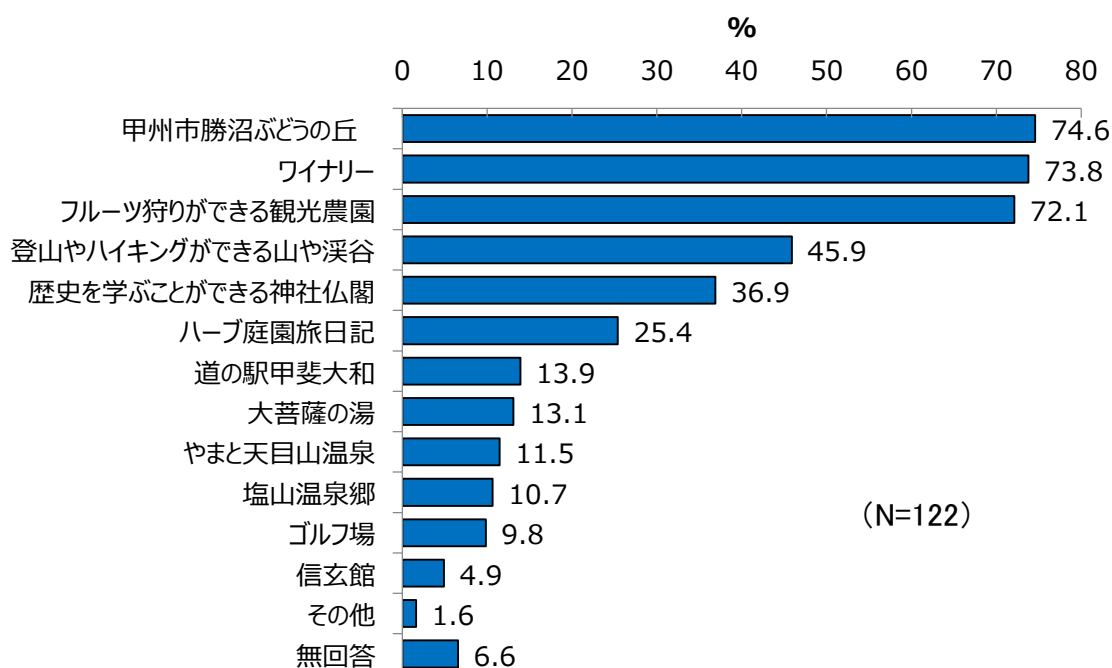


カテゴリー名	N	%
魅力あるお店（飲食店や土産店）	69	56.6
公共交通の利便性が高い	58	47.5
まち歩きしやすい道路や歩道の整備	42	34.4
トイレが整備されている	42	34.4
駐車場が整備されている	39	32.0
観光人材の育成・創出	34	27.9
サステナブルツーリズム（持続可能な観光）への取り組み	33	27.0
地域の住民が温かく迎えてくれること	30	24.6
まち歩きができること	27	22.1
老朽化施設の改善	25	20.5
統一的な街並み、空間	21	17.2
その他	14	11.5
必要と思うことはない	0	0.0
無回答	1	0.8
全体	122	100.0

## 問10 甲州市の観光資源の強みとなる施設について (MA)

・本市の観光資源の強みとなる施設について、最も多いのは「甲州市勝沼ぶどうの丘」(74.6%)です。次いで「ワイナリー」(73.8%)、「フルーツ狩りができる観光農園」(72.1%)の順となっています。

問10 甲州市の観光資源の強みとなる施設

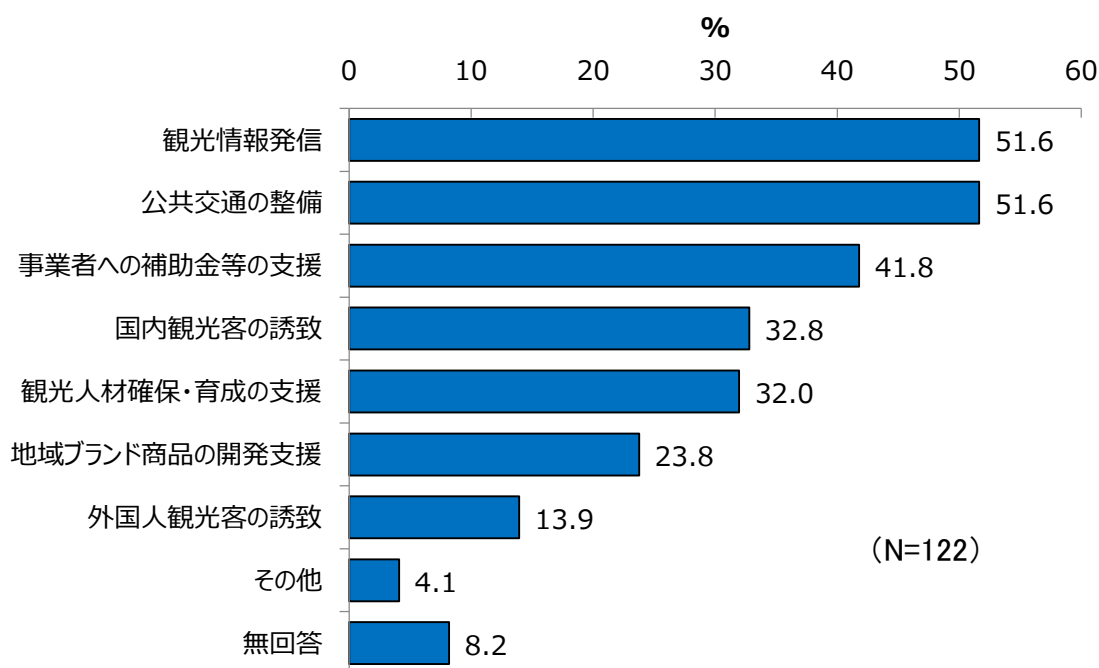


カテゴリー名	N	%
甲州市勝沼ぶどうの丘	91	74.6
ワイナリー	90	73.8
フルーツ狩りができる観光農園	88	72.1
登山やハイキングができる山や溪谷	56	45.9
歴史を学ぶことができる神社仏閣	45	36.9
ハーブ庭園旅日記	31	25.4
道の駅甲斐大和	17	13.9
大菩薩の湯	16	13.1
やまと天目山温泉	14	11.5
塩山温泉郷	13	10.7
ゴルフ場	12	9.8
信玄館	6	4.9
その他	2	1.6
無回答	8	6.6
全体	122	100.0

## 問 1 1 市が取り組むべき観光振興への取り組みについて (MA)

・市が取り組むべき観光振興への取り組みについて、最も多いのは「観光情報発信」(51.6%)、「公共交通の整備」(51.6%)です。次いで「事業者への補助金等の支援」(41.8%)の順となっています。

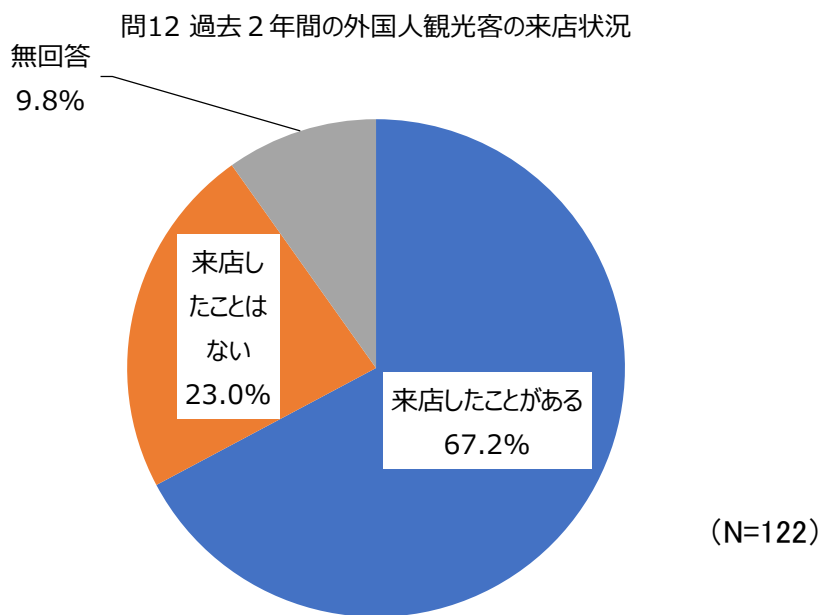
問11 市が取り組むべき観光振興への取り組み



カテゴリー名	N	%
観光情報発信	63	51.6
公共交通の整備	63	51.6
事業者への補助金等の支援	51	41.8
国内観光客の誘致	40	32.8
観光人材確保・育成の支援	39	32.0
地域ブランド商品の開発支援	29	23.8
外国人観光客の誘致	17	13.9
その他	5	4.1
無回答	10	8.2
全体	122	100.0

## 問12 過去2年間の外国人観光客の来店について (SA)

・過去2年間の外国人観光客の来店について、「来店したことがある」(67.2%)、「来店したことはない」(23.0%)となっています。なお、来店したことがある主な国については、「中国」が最も多く、以下「アメリカ」、「ヨーロッパ（イギリス、フランス等）」、「台湾」、「韓国」などとなっています。

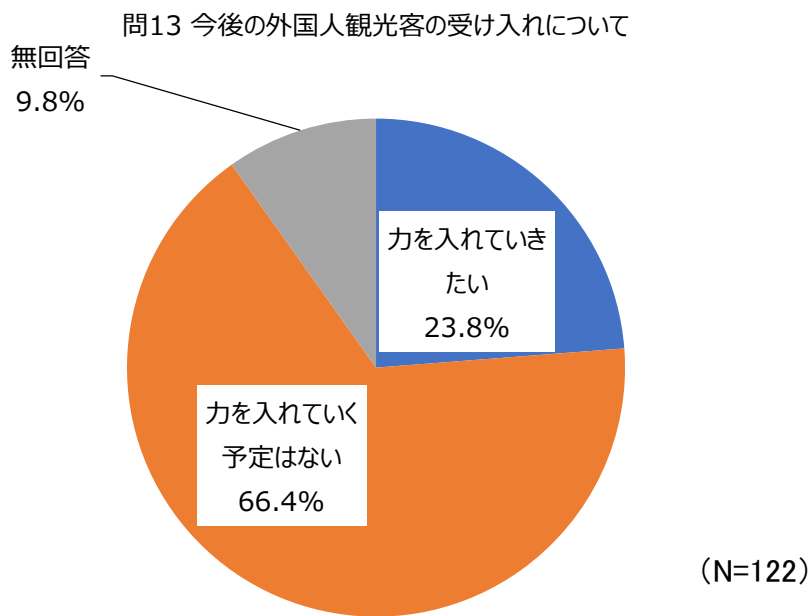


カテゴリー名	N	%
来店したことがある	82	67.2
来店したことはない	28	23.0
無回答	12	9.8
全体	122	100.0

カテゴリー名	N
中国	39
アメリカ	31
ヨーロッパ（イギリス、フランス等）	19
台湾	15
韓国	10

### 問13 今後の外国人観光客の受け入れについて (SA)

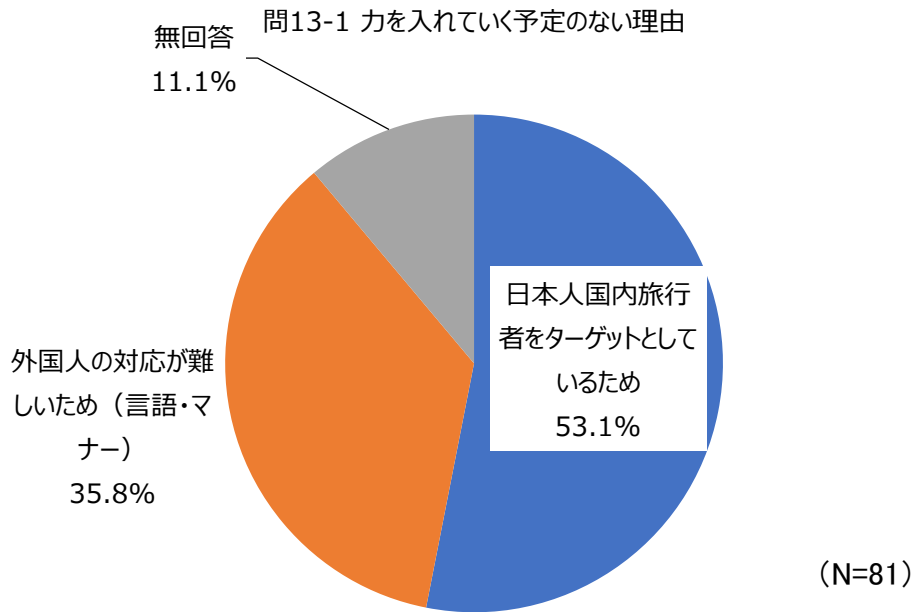
・今後の外国人観光客の受け入れについて、「力を入れていきたい」(23.8%)、「力を入れていく予定はない」(66.4%)となっています。なお、「力を入れていきたい」国については、中国、台湾などのアジアのほか、ヨーロッパ、アメリカなどとなっています。



カテゴリー名	N	%
力を入れていきたい	29	23.8
力を入れていく予定はない	81	66.4
無回答	12	9.8
全体	122	100.0

### 問13-1 力を入れていく予定がない理由について (SA)

・力を入れていく予定がない理由について、「日本人国内旅行者をターゲットとしているため」(53.1%)、「外国人の対応が難しいため(言語・マナー)」(35.8%)となっています。



カテゴリー名	N	%
日本人国内旅行者をターゲットとしているため	43	53.1
外国人の対応が難しいため(言語・マナー)	29	35.8
無回答	9	11.1
全体	81	100.0

## (2) 首都圏居住者向けアンケート

### ①調査目的

本調査は、令和6年度に策定を行う「第4次観光振興計画」の基礎資料とするため、首都圏居住者視点で本市の観光振興の問題点や課題等を把握するものです。

### ②調査期間

令和6年6月21日（金）～令和6年6月24日（月）の4日間。

### ③調査対象

東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県居住者 合計500名を調査対象として抽出しました。

### ④調査方法

インターネット調査会社を經由したWEBアンケートで実施しました。

### ⑤回収結果

回答者数は500名

#### 【記号について】

S A …単一回答(Single Answer)の略。選択回答は1項目。

M A …複数回答(Multi Answer)の略。回答する選択肢の数に制限なし。

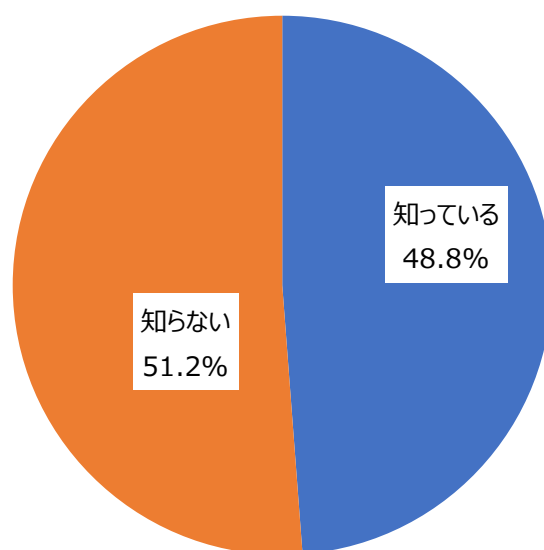
N …回答先数 (Number) をあらわす。「N = 100」は回答先数が100先。

## 【アンケート調査結果の抜粋】

### 問4 甲州市の認知度について (SA)

・本市の認知度について、「知っている」が48.8%、「知らない」が51.2%となっています。

問4 甲州市の認知度

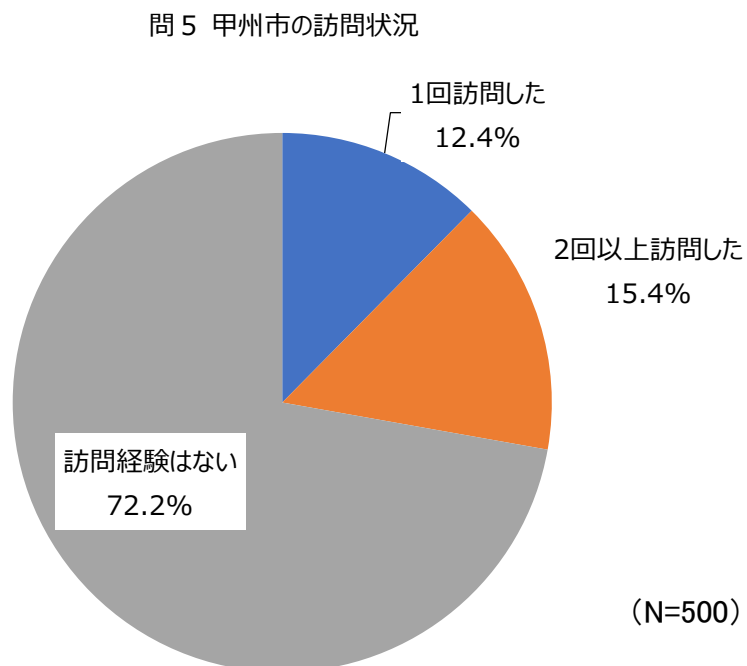


(N=500)

カテゴリー名	N	%
知っている	244	48.8
知らない	256	51.2
全体	500	100.0

## 問5 甲州市の訪問状況について (SA)

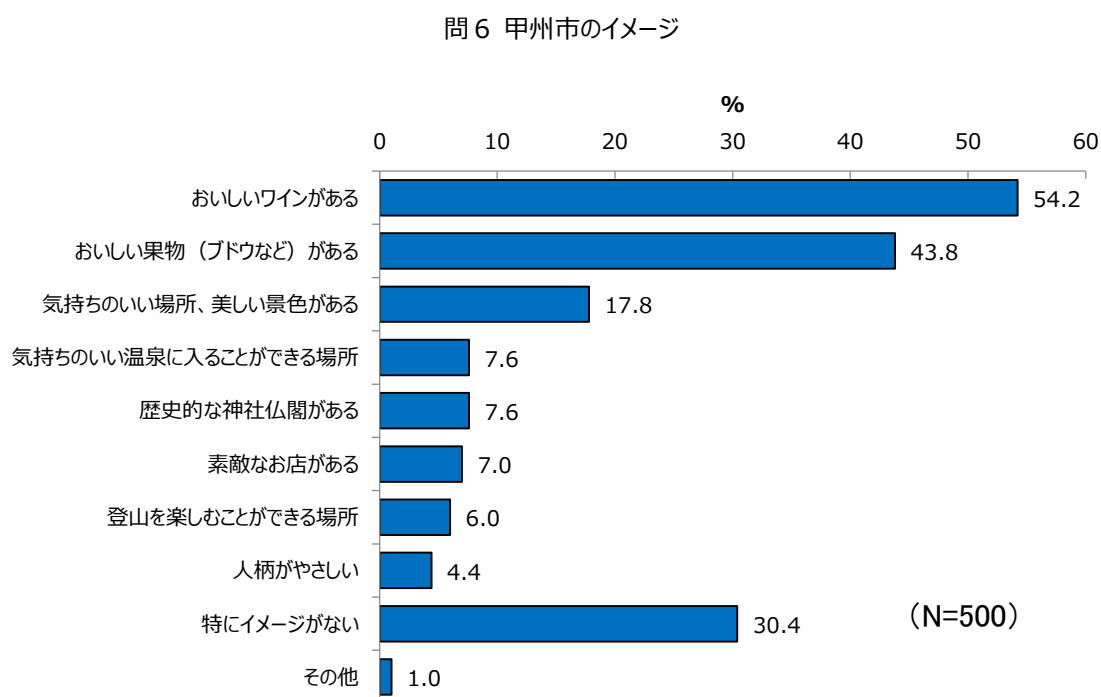
- ・本市の訪問状況について、「1回訪問した」が12.4%、「2回以上訪問した」が15.4%、「訪問経験はない」が72.2%となっています。



カテゴリー名	N	%
1回訪問した	62	12.4
2回以上訪問した	77	15.4
訪問経験はない	361	72.2
全体	500	100.0

## 問6 甲州市のイメージについて (MA)

・本市のイメージについて、最も多いのは「おいしいワインがある」(54.2%)です。次いで「おいしい果物(ブドウなど)がある」(43.8%)、「気持ちのいい場所、美しい景色がある」(17.8%)の順となっています。なお、「特にイメージがない」は30.4%となっています。

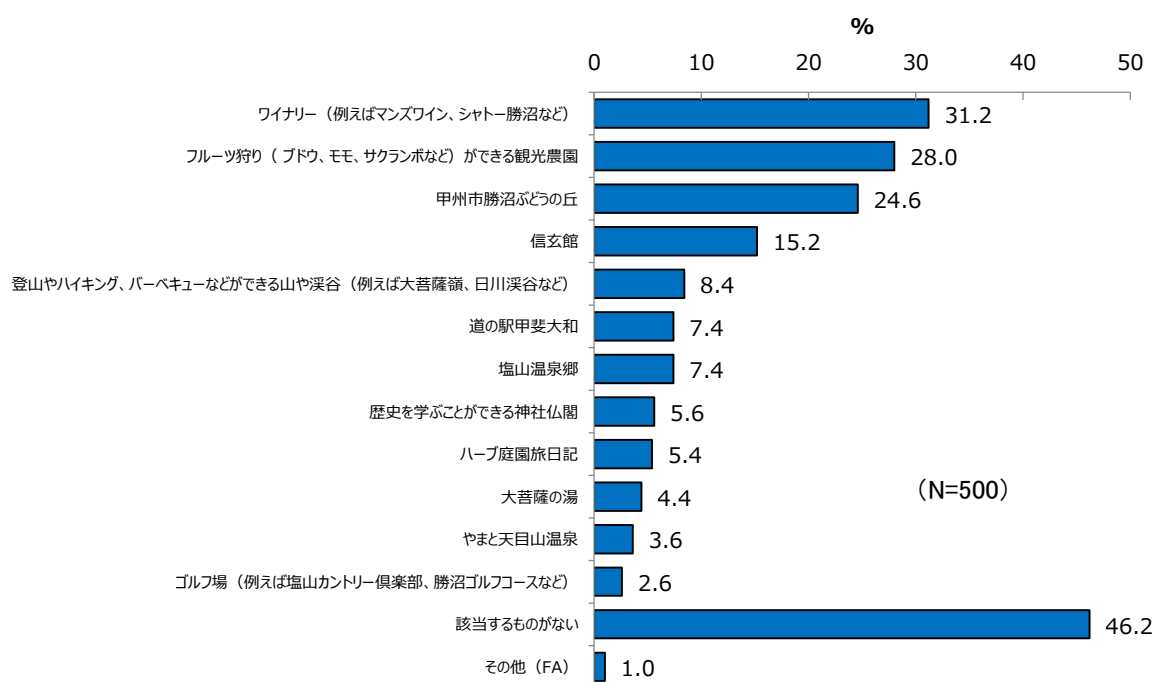


カテゴリー名	N	%
おいしいワインがある	271	54.2
おいしい果物(ブドウなど)がある	219	43.8
気持ちのいい場所、美しい景色がある	89	17.8
気持ちのいい温泉に入ることができる場所	38	7.6
歴史的な神社仏閣がある	38	7.6
素敵なお店がある	35	7.0
登山を楽しむことができる場所	30	6.0
人柄がやさしい	22	4.4
特にイメージがない	152	30.4
その他	5	1.0
全体	500	100.0

## 問7 甲州市の観光スポットや名所の認知状況について (MA)

・本市の観光スポットや名所の認知状況について、最も多いのは「ワイナリー（例えばマンズワイン、シャトー勝沼など）」（31.2%）です。次いで「フルーツ狩り（ブドウ、モモ、サクランボなど）ができる観光農園」（28.0%）、「甲州市勝沼ぶどうの丘」（24.6%）の順となっています。なお、「該当するものはない」は46.2%となっています。

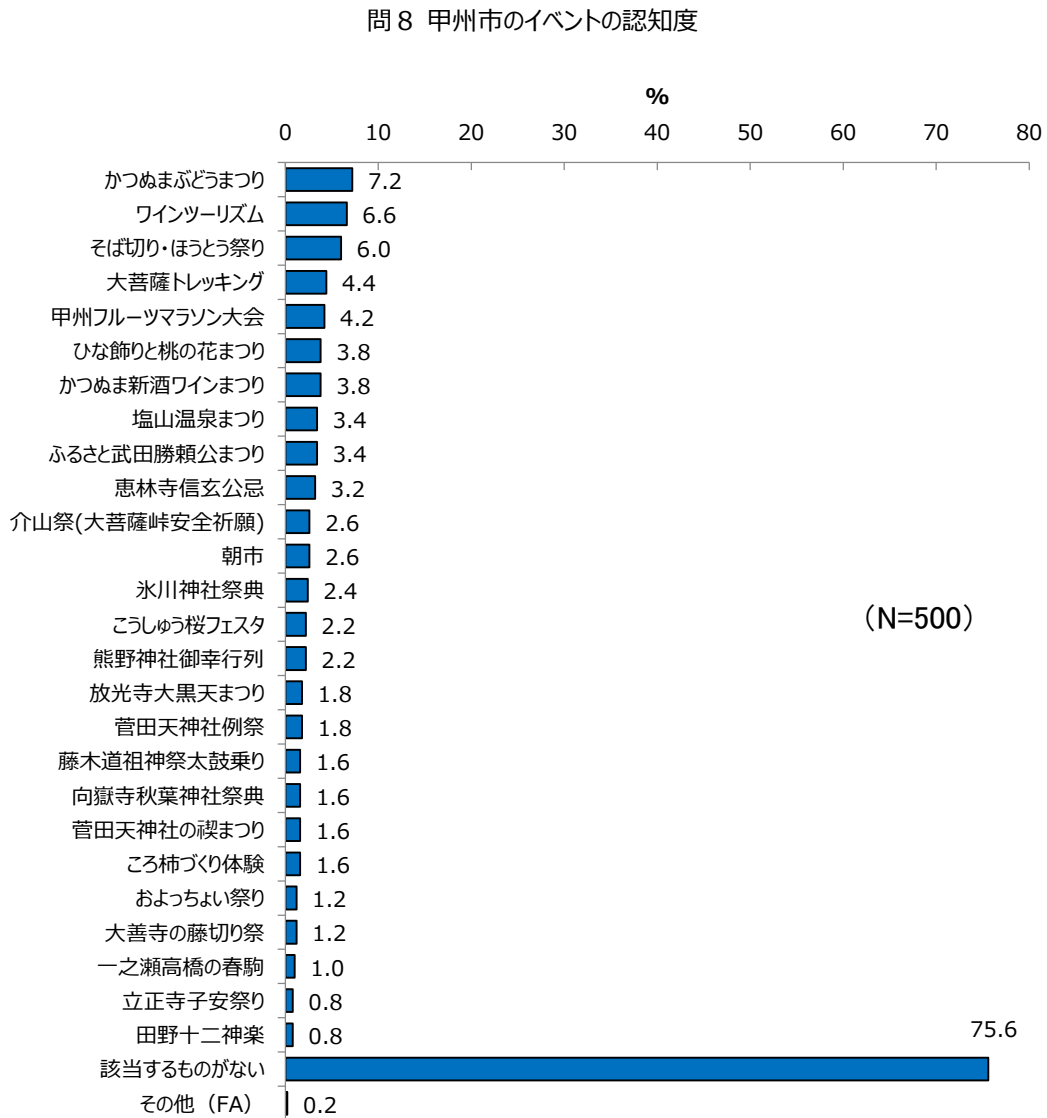
問7 甲州市の観光地の認知度



カテゴリー名	N	%
ワイナリー（例えばマンズワイン、シャトー勝沼など）	156	31.2
フルーツ狩り（ブドウ、モモ、サクランボなど）ができる観光農園	140	28.0
甲州市勝沼ぶどうの丘	123	24.6
信玄館	76	15.2
登山やハイキング、バーベキューなどができる山や渓谷（例えば大菩薩嶺、日川渓谷など）	42	8.4
道の駅甲斐大和	37	7.4
塩山温泉郷	37	7.4
歴史を学ぶことができる神社仏閣	28	5.6
ハーブ庭園旅日記	27	5.4
大菩薩の湯	22	4.4
やまと天目山温泉	18	3.6
ゴルフ場（例えば塩山カントリー倶楽部、勝沼ゴルフコースなど）	13	2.6
該当するものがない	231	46.2
その他（FA）	5	1.0
全体	500	100.0

## 問8 甲州市のイベントの認知状況について (MA)

・本市のイベントの認知状況について、最も多いのは「かつぬまぶどうまつり」(7.2%)です。次いで「ワインツーリズム」(6.6%)、「そば切り、ほうとう祭り」(6.0%)の順となっています。なお、「該当するものはない」は75.6%となっています。

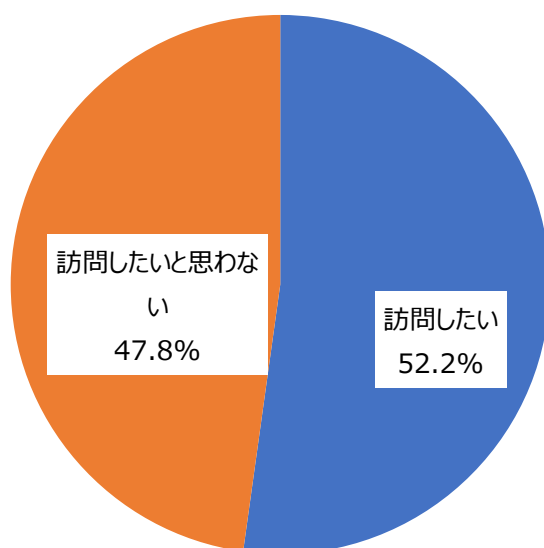


カテゴリー名	N	%
かつぬまぶどうまつり	36	7.2
ワインツーリズム	33	6.6
そば切り・ほうとう祭り	30	6.0
大菩薩トレッキング	22	4.4
甲州フルーツマラソン大会	21	4.2
ひな飾りと桃の花まつり	19	3.8
かつぬま新酒ワインまつり	19	3.8
塩山温泉まつり	17	3.4
ふるさと武田勝頼公まつり	17	3.4
恵林寺信玄公忌	16	3.2
介山祭(大菩薩峠安全祈願)	13	2.6
朝市	13	2.6
氷川神社祭典	12	2.4
こうしゅう桜フェスタ	11	2.2
熊野神社御幸行列	11	2.2
放光寺大黒天まつり	9	1.8
菅田天神社例祭	9	1.8
藤木道祖神祭太鼓乗り	8	1.6
向嶽寺秋葉神社祭典	8	1.6
菅田天神社の禊まつり	8	1.6
ころ柿づくり体験	8	1.6
およっちょい祭り	6	1.2
大善寺の藤切り祭	6	1.2
一之瀬高橋の春駒	5	1.0
立正寺子安祭り	4	0.8
田野十二神楽	4	0.8
該当するものがない	378	75.6
その他 (FA)	1	0.2
全体	500	100.0

## 問9 甲州市への訪問希望について (SA)

- ・本市の訪問希望について、「訪問したい」は 52.2%、「訪問したいと思わない」は 47.8% となっています。

問9 甲州市の訪問希望



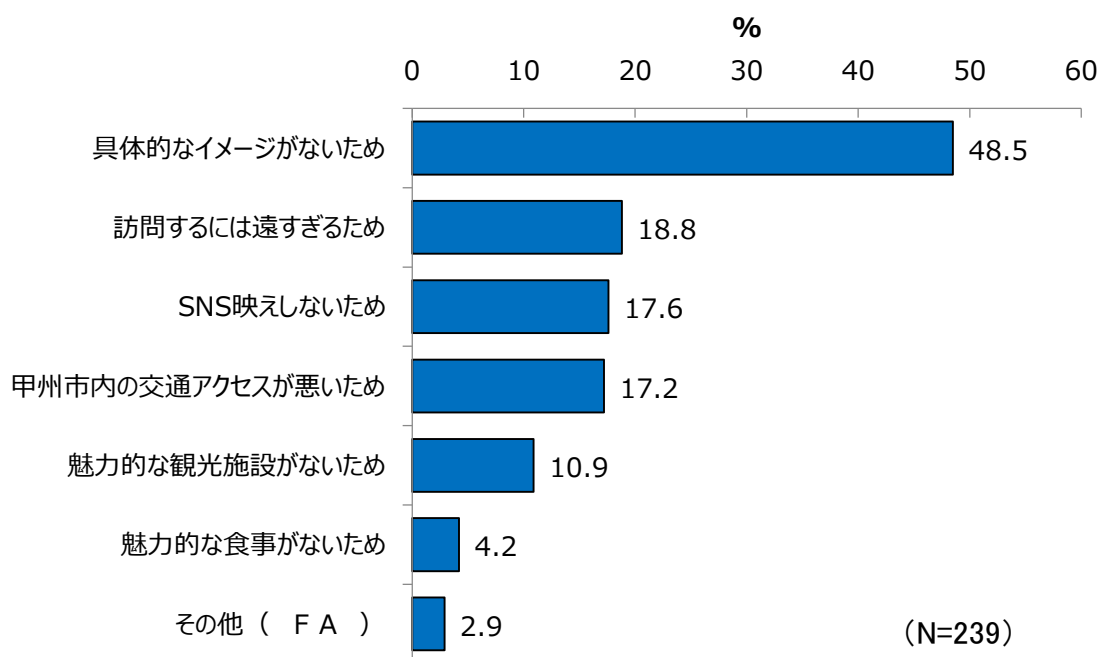
(N=500)

カテゴリー名	N	%
訪問したい	261	52.2
訪問したいと思わない	239	47.8
全体	500	100.0

## 問9 - 1 甲州市を訪問したくない理由について (MA)

- ・問9「訪問したいと思わない」の回答者に訪問したくない理由を聞いたところ、最も多いのは「具体的なイメージがないため」(48.5%)です。次いで「訪問するには遠すぎるため」(18.8%)、「SNS映えしないため」(17.6%)の順となっています。

問9 - 1 甲州市を訪問したくない理由

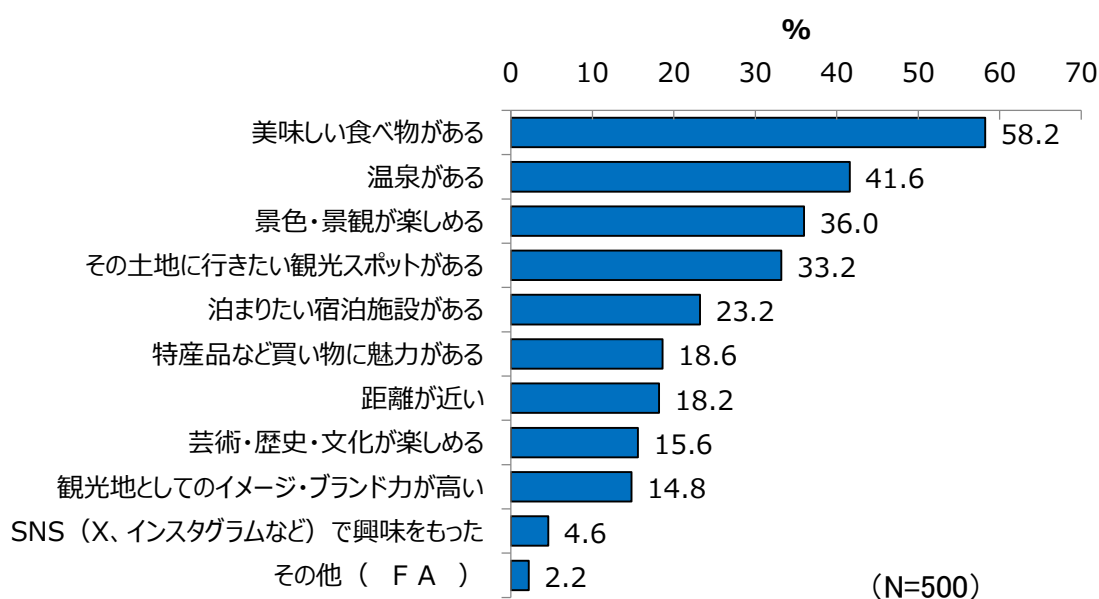


カテゴリー名	N	%
具体的なイメージがないため	116	48.5
訪問するには遠すぎるため	45	18.8
SNS映えしないため	42	17.6
甲州市内の交通アクセスが悪い	41	17.2
魅力的な観光施設がないため	26	10.9
魅力的な食事がないため	10	4.2
その他 ( F A )	7	2.9
全体	239	100.0

## 問 1 0 旅行先を決定するポイントについて (MA)

・旅行先を決定するポイントについて、最も多いのは「美味しい食べ物がある」(58.2%)です。次いで「温泉がある」(41.6%)、「景色・景観が楽しめる」(36.0%)の順となっています。

問 1 0 旅行先決定のポイント

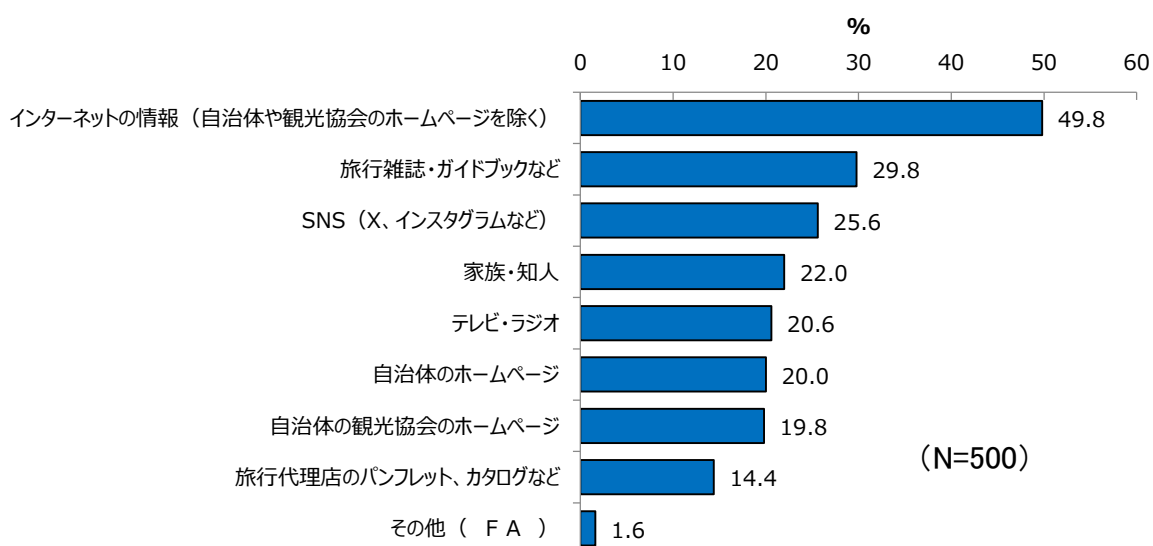


カテゴリー名	N	%
美味しい食べ物がある	291	58.2
温泉がある	208	41.6
景色・景観が楽しめる	180	36.0
その土地に行きたい観光スポットがある	166	33.2
泊まりたい宿泊施設がある	116	23.2
特産品など買い物に魅力がある	93	18.6
距離が近い	91	18.2
芸術・歴史・文化が楽しめる	78	15.6
観光地としてのイメージ・ブランド力が高い	74	14.8
SNS (X、Instagramなど) で興味をもった	23	4.6
その他 ( F A )	11	2.2
全体	500	100.0

### 問 13 観光情報の入手先について (MA)

・観光情報の入手先について、最も多いのは「インターネットの情報（自治体や観光協会のホームページを除く）」（49.8%）です。次いで「旅行雑誌・ガイドブックなど」（29.8%）、「SNS（X、インスタグラムなど）」（25.6%）の順となっています。

問 13 観光情報の入手先

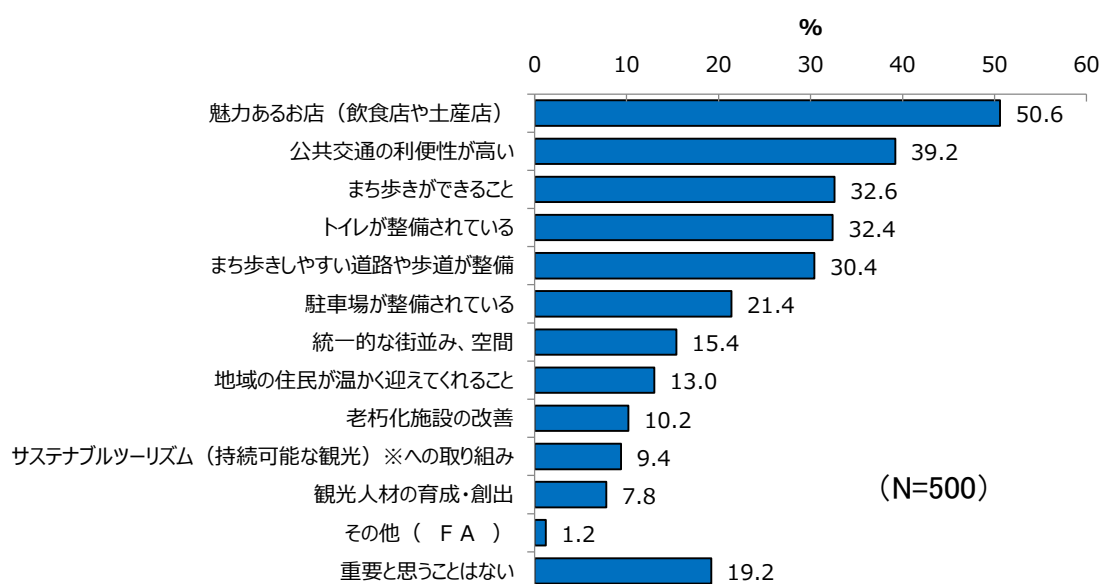


カテゴリー名	N	%
インターネットの情報（自治体や観光協会のホームページを除く）	249	49.8
旅行雑誌・ガイドブックなど	149	29.8
SNS（X、インスタグラムなど）	128	25.6
家族・知人	110	22.0
テレビ・ラジオ	103	20.6
自治体のホームページ	100	20.0
自治体の観光協会のホームページ	99	19.8
旅行代理店のパンフレット、カタログなど	72	14.4
その他（ F A ）	8	1.6
全体	500	100.0

## 問 1 4 観光地の魅力向上のために重要なことについて (MA)

・観光地の魅力向上のために重要なことについて、最も多いのは「魅力あるお店（飲食店や土産店）」（50.6%）です。次いで「公共交通の利便性が高い」（39.2%）、「まち歩きができること」（32.6%）の順となっています。なお、「重要に思うことはない」は19.2%となっています。

問 1 4 観光地の魅力向上の際に重要なこと



カテゴリー名	N	%
魅力あるお店（飲食店や土産店）	253	50.6
公共交通の利便性が高い	196	39.2
まち歩きができること	163	32.6
トイレが整備されている	162	32.4
まち歩きしやすい道路や歩道が整備	152	30.4
駐車場が整備されている	107	21.4
統一的な街並み、空間	77	15.4
地域の住民が温かく迎えてくれること	65	13.0
老朽化施設の改善	51	10.2
サステナブルツーリズム（持続可能な観光）※への取り組み	47	9.4
観光人材の育成・創出	39	7.8
その他（ F A ）	6	1.2
重要とすることは無い	96	19.2
全体	500	100.0

※サステナブルツーリズム（持続可能な観光）：旅行者、観光関係事業者、受け入れ地域にとって、「環境」、「文化」、「経済」の視点で持続可能かつ発展性のある観光

## 2. SWOT 分析による甲州市の観光資源分析

SWOT 分析のフレームワークを用いて、これまでの調査結果に基づき、本市の観光資源の内部環境である「強み (Strength)」「弱み (Weakness)」、外部環境である「機会 (Opportunity)」「脅威 (Threat)」を分析し、本市の観光における課題を探る際の参考にします。

<b>強み (内部環境)</b> ①豊かな農業景観と土壌環境 ②美しい風景や眺望スポット ③市内にある多数の歴史ある神社や仏閣 ④首都圏からのアクセスが良い立地 ⑤桃・ぶどうなどの果実 ⑥多くのワイナリーとワイン ⑦果物狩りなどのアクティビティ ⑧通年で多くのイベントを開催	<b>弱み (内部環境)</b> ①公共交通機関が観光客にとって使いにくい ②大きな宿泊施設が少なく、宿泊客数が伸び悩んでいる ③温泉街に賑わいが無い ④甲州市の認知度の低さ ⑤観光客の満足度、消費額など継続的な調査が行われていない ⑥宿泊施設と地域観光資源の連携不足 ⑦情報発信が不足している ⑧外国人観光客が少ない
<b>機会 (外部環境)</b> ①日本ワインの海外での人気の高まり ②中部横断道開通による中京圏からのアクセス向上 ③団体旅行から個人旅行への転換 ④SNSなどデジタル情報発信の進展 ⑤外国人観光客の増加 ⑥「葡萄畑が織りなす風景-山梨県峡東地域-」と「日本ワイン 140年史~国産ブドウで醸造する和 문화の結晶~」が日本遺産に認定 ⑦「峡東地域の扇状地に適応した果樹農業システム」が世界農業遺産に認定	<b>脅威 (外部環境)</b> ①人口減少による生産、消費の活力低下 ②若者の都心への人口流出 ③地域間競争の激化 ④富士吉田・河口湖方面からの誘客の弱さ ⑤団体旅行から個人旅行への転換

分析結果をまとめると上記のようになります。

本市には美しい景観や歴史ある神社仏閣、果物やワインなどの美味しい食べ物、果物狩りなどのアクティビティや通年で開催される多くのイベントなど数多くの強みがあります。一方、公共交通機関の脆弱さや大きな宿泊施設がない、温泉地に賑わいが無い、宿泊施設と地域観光資源の連携が不足している、市の認知度が低い、継続的な観光に関する調査が行われていない、情報発信が不足している、外国人観光客が少ないなどの弱みもあります。

外部環境としては、峡東地域が日本遺産や世界農業遺産に認定されたほか、日本ワインの海外での人気の高まりや外国人観光客の増加、団体客から個人旅行への転換が進んでいる、SNSなどデジタル情報発信の進展などの機会に恵まれています。一方、人口減少による生産、消費の活力低下や若者の都心への流出、全国的な観光関連事業への注力による地域間競争の激化などの脅威にさらされています。

### 3. 甲州市の観光振興における課題

本市の現況やアンケート調査、SWOT 分析等を踏まえて、観光の課題を抽出します。

首都圏居住者向け WEB アンケート調査によると、普段の旅行で旅行先を決めるポイントは「美味しい食べ物がある」が最も多く、「温泉がある」ことや「景色・景観が楽しめる」との回答も一定数ありました。また、本市の観光資源の強みとして、「おいしい果物」、「おいしいワイン」との回答が多数ありました。本市は、日本を代表する果物の産地となっているほか、複数のワイナリーでワインが製造されるなど、名産品が数多くあります。

しかし、観光事業者アンケートによると、こういった名産品をブランド化し販売するお店や、魅力を伝える情報発信が今後必要であるとの声が多くありました。市内全体のブランディングを推進し、付随する情報発信の強化が求められています。また、観光事業者の現在の主要ターゲット顧客層において、50 代以上が半数を占めています。SWOT 分析では観光に関する継続的な調査が行われていない点が弱みとして挙げられており、本市の強みと主要ターゲット顧客層がうまく結びついているのかを見直すための継続的なマーケティング調査や本市の観光に関する満足度についてのアンケートを行う必要性が考えられます。

アンケート調査からみえる共通課題として、本市に着いた後の観光のための交通手段（二次交通）の脆弱性が挙げられます。公共交通機関を利用して訪れる観光客が、地域を移動する際に利用しやすい交通手段の提供が求められています。レンタサイクル事業は一定の成果を上げていますが、本市の強みであるワインを楽しむ観光客は利用できないため、別の交通手段の検討も必要です。

アフターコロナとなり、国内への外国人観光客が急増するなか、観光客誘致に向け、地方部を中心に観光関連事業に注力する様子が窺われるなど、地域間の競争が激しくなっています。本市も同様の状況ではありますが、平成 30 年には「葡萄畑が織りなす風景-山梨県峡東地域-」、令和 2 年には「日本ワイン 140 年史～国産ブドウで醸造する和文化の結晶～」が日本遺産に、また令和 4 年には「峡東地域の扇状地に適応した果樹農業システム」が世界農業遺産に認定されるなど、世界に誇れる観光資源を活用したブランド化の可能性を秘めていることから、今後は峡東地域などの他市町村との広域連携も行う中、外国人観光客を含めた観光客の誘致策を推進することも必要です。

## 第4章 基本構想

### 1. 基本理念

平成30年3月に策定し、令和5年3月に中間見直しを行った第2次甲州市総合計画(甲州市まちづくりプラン)では、まちづくりの将来像として「豊かな自然 歴史と文化に彩られた 果樹園交流のまち 甲州市」を掲げており、本市は豊かな自然に包まれるなか果樹を中心とした農業が展開され、風光明媚な景観が広がっているほか、数多くの歴史資産と地域文化を有しています。

こうした本市の特性を最大限に活かした地域の活性化を図り、活気ある地域と産業づくりを目指す「創意に満ちた活力ある産業のまちづくり」を総合計画の基本目標とし、商工業や観光の振興に取り組んでいます。

本計画は、前期計画を踏襲するなか「観光立市」推進のため、自然、文化、歴史、産業といった豊富にある固有の地域資源を活用し、地域が主体となって総合的に取り組む「観光まちづくり」の推進を行うため、基本理念を、次のとおりとします。

### 基本理念：みんなでつくる・みんなが集う・観光立市甲州市

### 2. 基本目標

基本理念に基づいた、「観光まちづくり」を進めるための目標を基本目標と定めます。

#### 基本目標1 観光地としての地域ブランドの育成

自然、文化、歴史、産業と固有の資源を連携し、観光地として、地域ブランドを育成する(世界農業遺産認定の農業システム等)

#### 基本目標2 観光の質的向上と満足度の向上

おもてなし体制を拡充し、ハード面とソフト面の両面の整備を進め、観光客の満足度を向上させる

#### 基本目標3 観光地としての存在感の向上

新たな観光需要への対応に加え効果的な情報発信により、「観光のまち」としてのプレゼンスを上げる

### 3. 観光振興計画の KGI(重要目標達成指標)

基本目標の達成のため、計画期間 5 年間で達成すべき KGI（重要目標達成指標）を設定しました。

観光振興を図るために重要な交流人口・関係人口の確保を指標とするため、観光入込客数を KGI として、計画最終年度の令和 11 年の入込客数を 375 万人とします。

これは、コロナ禍前である令和元年の入込客数 331 万人を参考に、令和 5 年 3 月に中間見直しを行った第 2 次甲州市総合計画(甲州市まちづくりプラン)と同様に、入込客数の目標値を 375 万人と設定したものです。

年	令和 5 年 (2023 年)	令和 11 年 (2029 年)
観光入込客数	234 万人	375 万人



大菩薩峠

## 第5章 施策の展開

---

### 1. 基本施策

3つの基本目標の推進と目標指標を達成するため次の基本施策と具体的施策を設定します。

#### (1) 来訪者に対する受け入れ体制の整備強化

##### 具体的施策

- ① 観光拠点の整備
- ② 観光ネットワークの強化
- ③ 官民連携の強化

#### (2) 観光資源の磨き上げと発掘

##### 具体的施策

- ① 歴史・文化資源の活用強化
- ② 広域連携の強化
- ③ インバウンドの受入強化

#### (3) 情報発信と人的ネットワークの構築

##### 具体的施策

- ① 戦略的な情報発信の強化
- ② 観光関係組織の強化及びネットワークの構築
- ③ ブランディングの強化



大菩薩から見た富士山

## 基本施策 1 来訪者に対する受け入れ体制の整備強化

近年の観光ニーズの変化により、個人的なグループで、イベントに参加するのみではなく、体験し、滞在して楽しむ傾向がより顕著になっています。

そのため、観光客で賑わう施設のみではなく、その周辺の関連施設についても、受け入れ体制を充実させることが重要となっていることから、観光施設の維持・管理や公共交通の整備などに取り組んでいきます。

また、観光協会やワイン協会などの関係機関との連携を深め、地域のホスピタリティの向上に取り組むほか、地元住民と来訪者の交流を促進することで受け入れ体制のマインドを強化していくことを目指します。

### ● 具体的施策

- ① 観光拠点の整備
- ② 観光ネットワークの強化
- ③ 官民連携の強化

### ● K P I (重要業績評価指標)

項 目	指標	
	令和 5 年 (2023 年)	令和 11 年 (2029 年)
レンタサイクルの利用者数	1,960 人/年	2,050 人/年
観光ボランティアガイド登録者総数	120 人	138 人
勝沼周遊バスの利用者数	2,615 人/年	5,000 人/年

## 基本施策 2 観光資源の磨き上げと発掘

本市は、大菩薩連嶺をはじめとする豊かな自然や、武田信玄公関連を中心とした歴史的建造物、世界農業遺産に認定された果樹農業システムから栽培された高品質なブドウ、モモをはじめとするフルーツ、世界的に認められる甲州ワイン、四季を彩る果樹園景観等、観光資源は豊富にあります。

しかし、観光ニーズが「見学する」から「体験する」に変化し、人とのコミュニケーションを楽しむなど多様化しています。そのため再度、観光資源を見直し、新たな魅力や付加価値を見出すことや、個々の資源を連携させて新しい資源として確立するなど、活用方法を工夫していきます。あわせて市内全体での観光消費額の増加に取り組みます。

また、全国的に人口減少が進む中、さらなる増加が見込まれる訪日外国人旅行者(インバウンド)が新たな観光客ターゲットとして挙げられます。訪日外国人旅行者の受け入れには、言語の壁や、風習、習慣の違い等、課題も挙げられていますが、本市の観光資源を活用するほか、近隣自治体と連携するなか、外国人旅行者に選ばれる観光地を目指します。

### ● 具体的施策

- ① 歴史・文化資源の活用強化
- ② 広域連携の強化
- ③ インバウンドの受入強化

### ● K P I (重要業績評価指標)

項目	指標	
	令和 5 年 (2023 年)	令和 11 年 (2029 年)
歴史的資産活用イベント	30 回/年	35 回/年
広域連携観光事業	4 回	10 回
外国人宿泊客数※	349 人	618 人

※山梨県観光入込客統計調査報告書の四半期別・圏域別推計宿泊数一覧のうち大菩薩恵林寺周辺と勝沼ぶどう郷駅周辺の合計人数

## 基本施策3 情報発信と人的ネットワークの構築

旅行者の情報入手の手段は大きく変化しており、最近では SNS(ソーシャルネットワーキングサービス)や動画による情報取得の割合が急激に増加しているほか、プロモーションやマーケティングについても、同様の手法を活用した情報発信の効果が高まっています。

本市でもこうした手法を有効に活用し、戦略的な情報発信に努めます。

さらに、コロナ禍で控えていた対面での情報発信を強化するため、都市部に出向いてのキャラバン活動にも取り組んでいきます。

また、観光資源を結び付け、面的な「観光まちづくり」促進に向けて、観光産業の連携を密接にするための、関係組織の強化を図ります。

こうした取り組みを通し、豊かな自然や果物、ワイン、歴史的な遺産など本市の魅力ある観光資源のブランディングと認知度向上に努めます。

### ● 具体的施策

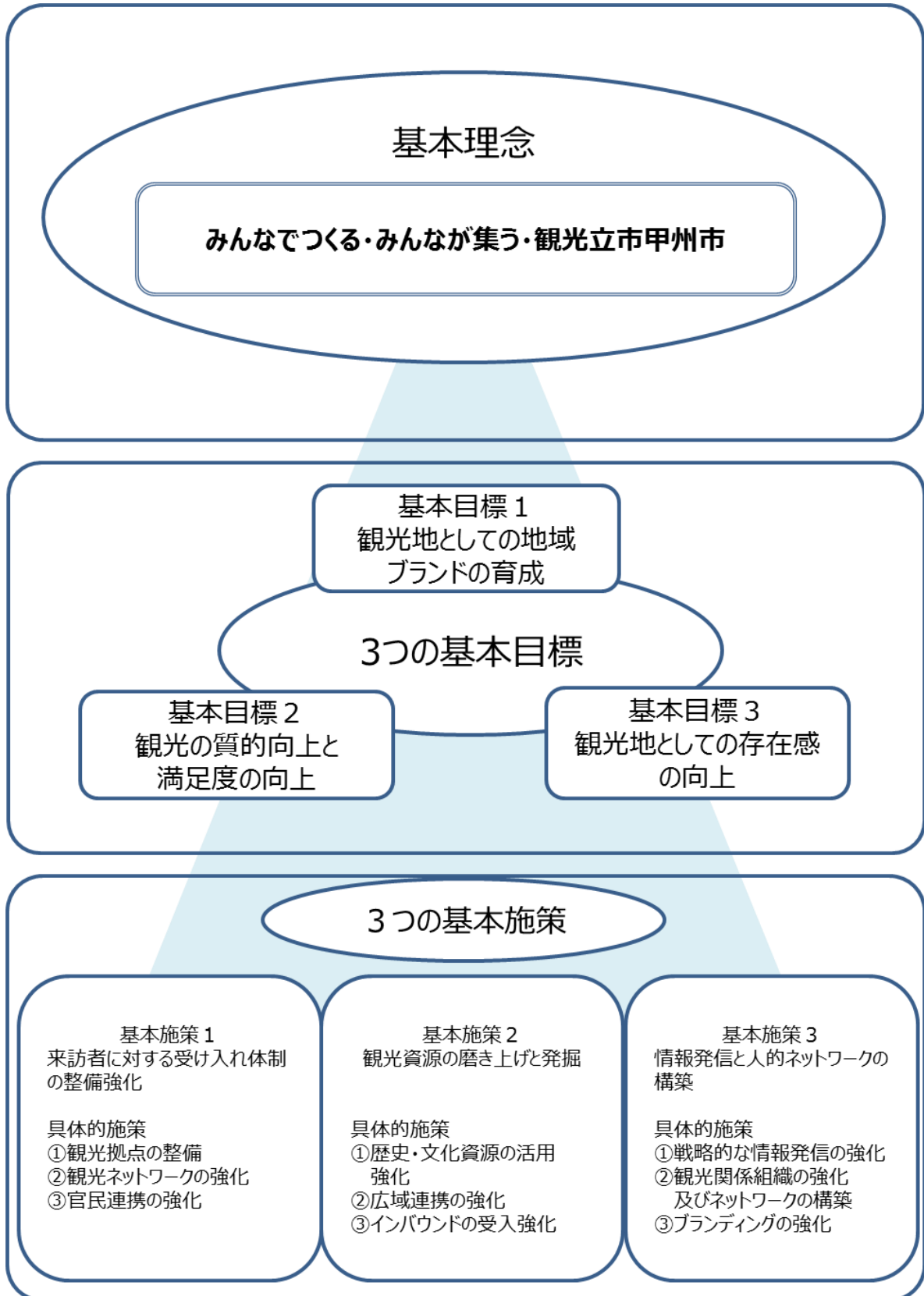
- ① 戦略的な情報発信の強化
- ② 観光関係組織の強化及びネットワークの構築
- ③ ブランディングの強化

### ● K P I (重要業績評価指標)

項 目	指標	
	令和 5 年 (2023 年)	令和 11 年 (2029 年)
甲州市観光協会ホームページユーザー数	18 万 3 千人	19 万 8 千人
甲州市観光協会ホームページセッション数※	22 万回	23 万 8 千回
甲州市観光協会 X インプレッション数	334 万 8 千回	361 万 8 千回
甲州市観光協会Instagramインプレッション数	17 万 8 千回	19 万 2 千回
対外観光交流プロモーション回数	15 回	21 回

※甲州市観光協会ホームページセッション数については、第 2 次甲州市総合計画の中でも KPI に設定されているが、当該計画策定後の令和 5 年度から Google による計数方法が変更となったため、本計画では現在の計数方法に沿った KPI を設定している。

## 2. 施策体系



### 3.具体的な取り組み

#### 1-①観光拠点の整備

##### (1)観光交流体験施設の維持管理

現在、観光交流体験施設は、甲州市交流保養センター(大菩薩の湯)・甲州市やまと天目山温泉・日川渓谷緑の村・道の駅甲斐大和の4施設があり、指定管理者制度を導入して管理運営を委託しています。

本市では指定管理者制度の目的である「公の施設の効果的、効率的な管理を行うため、その管理に民間の能力を活用するとともに、その適正な管理を確保する仕組みを整備し、住民サービスの向上や経費の節減等を図る」の達成に向けた仕組みづくりを進めます。

しかしながら、どの施設も老朽化による修繕費や、施設維持管理のための改修工事費の増加が大きな課題となっており、今後もさらなる増加が見込まれます。

今後も有効な活用が期待できる施設には優先順位を決め計画的に投資する一方、効果的・効率的な活用が難しい施設については、十分な検証を行うなか、民間譲渡も含め施設の存続について検討します。

##### (2)観光施設の維持管理

本市では複数の観光施設を管理しており、計画的に修繕工事を行っています。修繕工事を実施する際には、ユニバーサルデザインへの配慮等を可能な限り実施し、快適に利用できる施設を維持します。特に公衆トイレについては要望の多い洋式化を含めた工事を進めています。

ただし、老朽化や利用頻度が低下している施設も増加しているので、集約し、必要なものを整備していくこととします。

##### (3)観光案内・利便施設の整備

観光案内所は、JR塩山駅と、JR勝沼ぶどう郷駅に設置しており、「甲州市観光案内所運営協議会」により、運営されています。塩山駅の観光案内所については、ワインの試飲販売やジェラートの販売等を行う、観光客が立ち寄りやすい施設にリニューアルしました。

コロナ禍で利用者数は一時的に落ち込みましたが、現在の利用状況は回復傾向で推移しています。また、土曜日・日曜日・祝日も運営するなか、現地でオンタイムな情報を提供できる点や、イレギュラーな要望にもある程度柔軟に対応が可能なこと、レンタルサイクルの日常的な管理等の観点を鑑み、今後も機能強化を進めます。

また、観光案内サインを整備する際には、「甲州市サイン整備計画」に基づき、案内機能の充実や景観に配慮したデザイン、情報の連動性等に十分配慮しながら、ピクトグラムの利用など、ユニバーサルデザインにも配慮するなか、必要に応じ整備を行います。

#### **(4)美しい景観形成の推進**

観光振興においては、賑わいを創出しながらも景観や風情を大切にし、「観光まちづくり」を推進していくことが望まれます。本市では果樹園の広がる風景や、歴史的資産が構築する歴史的風致を大きな観光資源として、「甲州市景観計画」や「甲州市歴史的風致維持向上計画」を策定し、保全を図っているところです。また、峡東地区の果樹農業のシステムが世界農業遺産として認定されました。

今後こういった良好な景観の保全に取り組むとともに、観光資源として認知度の向上に努めます。

### **1-②観光ネットワークの強化**

#### **(1)歩く観光周遊ルートの整備**

本市では、「ある〜く甲州」として、フットパスや駅からハイキング等を展開しており、事業は、各団体により年間 25 回程度実施され、100 名近くが参加しています。今後事業のさらなる発展に向けて、開催時期の調整、情報発信、他イベントとの連携をより強化することで、より広く魅力を PR することが可能になると考えます。

また、市内各所の観光資源の PR だけでなく、資源同士をコースでつなぐことにより地域の面的な魅力の向上にもつながります。今後は新たなコースの整備やマップ類のさらなる充実を図り、観光まちづくりの大きな課題である二次交通不足の解決の一助となるように取り組みます。

#### **(2)二次交通の強化**

山梨県観光入込客統計調査結果によると、本市を訪れる観光客の交通手段は、83.9%が自家用車となっています。関東圏から 100 キロメートルと非常に近いこともありますが、二次交通が充実していないことも、大きな要因であると考えられます。今後、観光産業を持続可能なものとしていくために、二次交通は長期的な課題となります。

本市においては、市民バス以外にレンタサイクルを手軽に利用できるシステムを導入して運用していますが、ワイナリー巡り等は試飲を考慮すると自転車の利用はできません。こうした課題を踏まえ、効率的な二次交通の運用等について、トップシーズンの重要な交通手段である勝沼周遊バスの利用期間拡大や利用に向けた情報発信、レンタサイクルのイベント時の活用などを検討していきます。

### **(3)観光資源の面的活用の強化**

観光拠点とその周辺の魅力を繋げて面的な観光エリアを構築することにより、二次交通に過度に依存しない周遊ルートを確立することができます。

そのためには、観光拠点の周辺の埋もれている観光資源の発掘や、そういった資源同士をつなぐことが必要となります。観光資源の周辺を併せて活用するためにも、既存で確立しているルートのPRや、埋もれた資源の洗い出し等を推進します。

あわせて、滞在型や体験型の観光メニューを充実させていくことにより、多くの時間をその面の中で過ごすことで、リピーターとしての関係人口の確保につながるため、滞在型や体験型の観光メニューの開発を推進します。

## **1-③官民連携の強化**

### **(1)ホスピタリティの向上**

ホスピタリティ(心のこもったおもてなし)の実施に向け、地域としてホスピタリティマインドの向上を図るため、事業者に対する講習会の開催や関係情報の提供を行います。また、各団体の連携強化に向けて、市内の事業者間等の交流も推進します。

### **(2)観光ガイドの育成**

観光ガイドの育成を促進することは、前記のホスピタリティの向上にも直結するものです。現在は、「甲州市観光おもてなしガイド養成講座」を平成30年度から定期的に実施し、観光ボランティアガイドの育成に取り組んでいます。今後もこの講座を継続し、観光ボランティアガイドの登録者数の増加を図ります。また、名物ガイドや、プロガイド等を養成するため、観光に携わる方それぞれがガイドができるような仕組みづくりにも着手し、見学の目的にプラスするだけでなく、交流が深まるガイドができるような人材の育成に取り組めます。

### **(3)観光まちづくりに関する産学官連携の強化**

産学官の連携強化は、「観光まちづくり」に関わらず重要となっています。官民連携の推進に併せて、学生の若い感性を取り入れた事業展開は、新たな着眼点等の発見に繋がる可能性があります。

特に市内の山梨県立産業技術短期大学校とは、様々なイベントに協力いただいているため、こうした活動を通して、将来的に本市の担い手として成長することも期待し、連携強化を継続していきます。

産業との連携については、現在も取り組んでいますが、今後も観光との結びつきの再認識を促していきます。

#### (4) 地元住民と来訪者との交流促進

観光ニーズとして、地元の人との交流を通じたふれあいを求める傾向も高まっています。ふれあいの場を設け、地元住民と来訪者との交流を促進するとともに、滞在型や体験型の観光メニューの増加に繋げていきます。

こうしたつながりが交流人口、また関係人口へ発展し、関係人口の増加はさらなる交流人口の増加へつなげることが出来るため、交流を重ねることによって、新たなニーズをより早くとらえ、先進的な取り組みに繋げる機会の創出まで発展することも期待できます。

加えて、教育現場において、児童・生徒が地域を学ぶ機会を創出し、地域に根付いた観光産業への理解の浸透を図ります。

### 2 - ① 歴史・文化資源の活用の強化

#### (1) 歴史的な資産、施設の観光利用の推進

本市は、「甲州の鎌倉」と称されるほど数多くの歴史的な建造物があり、観光資源として大きな魅力を持っています。

国宝や重要文化財、登録有形文化財等は、歴史・文化資源の効果的な活用が求められていることから、こうした資産を観光にうまく結びつけられるよう、今後の活用策を関係部署と検討していきます。



国宝大善寺本堂

## **(2)歴史的資産活用イベントと連携した観光イベントの推進**

歴史的資産に対し、外国人観光客を中心に関心が高まっています。教育委員会では、重要文化財旧高野家住宅（甘草屋敷）をはじめとする市内に所在する文化財施設を活用したイベントを推進し、観光と連携した情報発信等を実施します。

また、埋もれた資産の発掘・活用にも努めます。

## **(3)伝統行事や地域イベントとの活用の推進**

地域に根付く伝統的な行事は各地域において継承され、今も多くの行事が行われています。伝統や格式を重んじ、観光的な利用が難しいものも多くありますが、「藤木道祖神祭太鼓乗り」、「一之瀬高橋の春駒」、「田野十二神楽」などすでに広く認知されているものもあります。

こうした伝統的な行事やイベントについて、由来などを含めて PR を促進し、市の観光のオフシーズンである冬期の集客に繋がります。

## **(4)体験型・滞在型の観光商品開発の推進**

アクティビティの可能性を検討し、アクティビティイベントの推奨を行うなか、ファミリー層を中心とした滞在型や体験型観光商品の開発を促します。あわせて自然利用等の許認可申請等のサポートを実施します。

滞在型観光では農業体験と宿泊を組み合わせた農泊の推進に合わせて、民泊も推進し、宿泊客の増加を図ります。

また、市内ワイナリーと連携したツアーやイベントなどの体験型プログラムの開発を推進します。

## **(5)観光消費額の拡大**

観光入込客数を増加させることも大切ですが、同時に市内での観光消費額を増加させることも重要です。観光客の消費額を調査するためのアンケートを実施し、統計的なデータの蓄積に努めます。また、そのデータを活用し、市内のワイナリーや飲食店等の観光関連施設での消費額を増加させられるよう各種施策を検討します。

## 2 - ② 広域連携の強化

### (1) 広域連携による観光案内の充実

峡東 3 市(甲州市・笛吹市・山梨市)は、産業や景観での共通点が多く、世界農業遺産認定を受けていることから、今後も連携し、情報発信に取り組みます。観光キャンペーン等においても、単一市では実施困難であっても連携することによってコストや人員等の負担を軽減できるメリットもあります。

県内は、車を使用した場合 1 時間程度で観光地間の移動が可能となります。広域の魅力発信を行うことで、ゆったりとした滞在を推進する効果も期待できます。今後は峡東 3 市、また甲府市や富士山周辺の自治体、県とも広域に連携をしながら、効率的な魅力発信を行います。

### (2) 広域連携を活かした観光商品の開発及び活用

広域連携に伴い、市域を超えた観光資源の連結による新たな魅力の創出を目指し、旅行者にわかりやすい具体的な推奨ルートを設定した観光商品の開発を検討します。また、インバウンドの誘客強化に向けたツアーや体験型プログラムの開発も推進します。

また、今後は甲州市観光協会を通し、各自治体の観光協会と協議するなか、広域観光ルートの設定および広域的観光 PR の実施を検討します。

## 2 - ③ インバウンド受入の強化

### (1) 訪日外国人観光客受け入れに関する情報提供の実施

コロナ禍が明け、訪日外国人観光（インバウンド）は急速に増加しています。

インバウンドの受入は、言葉、文化、風習の違いなど対応すべき事項は多いですが、今後のインバウンドの増加に合わせた受け入れ体制の整備は不可欠です。

まずは、事業者等へ情報提供を行い、インバウンド客が訪れたい観光地となるべく各種研修などを行うなか、受け入れ体制を構築します。

### (2) 訪日外国人観光客の案内体制の強化

既に作成済みの多言語パンフレット及び A R（Augmented Reality・拡張現実）の内容の更新や普及の促進等を実施し、より分かりやすく魅力を伝えられるようにします。

また、英語対応の指差し対話カードの活用の浸透を図るほか、簡易通訳機の導入により、観光案内所での多言語案内ができるよう整備を進めます。

パンフレットや案内板を作成する場合は、ピクトグラムを使用するなど事業所等への対応方法の情報共有を実施します。

### **(3) 訪日外国人向けプロモーションの実施**

令和5年度には、ベトナムへ向けて広域連携事業の一環としてプロモーションを実施しました。

また、令和6年度は、台湾の訪日リピーターをターゲットとして体験ツアーなどを造成し、そのプロモーションを行うとともに、インフルエンサーによるモニターツアーを実施し、アジア諸国からの誘客促進を図りました。

今後もターゲットを明確にしなが、インフルエンサーの活用等効率的な情報発信やモニターツアーの実施など、訪日外国人向けプロモーションを行います。

## **3 - ① 戦略的な情報発信の強化**

### **(1) データ分析に伴う情報発信、プロモーション活動の推進**

観光プロモーションは、SNS や動画の活用が一般的になり、タイムリーな情報発信を行わなければ、膨大な情報量の中で必要な情報が埋もれてしまう一方で、性別・年齢層・エリアなどターゲットを絞り、コアな情報を効果的に発信することが可能です。

こうした特徴を最大限に活かした情報発信を実施するため、SNS や動画の閲覧状況などビッグデータ等を活用した分析を行い、プロモーション戦略の構築を目指します。

### **(2) フィルムコミッション等を利用したプロモーションの強化**

映画やドラマの撮影地（ロケ地）を誘致し、地域活性化を行うフィルムコミッション事業に協力することにより、ロケ地として、知名度や話題性が高くなります。また、有名な出演者に情報発信してもらうことにより莫大な宣伝効果を得ることも出来ます。

ロケ地巡礼等による映画やドラマのファンの来訪や、スタッフの宿泊や食事等による地域経済の活性化が期待できるため、ロケ地誘致の強化を図ります。

### **(3) 甲州市観光大使やフルーツ娘を活用したプロモーションの強化**

市のイベント PR やポスターのモデルなどに取り組む甲州市観光大使、甲州市フルーツ娘をそれぞれ委嘱しており、観光プロモーションに協力いただくとともに、観光キャラクターである「ブードくん」、「モモンちゃん」も活用方法の見直しを行い、プロモーション効果の向上を図ります。

#### **(4) 観光イベントを活用したプロモーションの検証及び改善の実施**

観光誘客促進の一環として、「ふるさと武田勝頼公まつり」、「かつぬまぶどうまつり」、「およっちよい祭り」、「こうしゅう桜フェスタ」等観光イベントを開催していますが、周辺環境や観光ニーズの変化等に効果的な開催が求められます。

慣例に捉われず、関係者の意見を参考とするなど、観光イベントの誘客効果の検証を行い、来場者の満足度向上を図ります。

#### **(5) 新たな観光パンフレットの活用**

観光パンフレットは、インターネットの普及や多言語対応等に合わせ、令和6年度に見直しを実施しました。QRコードを利用し、インターネット情報を活用しやすくしているほか、目的（観光、飲食、アクティビティなど）ごとに利用しやすい情報を掲載しており、今後はこのパンフレットを活用することで、市内の情報発信の強化に努めます。

### **3 - ② 観光関連組織の強化及びネットワークの構築**

#### **(1) 観光関連組織の機能強化**

多様な観光ニーズに応えるため、観光協会やワイン協会などの観光関連組織の効率的な連携と強化を図ることで、一体感をもった迅速な対応ができるよう努めます。

#### **(2) 民間事業者と連携した、拠点から平面化への推進強化**

組織を強化することにより、観光拠点と事業者、事業者と事業者等の連携を深め、面的な「観光まちづくり」の促進に繋がります。

事業者間の連携を深めることで生まれる大きな連帯により、多様な観光ニーズに対応できる形態の確立を目指します。

### **3 - ③ ブランディングの強化**

#### **(1) ブランディングを意識した情報発信の強化**

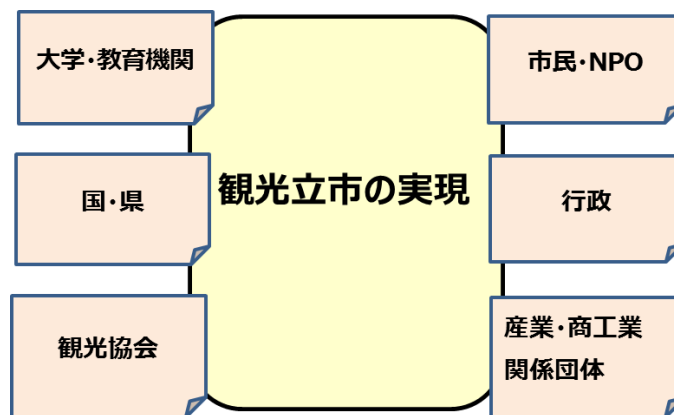
本市の観光資源のより効果的なPR及び活用方法の検討を行うことで、幅広いターゲットに対し本市の強みを活かした効果的なブランディングを意識し、一貫性のある情報を継続的に発信することにより、本市の観光ブランドの認知度向上を図ります。

## 第6章 計画の推進体制

### 1. 実施・推進体制

本計画は、市民、NPO、観光事業者、関連団体、大学、教育機関などが、それぞれの立場で参画することを基本としています。

協働体制を推進するための連絡・調整は市が担い、各主体の積極的な参加により観光立市の実現のため計画を推進します。



### 2. 各種団体の役割

#### ◆市民・NPO

地域資源の学習会や体験・交流活動を実施し、コミュニケーションを図りながら、おもてなし活動を推進します。

#### ◆行政

計画の実現に向けた「観光まちづくり」の企画・立案と実行するための連絡調整を必要に応じて実施します。

また、市の観光施設の整備及び管理によるハード面のおもてなし体制の維持と、人材育成の推進を図ります。

#### ◆観光協会

観光事業による地域活性化の推進、観光事業者の取りまとめ、ホスピタリティ向上に向けた方向性の確立を図ります。

◆**産業・商工業関係団体**

J A・ワイン協会・商工会・甲州市観光商工振興協議会等がお互いの目的を明確にしつつ、イベントでの連携強化と、観光振興と密着した企画・運営を実施します。

◆**国・県**

観光立国を目指して様々な事業展開と情報及びサポート等の提供、市町村の連携強化のための事業とサポートを実施します。

◆**大学・教育機関等**

各種関連団体と連携しながら専門的指導・助言を実施するとともに、将来の担い手となる人材の育成を行います。



かつぬまぶどうまつり

### 3.今後の検証・評価体制

本計画の進捗管理にあたっては、管理手法の基本的な考え方である「PDCA サイクル」を取り入れ、Plan（計画）→Do（実施）→Check（検証）→Action（改善）を繰り返し行っていくことで、本計画を効果的かつ効率的に推進していきます。

評価の結果を出しやすく、かつ、わかりやすくすることを目的として、独自の KPI を設定しています。年度ごとに KPI の数値等についてチェックシートを活用するなかで確認及び簡易評価し、担当課による事業検証を行います。また、計画の中間年度には「甲州市観光振興計画策定委員会」による施策の評価及び検証を行います。

#### ◆PDCA サイクル



## 資料編

---

### 1.計画策定に向けた取り組み

時 期	内 容	備 考
2024/6	アンケート調査実施	協会員及び首都圏 居住者対象
2024/6	第1回観光振興計画策定委員会開催	諮問・市役所
2024/10	第2回観光振興計画策定委員会開催	市役所
2024/12	第3回観光振興計画策定委員会開催	市役所
2025/2	市民意見公募手続き(パブリックコメント)実施	市役所
2025/3	第4次甲州市観光振興計画答申	市役所

## 2.甲州市観光振興計画策定委員会

任 期 令和6年6月25日～令和7年3月31日

定 員 15名以内

氏 名	所 属 団 体 等
田代明彦	山梨県立産業技術短期大学校 観光ビジネス科准教授
今村英香	甲州市観光協会 会長
山野壮仁	甲州市観光協会 副会長
矢崎 徹	甲州市観光協会 副会長
草塩正国	甲州市観光協会 副会長
古屋真太郎	勝沼ワイン協会 会長
森屋光広	JR 東日本塩山駅 駅長
雨宮弘樹	大菩薩観光協会 会長
手塚公彦	道の駅甲斐大和 指定管理者
岡 二成	甲州青年会議所 理事長
河崎 稔	甲州市商工会 支援課長
長田英基	山梨交通株式会社 塩山営業所長
渡邊百香	山梨ローカルインフルエンサー・甲州市フルーツ娘
李 徳命	公募



甲州市役所 観光商工課

〒404-8501

山梨県甲州市塩山上於曾 1085-1

電話 : 0553-32-5091

Mail : [kankou@city.koshu.lg.jp](mailto:kankou@city.koshu.lg.jp)