

# 芦安グランドデザイン

平成30年3月

南アルプス市

## 目次

第1章 芦安グランドデザイン策定の趣旨	1
1. 芦安グランドデザイン策定の背景	1
2. 芦安グランドデザイン策定の趣旨	1
3. 芦安グランドデザインの位置づけ	1
第2章 芦安地区の現状と課題	2
1. 芦安地区の概況	2
2. 宿泊施設に対するアンケート調査	5
3. 宿泊客に対するアンケート調査	34
4. 宿泊客数の推計	70
5. 住民に対するアンケート調査	72
6. 芦安地区の将来人口の推計	96
7. 芦安地区の観光資源	104
第3章 県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）開通や中部横断自動車道の整備等に伴う交流人口等の変化	107
1. 道路整備計画等の概況	107
2. 登山愛好者に対するインターネットアンケート調査	110
3. 道路整備等に伴う芦安地区の宿泊客への影響	151
4. 道路整備等に伴う芦安地区の宿泊客の経済効果	156
5. 道路整備等に関する問題点	157
第4章 県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）等開通における地域活性化策について	158
1. 県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）開通における地域活性化策	158
2. 県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）等の開通に向けた地域活性化策	159
3. 県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）等の開通後の地域活性化策	163
第5章 山岳エリアにおける誘客促進策について	165
1. 山岳エリアにおける誘客促進策	165
2. 登山客の集客に向けた施策	165
3. 登山客の受入れ体制の改善に向けた施策	168
第6章 集落の活性化策について	170
1. 集落の活性化策	170
2. 芦安住民の暮らしを守る施策	173
3. 芦安地区の人口減少抑制に向けた施策	175
4. 芦安地区における雇用創出に向けた施策	179
第7章 その他の活性化策について	185
1. その他の活性化策	185
2. 効果的な地域プロモーション	187
第8章 グランドデザインの実現に向けて	188
1. グランドデザイン実現に向けた財源の確保	188
2. グランドデザイン実現に向けた組織づくり	188
3. 南アルプスユネスコエコパークの3つの区域による地域づくり	189
参考資料	190

## 第1章 芦安グランドデザイン策定の趣旨

### 1. 芦安グランドデザイン策定の背景

芦安地区は南アルプスの麓に位置し、自然環境に恵まれた地域特性を備えている。芦安地区は、南アルプス登山の玄関口として、毎年多数の登山客や観光客を迎えているが、人口は減少傾向にあり、平成27年の国勢調査人口は328人に至っている。

芦安地区は、南アルプス市の発足以来、本市の観光拠点として位置付けられており、自然環境や立地環境を活かした観光振興に取り組むことが期待されている。さらに、今後10年間には、新東名高速道路から中央自動車道に至る中部横断自動車道の開通、リニア中央新幹線の開業、県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の開通が予定されており、芦安地区の交通利便性は大きく変化していく。

こうした社会環境の変化を見据え、芦安地区の人口減少の抑制や地域経済の活性化に向けた将来ビジョンを検討することが必要になってきた。

### 2. 芦安グランドデザイン策定の趣旨

芦安グランドデザイン策定の趣旨は、芦安地区の人口減少の抑制や地域経済の活性化を目指し、将来的に取り組むべき対策を示して、その実践を促すことである。この芦安グランドデザインでは、今後の社会環境の変化とともに、住民の意向、宿泊客や登山愛好者の行動実態や志向を踏まえた施策や事業案を提示している。芦安グランドデザインは、住民、団体、行政など芦安地区の関係者の連携を促し、芦安地区の活性化を後押しする指針となるものである。

### 3. 芦安グランドデザインの位置づけ

芦安地区は過疎地域に指定されており、平成28年4月から平成33年3月までの5年間を計画期間とした「南アルプス市過疎地域自立促進計画」が策定されている。この計画では過疎地域の自立促進の基本的方針に関する事項を定めるとともに、過疎対策事業債をはじめとする財政上の特別措置を活用する事業を掲載している。

一方、芦安グランドデザインは、人口減少の抑制と地域経済の活性化に向けて、主として「県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）」開通における地域活性化策、山岳エリアにおける誘客促進策、集落の活性化策などを示している。概ね今後20年間を見据えて、芦安地区の住民や団体などとともに取り組むべき施策と事業案を掲載している。

#### ~~~ 芦安グランドデザインとは ~~~

役割：人口減少の抑制や地域経済の活性化に向けた指針

構成：県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）開通を見据えた地域活性化策・事業案

山岳エリアにおける誘客促進策・事業案

集落の活性化策・事業案 等

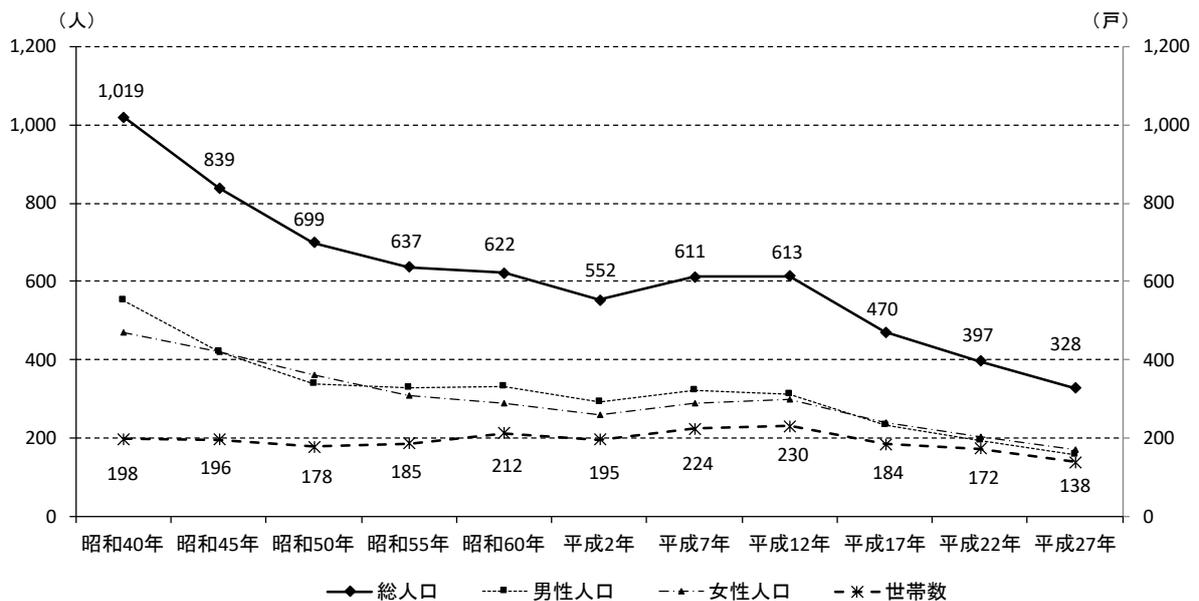
## 第2章 芦安地区の現状と課題

### 1. 芦安地区の概況

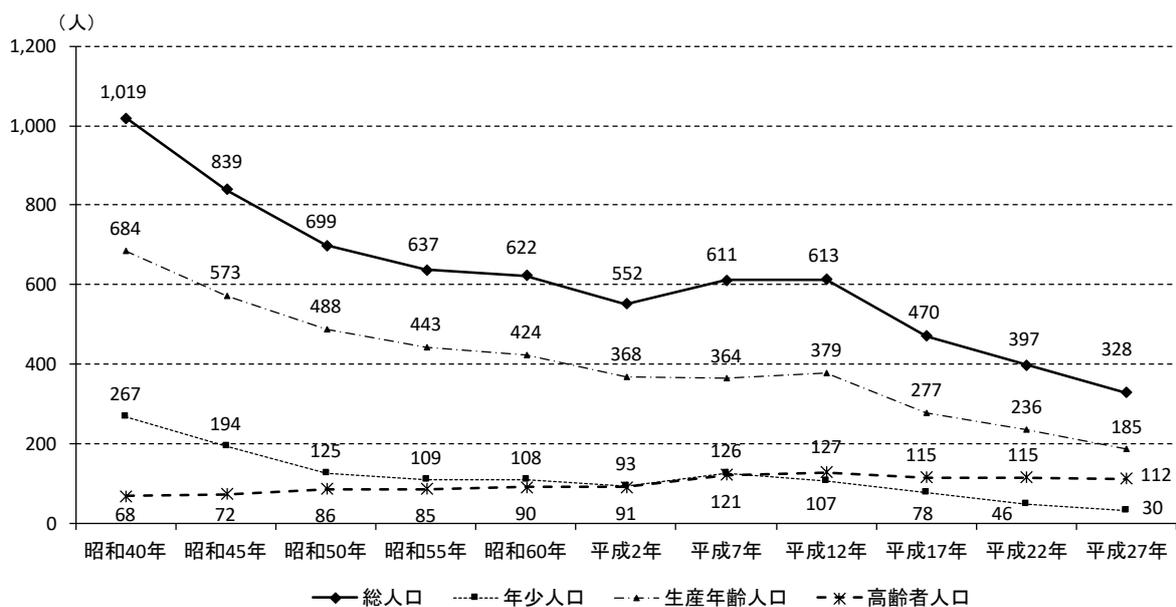
#### (1) 芦安地区の人口・世帯数

芦安地区の人口と世帯数は減少傾向にある。平成27年国勢調査（総務省）によれば、芦安地区の人口は328人、世帯数は138戸である。また、総人口が減少する中で、生産年齢人口（15～64歳）と年少人口（0～14歳）は減少しているが、高齢者人口はほぼ横ばい傾向にある。

#### 芦安地区の人口・世帯数の推移



#### 芦安地区の年少人口、生産年齢人口、高齢者人口の推移

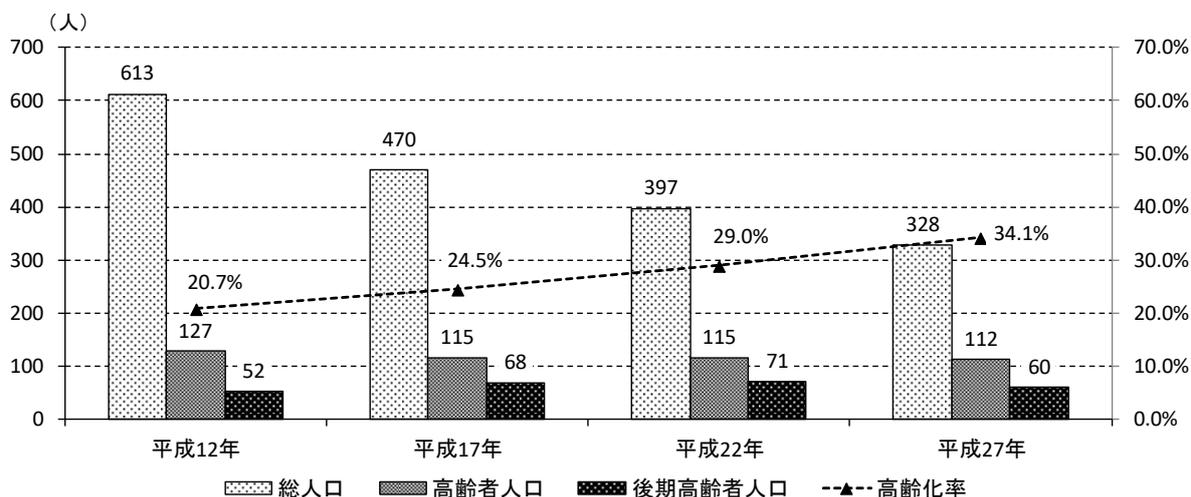


出典：国勢調査（年齢不詳があるため、3区分人口の合計と総人口は必ずしも一致しない）

## (2) 芦安地区の高齢者人口

芦安地区の高齢者人口(65歳以上)は、近年120人前後で推移している。また、後期高齢者人口(75歳以上)も60人前後で推移している。しかし、総人口が減少しているため、高齢化率は上昇し、平成27年時点で34.1%となっている。

### 芦安地区の高齢者人口、後期高齢者人口

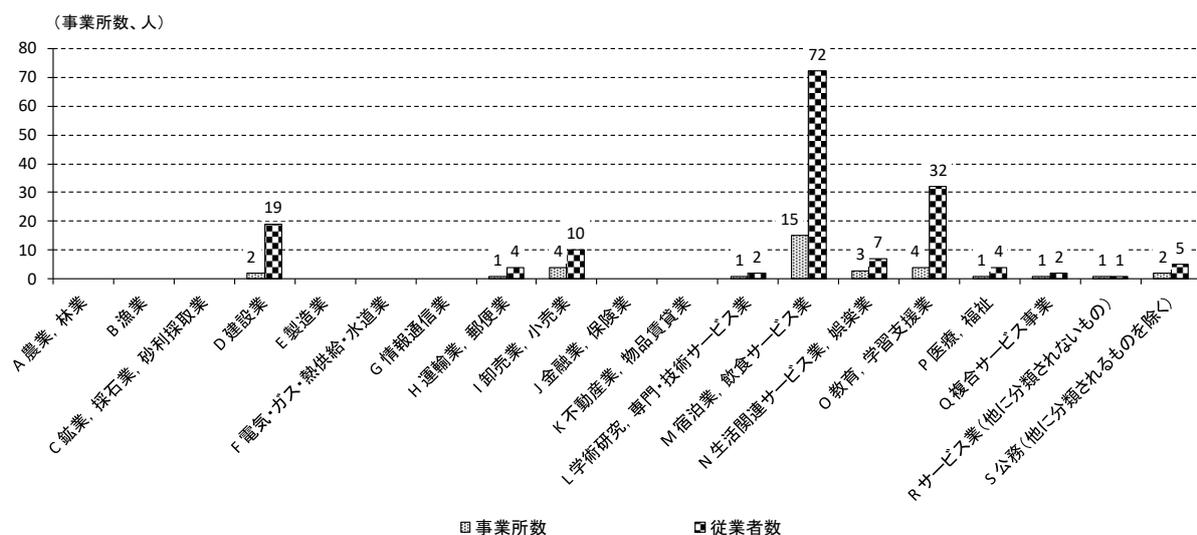


出典：国勢調査

## (3) 芦安地区の産業

平成26年経済センサス基礎調査(総務省、経済産業省)によれば、芦安地区に立地している事業所と従業者は下表のとおりである。「宿泊業、飲食サービス業」が最も多く15事業所、従業者数は72人である。次いで「卸売業、小売業」「教育、学習支援業」に分類される事業所が立地している。

### 芦安地区の事業所数と従業者数



出典：平成26年経済センサス基礎調査

注)「製造業」などグラフ表示がない業種は、該当する事業所が立地していないことを示す

#### (4) 芦安地区の地域特性

芦安地区は南アルプスの麓にあり、南アルプス登山の玄関口となっている。集落は御勅使川沿いに形成されており、標高は約 600～700m である。芦安地区の主な地域特性は次のとおりである。

##### ■南アルプスユネスコエコパークに登録された地域特性

2014 年に登録された南アルプスユネスコエコパークは南アルプス国立公園を中心に構成される、国内最大級のユネスコエコパークである。芦安地区は南アルプスへの登山口であり、南アルプスの自然環境の永続的な保全と持続可能な利活用を図る必要がある。

##### ■都心から日帰りが可能な地域特性

芦安地区は、中部横断自動車道の白根インターチェンジから約 8 km の距離にあり、時間距離は約 20 分である。また、中央自動車道を利用して、新宿から南アルプス市まで高速バスが運行されている。芦安地区は、南アルプスの麓にありながら、都心から日帰りが可能な条件を備えている。

##### ■登山の通過地点になりやすい地域特性

甲府駅から約 20km の位置にあり、時間距離は約 40 分である。登山シーズンは、甲府駅から芦安地区を経由し、広河原に至る登山バスが運行されている。都心から半日で広河原などの山岳地帯に到着できることから芦安地区は通過地点になりやすい地域特性がある。

##### ■生活における地域特性

南アルプスの麓にありながら、県道 20 号甲斐早川線が通っていることで、全国の過疎地域に比較して、市街地までは短時間でアクセスできる。また、住民生活のためのコミュニティバスや通院バス、誘客のための登山バスが運行されている。

(参考)「過疎地域」は、過疎地域自立促進特別措置法上、人口が減り、老人が増え、または若年層が減り、かつ、地域財政力も減っているなど、様々な要件を備えている場合に指定される。



ゾーニング図：南アルプスユネスコエコパーク HP から引用。赤線で囲んだ部分が芦安地区。

## 2. 宿泊施設に対するアンケート調査

### (1) 宿泊施設に対するアンケート調査の概要

#### ①調査目的

芦安地区の中心的な産業は観光であり、ペンション、旅館、山小屋などが宿泊ニーズに応じている。宿泊客の増加につなげるため、宿泊状況、滞在・消費動向、宿泊施設の課題、要望などを把握することを目的に、アンケート調査を実施した。

#### ②調査対象

芦安地区のペンション、旅館、山小屋を調査対象とした。具体的な施設は次のとおりである。

- |                    |                |              |            |
|--------------------|----------------|--------------|------------|
| 1) チェッカーフラッグ 川崎    | 2) ほのぼのお宿 北地蔵  |              |            |
| 3) ALPEN ガストホフらんたん | 4) 桃の木温泉 山和荘   | 5) 旅館 白雲荘    |            |
| 6) 南アルプス温泉ロッジ      | 7) 源泉掛け流し宿 岩園館 | 8) 民宿旅館 なとり屋 |            |
| 9) 温泉民宿よしみ         | 10) 北岳山荘       | 11) 広河原山荘    | 12) 白根御池小屋 |
| 13) 両俣小屋           | 14) 長衛小屋       | 15) 北岳肩の小屋   |            |

#### ③調査方法

6月23日に芦安支所にて開催された「旅籠の会」出席者やペンション、旅館、山小屋に対する訪問により調査票を配布し、調査票を各施設から郵送回収した。

#### ④調査期間

平成29年6月23日～8月31日

#### ⑤回収状況

11施設から回収した。

#### ⑥調査事項

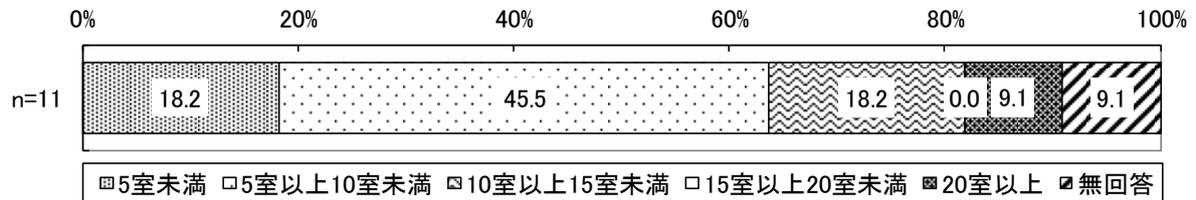
- ・ 部屋数、定員、浴室定員、立寄入浴の可否、営業期間
- ・ 宿泊客数の推移、年間宿泊数増減の要因
- ・ 月別宿泊者数、稼働状況、登山シーズンの予約問合せ状況
- ・ 宿泊客の目的
- ・ 宿泊客の年代、住所、形態、リピート割合、リピート客の増減
- ・ 宿泊客の交通手段、交通手段に関する課題・要望
- ・ 宿泊客の行動特性
- ・ 宿泊施設の物販状況
- ・ 集客の工夫、PR媒体
- ・ 宿泊施設の課題・要望
- ・ 簡易宿泊施設や民泊に関する意見
- ・ 団体客の受入れに関する意見
- ・ 商店開設に関する意見

## (2) 宿泊施設に対するアンケート調査結果

### 問1 (収容人数、営業期間等)

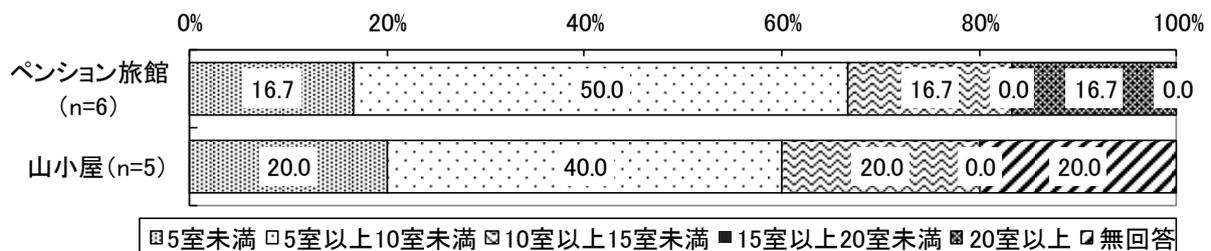
#### 【宿泊施設の部屋数】

施設の部屋数は、「5室以上10室未満」の割合が45.5%と最も高く、次いで「5室未満」と「10室以上15室未満」がともに18.2%であった。



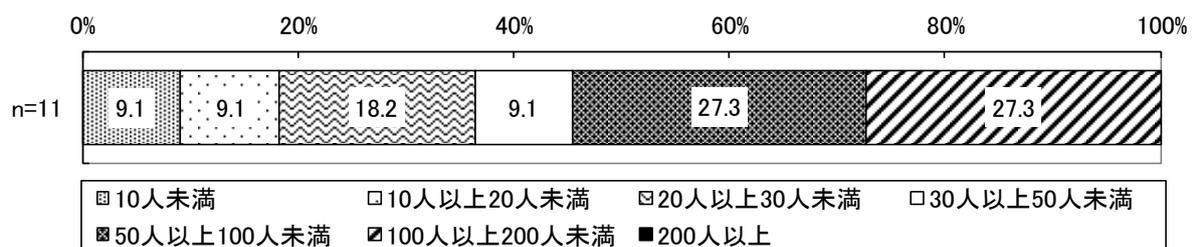
#### (ペンション旅館・山小屋別クロス集計)

芦安地区に立地するペンションや旅館（以下、「ペンション旅館」という。）と、広河原から山岳地帯に立地する山小屋（以下、「山小屋」という。）に分けた場合、「10室未満」は「ペンション旅館」では約7割、「山小屋」では約6割であった。



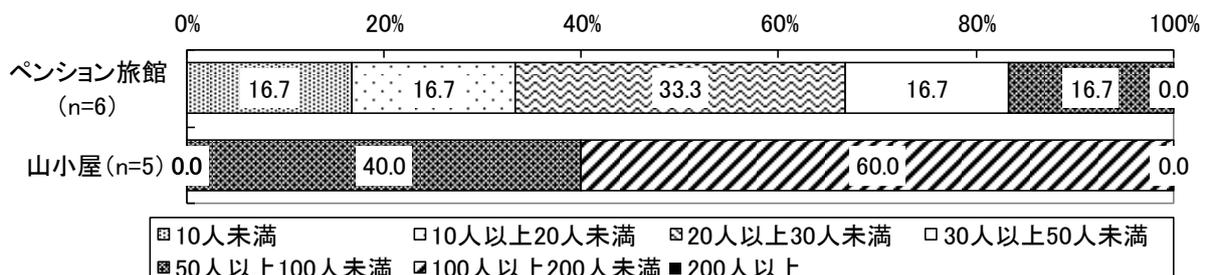
#### 【宿泊施設の定員】

施設の定員は、「50人以上100人未満」と「100人以上200人未満」の割合がともに27.3%と最も高く、次いで「20人以上30人未満」が18.2%であった。



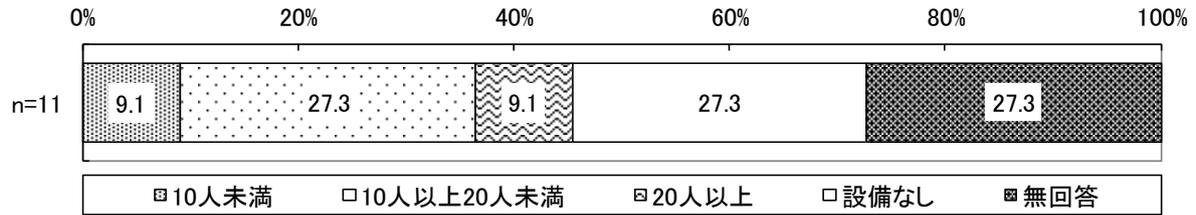
#### (ペンション旅館・山小屋別クロス集計)

「ペンション旅館」では「20人以上30人未満」が約3割を占め、「山小屋」では「100人以上200人未満」が約6割を占めている。



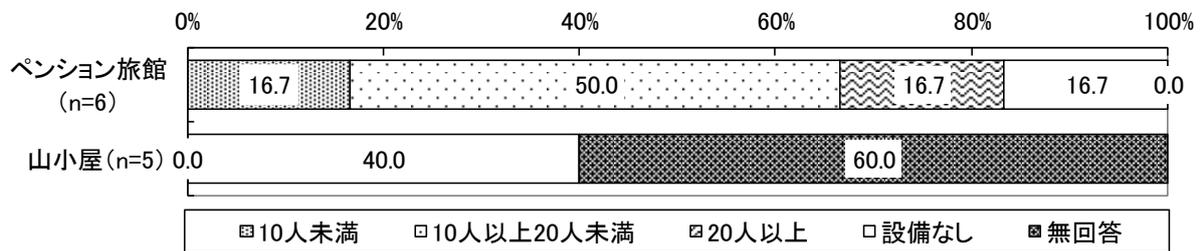
**【浴室定員】**

「10人以上20人未満」「設備なし」「無回答」の割合がともに27.3%であった。



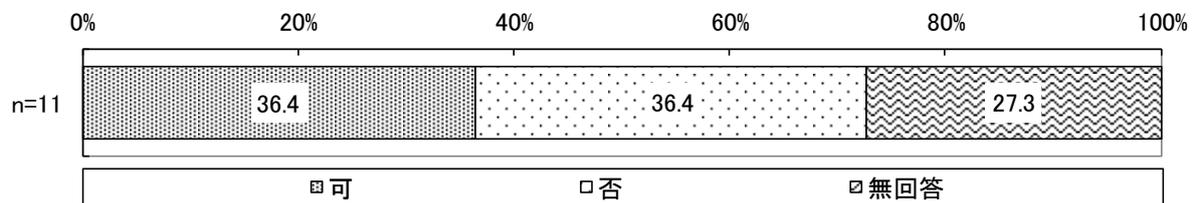
**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

「ペンション旅館」では、「10人以上20人未満」の割合が5割、「山小屋」では、「無回答」が6割、「設備なし」が4割であった。



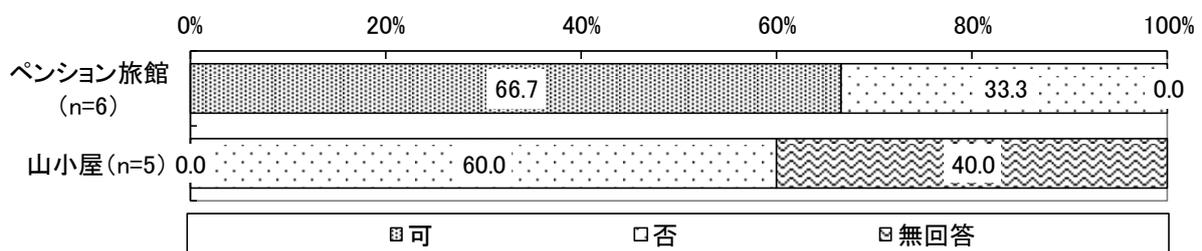
**【立寄入浴の可否】**

立寄入浴の可否について尋ねたところ、「可」と「否」がともに36.4%であった。



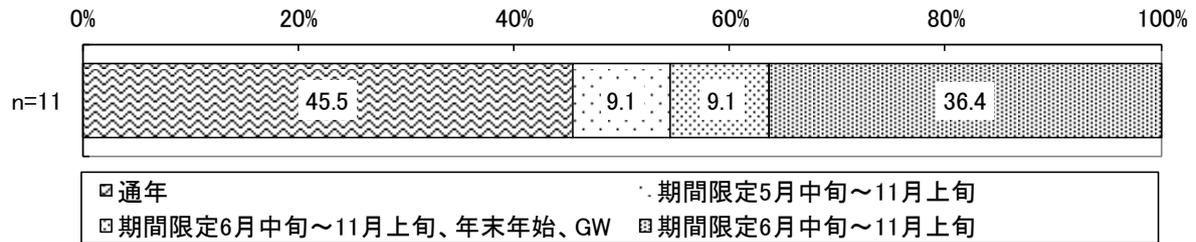
**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

「ペンション旅館」では、立寄入浴「可」が約7割であった。



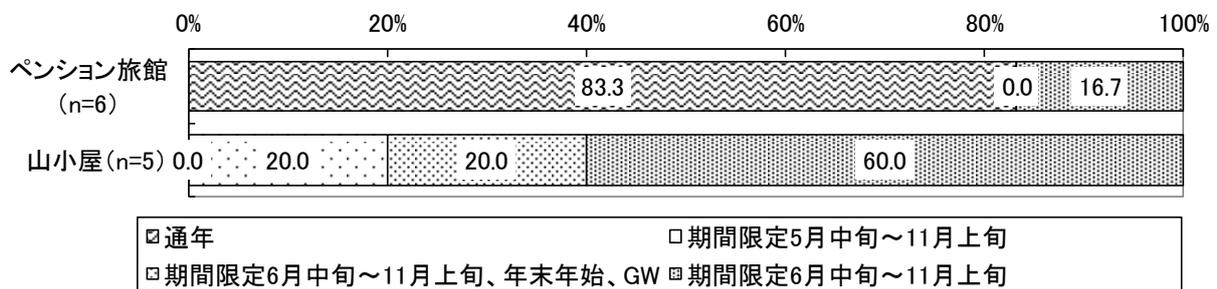
**【営業期間】**

「通年」営業の割合は45.4%、「期間限定6月中旬～11月上旬」営業の割合は36.4%であった。



**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

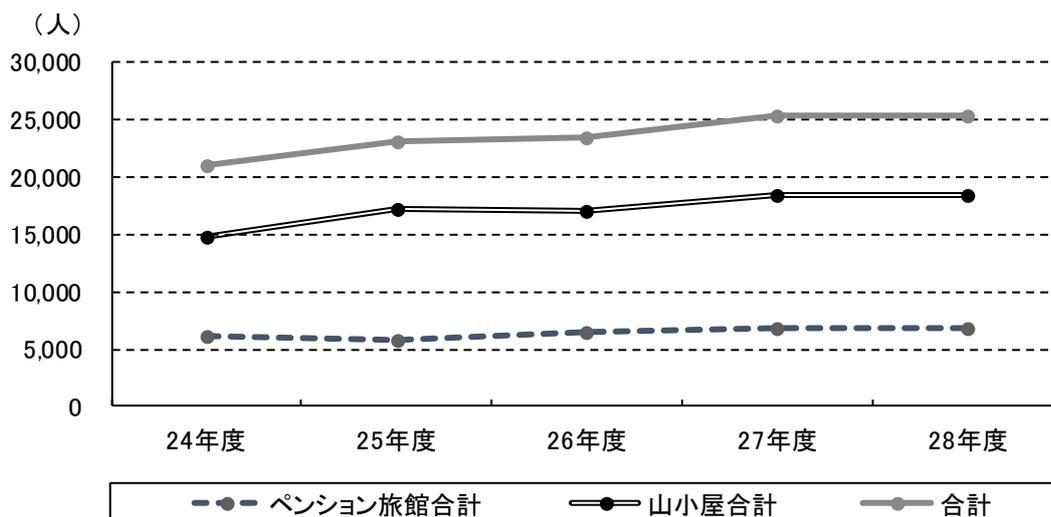
「ペンション旅館」では「通年」営業が約8割、「山小屋」では「期間限定6月中旬～11月上旬」営業が6割であった。



**問2 (年間宿泊客数)**

**【平成24年度～28年度 宿泊客数推移】**

近年の年間宿泊客数について尋ねたところ、「ペンション旅館」はほぼ横ばい、「山小屋」は増加傾向にある。



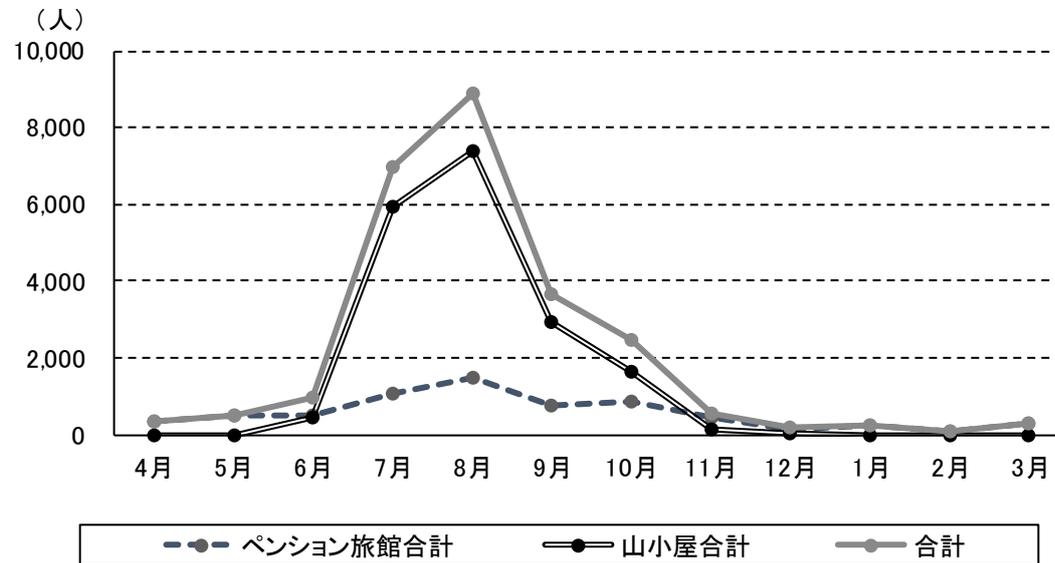
注) 「ペンション旅館合計」は5施設の合計値。ただし、24年度、25年度は4施設の合計値。

「山小屋合計」は5施設の合計値。

### 問3 (月間宿泊客数)

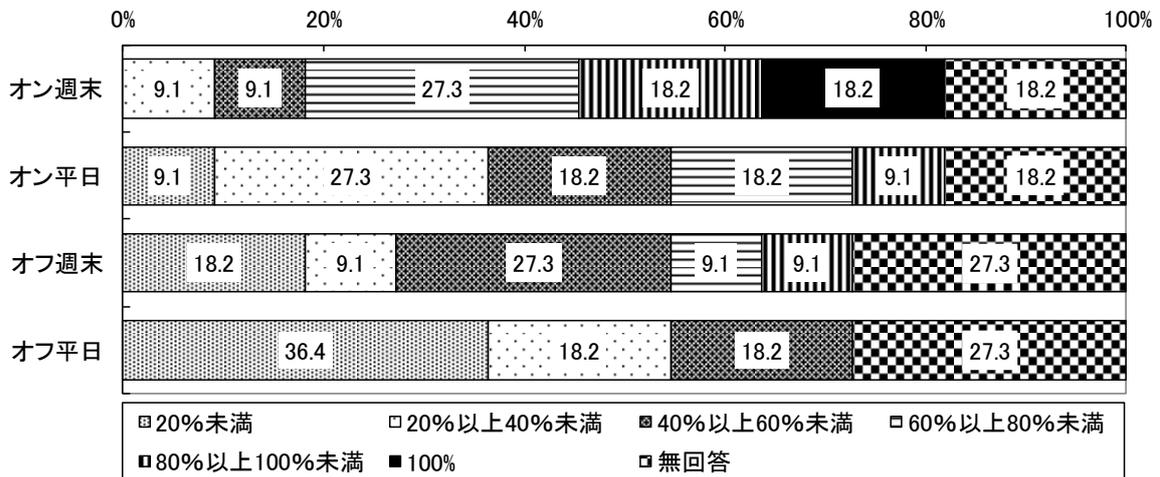
#### 【平成28年度 月別宿泊客数推移】

月間の宿泊客数について尋ねたところ、「ペンション旅館」「山小屋」とも、8月に宿泊客数のピークがある。「山小屋」では、7月、8月の夏季に宿泊客が集中している。



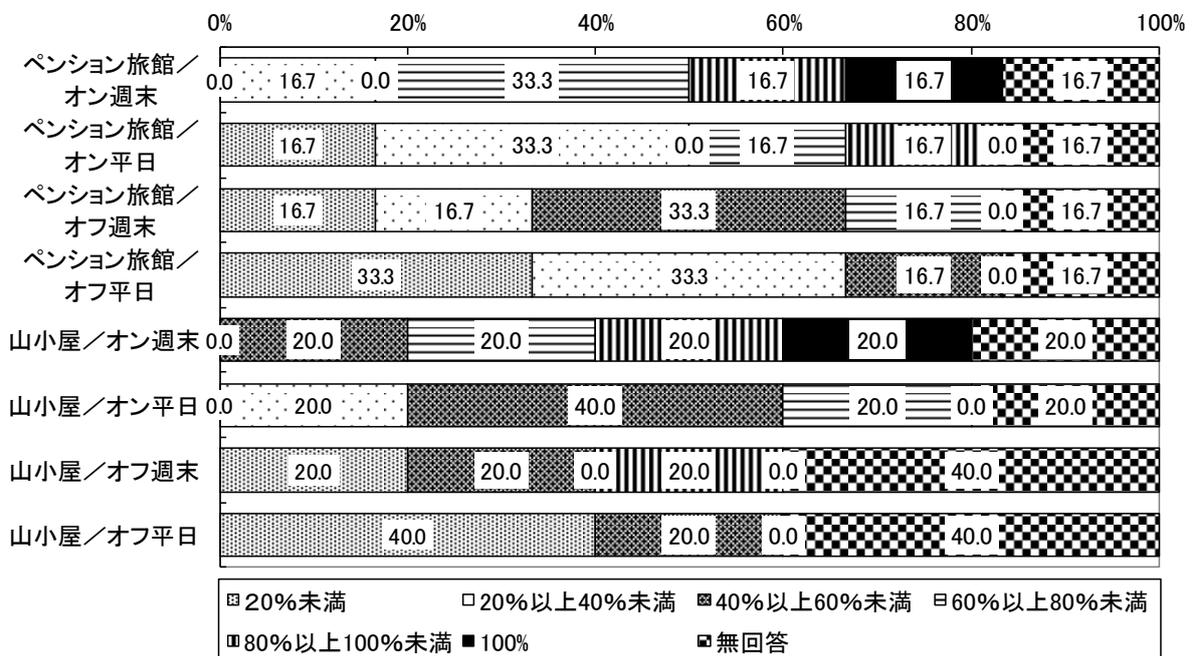
**【稼働状況】**

登山シーズン（6月～10月）とシーズンオフの週末（金・土曜）・週末以外の稼働状況について尋ねた。稼働率「80%以上」の宿泊施設は、登山シーズンの週末では36.4%を占めているが、登山シーズンの平日では9.1%であった。一方、シーズンオフになると、週末では稼働率「40%以上60%未満」の宿泊施設が最も割合が高く27.3%で、平日では「稼働率20%未満」の宿泊施設が36.4%を占めている。



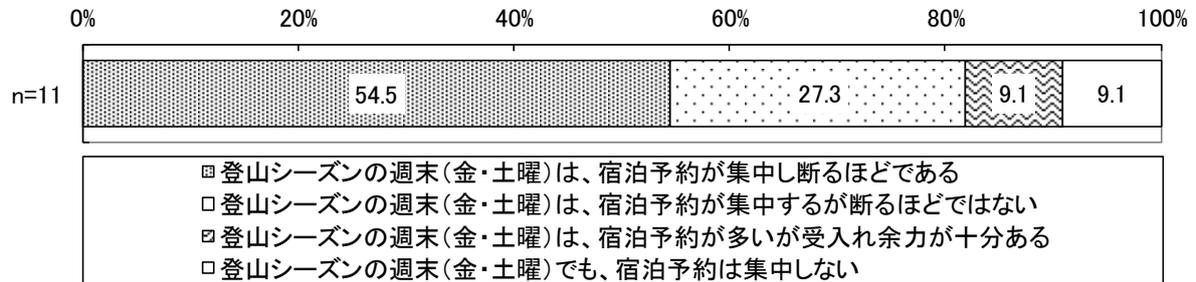
**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

「ペンション旅館」も「山小屋」も、登山シーズンの週末において稼働率が高いことがうかがえる。



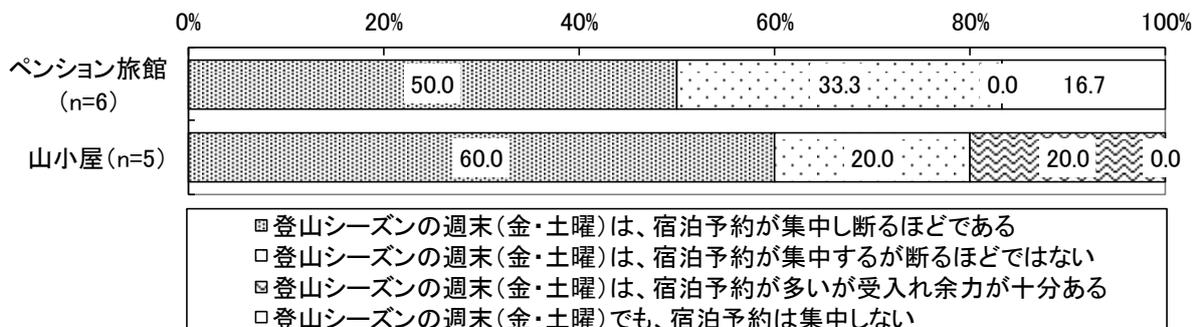
**【登山シーズンの予約問合せ状況】**

登山シーズンの予約問合せ状況は、「登山シーズンの週末（金・土曜）は、宿泊予約が集中し断るほどである」の割合が54.5%と最も高く、次いで「登山シーズンの週末（金・土曜）は、宿泊予約が集中するが断るほどではない」が27.3%であった。



**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

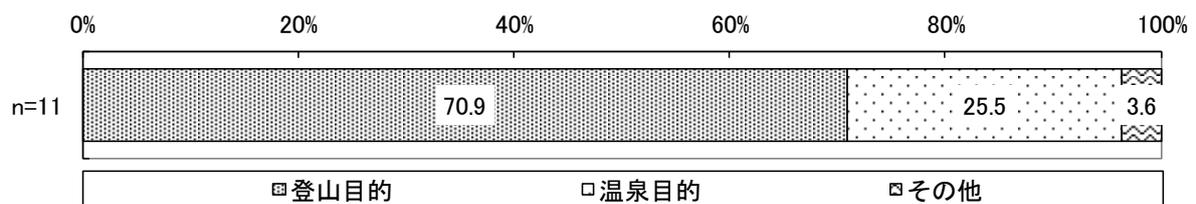
「登山シーズンの週末に宿泊予約が集中し断るほどである」との回答割合は、「ペンション旅館」では5割、「山小屋」では6割であった。



**問4 (宿泊客の特性)**

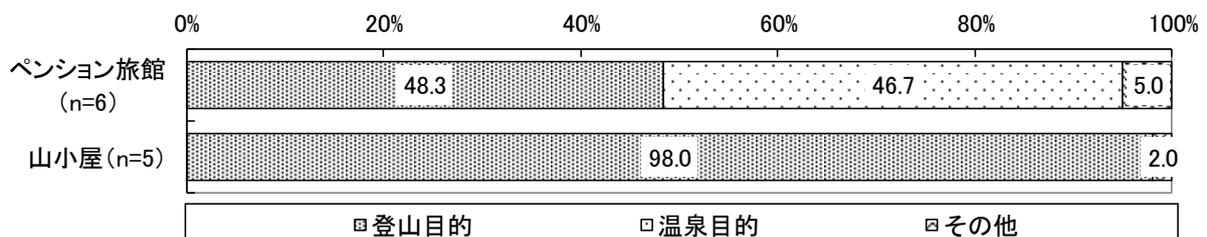
**【登山シーズンの宿泊客の目的】**

登山シーズンの宿泊客の目的について、3つの選択肢を用意し、具体的な割合を尋ねた。各宿泊施設の回答割合を集計した構成比は、「登山目的」が70.9%であった。



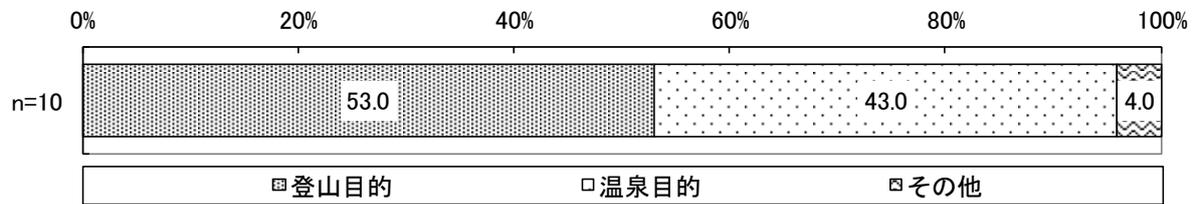
**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

登山シーズンの宿泊客の目的は、「ペンション旅館」では「登山目的」と「温泉目的」がともに約5割を占めた。「山小屋」ではほぼすべて「登山目的」であった。



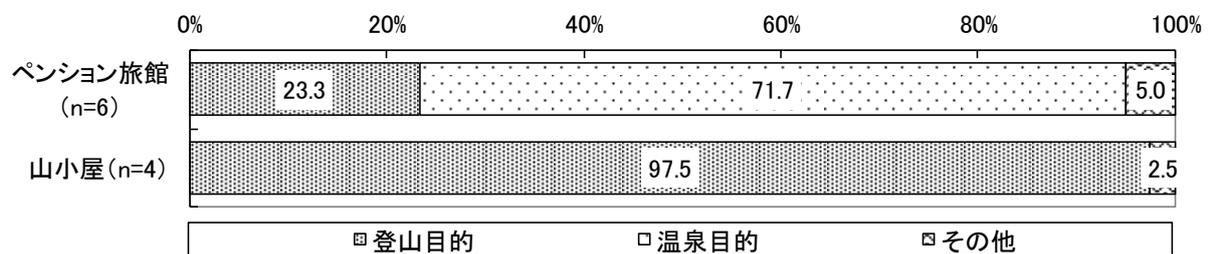
**【シーズンオフの宿泊客の目的】**

シーズンオフの宿泊客の目的について、3つの選択肢を用意し、具体的な割合を尋ねた。各宿泊施設の回答割合を集計した構成比は、「登山目的」が53.0%、「温泉目的」が43.0%であった。



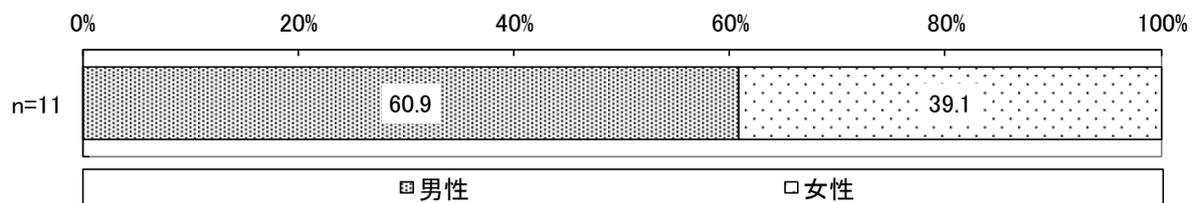
**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

シーズンオフの宿泊客の目的は、「ペンション旅館」では「温泉目的」が約7割を占めた。「山小屋」ではほぼすべて「登山目的」であった。



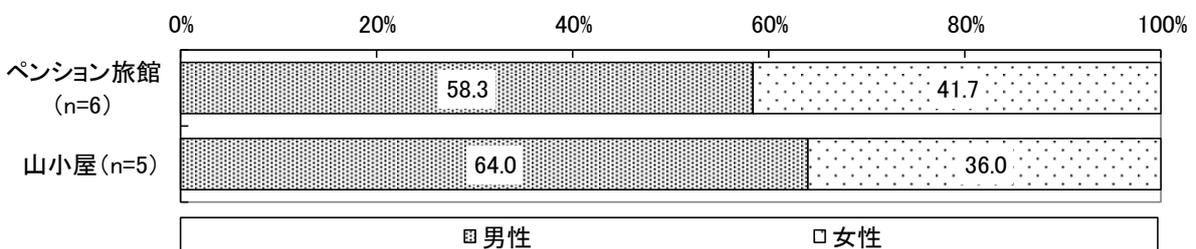
**【宿泊客の性別】**

宿泊客の性別について、具体的な割合を尋ねた。各宿泊施設の回答割合を集計した構成比は、「男性」が60.9%、「女性」が39.1%であった。



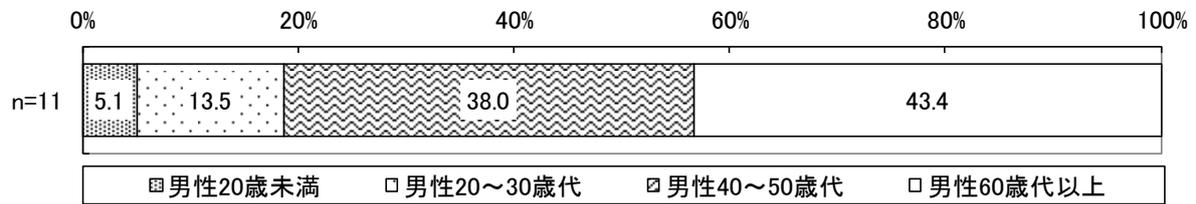
**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

「ペンション旅館」「山小屋」とも、宿泊客の性別は、「男性」が約6割、「女性」が約4割であった。



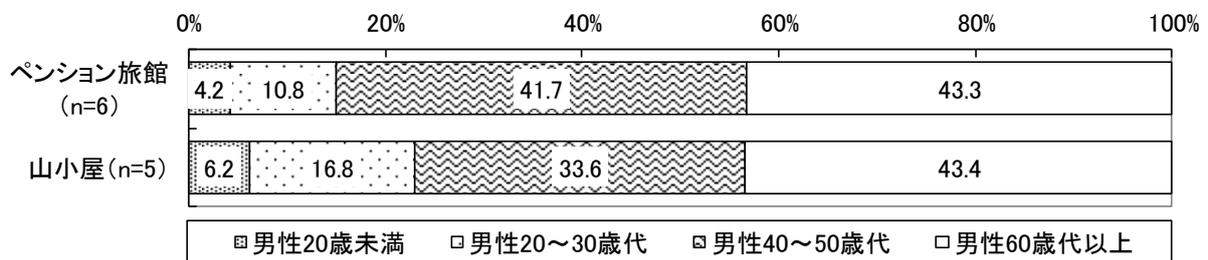
**【宿泊客の中で男性客の年代】**

宿泊客の年代を4つ区分して選択肢を用意し、具体的な割合を尋ねた。各宿泊施設の男性宿泊客の回答割合を集計した構成比は、「60歳代以上」が43.4%、次いで「40歳～50歳代」が38.0%であり、中高年が約8割を占めている。



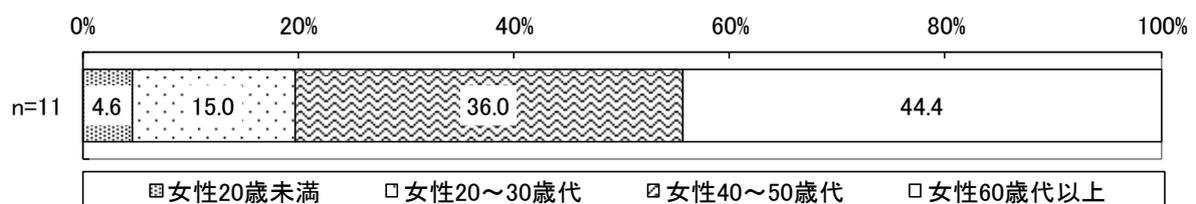
**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

男性宿泊客の年代は、「ペンション旅館」では「60歳代以上」と「40歳～50歳代」がともに約4割を占めた。「山小屋」では「60歳代以上」が約4割、「40歳～50歳代」が約3割を占めた。



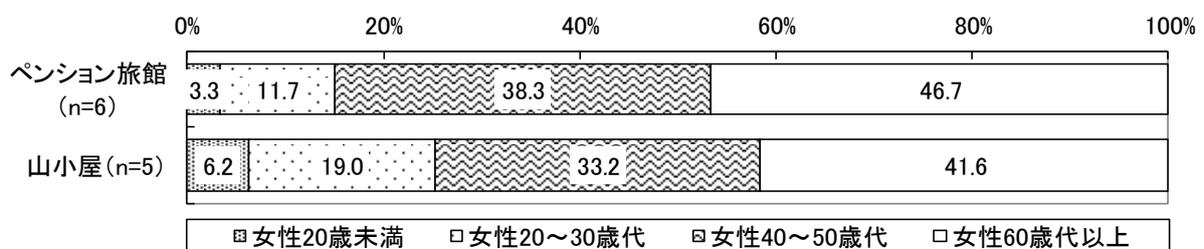
**【宿泊客の中で女性客の年代】**

宿泊客の年代を4つ区分して選択肢を用意し、具体的な割合を尋ねた。各宿泊施設の女性宿泊客の回答割合を集計した構成比は、「60歳代以上」が44.4%、次いで「40歳～50歳代」が36.0%であり、中高年が約8割を占めている。



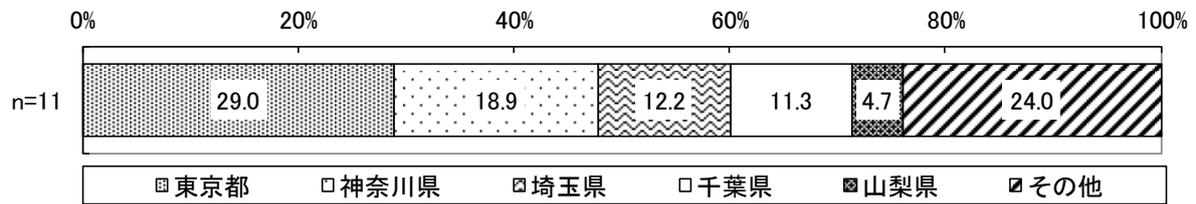
**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

女性宿泊客の年代は、「ペンション旅館」では「60歳代以上」が約5割、「40歳～50歳代」が約4割を占めた。「山小屋」では「60歳代以上」が約4割、「40歳～50歳代」が約3割を占めた。



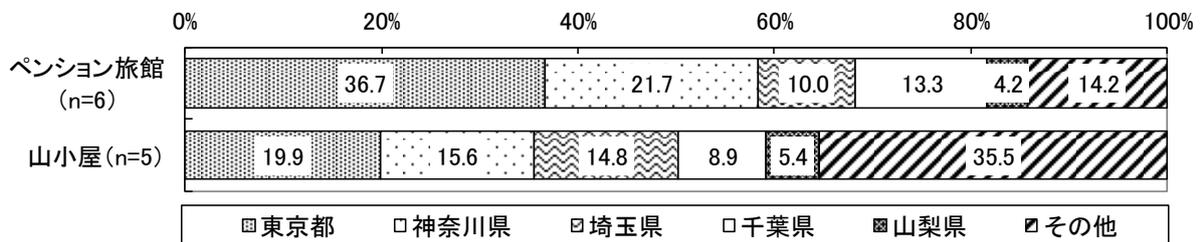
### 【宿泊客の住所】

宿泊客の住所について、6つの選択肢を用意し、具体的な割合を尋ねた。各宿泊施設の回答割合を集計した構成比は、「東京都」が29.0%、次いで「その他」が24.0%、「神奈川県」が18.9%であった。



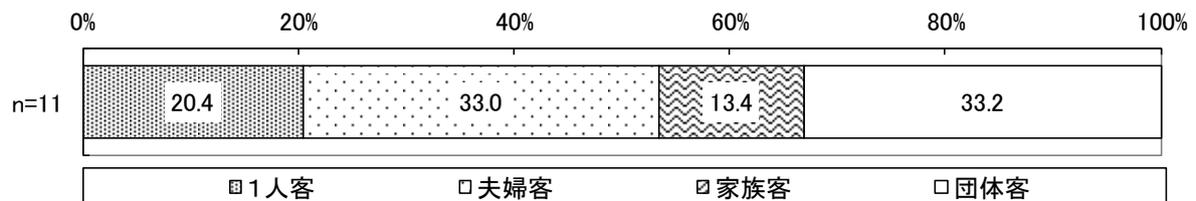
### (ペンション旅館・山小屋別クロス集計)

「ペンション旅館」の宿泊客の住所は、「東京都」が約4割、「神奈川」が約2割であった。東京圏で約8割を占めている。「山小屋」の宿泊客の住所は、東京圏が約6割であり、その他地域からの宿泊客は約4割を占めている。



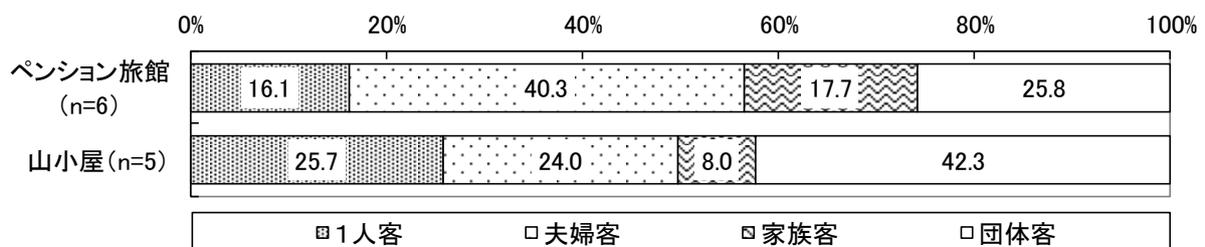
### 【登山シーズンの宿泊客の形態】

登山シーズンの宿泊客の形態について、4つの選択肢を用意し、具体的な割合を尋ねた。各宿泊施設の回答割合を集計した構成比は、「団体客」が33.2%、次いで「夫婦客」が33.0%であった。



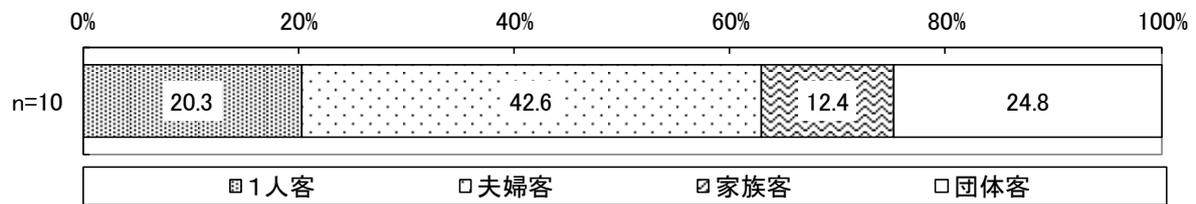
### (ペンション旅館・山小屋別クロス集計)

登山シーズンの宿泊客は、「ペンション旅館」では「夫婦客」が約4割、「団体客」が約3割であった。「山小屋」では「団体客」が約4割、「1人客」が約3割であった。



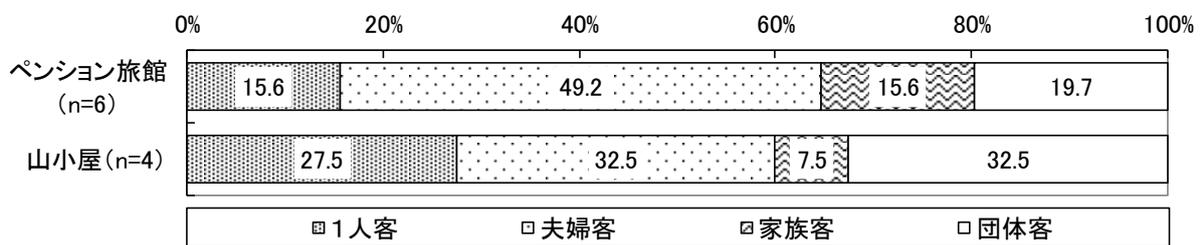
**【シーズンオフの宿泊客の形態】**

シーズンオフの宿泊客の形態について、4つの選択肢を用意し、具体的な割合を尋ねた。各宿泊施設の回答割合を集計した構成比は、「夫婦客」が42.6%、次いで「団体客」が24.8%であった。



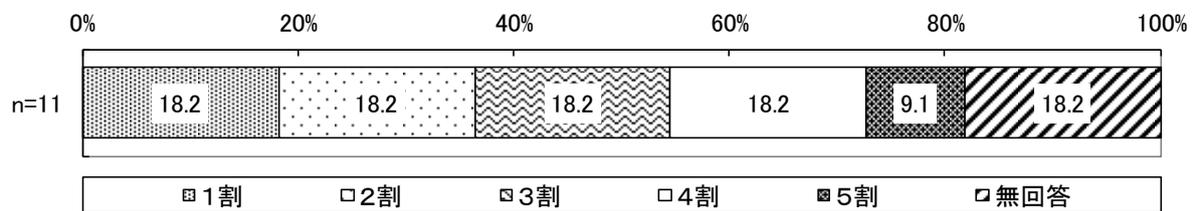
**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

シーズンオフの宿泊客の形態は、「ペンション旅館」では「夫婦客」が約5割、「団体客」が約2割であった。「山小屋」では「団体客」と「夫婦客」がともに約3割であった。



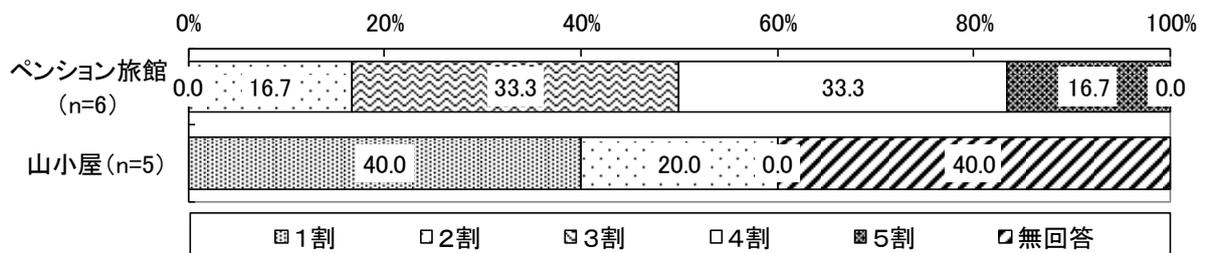
**【リピート割合】**

リピート客の割合について、具体的な割合を尋ねた。「1割」「2割」「3割」「4割」がそれぞれ18.2% (2施設) という結果であった。



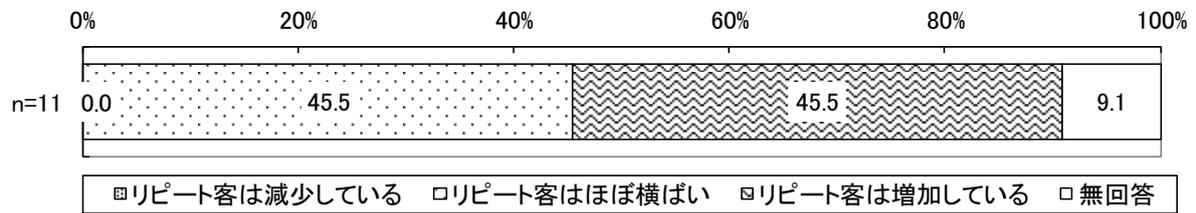
**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

リピート客の割合は、「ペンション旅館」では「3割」と「4割」がともに33.3% (3施設) であった。「山小屋」では、「1割」が40.0% (2施設) であった。



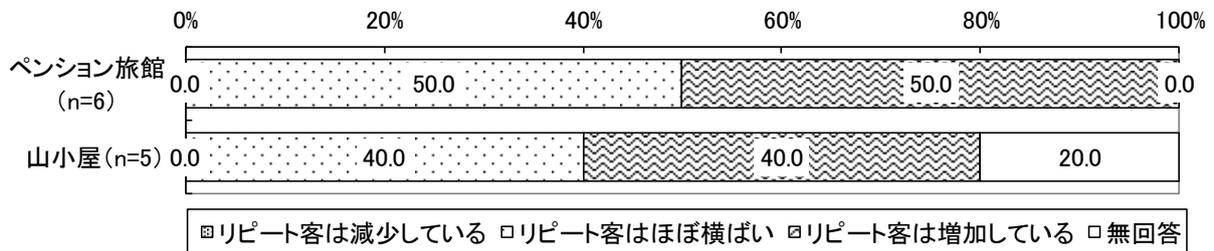
**【リピート客の増減】**

リピート客の増減状況について尋ねたところ、「リピート客はほぼ横ばい」と「リピート客は増加している」の割合がともに45.5%であった。「リピート客は減少している」と回答した施設はなかった。



**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

リピート客の増減状況は、「ペンション旅館」では「リピート客はほぼ横ばい」と「リピート客は増加している」がともに5割であった。「山小屋」では、「リピート客はほぼ横ばい」と「リピート客は増加している」がともに4割であった。



**【増加した客層】**

**(ペンション旅館)**

- ・一人客が多くなった。60歳以上が多くなった。
- ・60歳代の男女一人客。
- ・カップルが増加。(貸切風呂に入りたいから)

**(山小屋)**

- ・20～30歳代の男女。
- ・若者達が登ってくるようになったが、主はやはり中高年が多い。
- ・人数の変化はないが、テント数は増加した(プライベートテントの増加)。

**【減少した客層】**

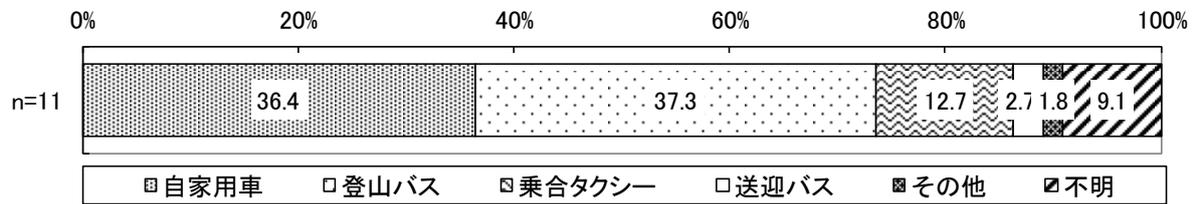
**(ペンション旅館)**

- ・若い客が少ない。
- ・ファミリー層。
- ・子供を入れないようにしたので家族客が減少。

問5 (宿泊客の交通手段)

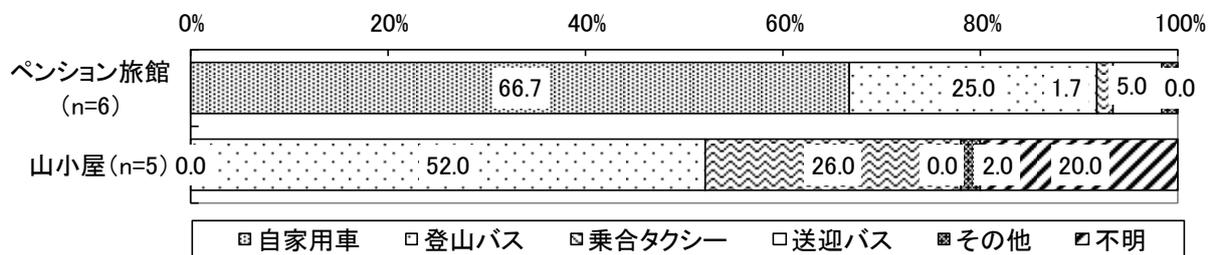
【登山シーズンの宿泊客の交通手段】

登山シーズンの宿泊施設までの交通手段を尋ねた。各宿泊施設の回答割合を集計した構成比は「登山バス」が37.3%、「自家用車」が36.4%、「乗合タクシー」が12.7%であった。



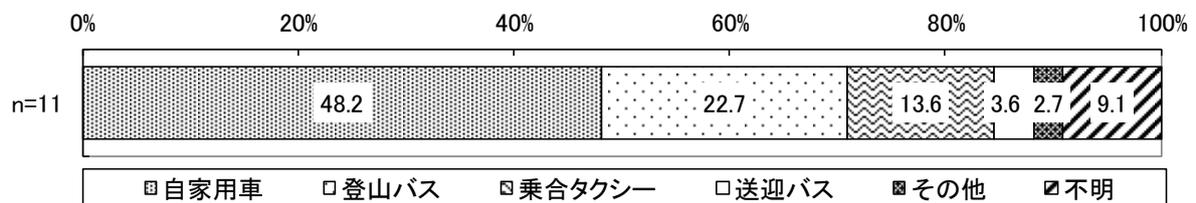
(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)

登山シーズンの宿泊施設までの交通手段は、「ペンション旅館」では「自家用車」が約7割であった。「山小屋」では「登山バス」が約5割、「乗合タクシー」が約3割であった。



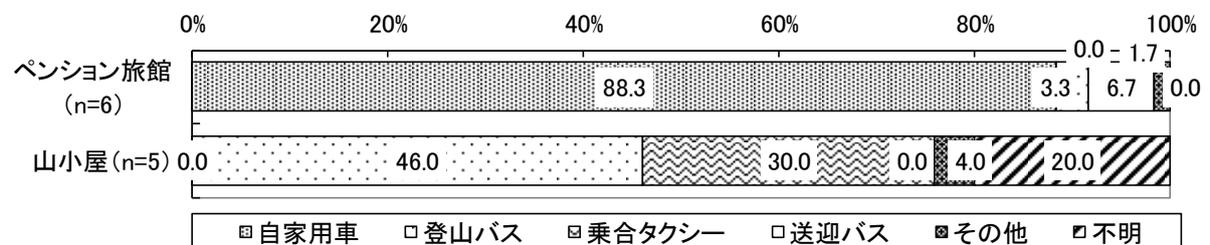
【シーズンオフの宿泊客の交通手段】

シーズンオフの宿泊施設までの交通手段を尋ねた。各宿泊施設の回答割合を集計した構成比は「自家用車」が48.2%、「登山バス」が22.7%、「乗合タクシー」が13.6%であった。



(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)

シーズンオフの宿泊施設までの交通手段は、「ペンション旅館」では「自家用車」が約9割であった。「山小屋」では「登山バス」が約5割、「乗合タクシー」が約3割であった。



### 【宿泊客の交通手段に関する課題・要望】

#### (ペンション旅館)

・登山バス、甲府発の最終便の時間が早すぎる。
・海外からのインバウンド客層の増加からも南アルプス山間部の公共交通が必要。
・路面バスと南アルプス循環バスとの連絡が悪い。
・甲府から芦安までの間、宿泊客送迎バスが欲しいです。

#### (山小屋)

・混雑時、乗り切れないお客様がバス停に置いて行かれてしまうことがある（甲府駅、芦安駐車場発、広河原行き）。駐車場に車が置ききれない時がある。北沢峠－広河原間の便数が少ない。特に長野県側との対応との差がありすぎ。お客様には不評。（長野県側の方が、親切・丁寧）
・現在、南アルプス林道がマイカー規制となっているが、利用客より反論は少ないのでこの状況が続けることが望ましい。別段特別な交通システムを導入する必要はないと思われる。
・甲府～広河原間の交通が不便な為、自家用車に頼る以外になく駐車場がシーズン時に不足している。甲府～広河原のバスの増便と時間の幅を広げる事や駐車スペースを増やすことが望まれる。

### 【甲府－芦安間の宿泊客送迎バスの必要性】

#### (ペンション旅館)

・自家用車でなく電車などでくるお客様の為に必要である。
・現状の登山バスでは便数が少なく、乗りつぎも悪いため通年での運用が必須である。
・運行の時間が悪く連絡が取れない。
・必要。
・冬の間必要。

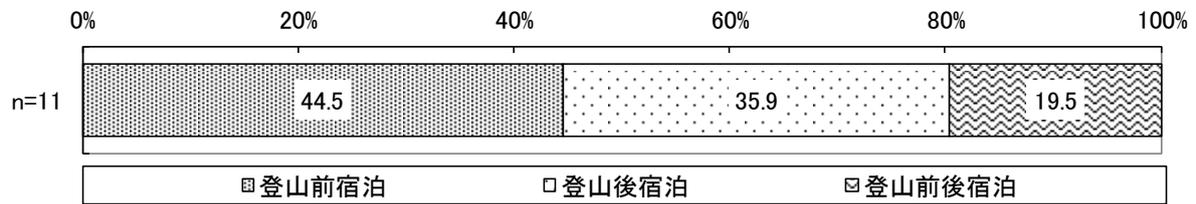
#### (山小屋)

・送迎バスを出す程ニーズがあるかどうかは疑わしい。山小屋では必要を感じない。
・年間の安定したバスの運行が必要。

問6 (宿泊客の行動特性)

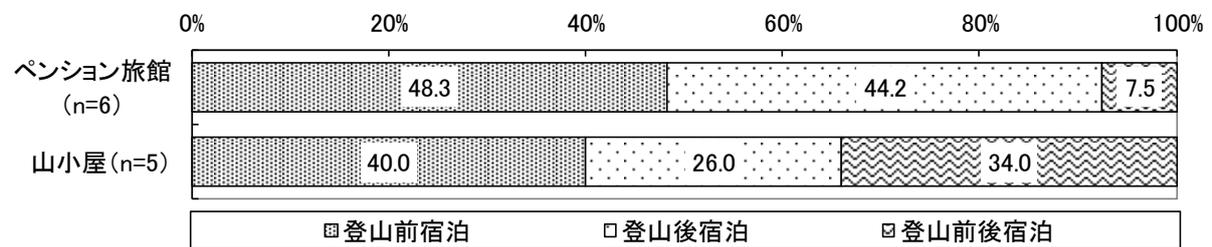
【登山客の宿泊特性】

宿泊する登山客について、登山前後の宿泊割合を尋ねた。各宿泊施設の回答割合を集計した構成比は、「登山前宿泊」が44.5%、「登山後宿泊」が35.9%であった。



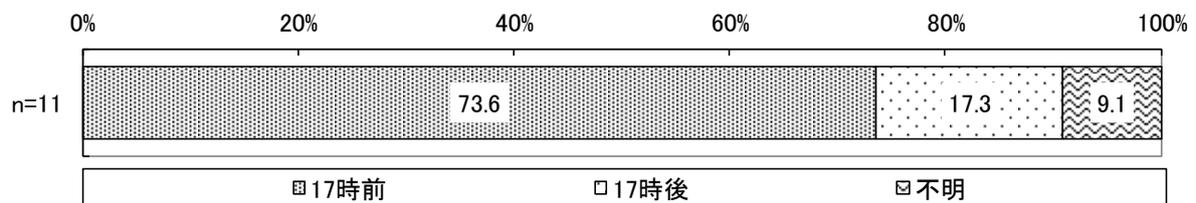
(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)

登山前後の宿泊割合は、「ペンション旅館」では「登山前宿泊」が48.3%、「登山後宿泊」が44.2%であった。「山小屋」では、「登山前宿泊」が40.0%、「登山前後宿泊」が34.0%であった。



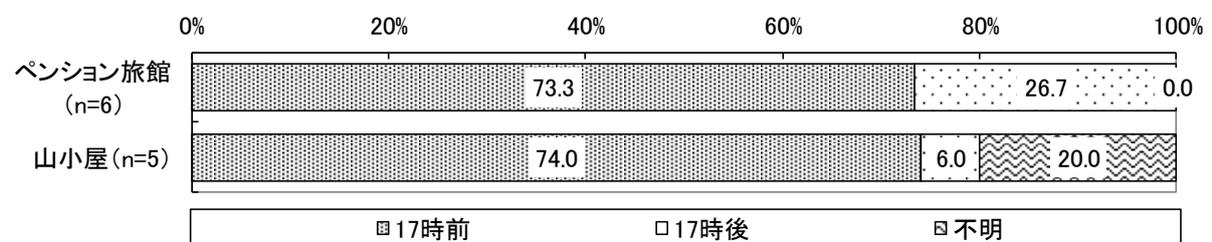
【登山客の到着時間】

宿泊する登山客の到着時間について「17時前」「17時後」の割合を尋ねた。各宿泊施設の回答割合を集計した構成比は、「17時前」が73.6%であった。



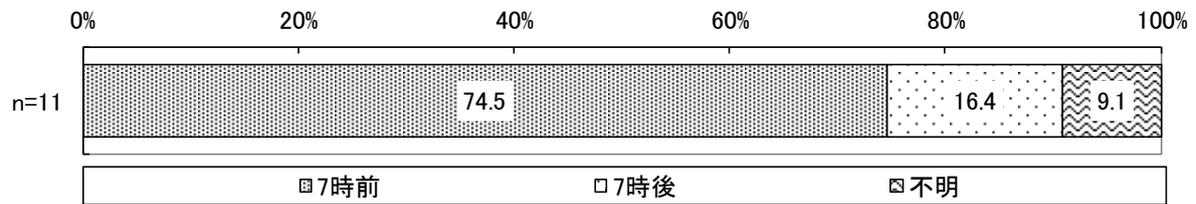
(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)

宿泊する登山客の到着時間は、「ペンション旅館」では「17時前」が約7割、「山小屋」も「17時前」が約7割を占めた。



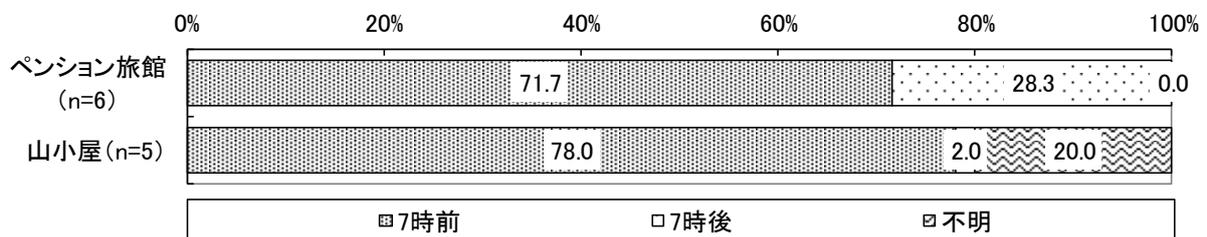
**【登山客の出発時間】**

宿泊する登山客の出発時間について「7時前」「7時後」の割合を尋ねた。各宿泊施設の回答割合を集計した構成比は、「7時前」が74.5%であった。



**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

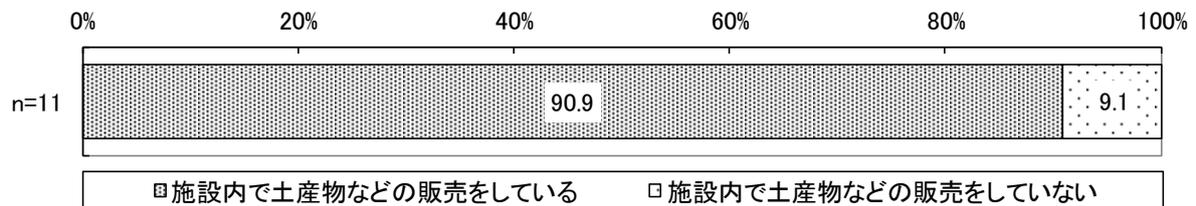
宿泊する登山客の出発時間は、「ペンション旅館」では「7時前」が約7割を占めた。「山小屋」では「7時前」が約8割を占めた。



**問7 (宿泊施設の物販状況)**

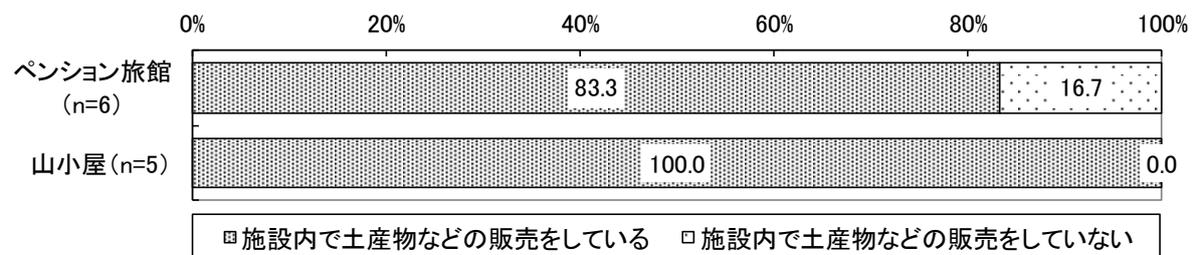
**【物販の有無】**

施設における土産物などの販売について尋ねたところ、「施設内で土産物などの販売をしている」回答割合は90.9%であった。



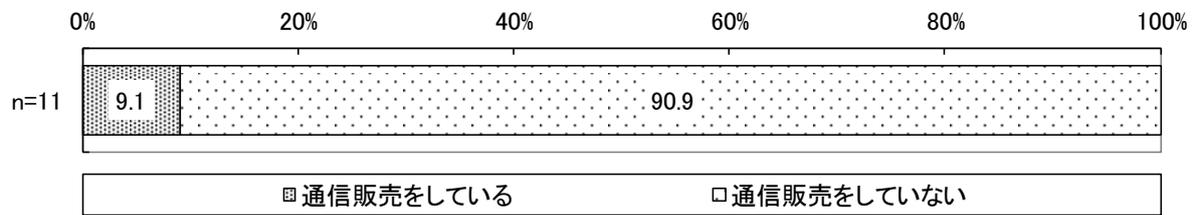
**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

「施設内で土産物などの販売をしている」回答割合は、「ペンション旅館」では約8割、「山小屋」では10割であった。



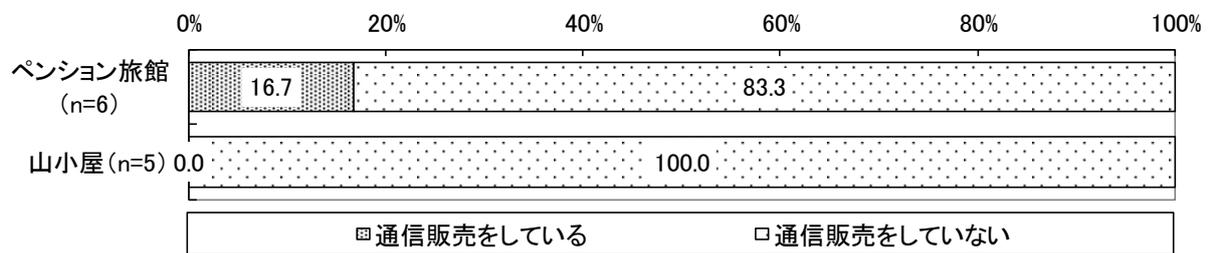
**【通信販売の有無】**

通信販売の参入について尋ねたところ、「通信販売をしている」回答割合は9.1%（1施設）であった。



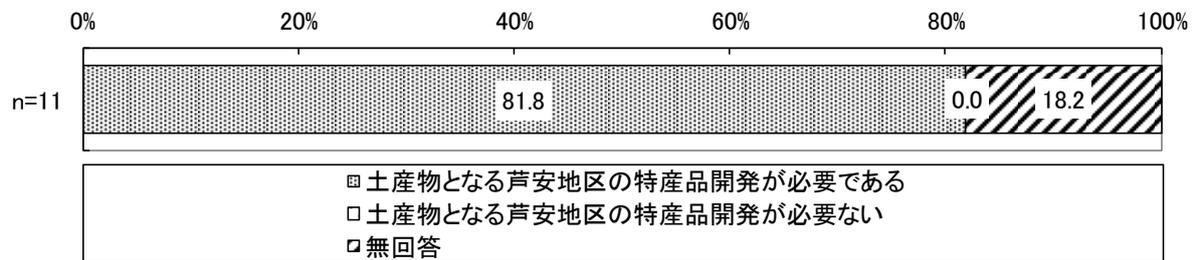
**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

「通信販売をしている」回答割合は、「ペンション旅館」では16.7%（1施設）、「山小屋」では0%であった。



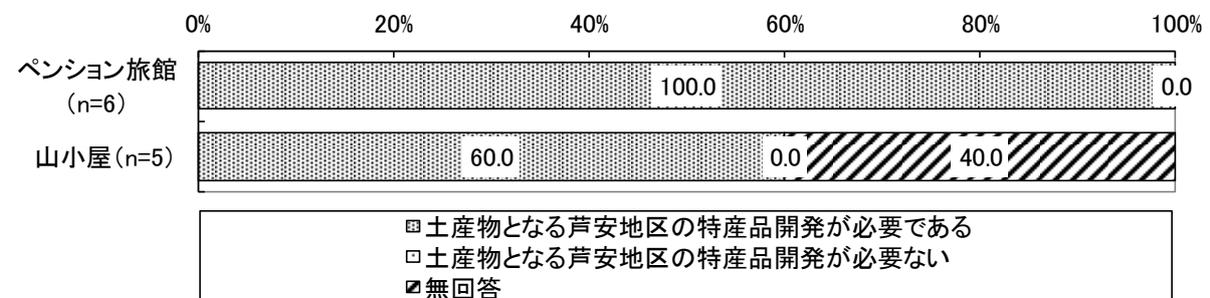
**【特産品開発の必要性】**

芦安地区の特産品開発の必要性を尋ねたところ、「土産物となる芦安地区の特産品開発が必要である」との回答割合は81.8%であった。



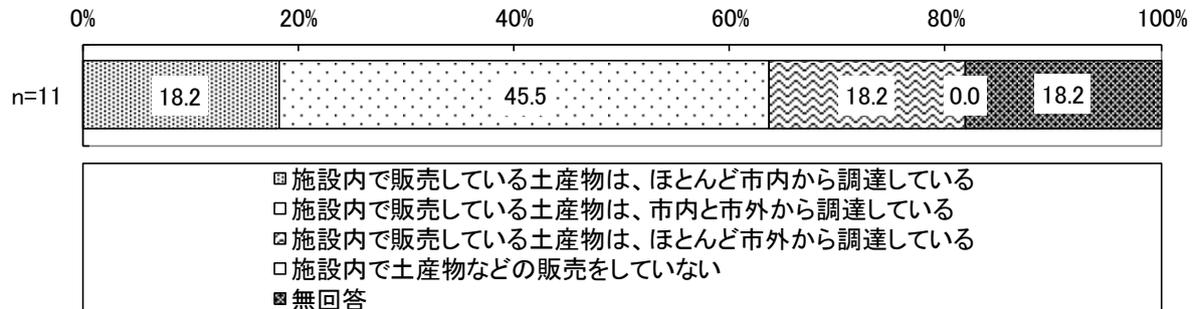
**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

「土産物となる芦安地区の特産品開発が必要である」との回答割合は、「ペンション旅館」では10割、「山小屋」では約6割であった。



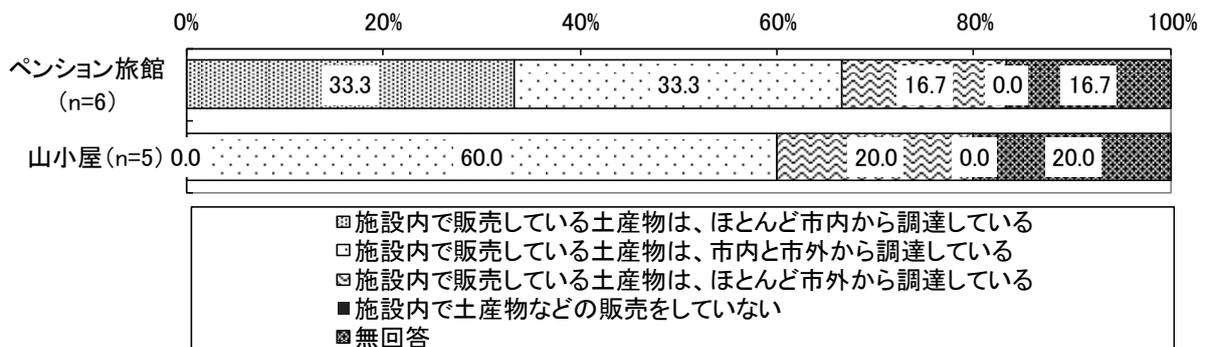
**【市内からの調達割合】**

土産物の市内からの調達割合を尋ねたところ、「施設内で販売している土産物は、市内と市外から調達している」回答割合が 45.5%で、次いで、「ほとんど市内から調達している」と「ほとんど市外から調達している」がともに 18.2%であった。



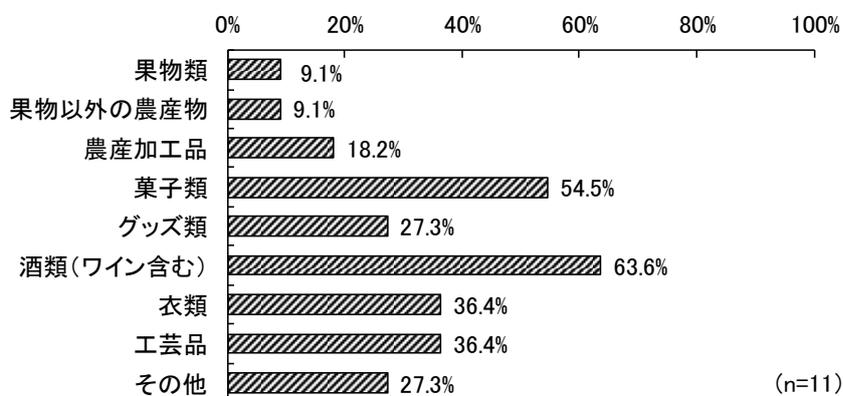
**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

「施設内で販売している土産物は、市内と市外から調達している」回答割合は、「ペンション旅館」では約3割、「山小屋」では約6割であった。



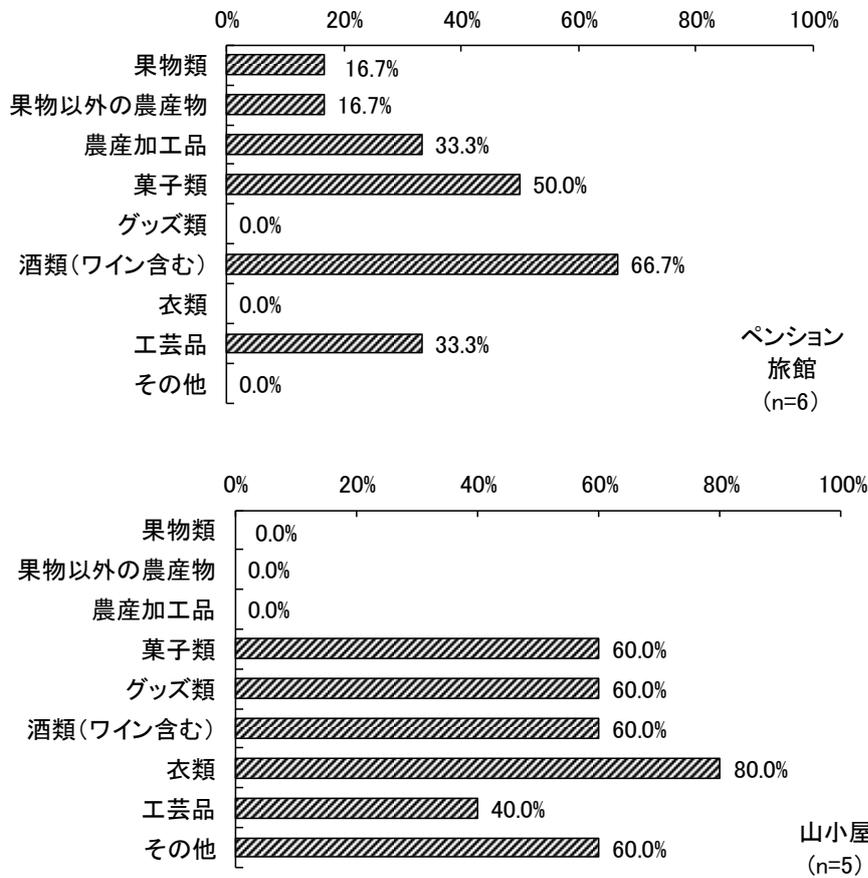
**【土産物を販売している宿泊施設の取扱商品の構成】**

施設内で土産物を販売している場合、取り扱っている商品について複数回答で尋ねたところ、「酒類(ワイン含む)」の割合が 63.6%と最も高く、次いで「菓子類」が 54.5%であった。



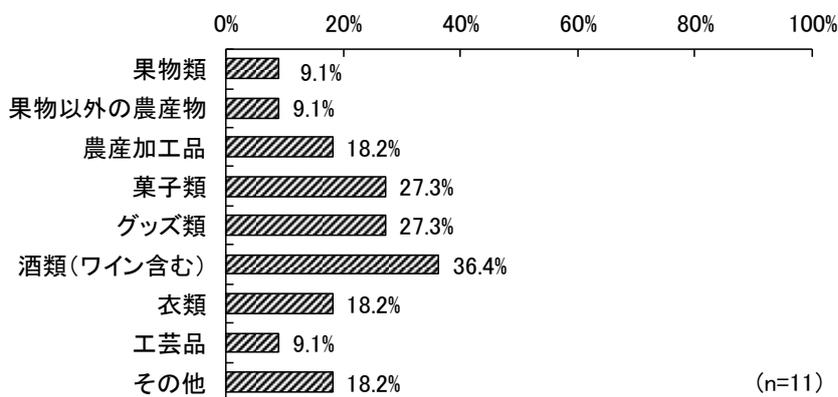
**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

「ペンション旅館」では、「酒類(ワイン含む)」の割合が66.7%と最も高く、「山小屋」では「衣類」の割合が80.0%と最も高かった。



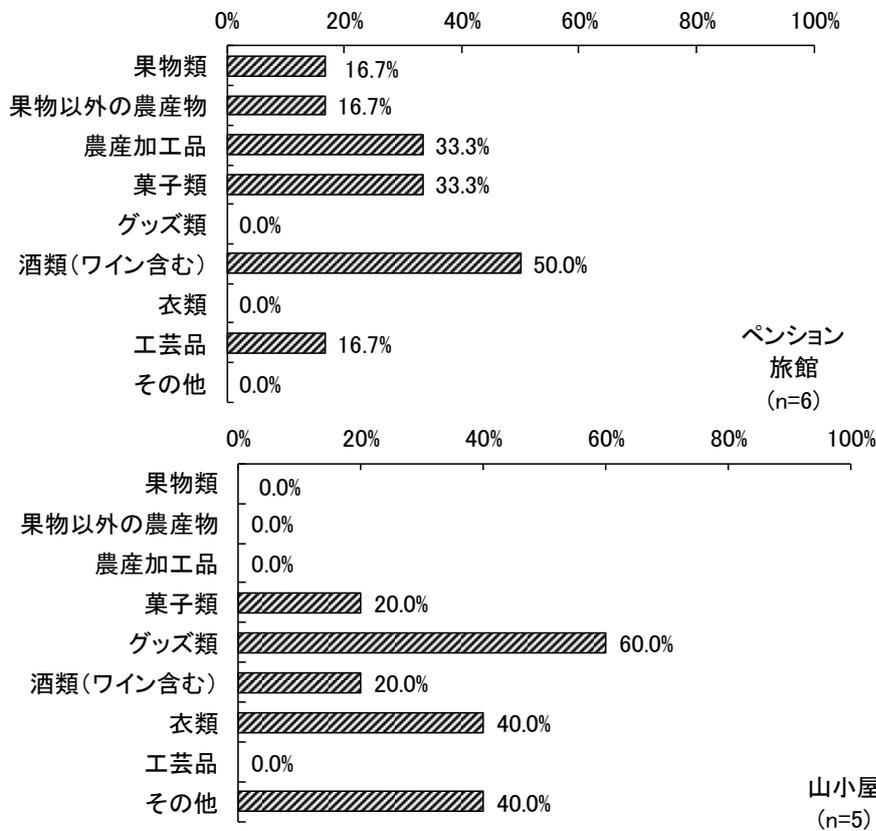
**【土産物を販売している宿泊施設の売れ筋商品】**

施設内で土産物を販売している場合、売れ筋商品について複数回答で尋ねたところ、「酒類(ワイン含む)」の割合が36.4%と最も高く、次いで「菓子類」と「グッズ類」が27.3%であった。



**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

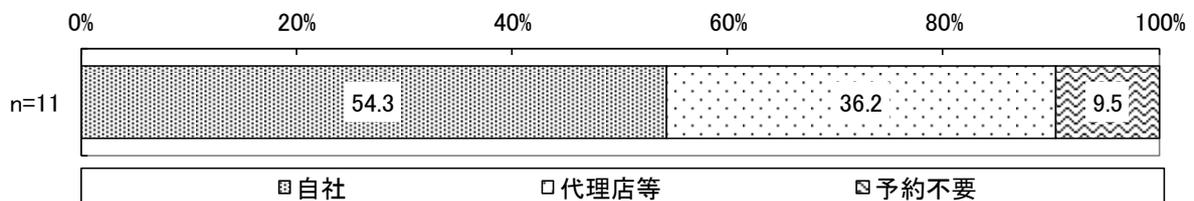
「ペンション旅館」では、「酒類(ワイン含む)」の割合が50.0%と最も高く、「山小屋」では「グッズ類」の割合が60.0%と最も高かった。



**問8 (集客の工夫)**

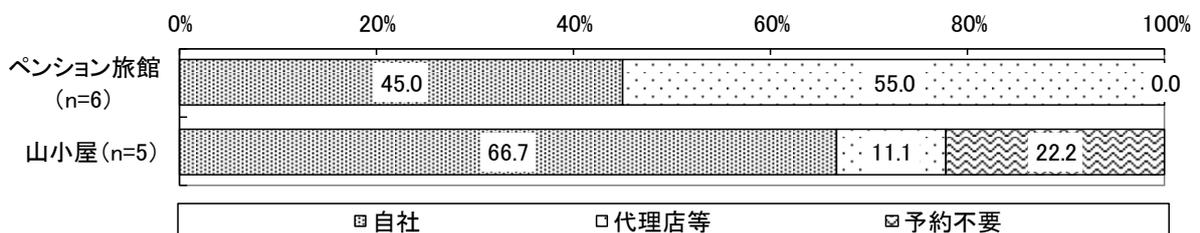
**【宿泊予約の経路】**

宿泊予約の経路について尋ねた。各宿泊施設の回答割合を集計した構成比は、「自社(自社の電話や施設のホームページからの予約)」が54.3%、「代理店等(旅行代理店や宿泊予約サイトを通じた予約)」が36.2%であった。



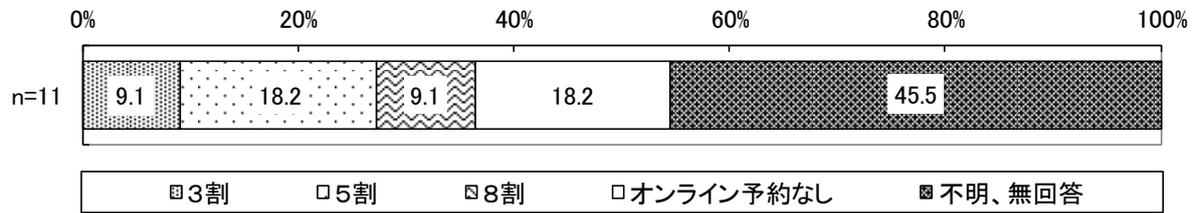
**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

「自社(自社の電話や施設のホームページからの予約)」の回答割合は、「ペンション旅館」では約5割、「山小屋」では約7割であった。



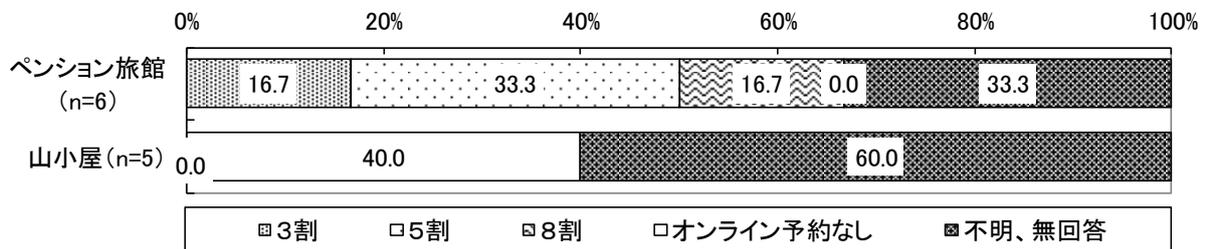
**【オンライン予約】**

宿泊予約について、自社ホームページや宿泊予約サイトなど、インターネット上からの予約割合について尋ねた。無回答が45.5%（5施設）、「5割」「オンライン予約なし」がともに18.2%であった。



**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

「ペンション旅館」では、「5割」「無回答」がともに33.3%であった。「山小屋」では「無回答」が60.0%、「オンライン予約なし」が40.0%であった。



**問9 (宿泊施設のPR媒体)**

**【最も注力しているPR媒体】**

**(ペンション旅館)**

- ・ホームページ。
- ・雑誌、リピーター。

**(山小屋)**

- ・Facebook。
- ・各種パンフレットやインターネットによる情報公開及びPR活動。

**【情報発信の工夫】**

**(ペンション旅館)**

- ・芦安地域の四季折々の情報。
- ・特にないがHP。

**(山小屋)**

- ・Facebook。
- ・各地で開催される夏山フェスティバル等のイベントに積極的に参加する。

問10 (源泉や宿泊施設の課題・要望)

【芦安温泉や宿泊施設の課題・要望】

(ペンション旅館)

・温泉温度が低すぎる。
・源泉からの送湯パイプが長く、保温されていないため温度が低すぎる。(約20℃) →かけ流しでもない。
・周りに店(コンビニ等)がなさすぎる。夜中でも訪ねてくる。
・温泉の温度が低すぎる。泉温を上げる様に金山沢の余剰電力を利用して。
・トンネルが開通するとほとんどの客は、最終地点まで入るので芦安の宿は無くなる。

(山小屋)

・登山者への周知。
-----------

【県道甲斐早川線(早川芦安連絡道路)への期待と不安】

(ペンション旅館)

・期待→南アルプス芦安への来訪者の増加 不安→工事に伴う交通状況の悪化(特にダンプ)
・単なる通過点になるのでは?
・不安です。

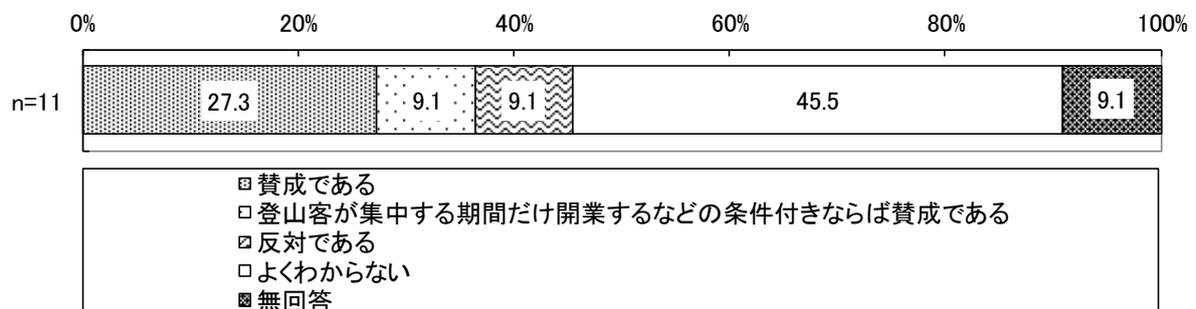
(山小屋)

・南アルプス登山者は必ず芦安か奈良田に駐車して登下山出来るシステムの構築が望まれます(現在のマイカー規制を継続することを前提として)。
・通行止め時の迂回ルートの確保ができる。白根三山縦走時の周回が可能になる。

問11 (簡易宿泊施設や民泊に関する意見)

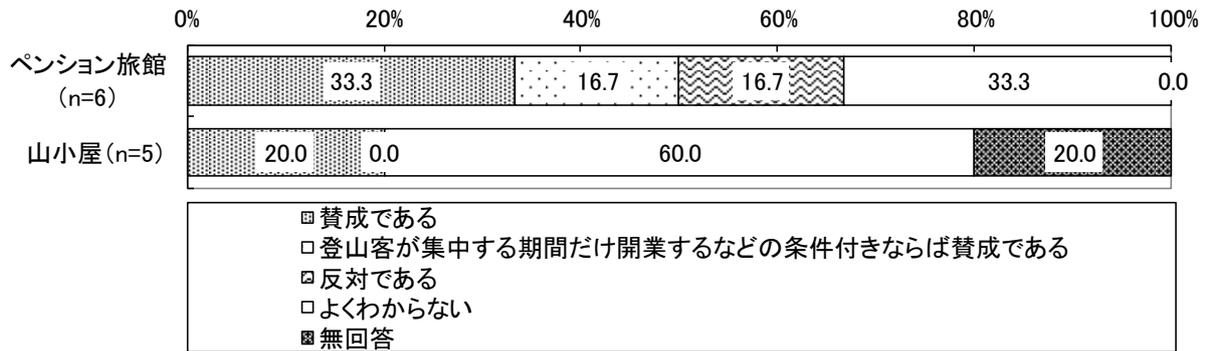
【登山客やライダー向けの簡易宿泊施設の導入に関する賛否】

登山客やライダー向けの空き家を利用した簡易宿泊施設の導入に関する賛否を尋ねたところ、「よくわからない」の割合が45.5%と最も高く、次いで「賛成である」が27.3%であった。



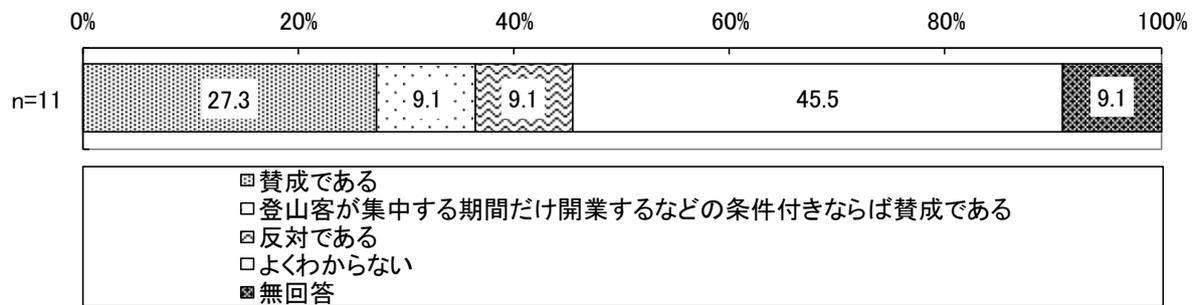
(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)

「ペンション旅館」では、「賛成である」「よくわからない」がともに33.3%(2施設)であった。「反対である」は16.7%(1施設)であった。「山小屋」では、「よくわからない」が60.0%(3施設)であった。



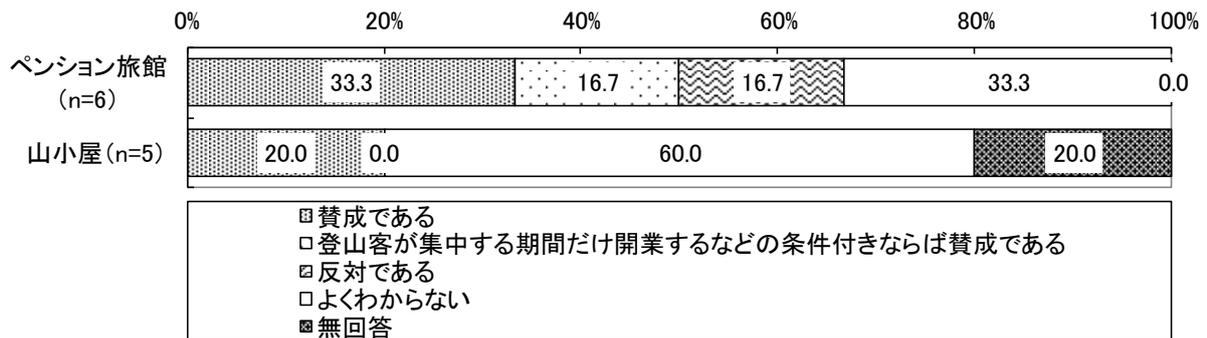
**【登山客やライダー向けの民泊の導入に関する賛否】**

芦安地区において、登山客やライダー向けの民泊の導入に関する賛否を尋ねたところ、「よくわからない」の回答割合は45.5%と最も高く、次いで「賛成である」が27.3%であった。



**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

「ペンション旅館」では、「賛成である」「よくわからない」がともに33.3% (2施設) であった。「反対である」は16.7% (1施設) であった。「山小屋」では、「よくわからない」が60.0% (3施設) であった。



**【簡易宿泊施設の導入に伴う影響】**

**(ペンション旅館)**

- ・全般の底上げをはかるという意味で影響ないと思います。
- ・車中泊が多いので、あったほうが良いと思う。
- ・治安の悪化、客とのトラブル。
- ・反対である。

**(山小屋)**

・登山前に車中泊する登山客も多く、体調不良の原因の一つになっていると思われる。仮眠できる施設があれば、お客様にも喜ばれると思う。
・登山とは異質の宿泊者なので不明。

**【民泊の導入に伴う影響】**

**(ペンション旅館)**

・全般の底上げをはかるという意味で影響ないと思います。
・車中泊、当日泊が多いので、あったほうが良いと思う。
・治安の悪化、客とのトラブル。
・今でも少ないのに、反対である。

**(山小屋)**

・登山前に車中泊する登山客も多く、体調不良の原因の一つになっていると思われる。仮眠できる施設があれば、お客様にも喜ばれると思う。
・登山とは異質の宿泊者なので不明。

**【宿泊者に対する夕食提供の可能性】**

**(ペンション旅館)**

・既存の宿泊客の状況により、可能な場合と不可の場合あり。
・対応したいです。
・なし。当宿泊客だけで一杯。
・不可。

**【宿泊者に対する温泉入浴提供の可能性】**

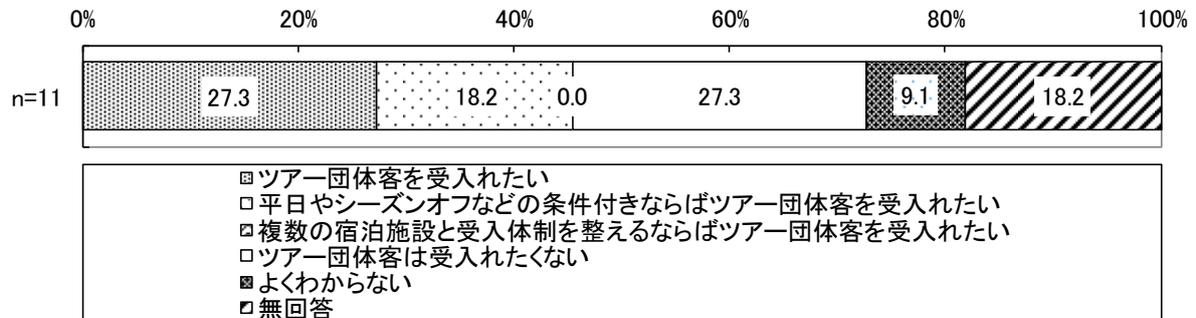
**(ペンション旅館)**

・可能だと思います。
・対応したいです。
・なし。
・不可。

問12 (団体客の受入れに関する意見)

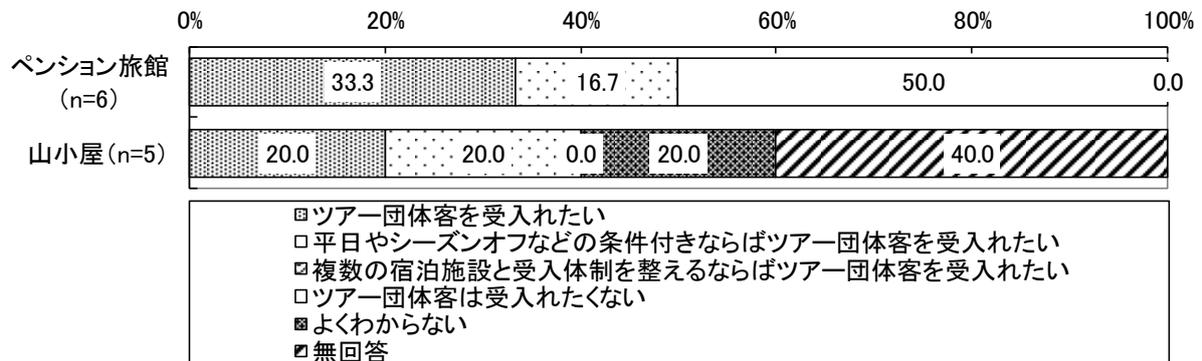
【ツアー団体客(宿泊客)の受入れ】

旅行代理店などが企画している登山ツアーやスノーシュートレッキングツアーなどの団体客(宿泊客)の受入れについて尋ねたところ、「ツアー団体客を受入れたい」「ツアー団体客は受入れたくない」がともに27.3%、次いで「平日やシーズンオフなどの条件付きならばツアー団体客を受入れたい」は18.2%であった。



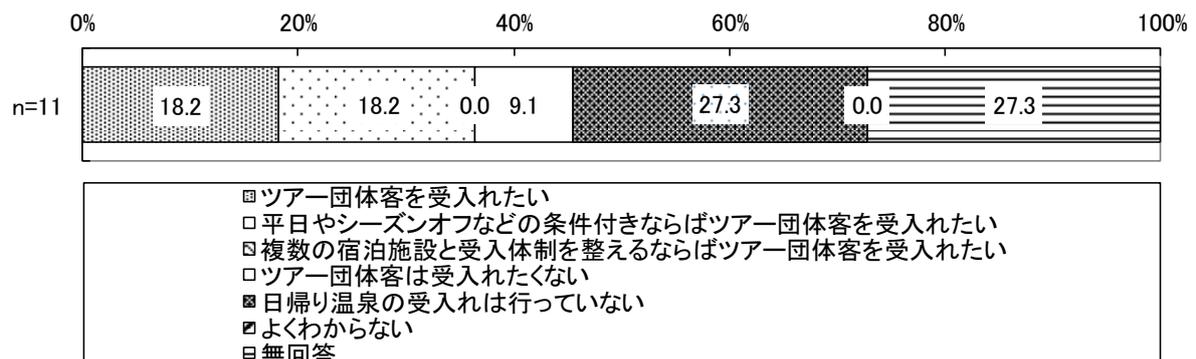
(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)

「ペンション旅館」では、「ツアー団体客は受入れたくない」が約5割、「ツアー団体客を受入れたい」が約3割であった。「山小屋」では、「無回答」が4割(2施設)、「ツアー団体客を受入れたい」「平日やシーズンオフなどの条件付きならばツアー団体客を受入れたい」「よくわからない」がともに2割(1施設)であった。



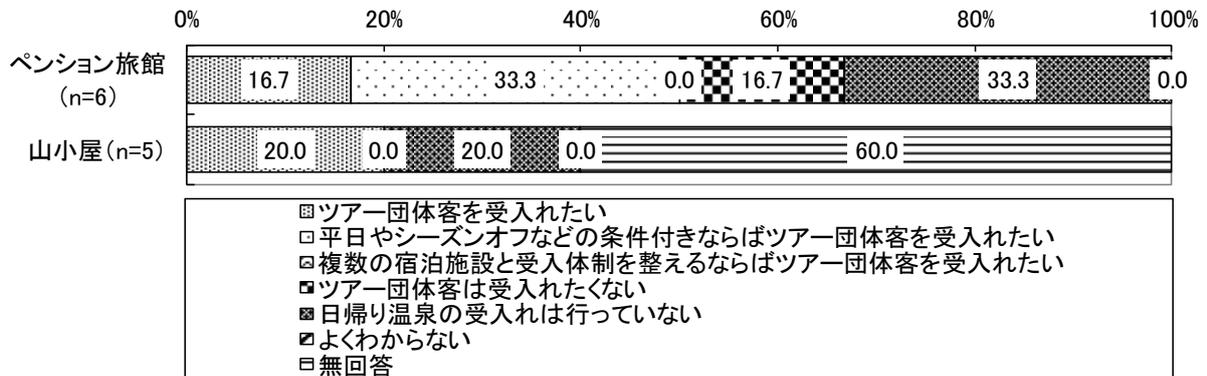
【団体客の日帰り温泉の受入れ】

団体客の日帰り温泉の受入れについて尋ねたところ、「日帰り温泉の受入れは行っていない」「無回答」がともに27.3%、次いで「ツアー団体客を受入れたい」、「平日やシーズンオフなどの条件付きならばツアー団体客を受入れたい」が18.2%であった。



**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

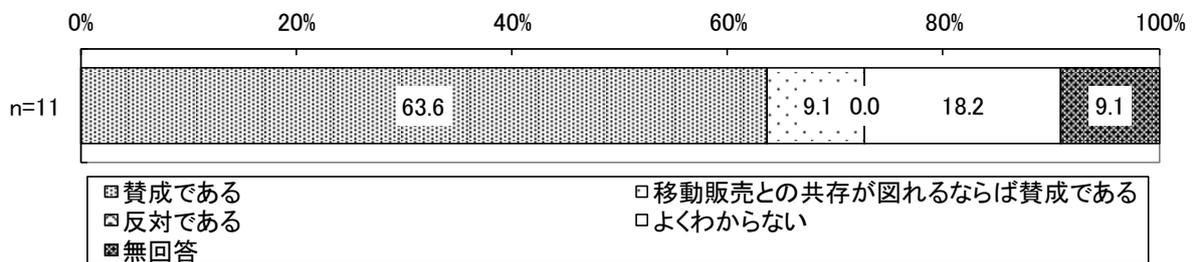
「ペンション旅館」では、「平日やシーズンオフなどの条件付きならばツアー団体客を受入れたい」「日帰り温泉の受入れは行っていない」がともに33.3% (2施設)、「ツアー団体客を受入れたい」「ツアー団体客は受入れたくない」がともに16.7% (1施設)であった。「山小屋」では、「無回答」が60.0% (3施設)、「ツアー団体客を受入れたい」「日帰り温泉の受入れは行っていない」がともに20.0% (1施設)であった。



**問13 (商店開設に関する意見)**

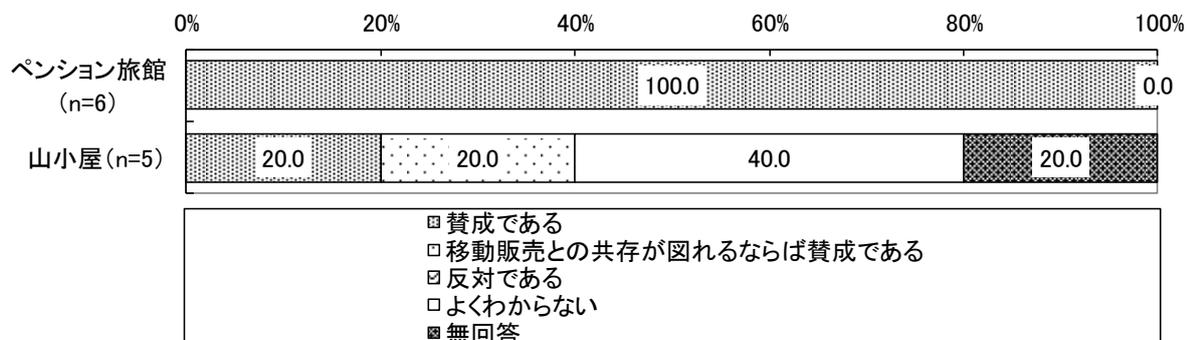
**【コンビニエンスストアのような商店導入に関する賛否】**

芦安地区にコンビニエンスストアのような商店を導入することの賛否について尋ねたところ、「賛成である」の割合が63.6%と最も高く、次いで「よくわからない」が18.2%であった。



**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

「ペンション旅館」では、「賛成である」が10割 (6施設)であった。「山小屋」では「よくわからない」が4割 (2施設)、「賛成である」「移動販売との共存が図れるならば賛成である」「無回答」がそれぞれ2割 (1施設)であった。



**【コンビニエンスストアのような商店導入に関する意見】**

**(ペンション旅館)**

・ 宿泊客も利用しやすい。
・ 単なる物販拠点としてだけでなく、地域コミュニティの核となる施設を望みます。
・ 必要だと思う。街が暗い。
・ ちょっとした買物が出来る商店は必要。
・ 賛成。

**(山小屋)**

・ 夏季は利用者が多いと思うが、オフシーズンは利用者がほとんどいないと思われる。
・ 登山口の広河原では先ず無理だと思われる。利用日が短い事や通年営業が不可能と思われる。

**【その他】**

**(ペンション旅館)**

・ 市営の駐車場とロッジ付近だけでなく芦安支所の近くにもバスの発着所として作ってほしい。
・ 現在の立派な山岳館をもっと活用すべき。→規制に縛られて物販施設の導入ができない。指定管理者に丸なげするのではなく、もっと知恵を出し1つ1つ具現化していくことが必要。
・ 芦安の人口が少ないのはわかりますが、街が暗くイメージが悪い。
・ 13年間、同じ様な事を聞かれ、同じ様な事を言って来たが、何一つ手を付けていない。

**(山小屋)**

・ 南アルプス林道のマイカー規制には賛成だが、通行可能期間を6月初旬に前倒しして欲しい。
--

### (3) 宿泊施設に対するアンケート調査結果のまとめ

#### ■宿泊施設の特性

芦安地区の宿泊施設は、芦安温泉郷の旅館やペンションと、山小屋に大別することができる。宿泊施設アンケート調査に基づく各宿泊施設の特性は次のとおりである。

	ペンション旅館	山小屋
定員	30人未満が約7割	50人～200人未満が中心
営業期間	通年営業（温泉ロッジ除く）	期間限定営業（6月中旬～11月上旬）
温泉	温泉提供	—
年間宿泊客数	近年ほぼ横ばいで推移	近年増加傾向で推移
月別宿泊客数	登山シーズンに集中	7月と8月に宿泊客が集中
稼働状況	登山シーズンの週末に集中	登山シーズンの週末に集中
宿泊客の目的	温泉目的と登山目的	登山目的
宿泊客の性別	男性割合が約6割	男性割合が約6割
宿泊客の年齢	男女とも40歳代以上が中心	男女とも40歳代以上が中心
宿泊客の住所	東京圏が約8割	東京圏が約6割

#### ■平日、オフシーズン対策の必要性

「ペンション旅館」は、通年営業をしているが、宿泊客は登山シーズンの週末に集中している。登山シーズンの平日や登山シーズン以外の季節における集客に努め、宿泊施設の稼働率を高める必要性がうかがえる。

#### ■交通機関の充実

宿泊施設までの交通手段は、「ペンション旅館」の宿泊客は、主として自家用車を、「山小屋」の宿泊客は主として登山バスや乗合タクシーを利用している。宿泊施設は、交通機関の充実を期待しており、甲府から芦安、広河原を連絡するバスの充実、路線バスと循環バスの接続改善などが必要であることがうかがえる。

#### ■特産品開発の必要性

宿泊施設で販売する土産物は、「ほとんど市内から調達している」宿泊施設は2施設だけであり、土産物は市外からも調達されていることがうかがえる。芦安地区の特産品開発については、回答した11施設中9施設が必要であると回答しており、特産品開発を進める必要があることがうかがえる。

#### ■温泉温度の改善

源泉から宿泊施設までの送湯延長が長く、温泉温度が低いことが宿泊施設の課題となっている。温泉の魅力を増加させる方策を検討する必要があることがうかがえる。

### ■簡易宿泊施設や民泊の導入

空き家を活用した簡易宿泊施設や民泊の導入については、「よくわからない」との回答割合が高かったが、条件付きを含めると賛成が反対を上回った。車中泊を行う登山客への対応、登山客の体調不良を防ぐためにも、簡易宿泊施設や民泊の導入に向けて検討する必要があることがうかがえる。

### ■シーズンオフのツアー開催

スノーシュートレッキングツアーなどの団体客の受け入れについては、条件付き賛成を含めると5施設が受入れる意向を示している。シーズンオフなどでのツアーの開催を、旅行代理店へ働きかける必要があることがうかがえる。

### ■商店導入に対する期待

芦安地区への商店導入について、芦安地区の「ペンション旅館」6施設のすべてから賛成との回答が得られ、買物とともに地域コミュニティの核となることを期待する意見も見受けられた。商店の導入を検討する必要があることがうかがえる。

### 3. 宿泊客に対するアンケート調査

---

#### (1) 宿泊客に対するアンケート調査の概要

##### ①調査目的

宿泊客の視点を反映させるため、芦安地区のペンション、旅館、山小屋の宿泊客の属性、旅行目的、芦安温泉を選んだ理由、市内での買物・飲食の状況、利用している情報媒体、宿泊客から見た芦安地区の課題等を把握することを目的に、アンケート調査を実施した。

##### ②調査対象

芦安地区のペンション、旅館、山小屋の宿泊客を調査対象とした。

##### ③調査方法

芦安地区のペンション、旅館、山小屋に各 30 通の調査票を郵送配布し、調査票を各施設から郵送回収した。

##### ④調査期間

平成 29 年 7 月 25 日～9 月 29 日

##### ⑤回収状況

193 通を回収した。

##### ⑥調査事項

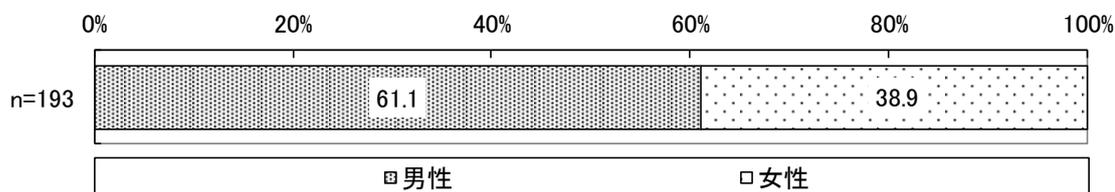
- ・性別、年齢、居住地、同行者
- ・旅行の目的
- ・芦安を選んだ理由
- ・芦安への宿泊回数
- ・宿泊施設までの交通手段
- ・ツアーバス利用の可能性
- ・芦安で立寄った施設
- ・立寄り場所の印象、芦安に必要なもの
- ・市内での買物の有無と金額
- ・市内での飲食の有無と金額
- ・コンビニエンスストアがあった場合の立寄りの可能性
- ・カフェがあった場合の立寄りの可能性
- ・芦安温泉を知った情報媒体
- ・旅行計画で利用する情報媒体
- ・冬季宿泊の可能性
- ・冬季に宿泊する場合の条件
- ・取り組むべき課題

## (2) 宿泊者に対するアンケート調査結果

### 問1 (性別、年齢、居住地)

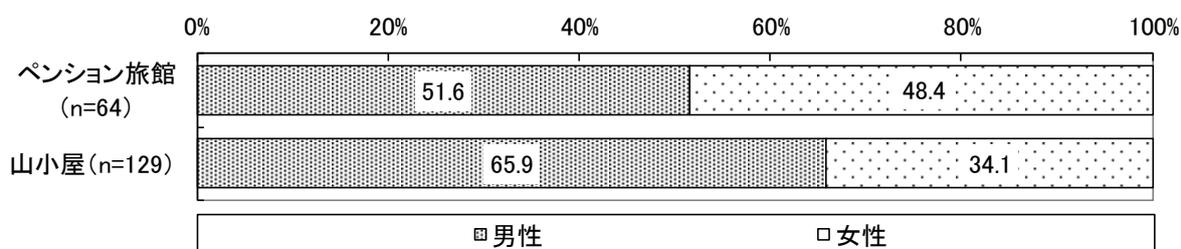
#### 【性別】

宿泊客の性別を尋ねたところ、「男性」が61.1%、「女性」が38.9%であった。



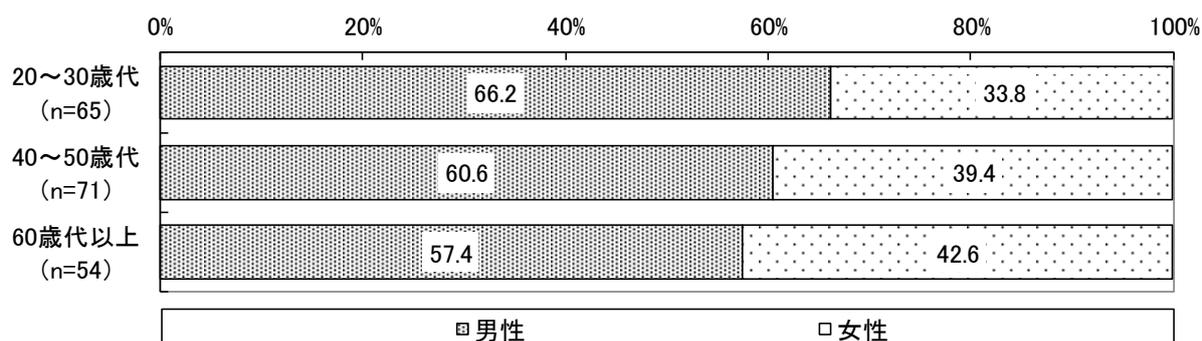
#### (ペンション旅館・山小屋別クロス集計)

芦安地区に立地するペンションや旅館（以下、「ペンション旅館」という。）と、広河原から山岳地帯に立地する山小屋（以下、「山小屋」という。）に分けた場合、「ペンション旅館」の宿泊者は「男性」が約5割、「山小屋」の宿泊者は約7割であった。「ペンション旅館」は「山小屋」に比べて「女性」の割合が高かった。



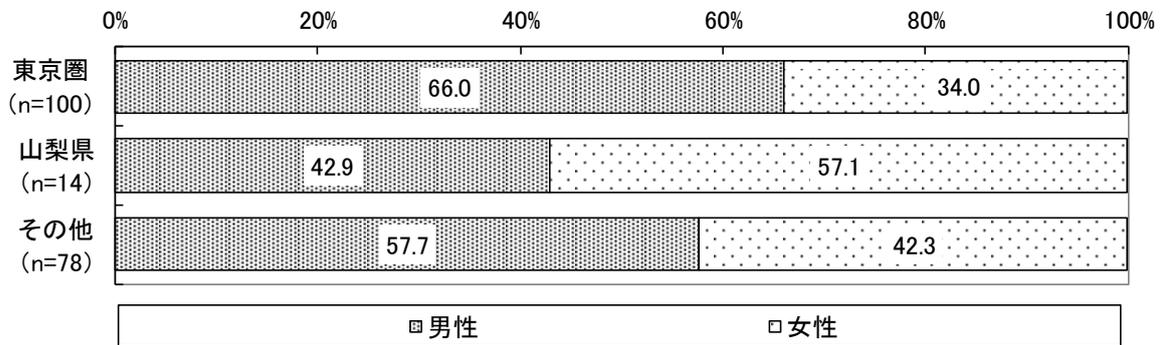
#### (年齢別クロス集計)

年齢の上昇とともに「女性」の割合が高くなる。「20～30歳代」では約3割であるが、「60歳代以上」では、「女性」が約4割であった。



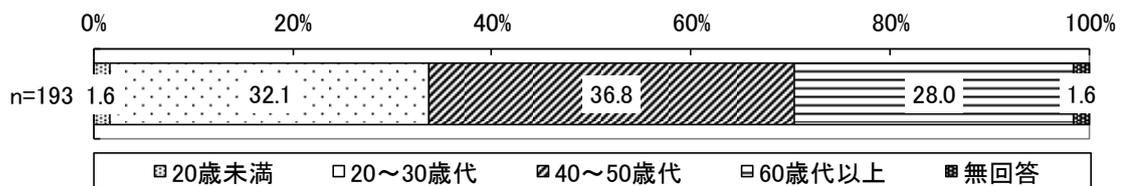
**(居住地別クロス集計)**

「東京圏」からの宿泊客は「男性」が約7割、「その他」地域からの宿泊客は「男性」が約6割であった。一方、「山梨県」からの宿泊客は、「女性」が約6割であった。



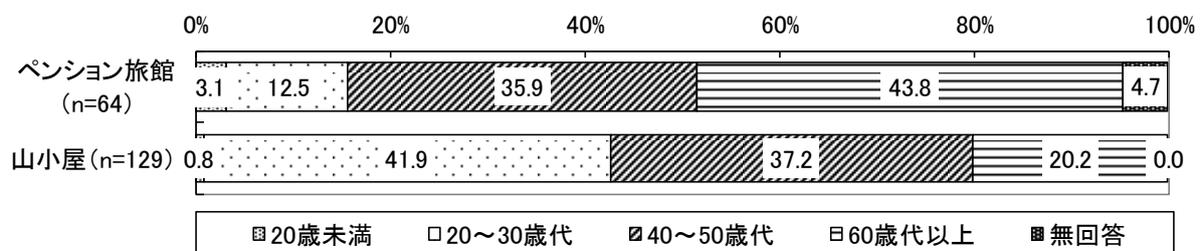
**【年齢】**

宿泊客の年齢を尋ねたところ、「40～50 歳代」が 36.8%と最も割合が高く、次いで「20～30 歳代」が 32.1%、「60 歳代以上」が 28.0%であった。



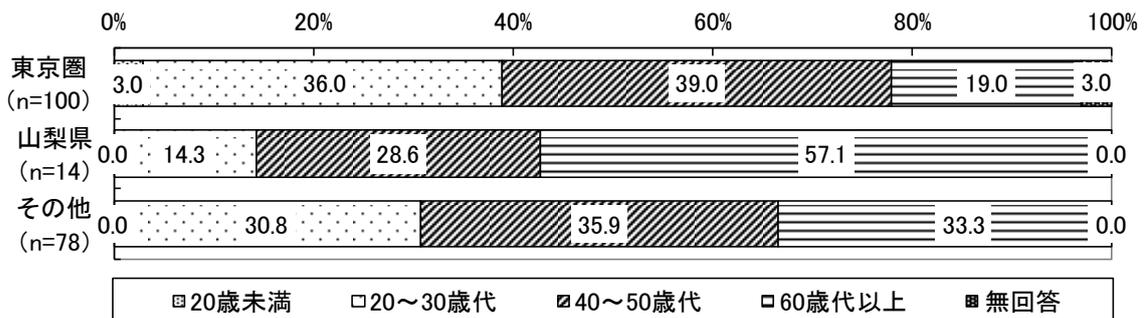
**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

「ペンション旅館」の宿泊者は、「60 歳代以上」が約4割であった。「山小屋」の宿泊者は、「20～30 歳代」「40～50 歳代」がともに約4割であった。



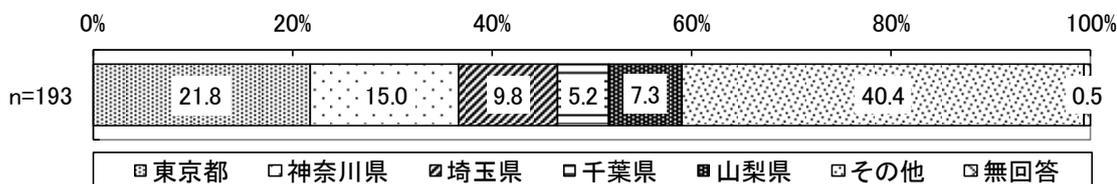
**(居住地別クロス集計)**

「東京圏」と「その他」地域からの宿泊客は、「40～50 歳代」が約4割と最も割合が高かった。一方、「山梨県」の回答者は「60 歳代以上」が約6割であった。



【居住地】

宿泊客の居住地について尋ねたところ、「その他（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、山梨県以外）」が40.4%と最も割合が高く、次いで「東京都」が21.8%、「神奈川県」が15.0%であった。東京圏が約5割を占めた。



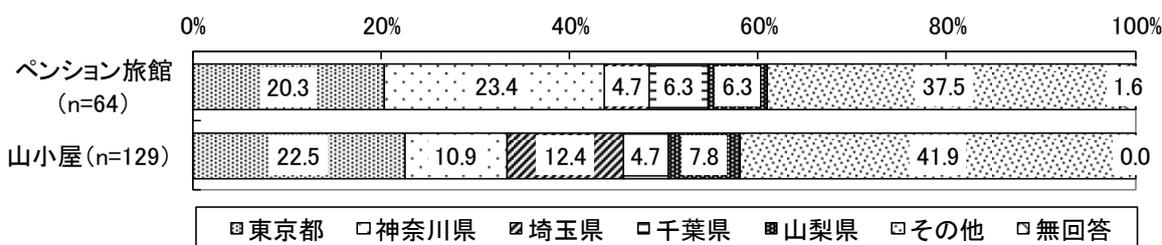
なお、「その他」の回答数は78名、そのうち都道府県名の記入者は71名であった。71名の居住地の内訳は下表のとおりである。近畿や九州など西日本からも訪れている。

「その他」回答の居住地内訳

大阪府	10	愛知県	5	富山県	2
福岡県	8	山口県	4	群馬県	1
広島県	8	長野県	3	鳥取県	1
静岡県	7	兵庫県	3	滋賀県	1
京都府	6	栃木県	2	長崎県	1
茨城県	6	岐阜県	2	福島県	1

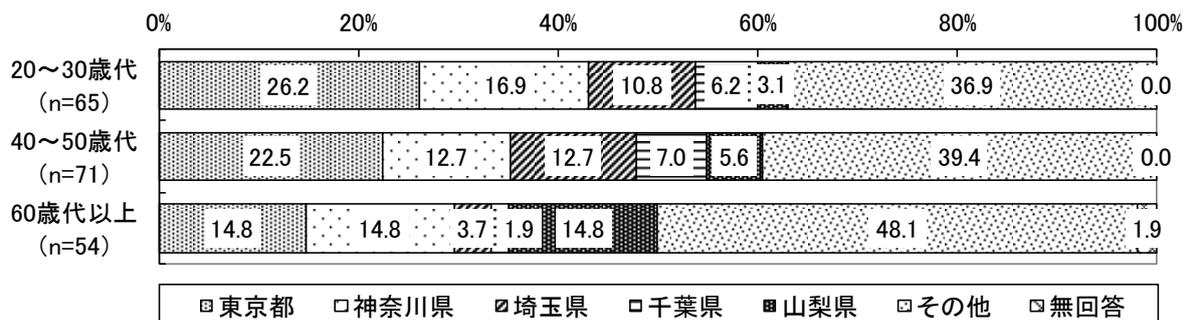
(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)

「ペンション旅館」の宿泊者の居住地は、「その他」が約4割、次いで「神奈川県」が約2割を占めた。東京圏は約5割であった。「山小屋」の宿泊客の居住地は、「その他」が約4割、次いで「東京都」が約2割を占めた。東京圏は約5割であった。



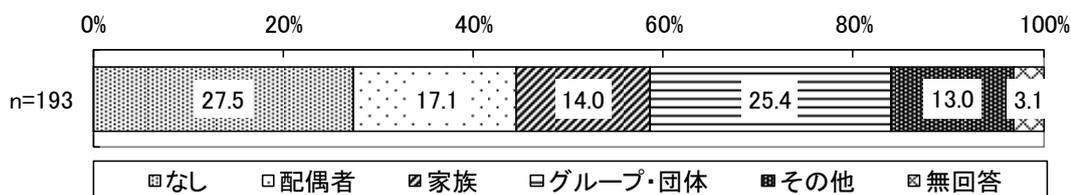
(年齢別クロス集計)

年齢の上昇とともに「東京圏（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県）」の割合が減少し、「その他」の割合が増加している。「60歳代以上」では「東京圏」は4割以下となっている。



**【同行者】**

宿泊客の同行者について尋ねたところ、「同行者なし(=ひとり旅)」が最も高く27.5%、次いで「グループ・団体」が25.4%、「配偶者」が17.1%であった。



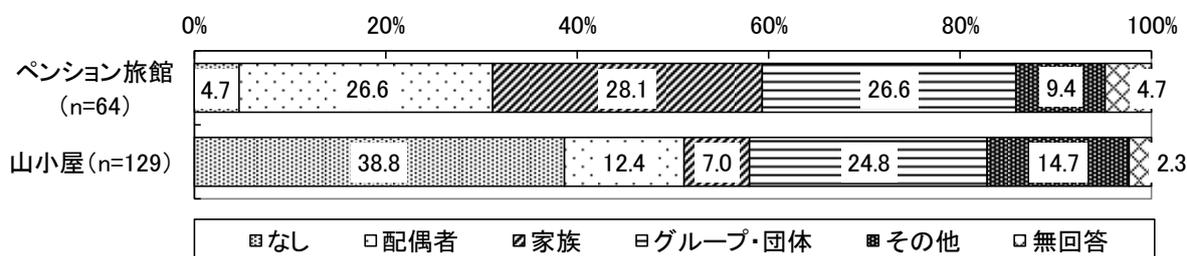
なお、「その他」の回答数は25名、そのうち具体的内容の記入者は24名であった。24名の同行者の内容は下表のとおり、友人や会社仕事関係、親戚などである。

**「その他」回答の同行者の内訳**

友人	13	親戚	3
会社仕事関係	3	その他	5

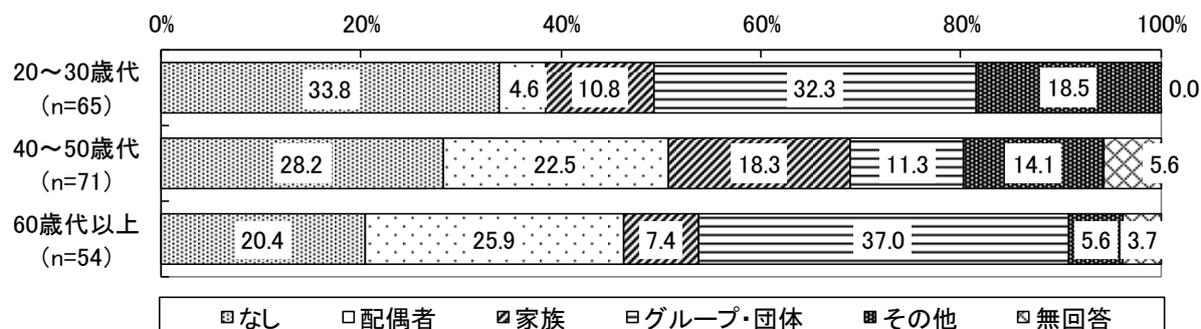
**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

「ペンション旅館」の宿泊客の同行者は、「家族」が28.1%、次いで「配偶者」と「グループ・団体」が26.6%であった。「山小屋」の宿泊客の同行者は、「同行者なし(=ひとり旅)」が38.8%、次いで「グループ・団体」が24.8%であった。



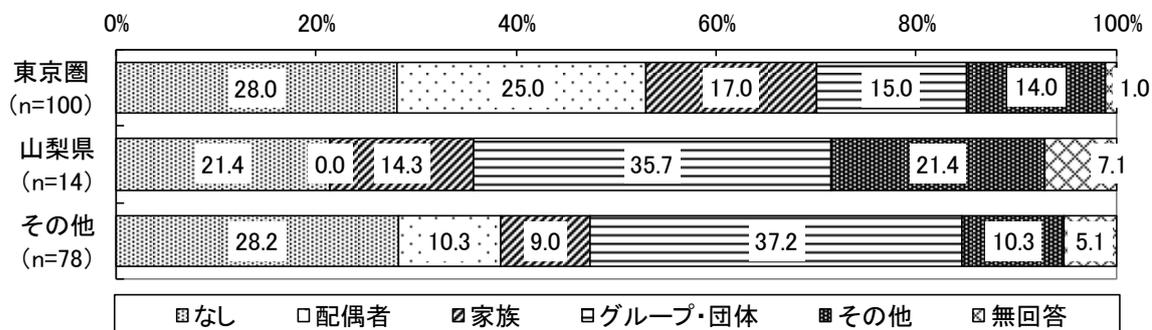
**(年齢別クロス集計)**

年齢が若くなるほど「同行者なし(=ひとり旅)」の割合が高くなる。「20~30歳代」では「同行者なし」が33.8%と最も割合が高い。一方、「60歳代以上」では「同行者なし」が20.4%となっている。「60歳代以上」は「グループ・団体」が37.0%と最も割合が高くなる。



**(居住地別クロス集計)**

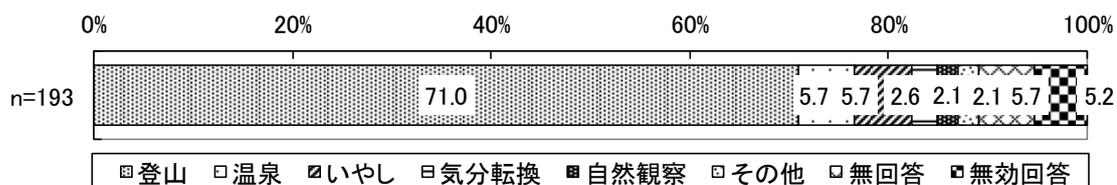
「東京圏」からの宿泊客は、「同行者なし (=ひとり旅)」が 28.0%と最も割合が高かった。「山梨県」と「その他」地域からの宿泊客は、「グループ・団体」の割合が 35.7%、37.2%と最も高く、居住地によって同行者に違いが見られた。



**問2 (旅行の目的、選んだ理由)**

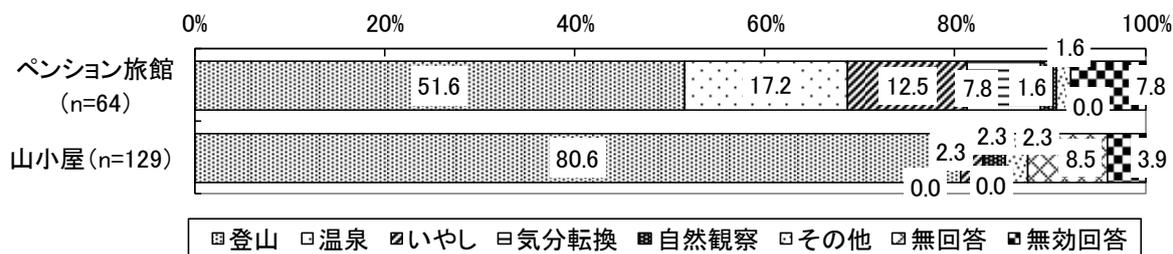
**【旅行の主目的】**

旅行の主目的について尋ねたところ、「登山」が 71.0%と最も割合が高く、次いで「温泉」と「いやし」「その他」がともに 5.7%であった。



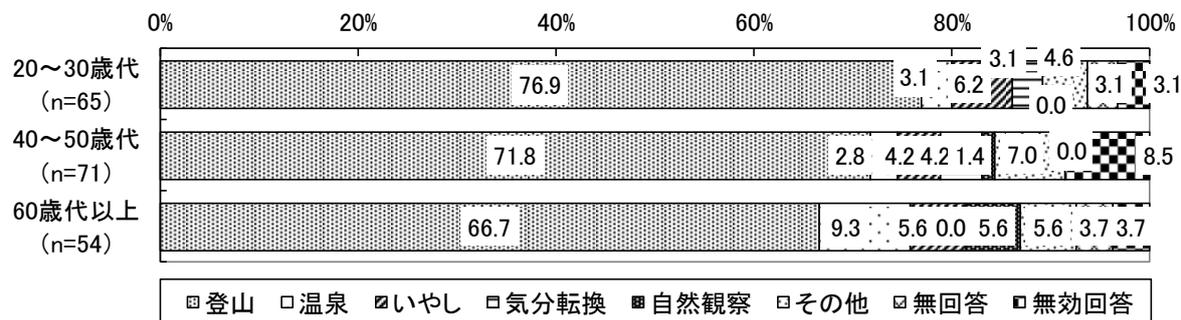
**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

「ペンション旅館」の宿泊客の旅行目的は、「登山」が 51.6%、次いで「温泉」が 17.2%であった。「山小屋」の宿泊客の旅行目的は、「登山」が 80.6%であった。



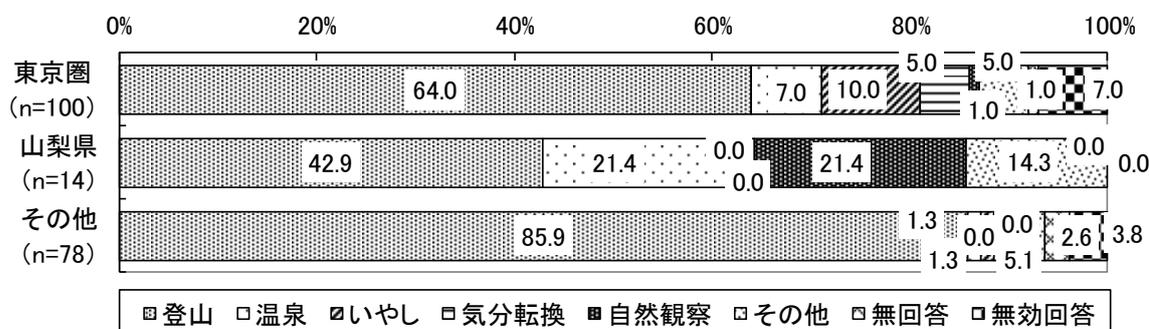
**(年齢別クロス集計)**

年齢が若くなるほど「登山」の割合が高くなり、「20～30歳代」では「登山」が76.9%を占めた。



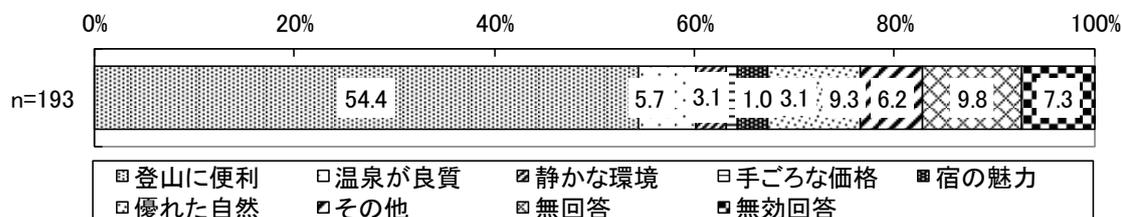
**(居住地別クロス集計)**

「東京圏」と「その他」地域からの宿泊客は、「登山」が64.0%、85.9%と最も割合が高かった。一方、「山梨県」からの宿泊客は、「登山」が42.9%であったが、次いで「温泉」と「自然観察」がともに21.4%であり、旅行の主目的には差異が見られた。



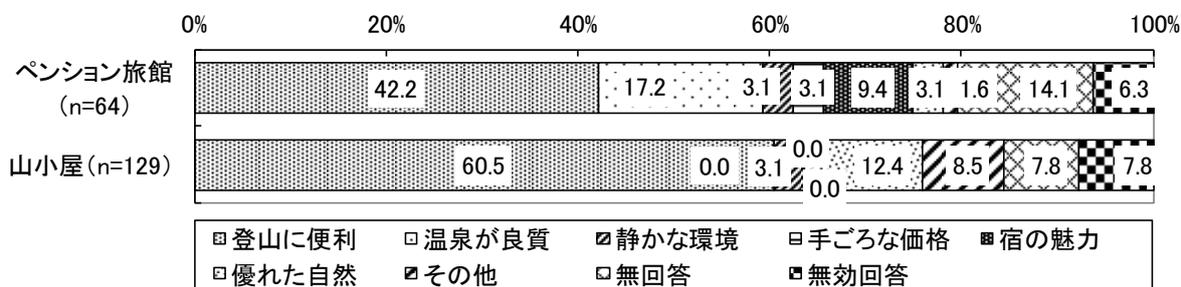
**【芦安を選んだ理由】**

芦安を選んだ理由を尋ねたところ、「登山に便利」が54.4%と最も割合が高く、次いで「無回答」が9.8%、「優れた自然」が9.3%であった。



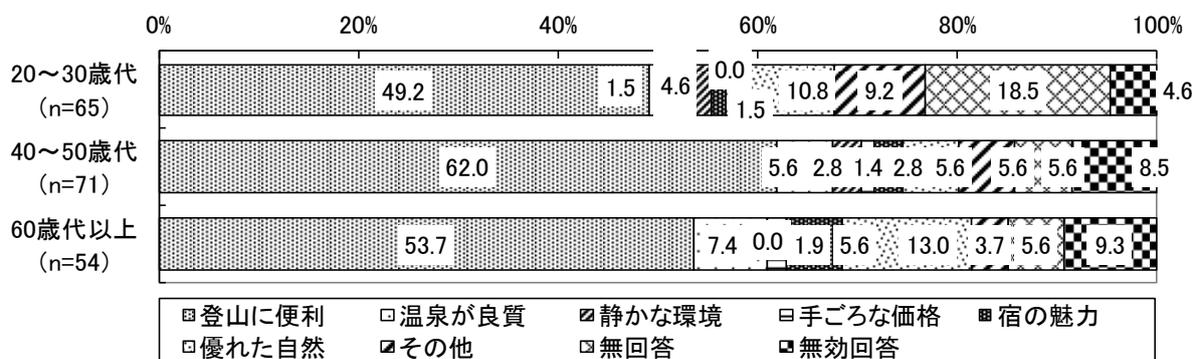
**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

「ペンション旅館」の宿泊者が芦安を選んだ理由は、「登山に便利」が42.2%、次いで「温泉が良質」が17.2%であった。「山小屋」の宿泊者が芦安を選んだ理由は、「登山に便利」が60.5%、次いで「優れた自然」が12.4%であった。



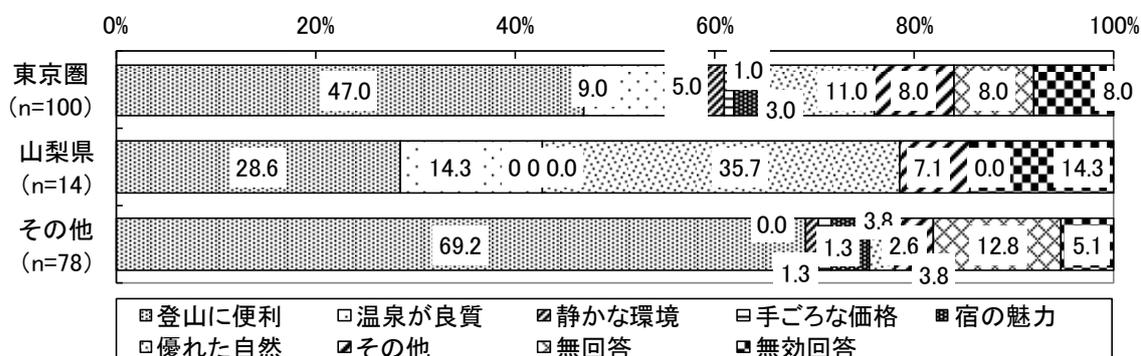
**(年齢別クロス集計)**

どの年齢も芦安を選んだ理由は、「登山に便利」が最も高く、「40～50歳代」は62.0%と他の年代よりも割合が高かった。



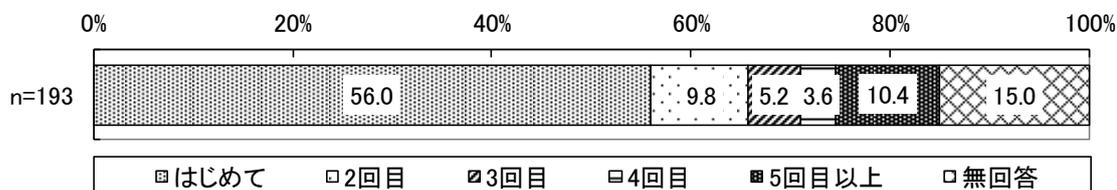
**(居住地別クロス集計)**

「東京圏」と「その他」地域からの宿泊客は、「登山に便利」が47.0%、69.2%と最も割合が高かった。一方、「山梨県」からの宿泊客は「優れた自然」が35.7%と最も割合が高く、次いで「登山に便利」が28.6%と芦安を選んだ理由に差異が見られた。



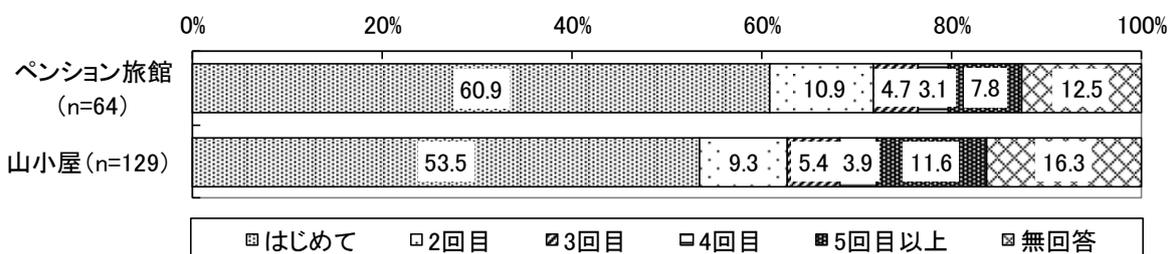
### 【芦安への宿泊回数】

芦安への宿泊回数について尋ねたところ、「はじめて」が56.0%と最も割合が高く、次いで「5回目以上」が10.4%であった。



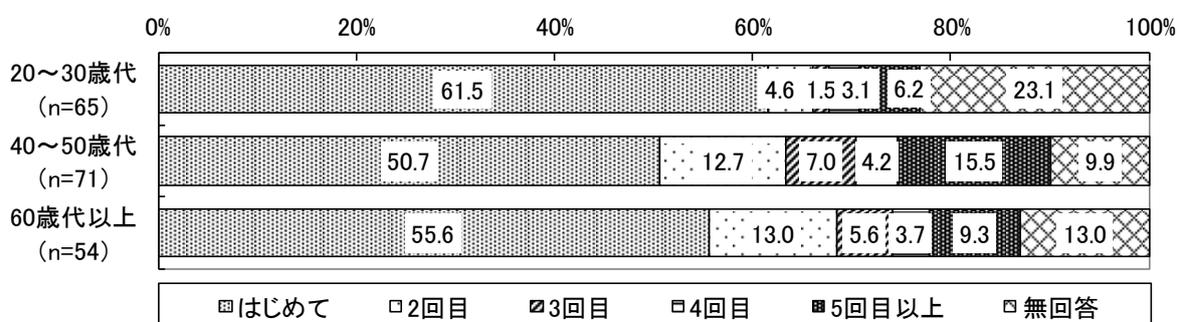
### (ペンション旅館・山小屋別クロス集計)

「ペンション旅館」の宿泊客の芦安宿泊回数は、「はじめて」が60.9%、次いで「無回答」が12.5%、「2回目」が10.9%であった。「山小屋」の宿泊客の芦安宿泊回数は、「はじめて」が53.5%、次いで「無回答」が16.3%、「5回目以上」が11.6%であった。



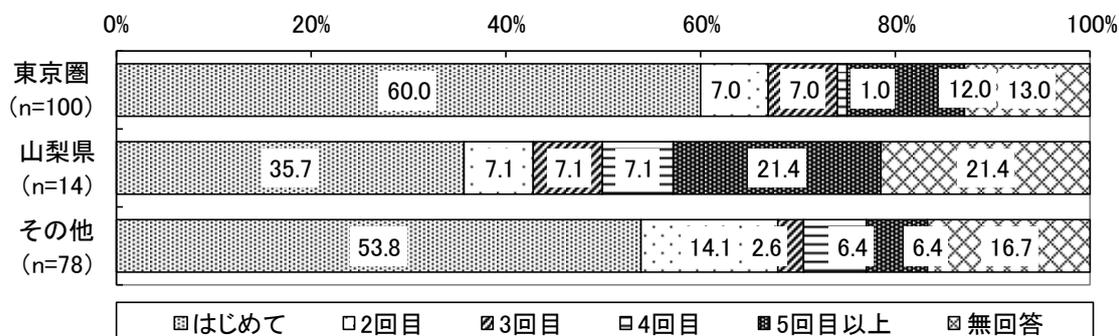
### (年齢別クロス集計)

どの年齢も「はじめて」の割合が最も高い。「20～30歳代」は「はじめて」が61.5%と他の年代よりも割合が高かった。「40～50歳代」は「5回以上」が15.5%と他の年代よりも割合が高かった。



**(居住地別クロス集計)**

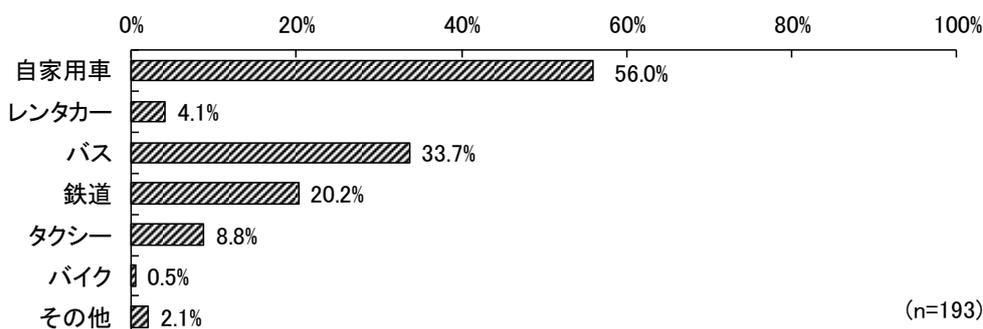
「東京圏」と「その他」地域からの宿泊客は、「はじめて」が60.0%、53.8%と最も割合が高かった。一方、「山梨県」からの宿泊客は、「はじめて」が35.7%、次いで「5回以上」が21.4%と、宿泊回数には差異が見られた。



**問3 (主な交通手段、ツアーバス利用の可能性、交通に関する意見・希望)**

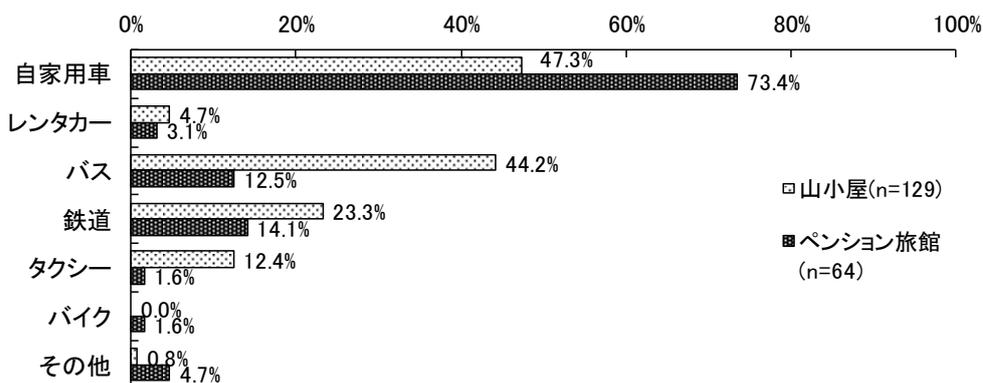
**【宿泊施設までの交通手段】**

宿泊施設までの交通手段について尋ねたところ、「自家用車」が56.0%と最も割合が高く、次いで「バス」が33.7%であった。



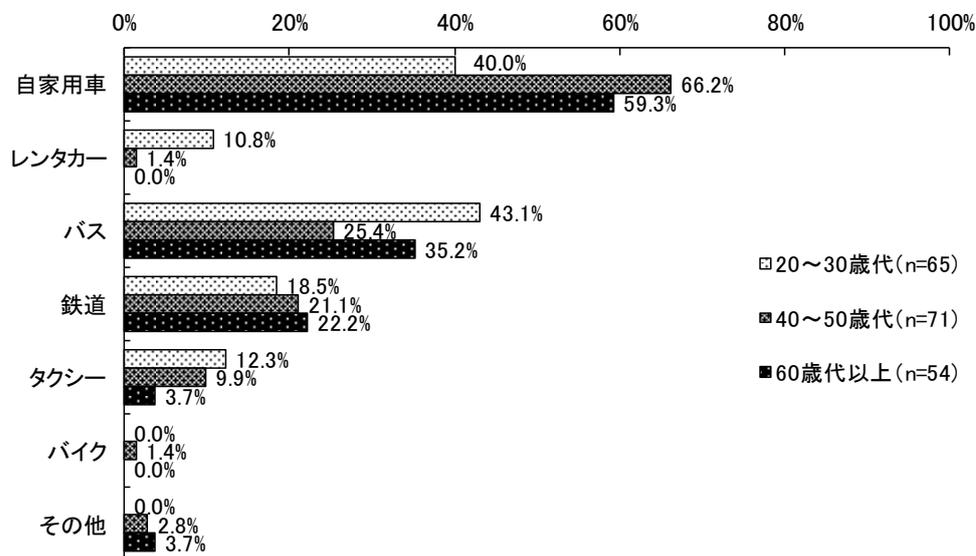
**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

「山小屋」の宿泊客の交通手段は、「自家用車」が約5割、次いで「バス」が約4割であった。「ペンション旅館」の宿泊者の交通手段は、「自家用車」が約7割、次いで「鉄道」「バス」が約1割であった。



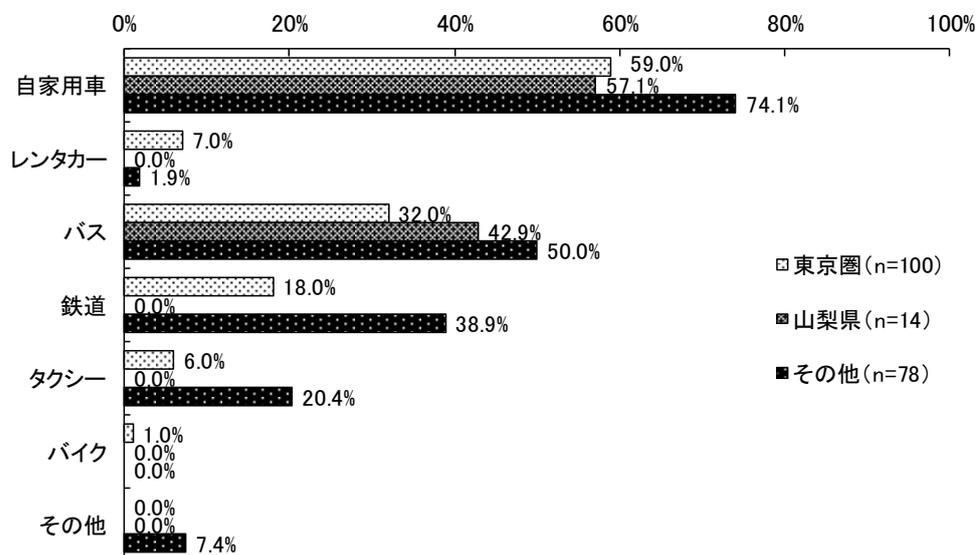
**(年齢別クロス集計)**

「20～30 歳代」の交通手段は、「バス」の割合が最も高く、次いで「自家用車」、「鉄道」である。「40～50 歳代」と「60 歳代以上」の交通手段は、「自家用車」の割合が最も高く、次いで「バス」、「鉄道」である。



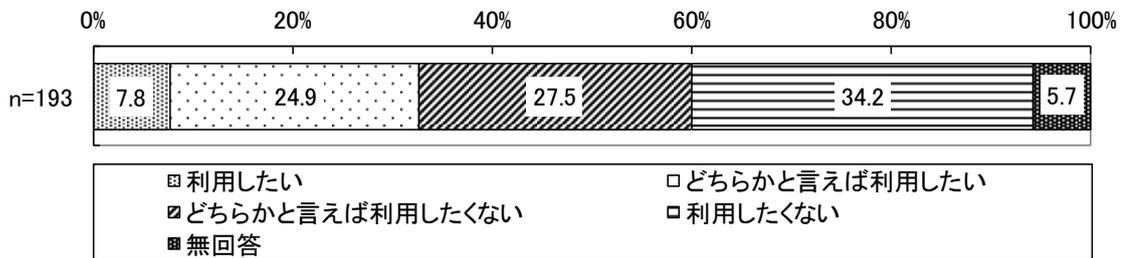
**(居住地別クロス集計)**

「東京圏」「山梨県」「その他」地域からの宿泊客の交通手段は、いずれも「自家用車」の割合が最も高く、次いで「バス」であった。



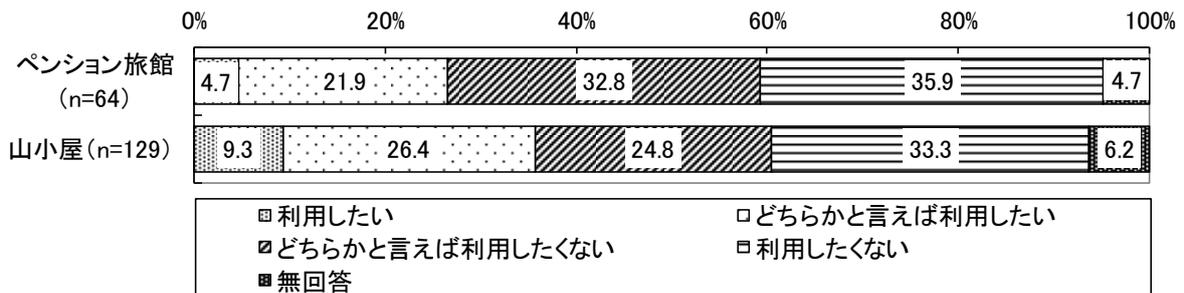
【ツアーバス利用の可能性】

ツアーバス利用の可能性について尋ねたところ、「利用したい」と「どちらかと言えば利用したい」を合わせた割合は32.7%であった。一方、「利用したくない」と「どちらかと言えば利用したくない」を合わせた割合は61.7%であった。



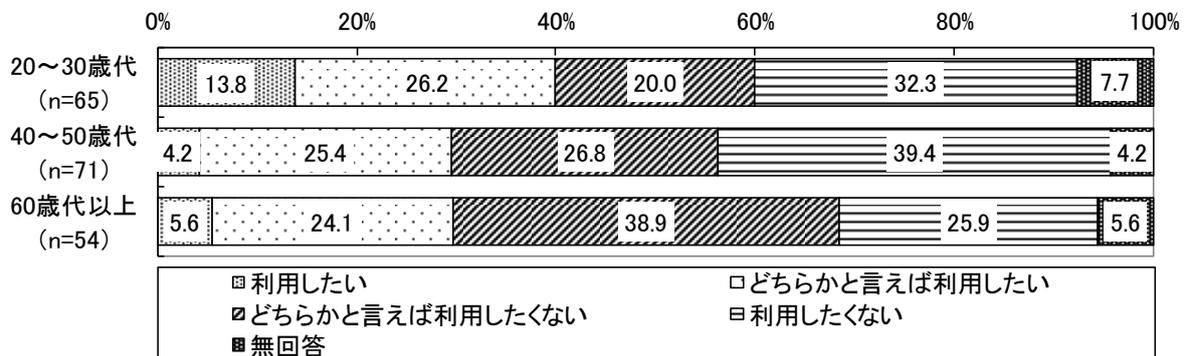
(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)

「ペンション旅館」の宿泊客のツアーバス利用の可能性は、「利用したくない」が35.9%、「どちらかと言えば利用したくない」を合わせた否定的回答割合は68.7%であった。「山小屋」の宿泊客のツアーバス利用の可能性は、「利用したくない」が33.3%、「どちらかと言えば利用したくない」を合わせた否定的回答割合は58.1%であった。



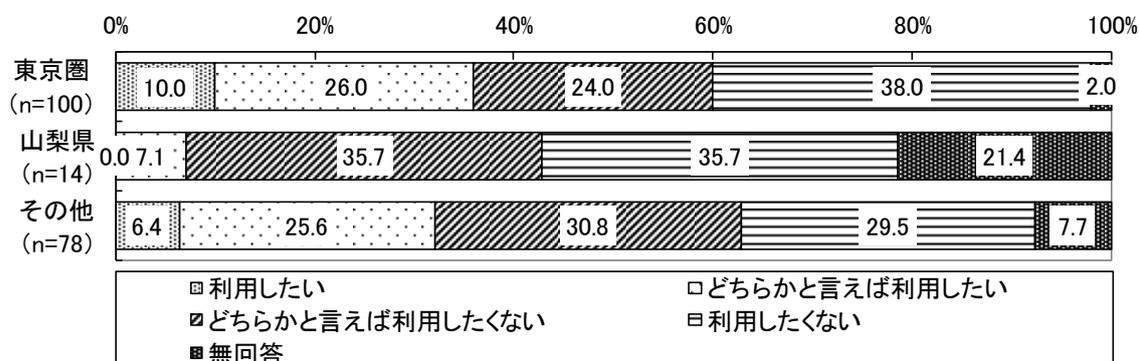
(年齢別クロス集計)

若い年齢ほどツアーバスの利用に肯定的な割合が高く、「20～30歳代」では肯定的な割合が約4割であった。



**(居住地別クロス集計)**

「東京圏」からの宿泊客は、ツアーバスの利用に肯定的な割合が 36.0%、「その他」地域からの宿泊客は 32.0%であった。「東京圏」からの宿泊客は、「利用したい」が 10.0%であった。



**【交通に関する意見・要望】**

(東京圏の回答者)

■バスに関する意見

甲府駅からの定期バスが必要
甲府からの路線バスを繁忙期には臨時バスを運行して欲しい。
年間通して芦安迄の路線バスがあったら良いのに！
バスの運行する時期、時間帯（早朝など）を増やしてほしい。
バスの座席が増える or 台数ふやす
バスの座席数を増やして欲しい
バスの増便
バス本数が少ない。
バスを利用しました。時間はかかりましたが景色が楽しめました。バス料金がもう少しお安いとい いです。
もっと朝のバスの本数を増やしてほしい。
山梨交通と広河原ー北沢峠間の接続を良くしてほしい。
山梨交通の芦安発と思っていたバスが、実は甲府駅発で、芦安から乗車した時はすでに満員で、芦 安～広河原だが1時間立ちっ放しだった。HP等に正確な情報を載せて欲しい。
路線バスがあった方が良い。

■道路に関する意見

今まで通り道の整備を進めていただきたい
幹線道路の整備
道路、目的地の指標が雑多でわかりにくい。掲示位置も的確とはいえないです。
道路拡張、路肩整備
道路がもうちょっと整備されているとよい。
道路標識をわかりやすく。

登山口までの道路が荒れていて、酔ってしまった。もっと広く、平らに整備してほしい。
登山口までの道路を整備してほしい
標識の充実
道が狭い、路面が悪い
林道が止まった時等、ホームページですぐ知らせてほしい

#### ■広域交通に関する意見

大型の高速バス等でのアクセスを増やしてほしい
新宿発バス広河原行の充実
都心からのアクセスを充実させてほしい。

#### ■タクシーに関する意見

芦安温泉に行く公共交通機関がない 登山シーズンに甲府-広河原のタクシーがほしい
甲府までのジャンボタクシーがあったら便利

#### ■マイカーに関する意見

自家用車中心で良いと思う。あとは乗り合いバスやコミュニティバス、ツアーバスのイメージは無いです。
--

#### ■その他の意見

このままで良いと思います
奈良田への通り抜け

#### (山梨県の回答者)

#### ■マイカーに関する意見

どこに行くのも自家用車で動いている
自分達の車で来たい(時間が自由になる)
広河原まで以前の様にマイカーで来られると良いと思います。
広河原までマイカーが都合よい

#### ■その他の意見

不便
----

#### (その他地域の回答者)

#### ■バスに関する意見

行きのバスの最終が少し早い気がします。山口県からだとも最速でも甲府に14:08でバスに乗ることができませんでした。
車酔いをするのでゆっくり走ってほしい

甲府駅からのバスの最終便がもう少し遅くまであれば良い (広島から新幹線・JR で乗り継いで来るので)
甲府駅からのバスの本数を増やして欲しい
甲府からのバスの乗り継ぎ
バス等公共交通機関のわかりやすいインターネットサイト

■道路に関する意見

甲府市内が混む
---------

■マイカーに関する意見

自家用車でカーナビを使ってきたため逆に迷わなかったが標識が少なかった。
マイカーの為 特になし

■駐車場に関する意見

駐車場を増やしてほしい。
--------------

■広域交通に関する意見

名古屋-伊奈-仙流荘-北沢峠-広河原 便数不便 本数が少ない
大阪からの交通の便を良くしてほしいです。
中部横断自動車道全線開通が待ち遠しいです。静岡からだ、52号か10号の一般道を通り、時間が掛かりますが、山深い静かな場所に数十分で到着できるようになれば手軽に来られます (標識がたくさんほしい)

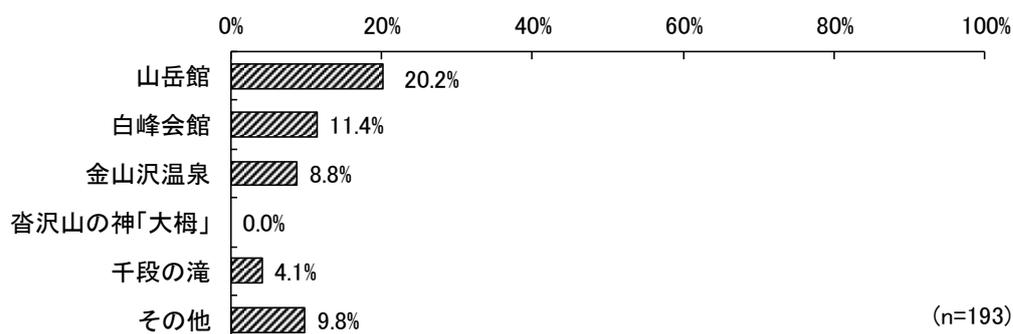
■その他の意見

今回は奈良田ですが、それに比較すれば便利だと思います。
手段が少ない
マイカー規制になってから夜叉神峠から広河原の通行がスムーズになって良かった。
問題なし

問4 (芦安で立寄った施設、立寄り場所の印象や芦安に必要なもの)

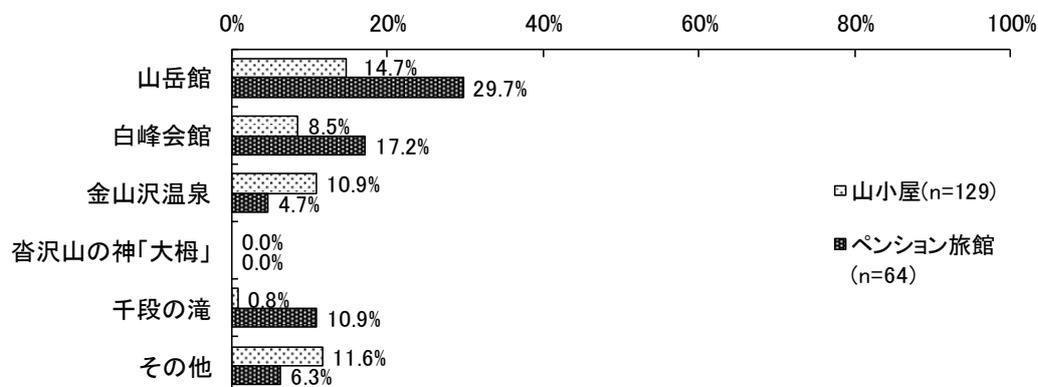
【芦安で立寄った施設】

芦安で立寄った施設を尋ねたところ、「山岳館」が20.2%と最も割合が高く、次いで「白峰会館」が11.4%であった。



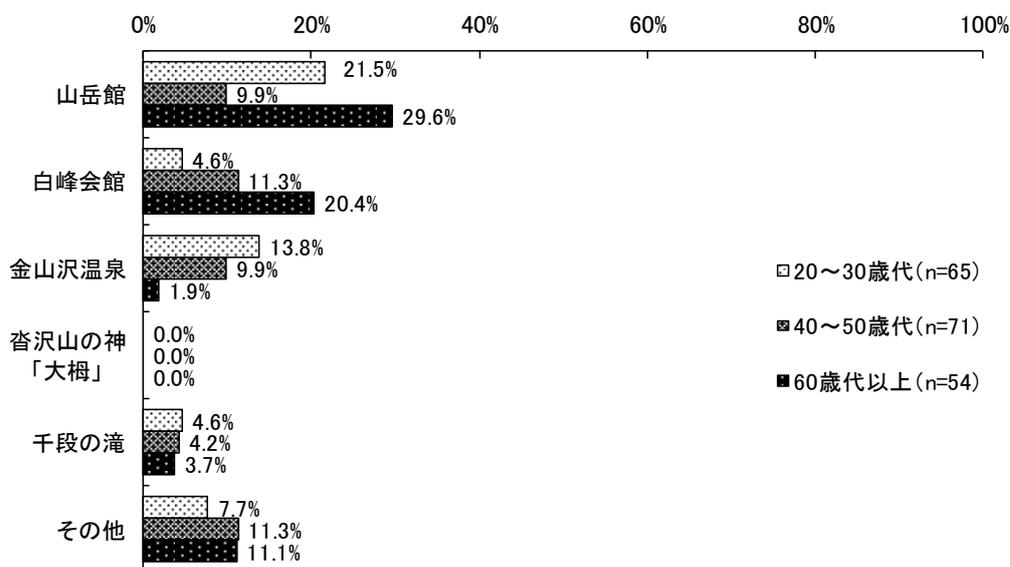
**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

「山小屋」の宿泊客が立ち寄った施設は、「山岳館」が14.7%、次いで「その他」が11.6%であった。「ペンション」の宿泊客が立ち寄った施設は、「山岳館」が29.7%、次いで「白峰会館」が17.2%であった。



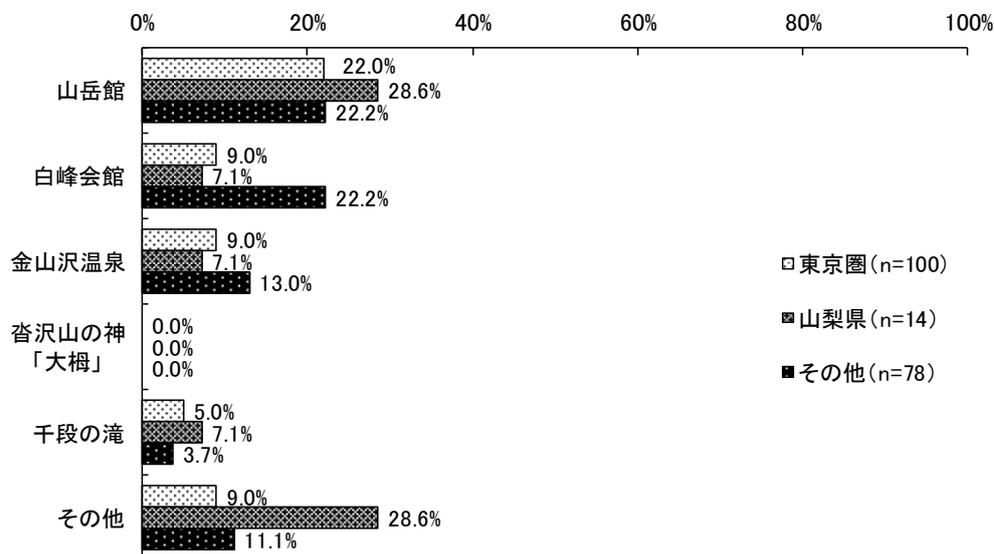
**(年齢別クロス集計)**

「20～30歳代」では、「山岳館」の割合が最も高く、次いで「金山沢温泉」であった。「40～50歳代」では「白峰会館」「その他」の割合が最も高く、次いで「金山沢温泉」であった。「60歳代以上」では「山岳館」の割合が最も高く、次いで「白峰会館」であった。



**(居住地別クロス集計)**

「東京圏」からの宿泊客が立ち寄った施設等は、「山岳館」が最も割合が高かった。「山梨県」からの宿泊客は、「山岳館」と「その他」が最も割合が高く、「その他」地域からの宿泊客は「山岳館」と「白峰会館」が最も割合が高かった。



**【立寄り場所の印象や芦安に必要なもの】**

(東京圏の回答者)

■特長

川沿いの登山道が気持ちよかったです。
このままで良いと思います
山岳館の無料券をいただいたので時間つぶしに寄ったが、思いのほか見るところが多く1時間以上居ました。植物関連の書籍も多くもっと時間のある時にゆっくり過ごしたい場所だと思いました。必要なものはPRではないでしょうか？
接客良く、室内もきれいで良かったです。
登山者に親切に対応していただけてうれしいです。
なとりや宿に泊りました。湯の温度が最高でした。

■課題

滝のみちがわるい。
駐車場の数。
目的地の方向と距離を示す掲示板

■提案

アメニティの充実性があるとより良い。テニスコート
おしゃれなカフェがあったらいいと思います
温泉施設の拡充、自転車スタンドの設置

きれいで使い易い日帰り温泉
コインランドリー
この静かな環境を利用者が協力しあって維持できていく仕組みづくりが出来たらと思います。
コンビニ
駐車場を増やしてほしい。
都市部から道一本なので、災害時を考えたバックアップの道路ルートの確保
バスとのすれ違い場所の確保
南アルプス山脈との連携をもっと充実させてほしい。
夜叉神峠&小屋。途中で休憩所あればもっと登山しやすくなり、人が来るかもしれない。

**(山梨県の回答者)**

■**特長**

とてもきれいで親切だった
--------------

■**提案**

コンビニ
テーマパーク

**(その他地域の回答者)**

■**特長**

温泉がいくつかあり好ましい。
水とご飯が美味しい

■**課題**

公共交通機関がない。いいところなのに…。
登山以外では来ていないので施設等を知る機会がない
バスに乗り換える駐車場まで案内看板が少なく不安で一度間違えてしまったので分岐ごとに案内看板があると良かった。
町の統一感や売りだしたいものがわかりにくい。

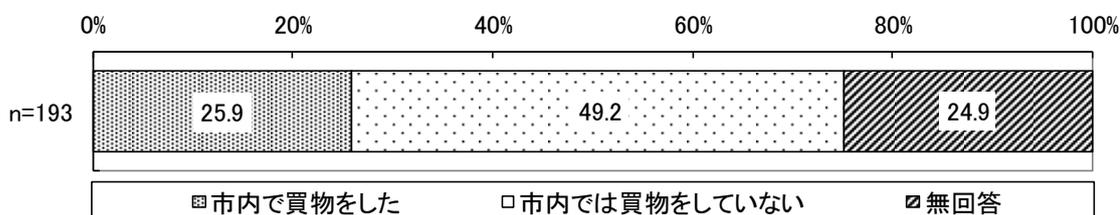
■**提案**

24時間入れる温泉 駐車場を広く
auの電波
芦安と言えばこれ、という様なお土産に適した特産品があれば良い
案内板が小さく少ないと思います。知らない人が多いと思います。
自然が豊かなのでもっとアクセスを改善して欲しい。
絶対的な観光の目玉。
のんびりしていてこのままでよい。カードを使えるようにしていただくと助かります
ユルキャラ

問5 (市内での買物・飲食の有無、コンビニエンスストア・カフェの利用意向)

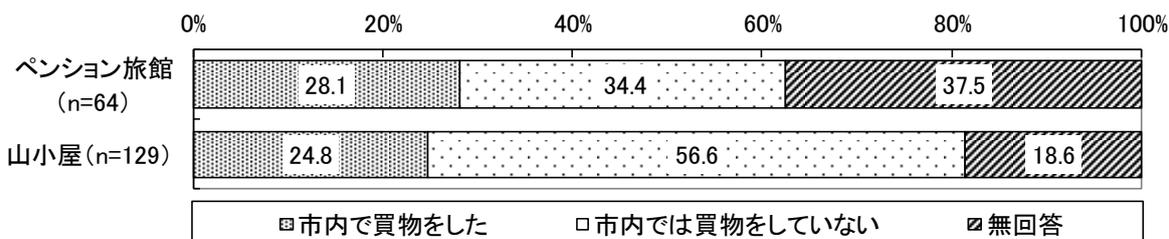
【市内での買物の有無】

市内での買物の有無を尋ねたところ、「市内で買物をした」割合は25.9%であった。一方、「市内では買物をしていない」割合は49.2%であった。「市内で買物をした」金額を具体的に記載した41名の平均使用金額は約3,030円であった。



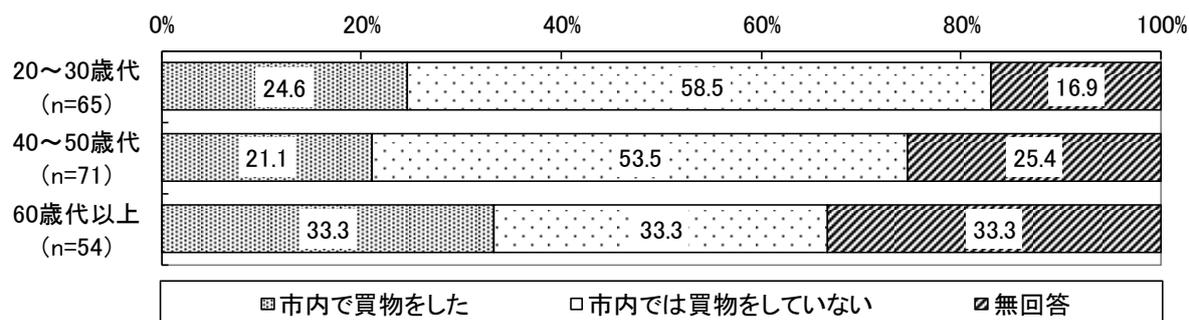
(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)

「ペンション旅館」の宿泊客は、「市内では買物をしていない」が34.4%、「市内で買物をした」が28.1%であった。「山小屋」の宿泊客は、「市内では買物をしていない」が56.6%、「市内で買物をした」が24.8%であった。「無回答」を除くと、「ペンション旅館」の宿泊客は「山小屋」の宿泊客に比べて「市内で買物をした」割合が高いことがうかがえる。



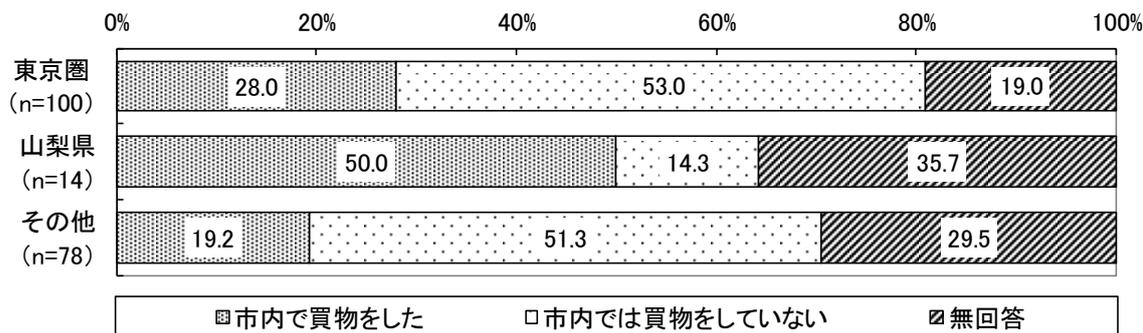
(年齢別クロス集計)

「60歳代以上」は「市内で買物をした」が33.3%と他の年代よりも割合が高かった。



**(居住地別クロス集計)**

「山梨県」「東京圏」「その他」地域の順番で、「市内で買物をした」宿泊客の割合が高かった。

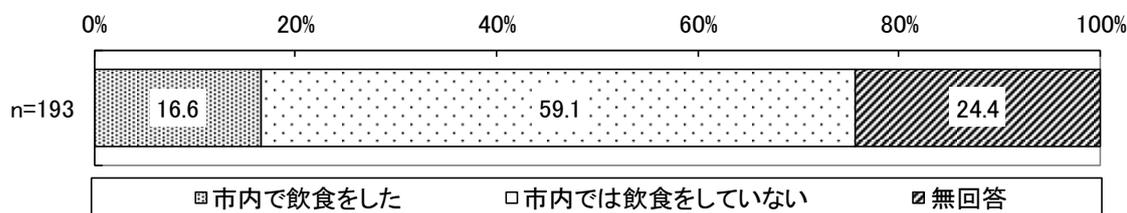


**年齢別、居住地別平均買物金額**

年齢別市内平均買物金額		居住地別市内平均買物金額	
20～30 歳代	約 2,100 円	東京圏	約 3,500 円
40～50 歳代	約 5,100 円	山梨県	約 2,700 円
60 歳代以上	約 2,600 円	その他	約 2,000 円

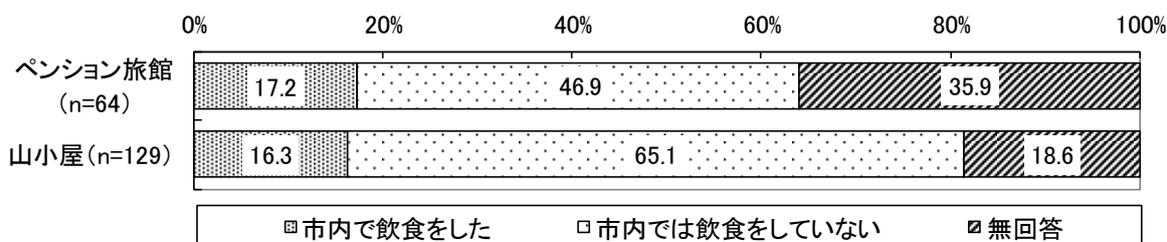
**【市内での飲食の有無】**

市内での飲食の有無を尋ねたところ、「市内では飲食をしていない」が 59.1%で、「市内で飲食した」は 16.6%であった。金額を具体的に記載した 25 名の平均使用金額は約 2,350 円であった。



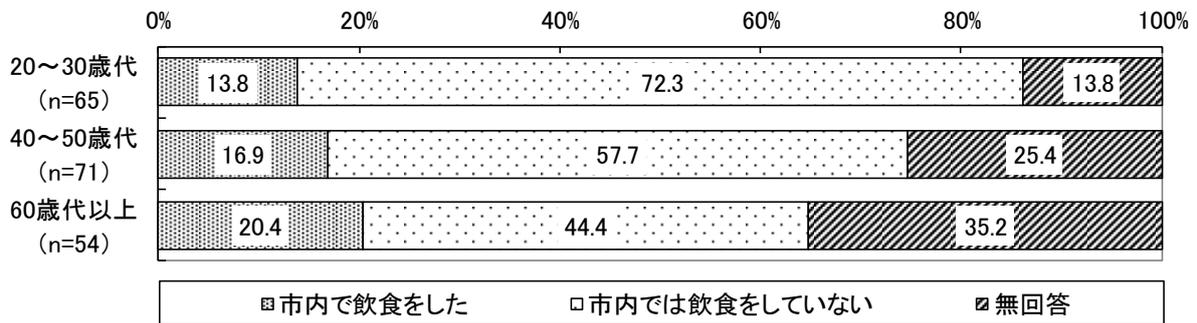
**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

「ペンション旅館」の宿泊客は、「市内では飲食をしていない」が 46.9%、「市内で飲食をした」が 17.2%であった。「山小屋」の宿泊客は、「市内では飲食をしていない」が 65.1%、「市内で飲食をした」が 16.3%であった。「無回答」を除くと、「ペンション旅館」の宿泊客は「山小屋」の宿泊客に比べて「市内で飲食した」割合が高いことがうかがえる。



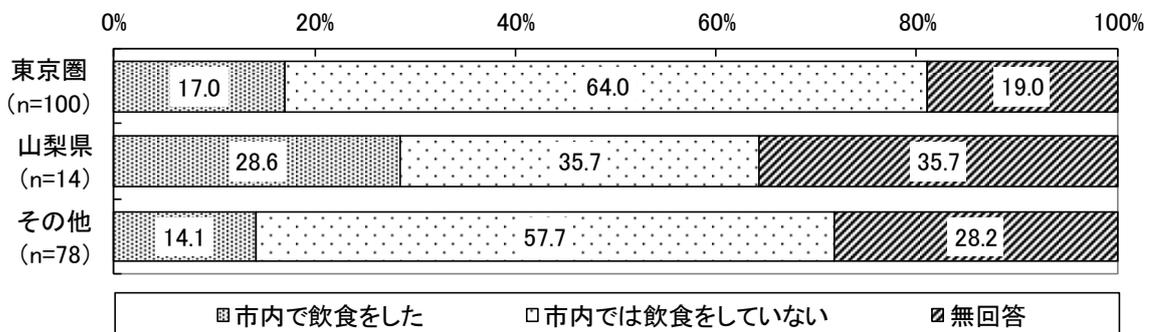
**(年齢別クロス集計)**

「60歳代以上」は「市内で飲食をした」が20.4%と他の年代よりも割合が高かった。



**(居住地別クロス集計)**

「山梨県」「東京圏」「その他」の順番で、「市内で飲食をした」宿泊客の割合が高かった。

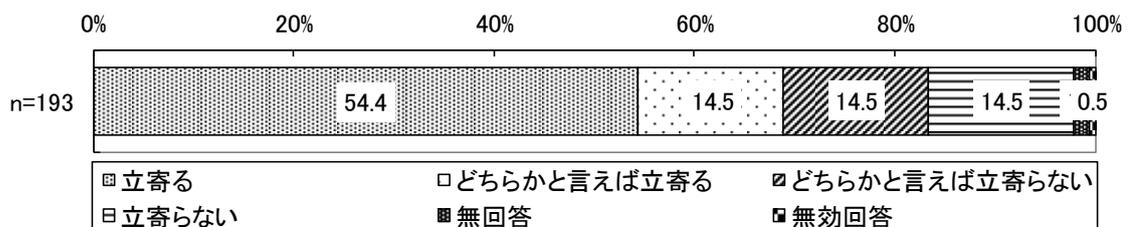


**年齢別、居住地別平均飲食金額**

年齢別市内平均飲食金額		居住地別市内平均飲食金額	
20~30歳代	約1,600円	東京圏	約2,600円
40~50歳代	約3,300円	山梨県	約1,800円
60歳代以上	約1,800円	その他	約2,200円

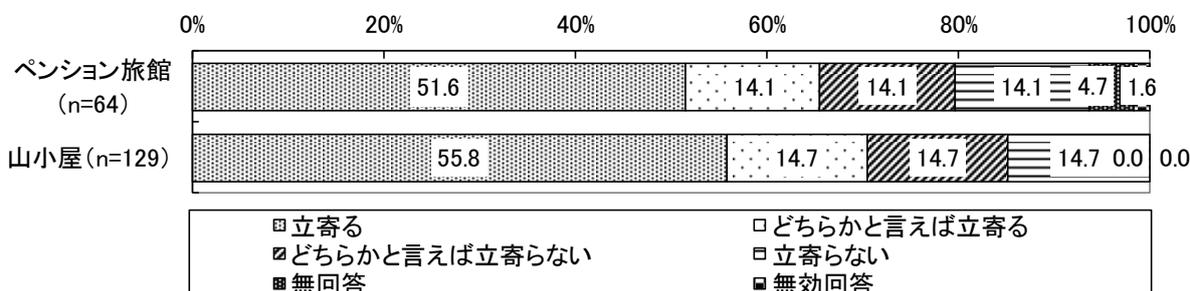
**【芦安にコンビニがあった場合】**

芦安にコンビニエンスストアがあった場合の立ち寄りについて尋ねたところ、「立寄る」が54.4%で最も割合が高かった。「どちらかと言えば立寄る」との回答を合わせると、立ち寄りに肯定的な回答は約7割を占めた。



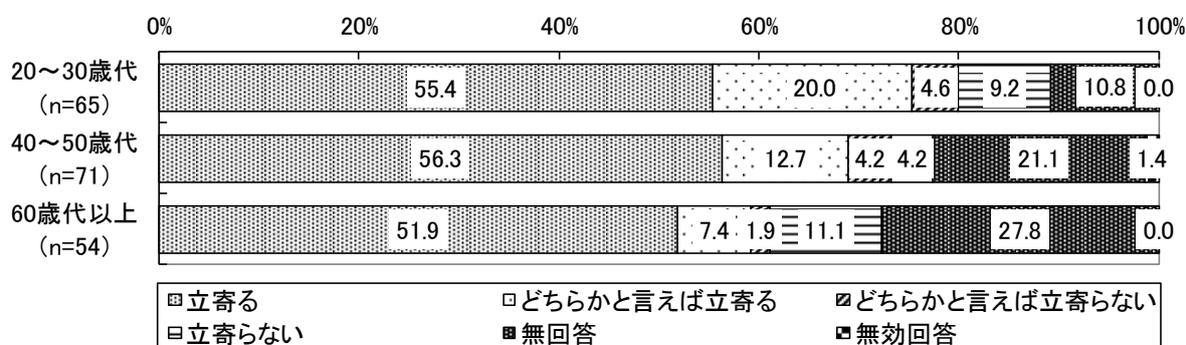
**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

「ペンション旅館」の宿泊客は、コンビニへの立ち寄りについて、「立寄る」が51.6%であった。「山小屋」の宿泊客は「立寄る」が55.8%であった。



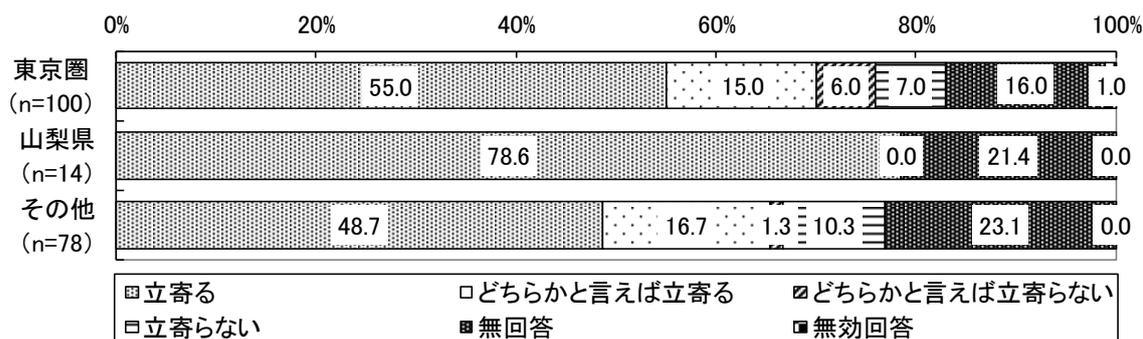
**(年齢別クロス集計)**

コンビニエンスストアへ「立寄る」割合は、各年代とも50%台である。ただし、「無回答」「無効回答」を除くと、「60歳代以上」の「立寄る」割合は約7割となり他年代と比べて高い。



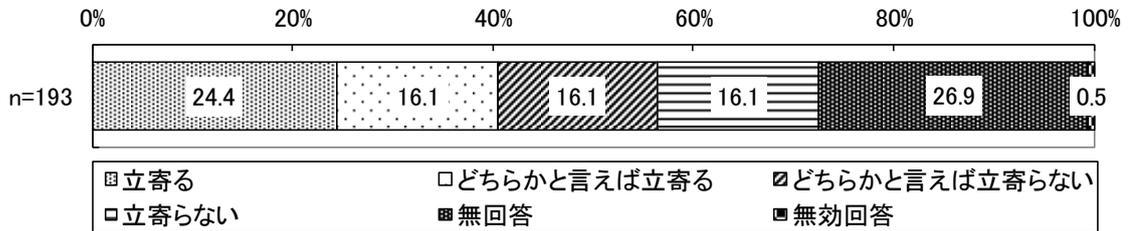
**(居住地別クロス集計)**

「東京圏」「その他」地域からの宿泊客は、「立寄る」が55.0%、48.7%であったが、「山梨県」からの宿泊客は、「立寄る」が78.6%と他の地域に比べて割合が高かった。



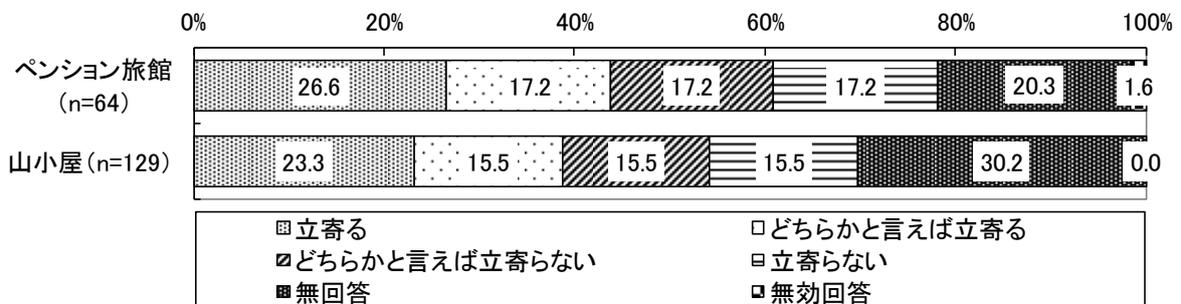
**【芦安にカフェがあった場合】**

芦安にカフェがあった場合の立ち寄りについて尋ねたところ、「無回答」を除くと「立寄る」が24.4%で最も割合が高かった。「どちらかと言えば立寄る」との回答を合わせると、立ち寄りに肯定的な回答は約4割を占めた。一方、立ち寄りに否定的な回答は約3割であった。



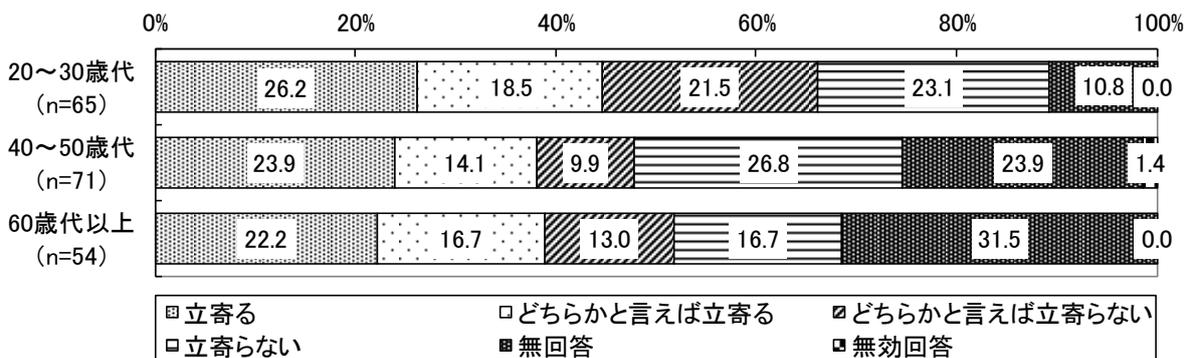
**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

「ペンション旅館」の宿泊客のカフェの立ち寄り、「立寄る」が26.6%であった。「山小屋」の宿泊客は、「立寄る」が23.3%であった。



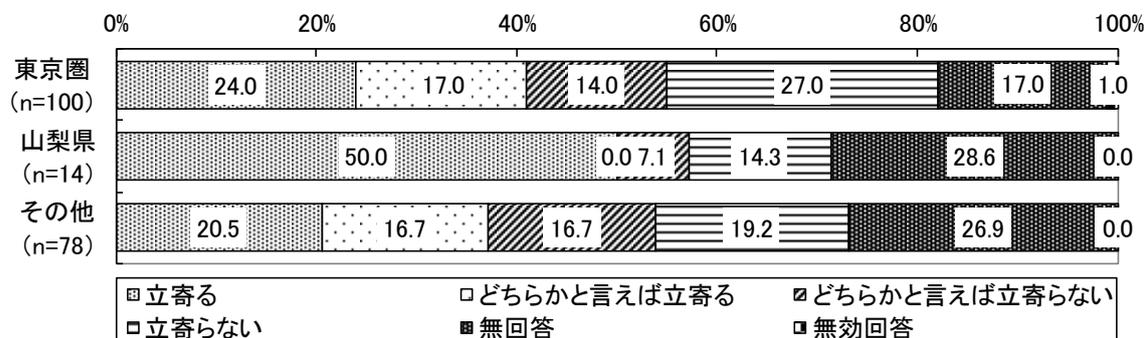
**(年齢別クロス集計)**

カフェに「立寄る」割合は、各年代とも20%台である。ただし、「無回答」「無効回答」を除くと、「60歳代以上」の「立寄る」割合は約3割となり他年代と比べて高い。



**(居住地別クロス集計)**

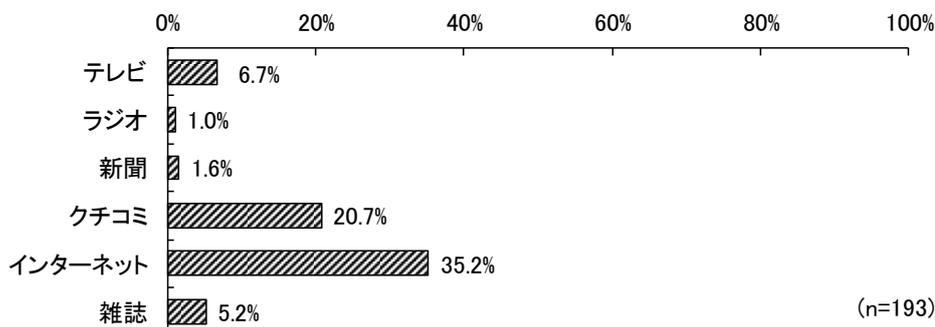
「東京圏」「その他」地域からの宿泊客は、「立寄る」が24.0%、20.5%であったが、「山梨県」からの宿泊客は、「立寄る」が50.0%と他の地域に比べて割合が高かった。



**問6 (芦安温泉を知った情報媒体、旅行の計画で利用する情報媒体)**

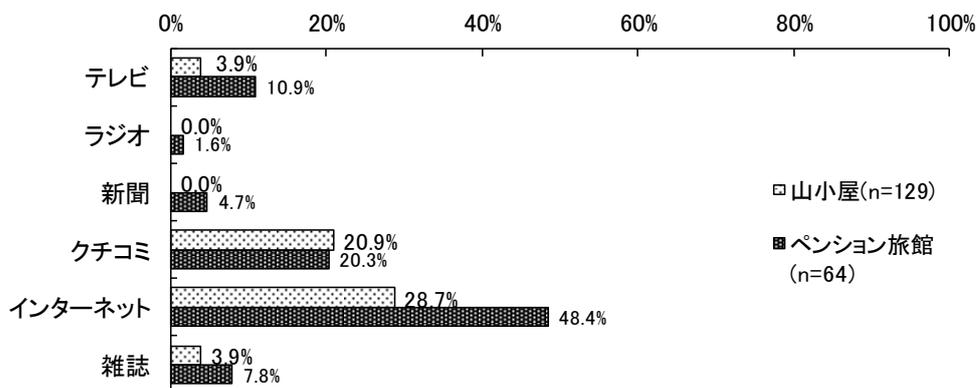
**【芦安温泉を知った情報媒体】**

芦安温泉を知った情報媒体について尋ねたところ、「インターネット」が35.2%と最も割合が高く、次いで「クチコミ」が20.7%であった。「インターネット」の具体的なサイト名を記入した13件の中で、複数の回答が見られたサイトは「Google」「じゃらん」であった。



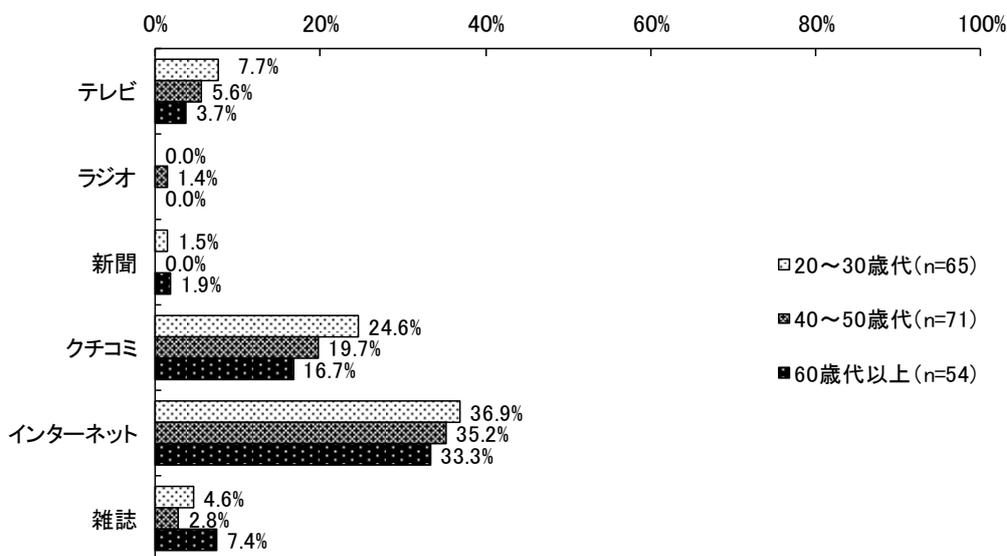
**(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)**

「山小屋」の宿泊客も、「ペンション旅館」の宿泊客も、芦安温泉を知った情報媒体は「インターネット」の割合が最も高く、次いで「クチコミ」であった。



**(年齢別クロス集計)**

どの年代も「インターネット」の割合が最も高く、次いで「クチコミ」の割合が高かった。

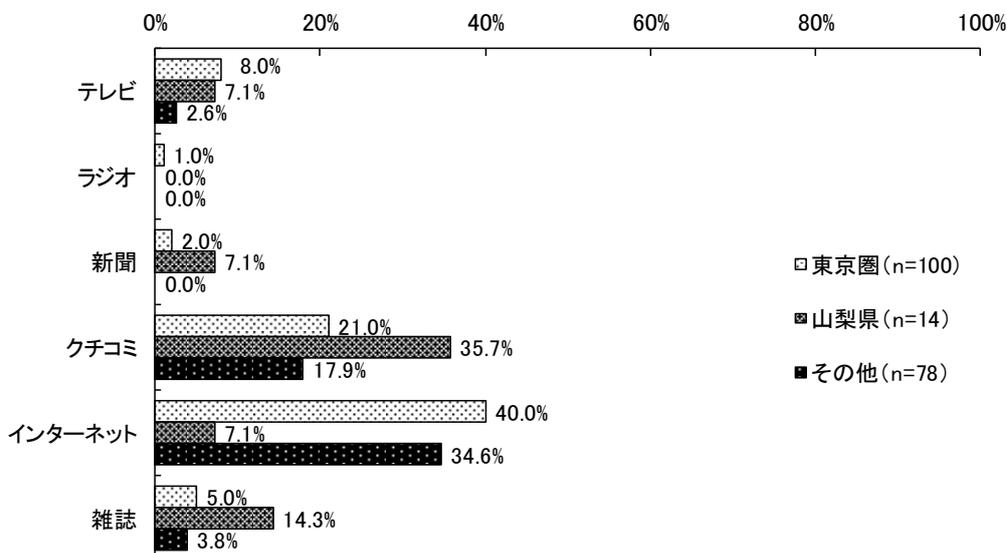


芦安温泉を知った情報媒体 (サイト名・雑誌名等)

	サイト名	雑誌名	その他
東京圏の回答者	Google、じゃらん Yahoo!、ヤマレコ 楽天	ゆこゆこ	昭文社「山と高原地 図」 登山、バスガイド 友人
山梨県の回答者	—	るるぶ	通りかかって
その他地域の 回答者	Google	—	地元の出身、パンフ 団体から 地図、登山地図 山小屋のポスター

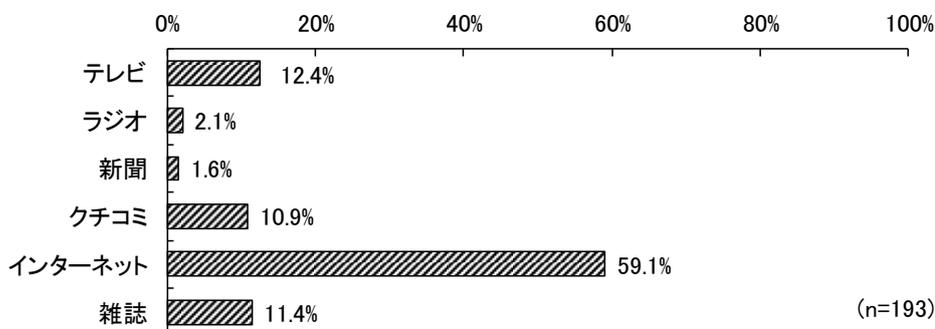
**(居住地別クロス集計)**

「東京圏」「その他」地域の回答者は、「インターネット」の割合が最も高い。「山梨県」の回答者は「クチコミ」の割合が最も高かった。



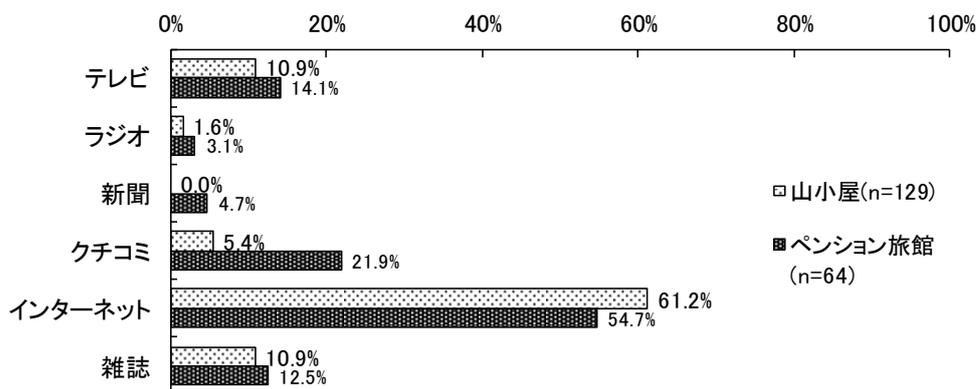
### 【旅行の計画で利用する情報媒体】

旅行の計画で利用する情報媒体について尋ねたところ、「インターネット」が59.1%と最も割合が高く、次いで「テレビ」が12.4%であった。「インターネット」の具体的なサイト名を記入した22件の中で、複数の回答が見られたサイトは「じゃらん」「Yahoo!」「Google」「楽天」であった。



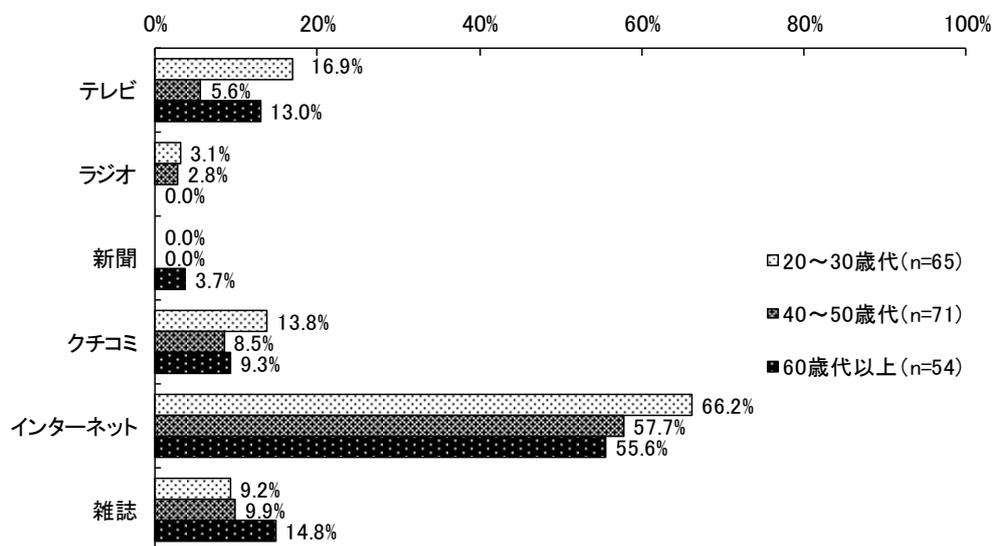
### (ペンション旅館・山小屋別クロス集計)

「山小屋」の宿泊客が旅行の計画で利用する情報媒体は、「インターネット」の割合が最も高く、次いで「テレビ」と「雑誌」である。「ペンション旅館」の宿泊客は、「インターネット」の割合が最も高く、次いで「クチコミ」、「テレビ」である。



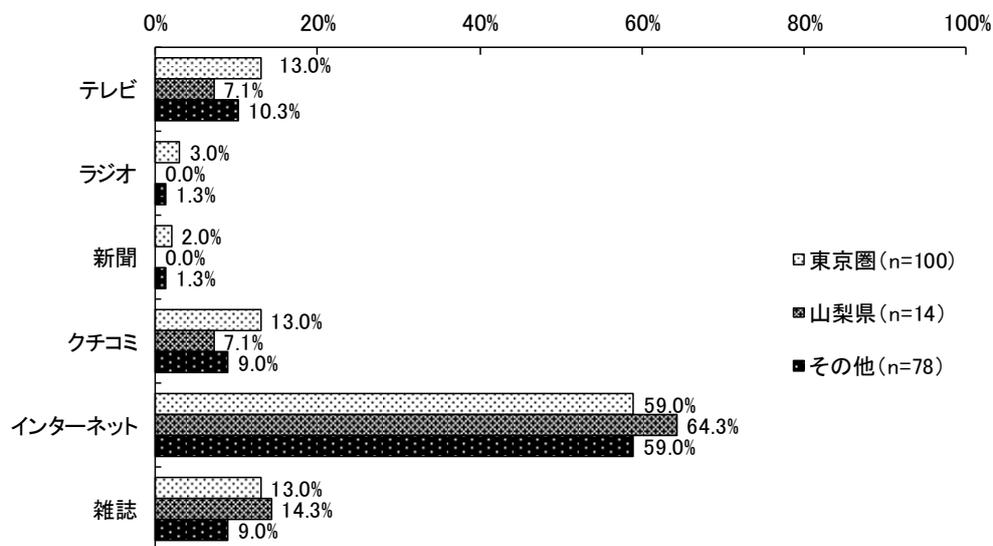
**(年齢別クロス集計)**

どの年代も「インターネット」の割合が最も高かった。「20～30歳代」では次いで「テレビ」、「クチコミ」、「40～50歳代」では次いで「雑誌」、「クチコミ」、「60歳代以上」では次いで「雑誌」「テレビ」の割合が高かった。



**(居住地別クロス集計)**

どの地域からの宿泊客も「インターネット」の割合が最も高く約6割を占めた。



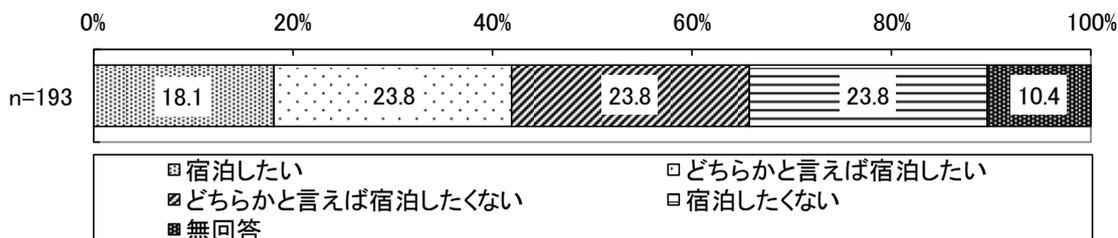
**旅行の計画で利用する情報媒体 (サイト名・雑誌名等)**

	サイト名	雑誌名	その他
東京圏の回答者	Google、じゃらん Retrip、個人ブログ 楽天トラベル、Yahoo!	東京ウォーカー	友人
山梨県の回答者	Yahoo!	るるぶ	—
その他地域の回答者	Google、Yahoo! YAMAKEI-ONLINE、 YAMAP、じゃらん 南アルプスの案内等	るるぶ まっぷる	宿泊施設 (民宿&山小屋)、団体

問7 (冬季宿泊の可能性、冬季に宿泊する場合の条件)

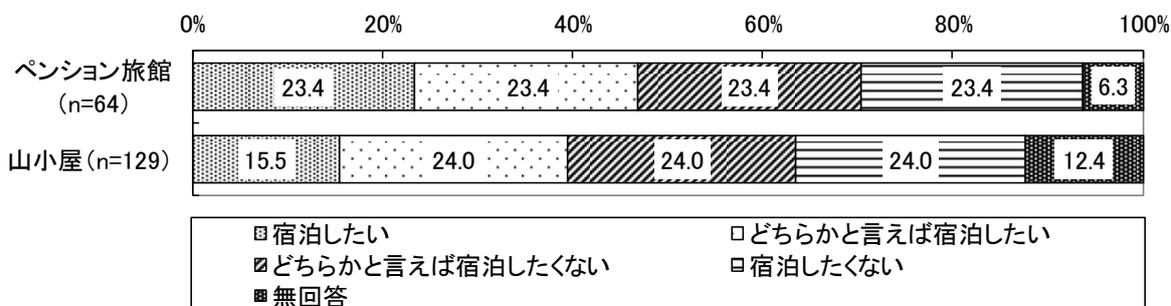
【冬季宿泊の可能性】

芦安温泉における冬季宿泊の可能性について尋ねたところ、「宿泊したい」は18.1%、「どちらかと言えば宿泊したい」は23.8%であった。両者を合わせた肯定的な割合は約4割であった。



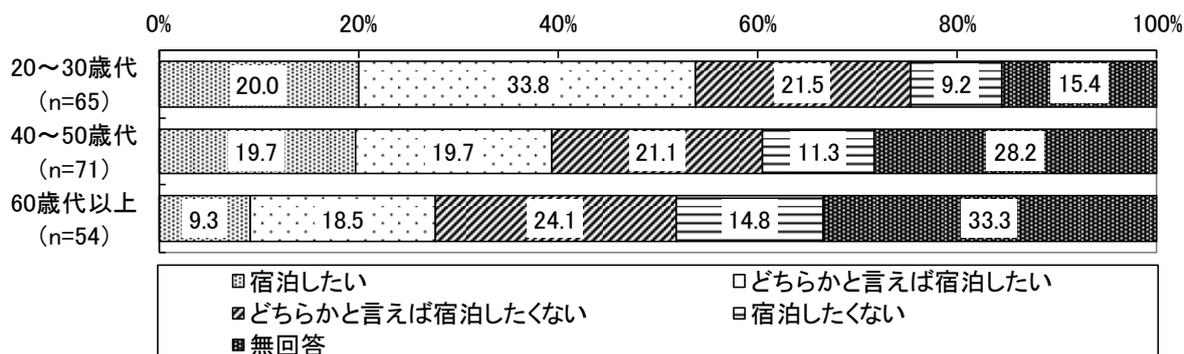
(ペンション旅館・山小屋別クロス集計)

「ペンション旅館」の宿泊客は、「宿泊したい」が23.4%であった。「どちらかと言えば宿泊したい」を合わせた肯定的な回答は、約5割であった。「山小屋」の宿泊客は、「宿泊したい」が15.5%であった。「どちらかと言えば宿泊したい」を合わせた肯定的な回答は、約4割であった。



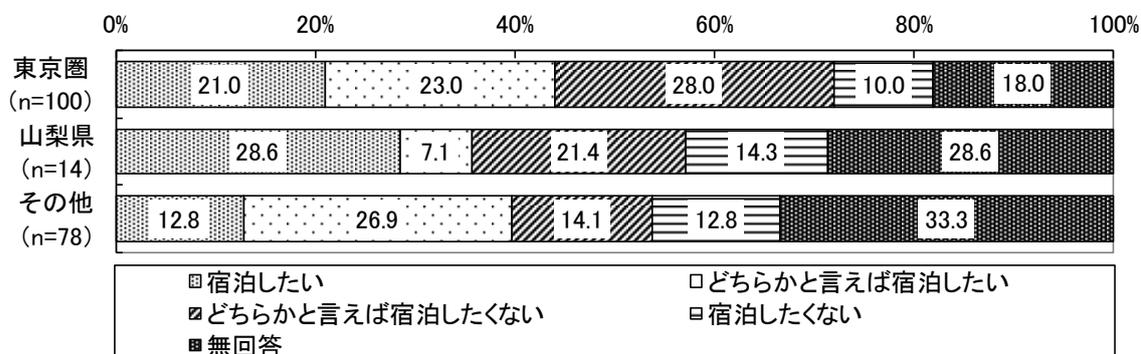
(年齢別クロス集計)

冬季宿泊に肯定的な割合は、「20～30歳代」が最も高く約5割を占めた。無回答を除くと、「20～30歳代」は約6割が冬季宿泊に肯定的な回答であった。



**(居住地別クロス集計)**

「東京圏」と「その他」地域からの宿泊客は、冬季宿泊に肯定的な割合が約4割を占めた。ただし、「山梨県」からの宿泊客は、「宿泊したい」が約3割と他地域に比べて割合が高かった。



**【「宿泊したい」「どちらかと言えば宿泊したい」回答者が冬季に宿泊する場合の条件】**

「宿泊したい」回答者と「どちらかと言えば宿泊したい」回答者は、冬季に宿泊する場合の条件として、次のとおり「交通利便性の確保」「道路の通行確保」「アクティビティ（体験）」「美味しい食事」を求めている。

**(東京圏の回答者)**

**■交通利便性の確保**

JR 甲府駅からの交通の便がよいこと。
アクセス（送迎車があるとか）
アクセス（バス、タクシー）
アクセスと料金ですかね。
アクセスの良さ、安全性
アクセスやアクティビティの充実
公共交通の充実
交通手段
交通の便
交通便を良くする事
交通利便性（公共）
甲府駅までの送迎バス
送迎、登山者用
冬季のアクセスの良さ、雪道など
東京都心からの直通高速バス
最寄駅からの送迎バスがあれば…

**■道路の通行確保**

寒期道路だけ心配
車輛の移動が心配

十分な除雪体制
道路。
道路状況の確保
道路に雪がない
山道の凍結や道の細さから冬季は不安。

#### ■登山の実施

登山以外の目的では利用の予定がない。冬に北岳は登れない（技術的に）。
登山付だとうれしい。
冬山登山をするので岩園館等に行きます。

#### ■アクティビティ（体験）

イベント
交通の便と何かしらの体験ができるものがあれば…例えばスノーシューで森の中を歩くとか。温泉だけだと冬場はあまり魅力を感じないです。
スキーツアーができれば宿泊するかも。

#### ■美味しい食事

美味しいごちそう
おいしい料理、雰囲気ある温泉
有名、雪見温泉、宿のおしゃれ、食事の美味しさ

#### ■温かさの確保

暖かければ良好
寒すぎる、暖房の設備等

#### ■その他

泉質
積雪で危なくない環境
他の温泉にない何かがあれば
眺望、山や川、自然
雪がない
雪が降っている

#### (山梨県の回答者)

#### ■アクティビティの提供

スキー場の施設
---------

■その他

温泉かけ流し
--------

(その他地域の回答者)

■交通利便性の確保

アクセスの良さ
---------

交通手段
------

交通の利便性が良ければ。
--------------

■道路の通行確保

スタッドレスで登れば問題ない(自家用車で登ればOK!)
-----------------------------

道が狭い
------

■美味しい食事

食事がおいしい
---------

露天風呂とおいしい食事
-------------

■温かさの確保

暖かいこと
-------

暖房設備の充実
---------

■その他

(山の難易度が高いため)登山目的で来るので、どんな条件でも宿泊しない、八ヶ岳に行く。
--

田舎の良さをアピールした宿・温泉に泊まってみたいです。
-----------------------------

施設が新しく、例えば離れの様な工夫された宿があるなら宿泊したい。
----------------------------------

冬季はこの周辺の山に来ません…
-----------------

登山をしないので。
-----------

露天風呂
------

問8 (取り組むべき課題等)

【取り組むべき課題等】

(東京圏の回答者)

■交通アクセスに関する課題等

交通機関を充実させること、道路整備
-------------------

アクセスの向上、周辺の観光資源と一体のプロモーション
----------------------------

アクセス方法
--------

交通機関
------

交通の便を改善してほしい。
---------------

交通ルート。電気自動車などでの交通を考えてほしい。広河原へのバス、タクシーがガソリン仕様なのはがっかりだった。
泉質は良いと思いました。登山者等に交通の便を良くしたら利用あると思う。
無料のバスとか？
路線バス
路線バスの増便

■情報発信に関する課題等

芦安温泉の存在そのものが宣伝不足だと思う
あまり知られていないのでPRが必要ではないか？
案内板など道の見やすさがあると良い。どこに何があるかなど看板など。
インターネットでの紹介、リアルタイムで
情報不足
宣伝
宣伝、独自の売り
道路案内の看板
登山の目的がなければ来なかったの、名前を知ってもらうことが必要と思う。
認知度が低いか。
番組特集（テレビなど）などしてみたいかがでしょう。

■温泉に関する課題等

温泉施設が古い、休業が多い（オフシーズン）ので残念。登山道整備をしてほしい。
日帰り温泉（露天ふろ付）の拡充
安くてキレイだった。ありがとうございました。温泉はもう少し熱い方が好みます。

■アクティビティ（体験）に関する課題等

奥深いところにあることが魅力なので秘湯としてPRする。登山客以外の人に知ってもらうには…最近はやりの自転車のロードレースを開催するのはいかがですか？
音楽イベント等
冬の誘致をするならば、スキー場がないため雪を使ったアクティビティの検討（スノーシュー etc.,）
夜又神峠にロープウェイがあったら良い。見学場所が（花とか滝）あったらと思う。

■その他

おみやげを充実して欲しい（例えばワイン）
個人1人1人が努力する事 公営の施設はたよりにならない
静かでいやされる環境を、皆が知り、利用者もその維持に協力できる仕組み
宿泊費を安く

首都圏からの利便性をもっとアピールすべき。登山客用のプランなどを地区全体の人が考えてみたらどうか。

人口を増やす。

登山客のとりこみ

広河原山荘は芦安温泉ではないのでは？夕食美味しかったです。時間が長い方が良いです。

増えると自然がこわれるので、ソコソコが良い。

(山梨県の回答者)

■交通アクセスに関する課題等

道路整備

■温泉に関する課題等

温泉施設のサービス低下

(その他地域の回答者)

■交通アクセスに関する課題等

アクセスの手段を増やす

■情報発信に関する課題等

芦安温泉のサイト、きっとあるのかもしれませんが見たことありません。登山情報とリンクしてれば見ると思います。

一元的情報発信

情報発信

宣伝。若い人の力。

■アクティビティ（体験）に関する課題等

何かのイベント等があると増えると思います。

■その他

au の電波

特にないが、外国人観光客を増やす??環境保全第一なので、マナー違反者は×!

南アルプス林道の一般車の通行可。

### (3) 宿泊客に対するアンケート調査結果のまとめ

#### ■芦安地区宿泊客の特性

宿泊客アンケート調査では、居住地が「東京圏」の回答者が100名と約5割を占め、「その他（東京圏と山梨県以外の地域）」の回答者が78名と約4割を占めた。宿泊客アンケート調査に基づく両地域からの宿泊客の特性は次のとおりである。

	東京圏からの宿泊客	その他地域からの宿泊客
年齢	・「40～50歳代」以上が約6割 ・「20～30歳代」が約4割	・「40～50歳代」が約7割 ・「20～30歳代」が約3割
同行者	・「単独」と「配偶者」が約3割 ・「家族」が約2割	・「グループ・団体」が約4割 ・「単独」が約3割
主目的	・「登山」が約6割 ・「温泉」と「癒し」が各約1割	・「登山」が約9割
選定理由	・「登山に便利」が約5割 ・「温泉が良質」「優れた自然」が約1割	・「登山に便利」が約7割
交通機関	・「自家用車」が約6割 ・「バス」が約3割 ・「鉄道」が約2割（複数回答）	・「自家用車」が約7割 ・「バス」が約5割 ・「鉄道」が約4割（複数回答）
消費金額	・市内買物金額は約3,500円／人 ・市内飲食金額は約2,600円／人	・市内買物金額は約2,000円／人 ・市内飲食金額は約2,200円／人
情報媒体	・芦安情報は「ネット」次いで「クチコミ」 ・旅行情報は「ネット」次いで「クチコミ」	・芦安情報は「ネット」次いで「クチコミ」 ・旅行情報は「ネット」次いで「テレビ」

#### ■宿泊客の居住地特性を踏まえた西日本からの集客

回答者の居住地から、宿泊客の約5割が東京圏であるとともに、東京圏と山梨県以外の地域（その他の地域）からの宿泊客が約4割を占めていることが確認できた。関西や九州など西日本から訪れる人々も少なくないため、芦安温泉への宿泊を組み込んだ南アルプス登山ツアーの企画販売を、関西や九州の旅行代理店に働きかける必要があることがうかがえる。

#### ■30歳代以下を対象としたツアーバスの可能性

ツアーバスの利用に肯定的な回答割合は、20～30歳代の年齢層が最も高く約4割であった。こうしたデータを、登山ツアーを企画する旅行代理店等に紹介することで、ツアーバスの企画販売を働きかける必要があることがうかがえる。

#### ■芦安の自然を活用した集客の可能性

宿泊客の宿泊地に芦安地区を選択した理由は、「登山に便利」が約5割と最も割合が高い。しかし、60歳代以上や20～30歳代では、「登山に便利」（約5割）に次いで「優れた自然」が約1割を占め、芦安の自然も支持されている。登山、温泉とともに、急峻な地形で緑に囲まれた芦安の自然を、集客に活用できる可能性がうかがえる。

### ■交通アクセス改善の必要性

交通に関する意見・要望を尋ねたところ、次のとおり「東京圏」「その他地域」の回答者から交通に関する具体的な指摘があった。バスの充実、道路の改良、広域交通の提供などへの取り組みが必要であることがうかがえる。

#### 【東京圏回答者の交通に関する指摘】

- ・ 甲府駅から芦安地区へのバスの充実  
(路線バス化、便数の拡充等)
- ・ 道路の改良  
(道路拡幅、路面改良、道路情報発信等)
- ・ 都心からのアクセス改善  
(都心から芦安に直行するバス等)

#### 【その他地域回答者の交通に関する指摘】

- ・ 甲府駅から芦安地区へのバスの充実  
(便数の拡充、乗り継ぎ改善等)
- ・ 駐車場の充実  
(駐車場の拡張)
- ・ 西日本からのアクセス改善  
(名古屋・大阪から芦安への交通手段改善)

### ■芦安地区に必要なもの

芦安地区に必要なものを尋ねたところ、次のとおり「東京圏」「その他地域」の回答者から具体的な提案があった。情報発信の強化、立寄り施設の提供、温泉施設の充実、交通機関の充実、特色づくりなどに取り組む必要性があることがうかがえる。

#### 【東京圏回答者の芦安に必要なもの】

- ・ 情報発信の強化  
(南アルプス芦安山岳館、宿泊施設の良さ等のPR)
- ・ 立寄り施設の提供  
(コンビニ、カフェ、休憩所等)
- ・ 温泉施設の充実  
(使いやすい日帰り温泉)
- ・ その他  
(自転車スタンド、コインランドリー)

#### 【その他地域回答者の芦安に必要なもの】

- ・ 情報発信の強化  
(温泉の良さ、水や食事の美味しさのPR)
- ・ 交通機関の充実  
(移動手段の提供、案内表示の充実等)
- ・ 温泉施設の充実  
(24時間入れる温泉)
- ・ 特色づくり  
(観光の目玉づくり、特産品の開発)

### ■来訪者の買物・飲食の受け皿の必要性

市内で買物をした人の割合は約3割であるが、平均使用金額は約3,030円である。また、市内で飲食をした人の割合は約2割であるが、平均使用金額は約2,350円である。また、芦安にコンビニエンスストアがあった場合には、約5割が「立寄る」と回答している。カフェがあった場合には、約2割が「立寄る」と回答している。芦安地区に、来訪者の買物や飲食の受け皿が必要であることがうかがえる。

### ■インターネットを活用した情報発信の必要性

芦安温泉を知った情報媒体も、旅行を計画する際に利用する情報媒体も、年代を問わずインターネットが最も利用されている。利用されているサイトは、旅行・宿泊情報を取り扱うサイトや登山専門のサイトなどである。こうしたサイトなどを活用して、芦安情報を発信していく必要性がうかがえる。

### ■冬季宿泊への期待

芦安温泉における冬季宿泊の可能性を尋ねたところ、「宿泊したい」との回答は約2割、「どちらかと言えば宿泊したい」を含めた肯定的な回答は約4割を占めた。ただし、冬季宿泊については、次の期待や懸念事項への対応を求める意見が見受けられた。

#### 【東京圏回答者の期待と懸念事項】

- ・ 交通利便性の確保  
(交通機関の充実、送迎の提供等)
- ・ 道路の通行確保  
(除雪など安全に通行できる路面の確保)
- ・ アクティビティの提供  
(スノートレッキング等)
- ・ 魅力の提供  
(美味しい食事、眺望、泉質等)

#### 【その他地域回答者の期待と懸念事項】

- ・ 交通利便性の確保  
(アクセス性の良さ)
- ・ 道路の通行確保  
(スタッドレスでの通行確保)
- ・ 温かさの確保  
(暖房設備の充実)
- ・ 魅力の提供  
(美味しい食事、露天風呂等)

### ■宿泊客増加に向けて取り組むべき課題

宿泊客の増加に向けて取り組むべきことを尋ねたところ、次の課題への指摘が見受けられた。

#### 【東京圏回答者が指摘する課題】

- ・ 交通アクセスに関する課題  
(バス増便、無料化、電気自動車導入等)
- ・ 情報発信に関する課題  
(PR強化、道路案内等)
- ・ 温泉に関する課題  
(休業期間の見直し、露天風呂の充実)
- ・ アクティビティに関する課題  
(自転車、音楽イベント、雪の活用等)

#### 【その他地域回答者が指摘する課題】

- ・ 交通アクセスに関する課題  
(アクセス手段の多様化)
- ・ 情報発信に関する課題  
(サイトの充実、登山情報とのリンク等)
- ・ アクティビティに関する課題  
(イベント開催)
- ・ その他に関する課題  
(携帯電話の受信エリア拡張、林道の通行等)

## 4. 宿泊客数の推計

### (1) 芦安地区の宿泊客数の推計

芦安地区には、9軒の宿泊施設（ペンションや旅館）がある。宿泊施設アンケート調査では、このうち5施設から年間宿泊客数（平成28年度）の回答を得ており、その合計は6,860人であった。

芦安地区の宿泊施設9軒の部屋数は83室である（宿泊施設アンケート調査結果と南アルプス市芦安地区宿泊情報から算出）。年間宿泊客数の回答があった5軒の宿泊施設の部屋数は48室である。

回答のあった宿泊施設の部屋数に応じて宿泊客があると仮定し、芦安地区の年間の宿泊客を約11,900人と求めた。

- ・芦安地区の全宿泊施設の部屋数：83室
- ・年間宿泊客数を回答した宿泊施設の部屋数：48室、年間宿泊客数：6,860人
- ・芦安地区の年間宿泊客数：6,860人／年÷48室×83室≒11,900人／年

### (2) 山岳地帯の宿泊客数の推計

山岳地帯には、6軒の山小屋がある。南アルプス市資料によれば、「白根御池小屋」「広河原山荘」「長衛小屋」「両俣小屋」「北岳山荘」の5軒の山小屋の平成28年度の宿泊客数は38,303人であった（テント泊含む）。

山岳地帯の山小屋6軒の宿泊定員は556人である（宿泊施設アンケート調査結果）。上記5軒の宿泊定員は406人である。「北岳肩の小屋」も宿泊データが得られている山小屋と同様に宿泊客があると仮定し、山岳地帯の年間の宿泊客数を約52,500人と求めた。

- ・山岳地帯の全山小屋の宿泊定員：556人
- ・宿泊データが得られている山小屋の宿泊定員：406人、年間宿泊客数：38,303人
- ・山岳地帯の年間宿泊客数：38,303人／年÷406人×556人≒52,500人／年

### (3) 芦安地区の目的別宿泊客数の推計

宿泊客アンケート調査によれば、「ペンション旅館」の宿泊客の旅行の主目的は次の割合であった（無回答、無効回答を除いて割合を算出）。この割合に芦安地区の年間宿泊客数11,900人を乗じて、目的別宿泊客数を求めた。

「ペンション旅館」の宿泊客の旅行の主目的

主目的	登山	温泉	いやし	気分転換	自然観察	その他
割合	55.9%	18.6%	13.6%	8.5%	1.7%	1.7%
目的別宿泊客数	6,655人	2,219人	1,614人	1,008人	202人	202人

### (4) 山岳地帯の目的別宿泊客数の推計

宿泊客アンケート調査によれば、「山小屋」の宿泊客の旅行の主目的は次の割合であった（無回答、無効回答を除いて割合を算出）。この割合に山岳地帯の年間宿泊客数52,500人を乗じて、目的別宿泊客数を求めた。

**「山小屋」の宿泊客の旅行の主目的**

主目的	登山	温泉	いやし	気分転換	自然観察	その他
割合	92.0%	0.0%	2.7%	0.0%	2.7%	2.7%
目的別宿泊客数	48,318人	0人	1,394人	0人	1,394人	1,394人

**(5) 芦安地区の居住地別宿泊客数の推計**

宿泊客アンケート調査によれば、「ペンション旅館」の宿泊客の居住地は次の割合であった(無回答、無効回答を除いて割合を算出)。この割合に芦安地区の年間宿泊客数 11,900 人を乗じて、居住地別宿泊客数を求めた。

**「ペンション旅館」の宿泊客の居住地**

地域	東京都	神奈川県	埼玉県	千葉県	山梨県	その他
割合	20.6%	23.8%	4.8%	6.3%	6.3%	38.1%
地域別宿泊客数	2,456人	2,832人	567人	756人	756人	4,533人

**(6) 山岳地帯の居住地別宿泊客数の推計**

宿泊客アンケート調査によれば、「山小屋」の宿泊客の居住地は次の割合であった(無回答、無効回答を除いて割合を算出)。この割合に山岳地帯の年間宿泊客数 52,500 人を乗じて、居住地別宿泊客数を求めた。

**「山小屋」の宿泊客の居住地**

地域	東京都	神奈川県	埼玉県	千葉県	山梨県	その他
割合	22.5%	10.9%	12.4%	4.7%	7.8%	41.9%
地域別宿泊客数	11,802人	5,698人	6,511人	2,442人	4,070人	21,977人

## 5. 住民に対するアンケート調査

---

### (1) 住民に対するアンケート調査の概要

#### ① 調査目的

芦安地区の住民の方々の意向を反映させるため、芦安に住み続ける意向、行政に対する期待、県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）への期待と不安、高齢者の課題や不安、活性化に向けた意見などを把握することを目的に、アンケート調査を実施した。

#### ② 調査対象

芦安地区の全世帯（142世帯）を調査対象とした。

#### ③ 調査方法

芦安支所から各自治会を通じて芦安地区の全世帯に対して調査票を配布し、各自治会から芦安支所を通じて調査票を回収した。

#### ④ 調査期間

平成29年7月25日～9月29日

#### ⑤ 回収状況

53世帯から回収した（回収率は37.3%）。

#### ⑥ 調査事項

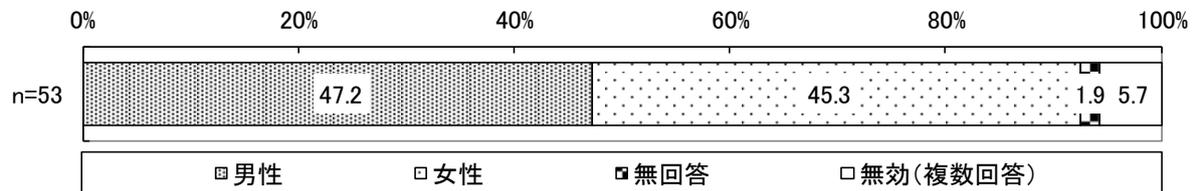
- ・ 性別、年齢、居住年数、世帯構成、居住地
- ・ 芦安に住み続ける意向
- ・ 子どもの住み続ける意向
- ・ 介護が必要な場合の住み続ける意向
- ・ 芦安に住み続けるため行政に期待したいこと
- ・ 食料品店の必要性
- ・ 食料品店ができた場合、購入したい商品
- ・ 1回あたりの買物金額
- ・ カフェの必要性
- ・ 活性化に向けた取り組み
- ・ 県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）への期待と不安
- ・ 高齢者の課題や不安
- ・ 活性化に向けた意見

## (2) 住民に対するアンケート調査結果

### 問1 (性別、年齢、居住年数、世帯構成、居住地)

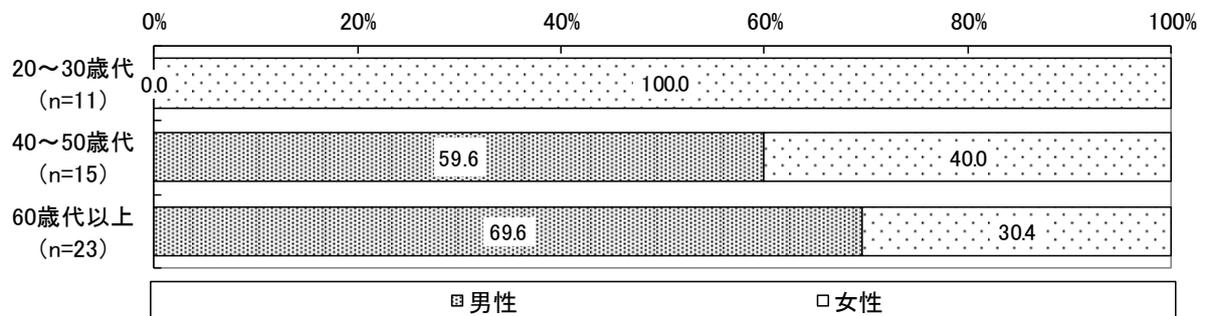
#### 【性別】

回答者の性別は、男女ほぼ同様の割合であった。



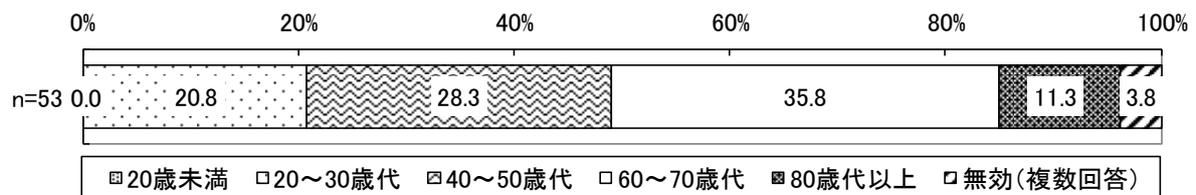
#### (年齢別クロス集計)

「20～30歳代」は全て「女性」であった。



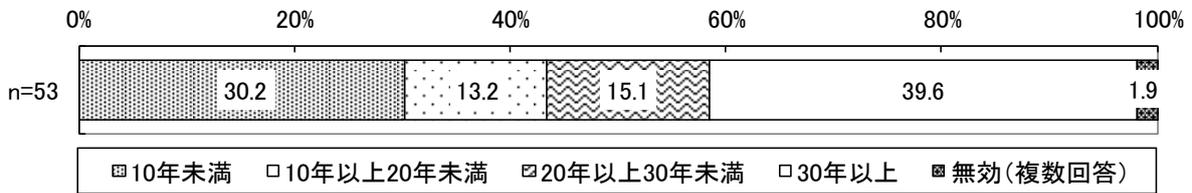
#### 【年齢】

回答者の年齢は、「60～70歳代」が35.8%と最も割合が高く、次いで「40～50歳代」が28.3%であった。



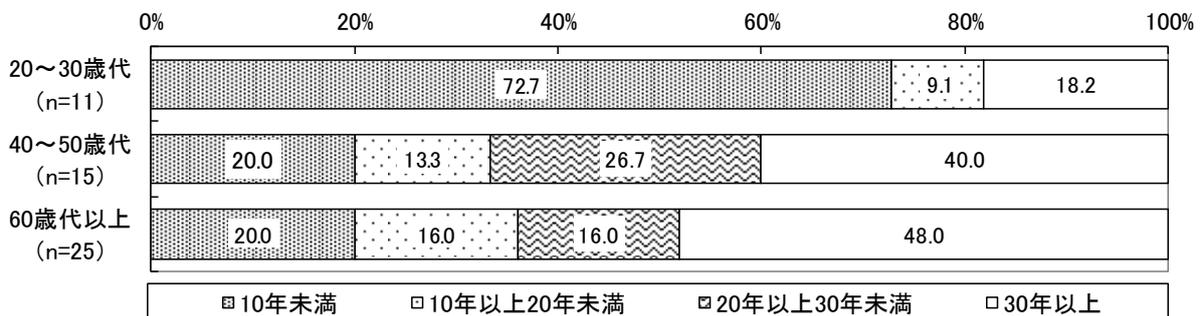
**【居住年数】**

回答者の居住年数は、「30年以上」が39.6%と最も割合が高く、次いで「10年未満」が30.2%であった。



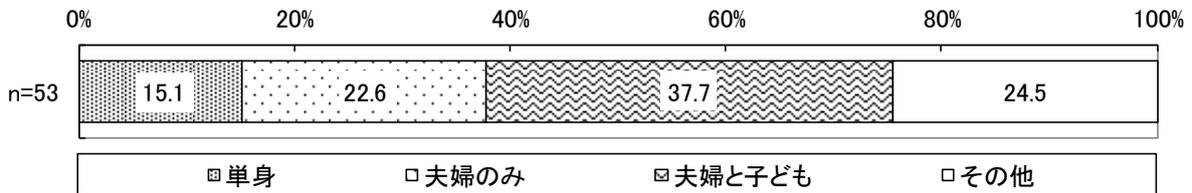
**(年齢別クロス集計)**

「20～30歳代」は「10年未満」が約7割。年齢上昇に伴い、居住年数が長い傾向が確認できた。



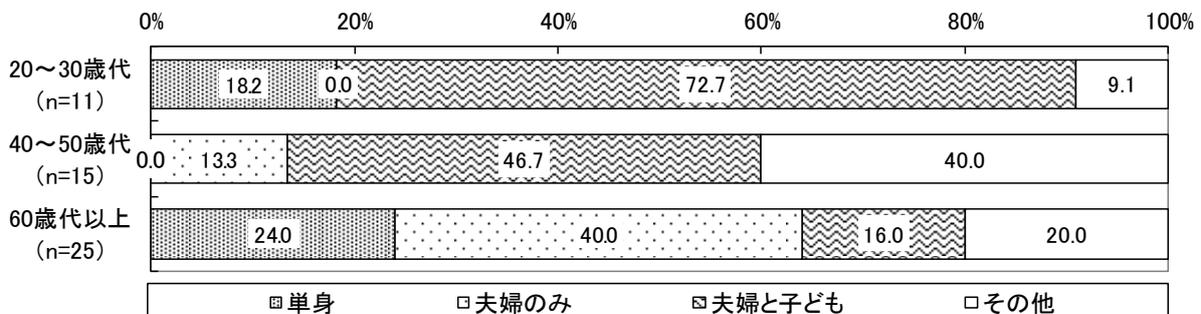
**【世帯構成】**

回答者の世帯構成は、「夫婦と子ども」が37.7%と最も割合が高く、次いで「その他」が24.5%、「夫婦のみ」が22.6%であった。



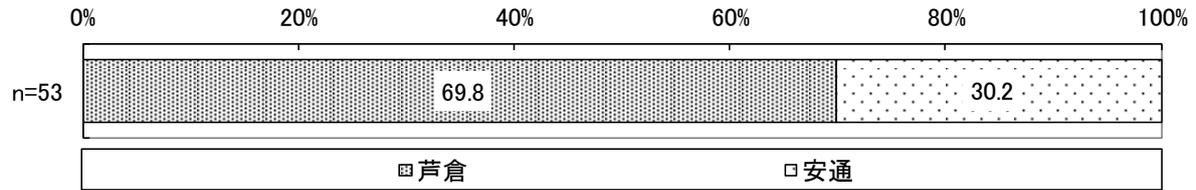
**(年齢別クロス集計)**

「20～30歳代」では「夫婦と子ども」が72.7%を占めた。「60歳代以上」では「夫婦」が40.0%、次いで「単身」が24.0%を占めた。



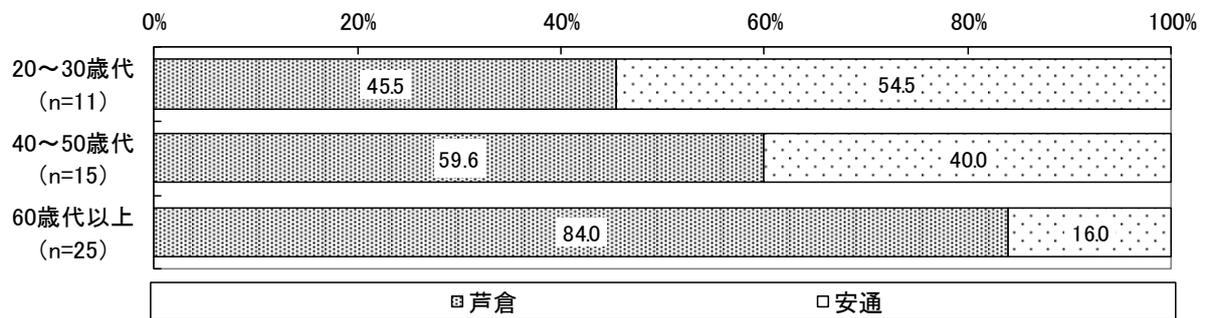
**【居住地】**

回答者の居住地は、「芦倉」が69.8%、「安通」が30.2%であった。



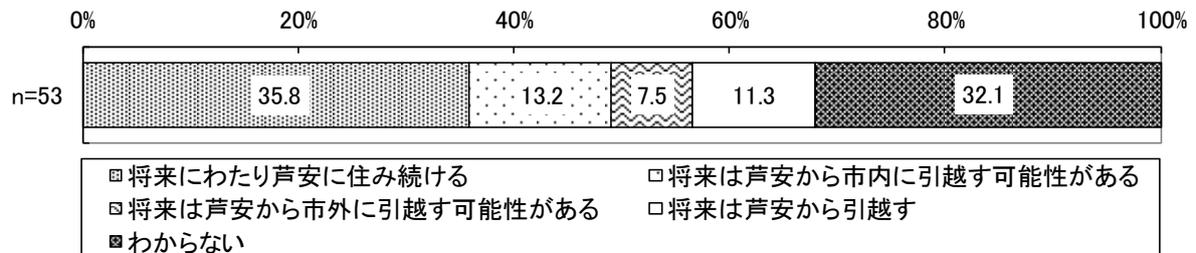
**(年齢別クロス集計)**

「60歳代以上」では「芦倉」が84.0%を占めた。年齢上昇に伴い、「芦倉」の割合が高くなる傾向が確認できた。



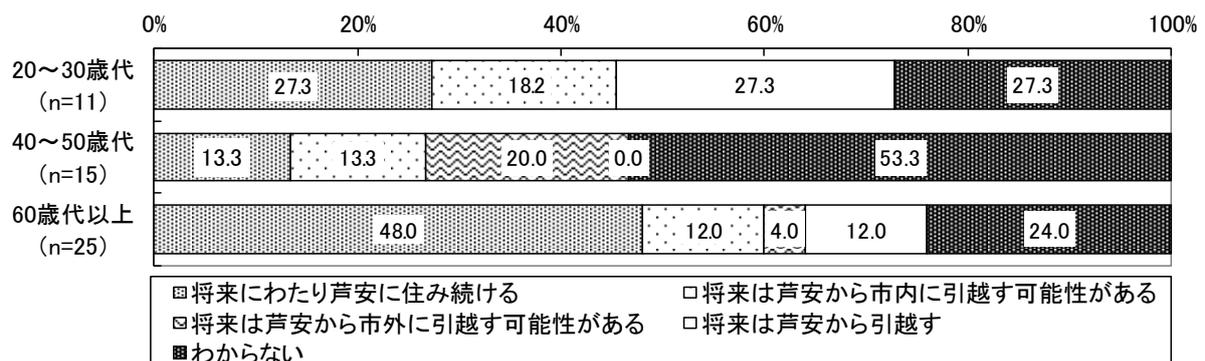
**問2 (芦安に住み続ける意向)**

芦安に住み続ける意向について尋ねたところ、「将来にわたり芦安に住み続ける」が35.8%と最も割合が高く、次いで「わからない」が32.1%であった。



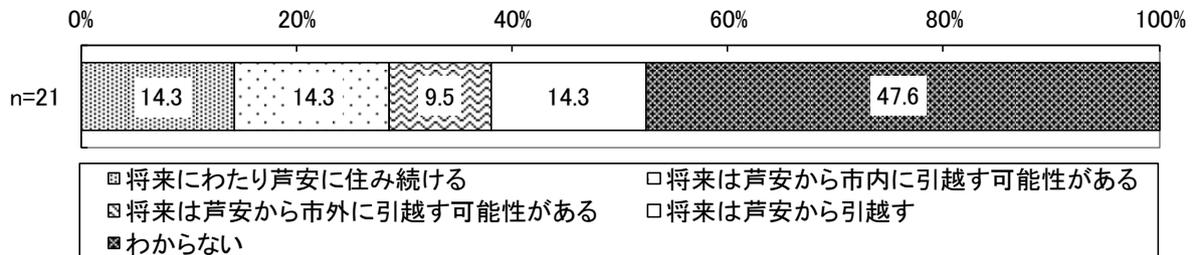
**(年齢別クロス集計)**

「60歳代以上」では「将来にわたり芦安に住み続ける」割合が48.0%を占めた。「40～50歳代」では「わからない」割合が53.3%を占めた。



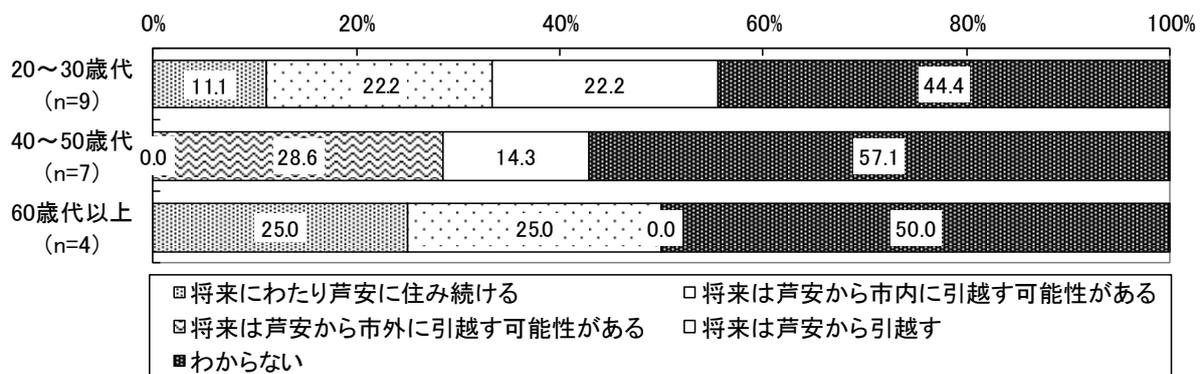
### 問3 (子どもの住み続ける意向)

高校生以下の子どもがいる方だけに、子どもが芦安に住み続ける意向について尋ねたところ、「わからない」が47.6%と最も割合が高かった。「将来にわたり芦安に住み続ける」「将来は芦安から市内に引越す可能性がある」「将来は芦安から引越す」は、いずれも14.3%であり意向が分かれた。



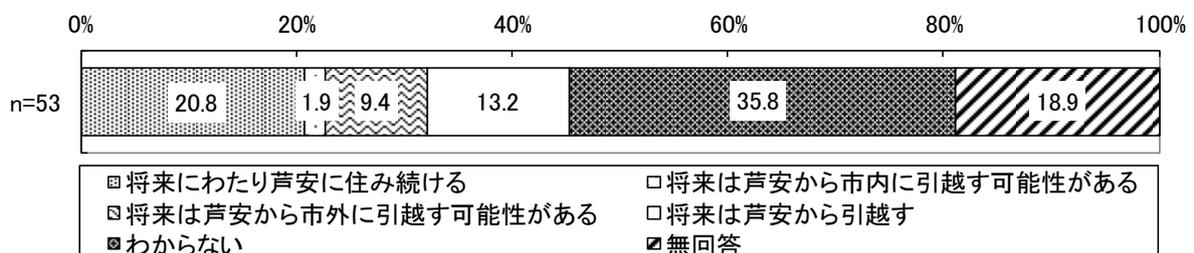
### (年齢別クロス集計)

「20～30歳代」では「将来にわたり芦安に住み続ける」割合が11.1%、「40～50歳代」では0%、「60歳代以上」では25.0%と、年代により住み続ける意向には差異が見られた。



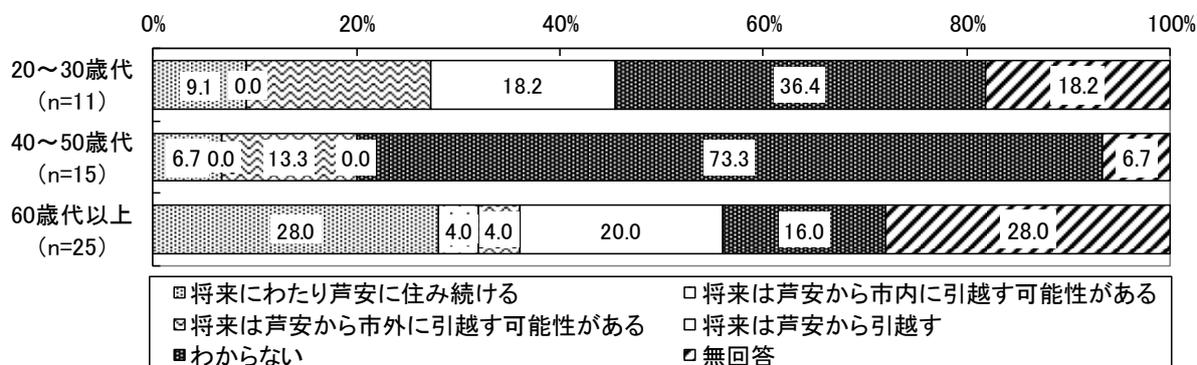
### 問4 (介護が必要な場合の住み続ける意向)

回答者や同居する親が高齢となり、介護が必要になった場合、芦安に住み続ける意向について尋ねたところ、「わからない」が35.8%と最も割合が高く、次いで「将来にわたり芦安に住み続ける」が20.8%であった。



**(年齢別クロス集計)**

「60歳代以上」では「将来にわたり芦安に住み続ける」割合が28.0%を占めた。「40～50歳代」では無回答と「わからない」が約8割を占めた。



**問5 (芦安に住み続けるため行政に期待したいこと)**

芦安に住み続けるために、行政に期待したいことについて、具体的な記載を求めたところ、次の期待が寄せられた。

**① 「20～30歳代」の行政に期待したいこと**

芦安内で職につける環境があれば、定住しやすい。質の高い教育が受けられる小・中学校であれば、子供の為に他所からでも生徒が集まる、親も魅かれる地区になる。

現在市営団地に住んでいます。家賃も安くきれいなのでいいのですが、子供が大きくなっていくことを考えると、このまま団地に住み続けていくのは悩みます。芦安には家を建てられる土地がないと聞いています。主人の実家に帰る選択もあるのですが、私としては自分のふるさと芦安で子育て、仕事をしたいと考えています。いずれ、空き家バンクに登録されている家、もしくは住んでいないのに手ばなさないお宅など（この家がいい！！というところがあるのですが）をリノベーションして居住したいので、それは、団地に住んでいる全ファミリーにいえることですが、その辺のシステム（補助など）をやりやすくしてほしいです。子育てしやすい環境づくりにさらに力を入れていてもらいたいです。

公共交通の確保、娯楽の提供、安全の確保

子供が増えてきているので、もっと子育てのしやすい所にしてほしい。

道をもっと良くしてほしい。

**② 「40～50歳代」の行政に期待したいこと**

公共施設（学校 etc）を老人ホームなどにすれば雇用の増加につながるのでは？

山関係にもうお金をかけなくてもいい。

学校を学校らしくする。風通しの良い行政を求める！

介護の充実。一部の声ばかりを聞かないで、もっと地域に住んでいる人達に目を向けて下さい。

生活の足となる交通機関の継続（生活に身近な場所から）。大自然が豊富な芦安にいろいろな施策は足りない。今のままでゆったりのんびり暮らせる環境を守って欲しい。
バスの本数・時間帯を見直し、増やして欲しい。

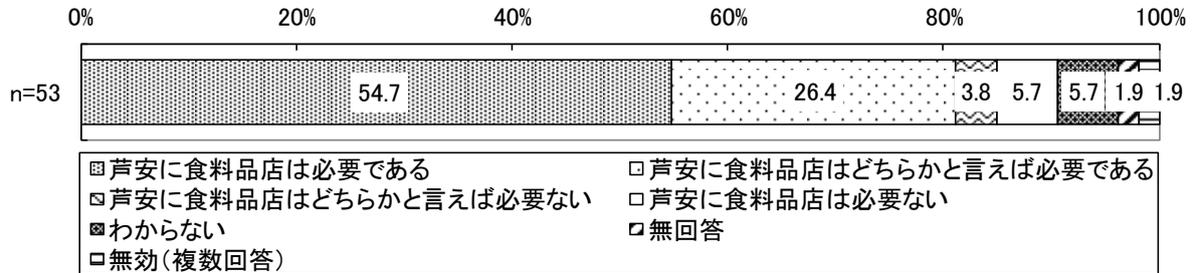
③「60歳代以上」の行政に期待したいこと

医療の充実、空き家対策
交通機関の充実。高齢になればなるほど必要！ お店。食料品が大事！
道の駅は国道の脇でなければならぬことだが、道の駅のような地元の特産品を揃えた、皆が集まる場所があればいいと思う。住民は温泉が割り引きされる回数券があればいいと思う。
芦安地区、おとしよりが多く、若い人達は仕事に出かけているので何があっても連絡が取れない。
芦安に住む、住んでいる事が自慢になるくらい魅力のある地域にする。民間の法人が投資したくなるような魅力的で多才な観光地のベースは行政が作る必要がある。プランはあります。
医療施設が芦安地区に欲しい。交通機関が少なすぎる。ゴミ捨て場が遠いので近くに欲しい（車で行くのがいやだ）。
子供は遠い所にいるので、となりの人達とくらししていきたいです。
どんなに住む人が少なくなっても、ライフラインだけは守ってほしい。

問6 (食料品店の必要性)

【食料品店の必要性】

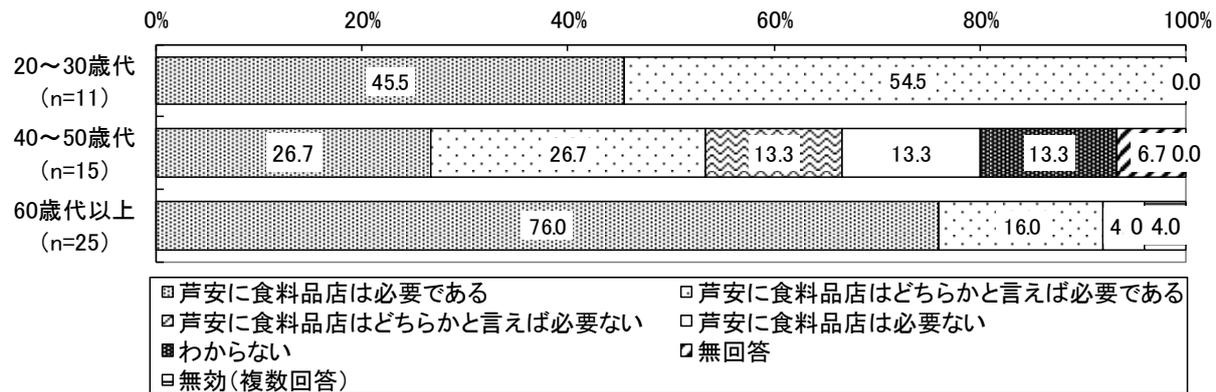
芦安地区における食料品店の必要性を尋ねたところ、「芦安に食料品店は必要である」が 54.7%と最も割合が高かった。「芦安に食料品店はどちらかと言えば必要である」と合わせると、約8割の回答者が食料品店を求めている。



(年齢別クロス集計)

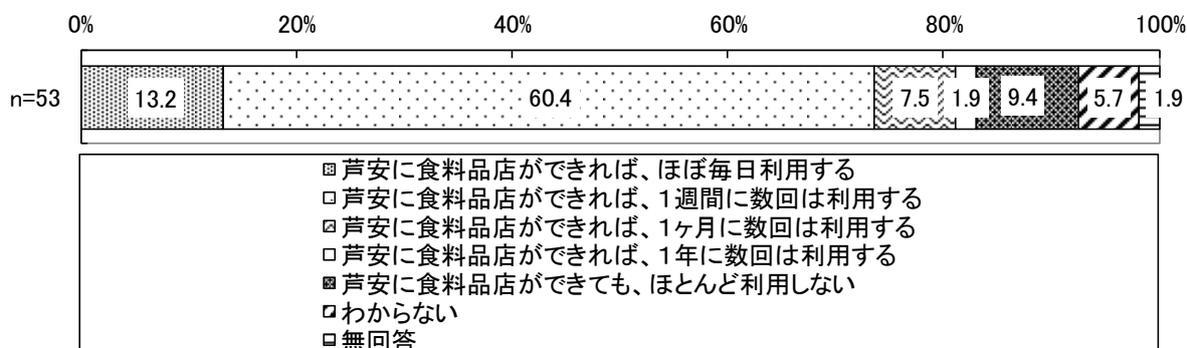
「60歳代以上」では「芦安に食料品店は必要である」が 76.0%を占め、「芦安に食料品店はどちらかと言えば必要である」と合わせると、食料品店の必要性に肯定的な回答は約9割を占める。

「20～30歳代」の回答は、全て食料品店の必要性に肯定的な回答であった。



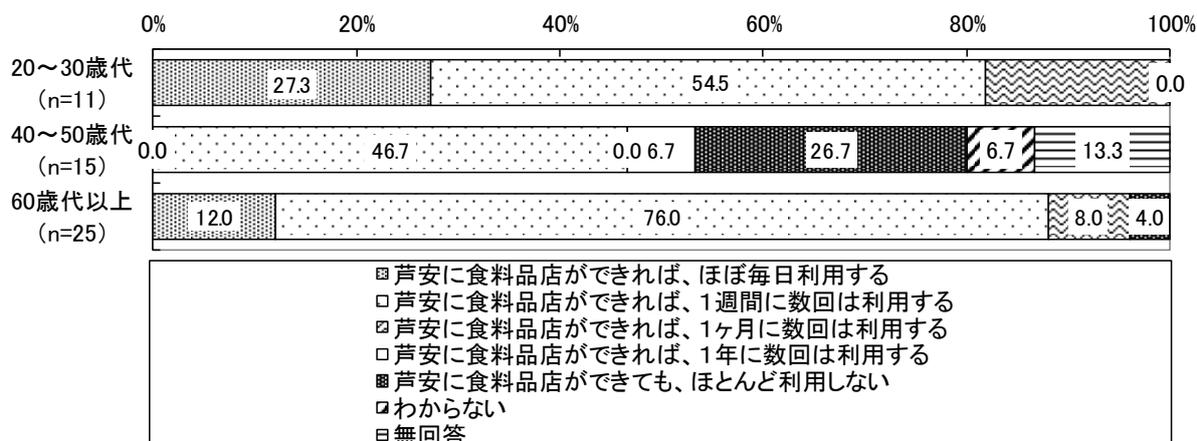
### 【食料品店利用の可能性】

食料品店利用の可能性について尋ねたところ、「芦安に食料品店ができれば、1週間に数回は利用する」が60.4%と最も割合が高かった。「芦安に食料品店ができて、ほとんど利用しない」という否定的回答は9.4%であった。



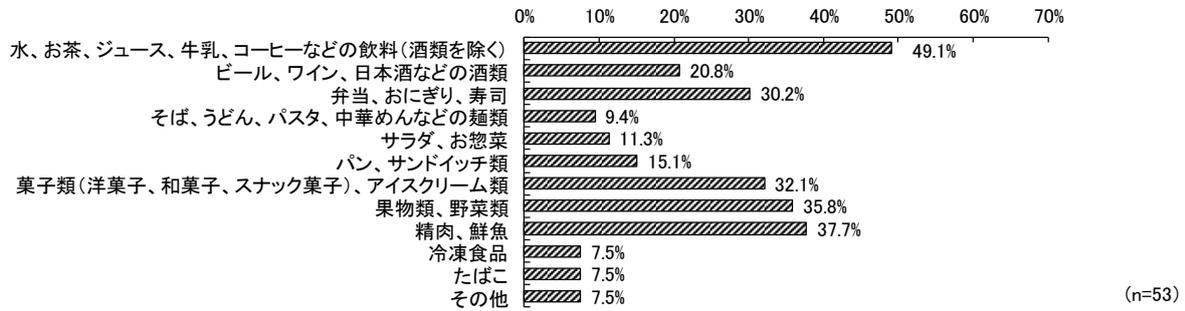
### (年齢別クロス集計)

「60歳代以上」では「芦安に食料品店ができれば、1週間に数回は利用する」が76.0%を占めた。また、「20～30歳代」でも、同回答が54.5%を占めた。「60歳代以上」と「20～30歳代」の利用頻度が高いことが確認できた。



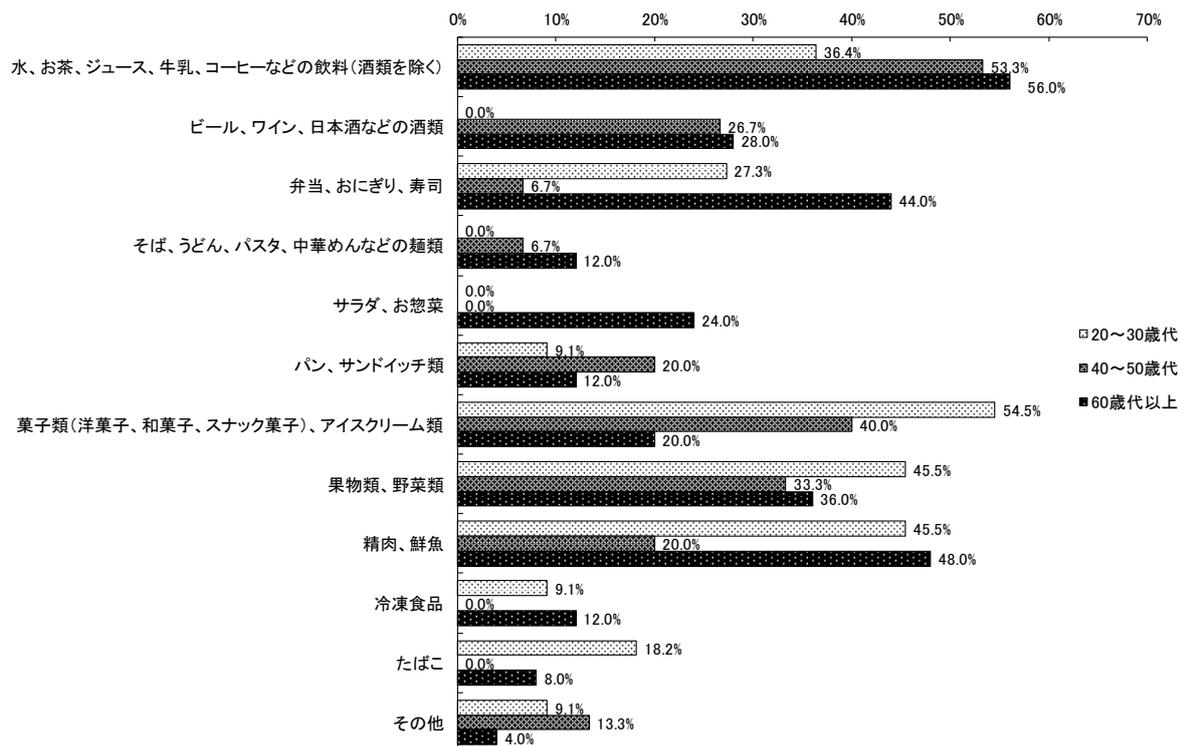
### 問7 (食料品店ができた場合、購入したい商品)

芦安地区に食料品店ができた場合、購入したい商品について尋ねたところ、「水、お茶、ジュース、牛乳、コーヒーなどの飲料」が49.1%と最も割合が高く、次いで「精肉、鮮魚」が37.7%、「果物類、野菜類」が35.8%であった。



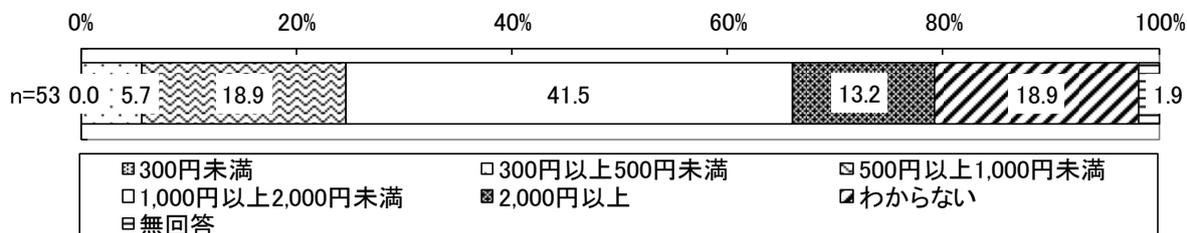
### (年齢別クロス集計)

「20～30歳代」では、「菓子類 (洋菓子、和菓子、スナック菓子)、アイスクリーム類」が、「40～50歳代」と「60歳代以上」では「水、お茶、ジュース、牛乳、コーヒーなどの飲料」の割合が最も高いなど、年代によって購入したい商品に差異が見られた。



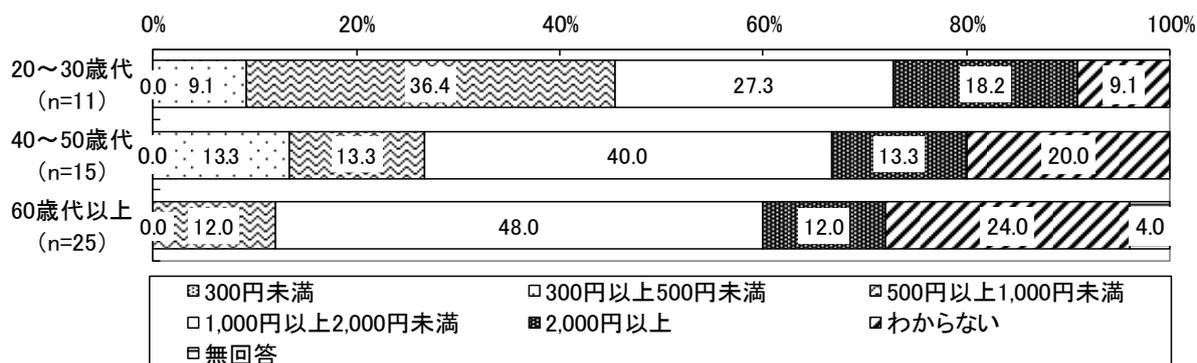
### 問8 (1回あたりの買物金額)

芦安地区に食料品店ができた場合、1回あたりの買物金額について尋ねたところ、「1,000円以上2,000円未満」が41.5%と最も割合が高く、次いで「500円以上1,000円未満」と「わからない」が18.9%であった。



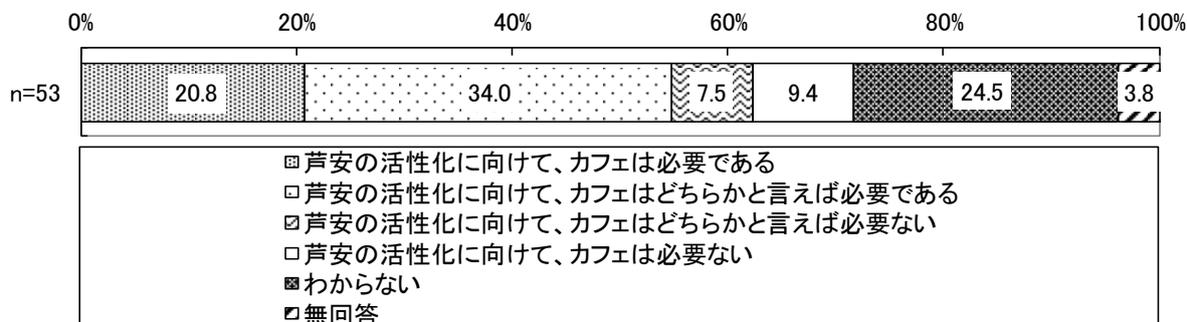
### (年齢別クロス集計)

「20～30歳代」では、「500円以上1,000円未満」が36.4%と最も割合が高かった。「40～50歳代」と「60歳代以上」では「1,000円以上2,000円未満」が、それぞれ40.0%、48.0%と最も割合が高かった。



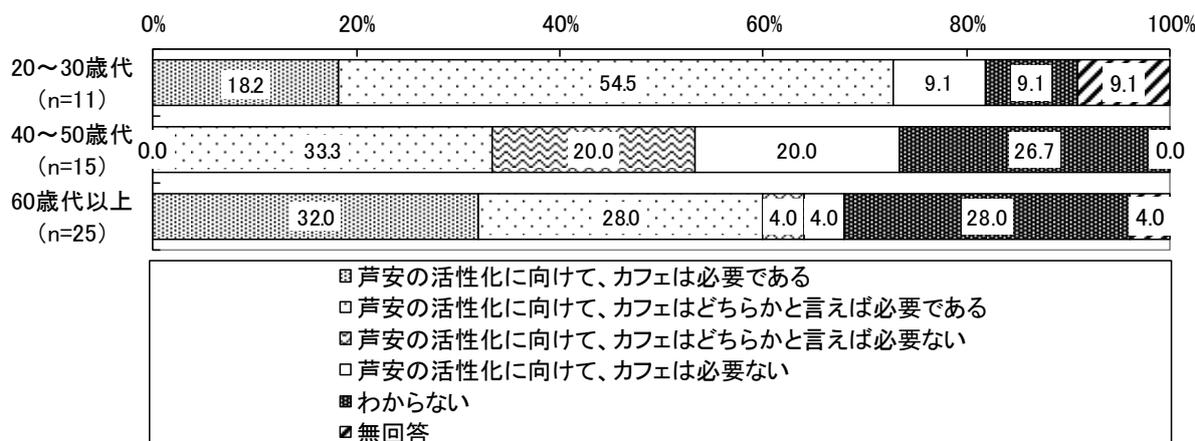
### 問9 (カフェの必要性)

観光客を対象としたカフェ(喫茶店)の必要性を尋ねたところ、「芦安の活性化に向けて、カフェはどちらかと言えば必要である」が34.0%と最も割合が高く、次いで「わからない」が24.5%であった。カフェの必要性に肯定的な割合は約5割、否定的な割合は約2割であった。



### (年齢別クロス集計)

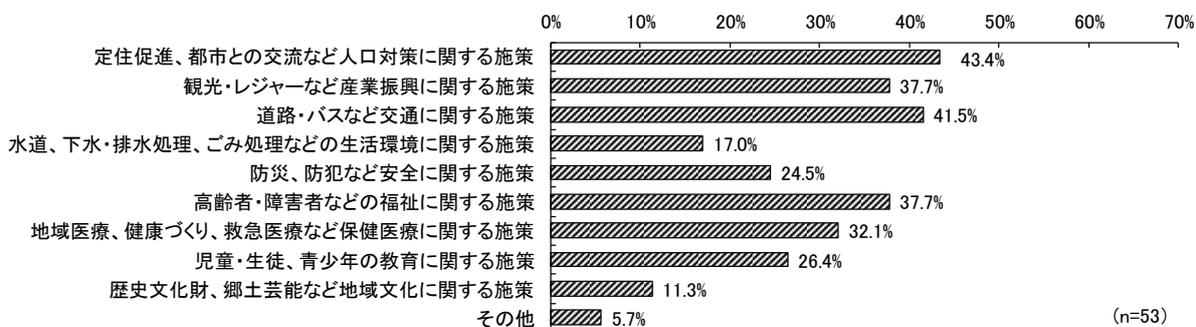
「20~30歳代」では、カフェの必要性に肯定的な回答割合(「必要である」と「どちらかと言えば必要である」を合わせた割合)が約7割を占めた。また、「60歳代以上」では、カフェの必要性に肯定的な回答割合が約6割を占めた。



### 問10 (活性化に向けた取り組み)

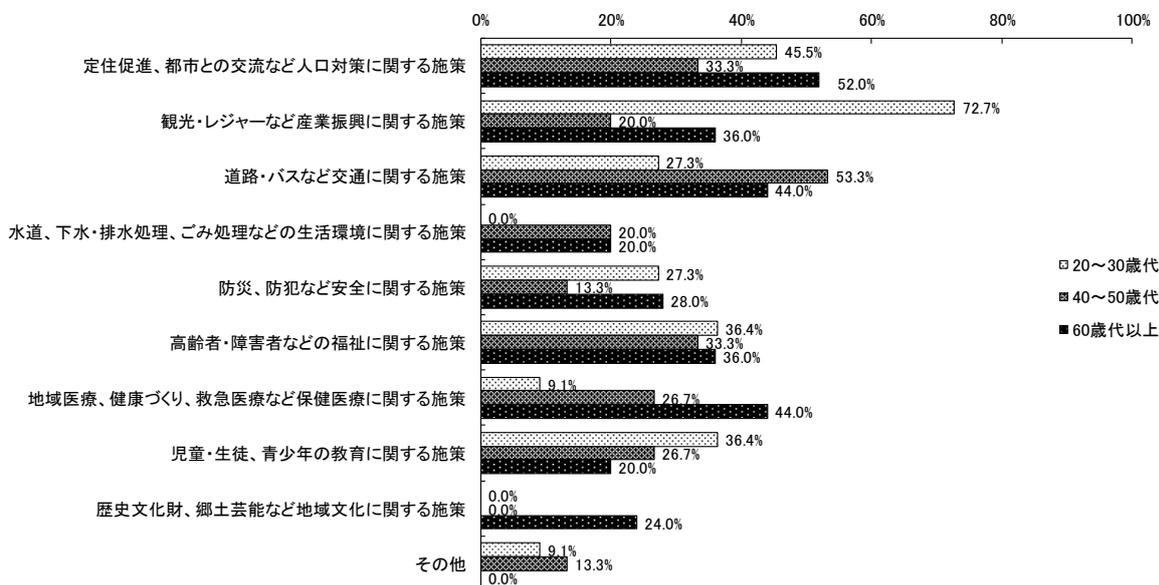
#### 【優先的に取り組むべき施策】

芦安の活性化に向けて優先的に取り組むべき施策について尋ねたところ、「定住促進、都市との交流など人口対策に関する施策」が43.4%と最も割合が高く、次いで「道路・バスなど交通に関する施策」が41.5%、「観光・レジャーなど産業振興に関する施策」と「高齢者・障害者などの福祉に関する施策」が37.7%であった。



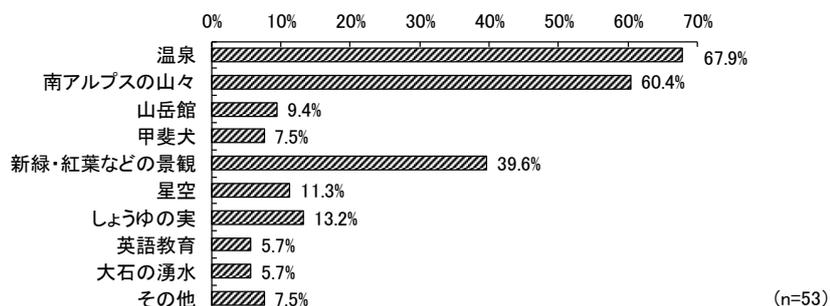
#### (年齢別クロス集計)

「20～30歳代」では「観光・レジャーなど産業振興に関する施策」の割合が最も高かった。「40～50歳代」では「道路・バスなど交通に関する施策」の割合が、「60歳代以上」では「定住促進、都市との交流など人口対策に関する施策」の割合が最も高く、年代によって優先的に取り組むべき施策に差異が見られた。



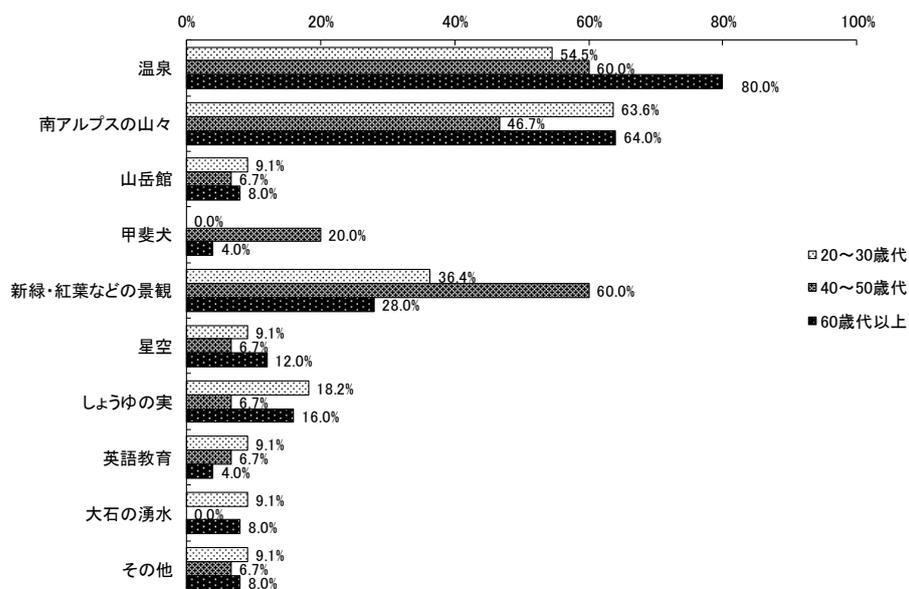
**【活用すべき地域資源】**

芦安の活性化に向けて活用すべき地域資源について尋ねたところ、「温泉」が67.9%と最も割合が高く、次いで「南アルプスの山々」が60.4%、「新緑・紅葉などの景観」が39.6%であった。



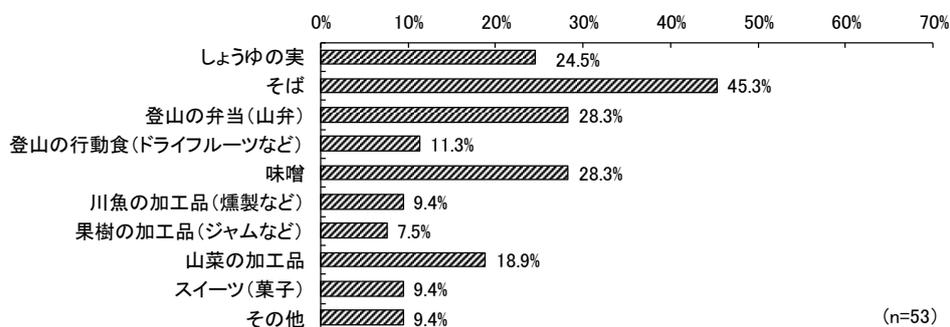
**(年齢別クロス集計)**

「20～30歳代」では「南アルプスの山々」の割合が最も高かった。「40～50歳代」では「温泉」と「新緑・紅葉などの景観」の割合が、「60歳代以上」では「温泉」の割合が最も高く、年代によって活用すべき地域資源の捉え方に差異が見られた。



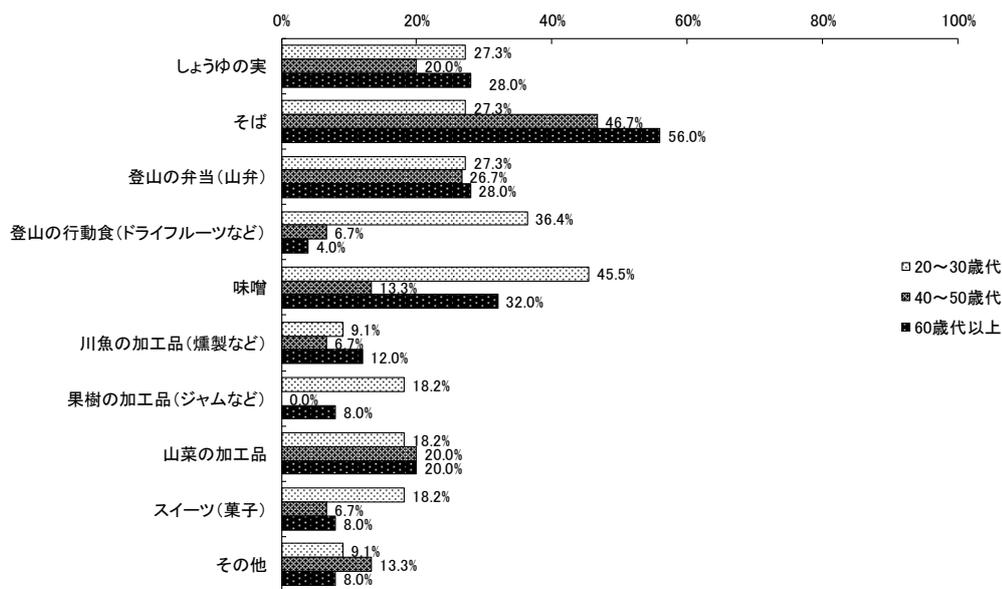
**【商品化したい特産品】**

芦安の活性化に向けて商品化したい特産品について尋ねたところ、「そば」が45.3%と最も割合が高く、次いで「登山の弁当(山弁)」と「味噌」が28.3%であった。



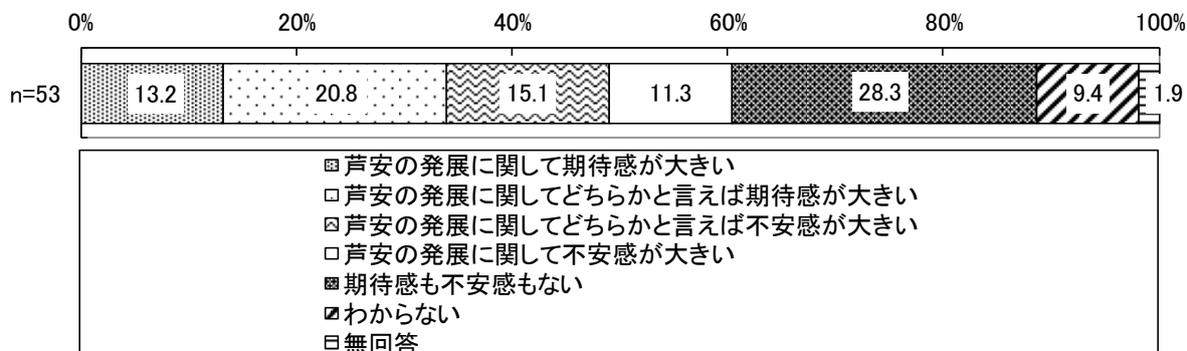
**(年齢別クロス集計)**

「20～30歳代」では「味噌」や「登山者の行動食(ドライフルーツなど)」の割合が高かった。「40～50歳代」と「60歳代以上」では「そば」の割合が高く、年代によって商品化したい特産品の捉え方に差異が見られた。



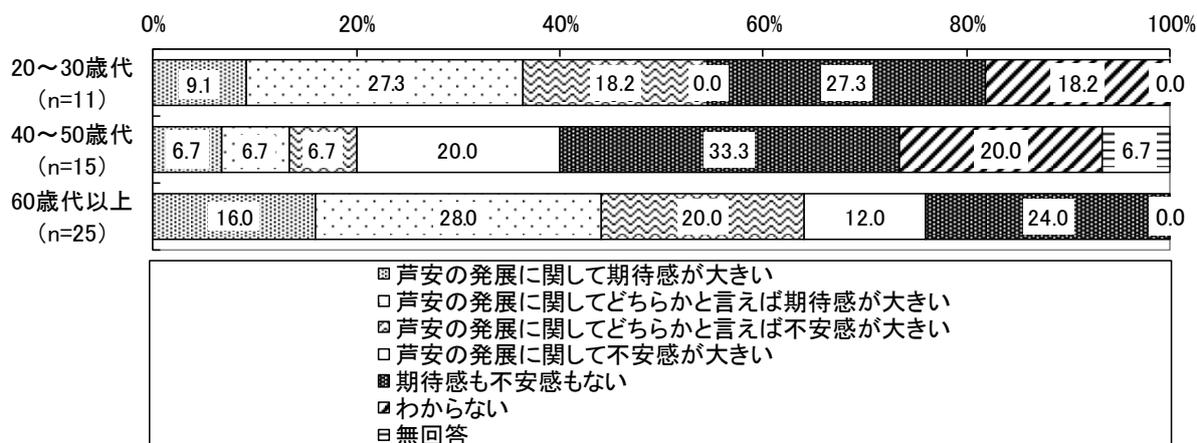
### 問11 (連絡道路への期待と不安)

県道甲斐早川線(早川芦安連絡道路)の整備に伴う期待と不安について尋ねたところ、「期待感も不安感もない」が28.3%と最も割合が高く、次いで「芦安の発展に関してどちらかと言えば期待感大きい」が20.8%、「芦安の発展に関してどちらかと言えば不安感大きい」が15.1%であった。



### (年齢別クロス集計)

「20～30歳代」と「60歳代以上」では、期待する回答割合(「期待感大きい」と「どちらかと言えば期待感大きい」を合わせた割合)が約4割前後であった。一方、「40～50歳代」では、期待する割合は約1割であり、年代によって期待感が異なっている。



**【県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）に期待していること】**

県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）に期待していることについて、具体的な記載を求めたところ、次の期待が寄せられた。

**① 「20～30 歳代」の期待**

来てくれる人が増え、芦安ももっと知ってもらえれば、どんな町か。
雇用が増えるほど経済効果があるならば良いと思う。
正直、よくわからない。でもトンネルが出来ることで芦安に観光客が増えるようになるのであれば、地元が受けいれるだけのレベルUPして芦安で仕事が増えて、南アルプスのてっぺんだけがもうかるのではなく、ふもともにごやか、元気になりたい！！
登山客自体の増加
人の行き来ができてでも芦安に立ち寄る場所がないのでよくわからない

**② 「40～50 歳代」の期待**

観光人数が増える。
-----------

**③ 「60 歳代以上」の期待**

芦安の適当の場所にサービスエリア建設。
観光客の増が活性化につながる。
県道になると雪かきや道の整備をしっかりとってもらえるのでありがたい。
避難道路として期待。
南アルプス好きの人達のアクセスバリエーションが増えて良いのではないかと。
夜叉神～広河原間の通行止めの際にバイパスとなる。
林道の安定通行。
観光客が増加し経済効果を期待

**【県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）に不安に感じていること】**

県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）に不安に感じていることについて、具体的な記載を求めたところ、次の不安が寄せられた。

**① 「20～30 歳代」の不安**

芦安に滞在する人が減っていく。通りすぎていってしまっ目に留めてもらえない。
観光業に直接関係しているのではないので、経済効果はあまり関係がなく、交通が増加することで、事故などが増えるのではないかと。 (今でも山道に慣れない車の運転を見ていて危険を感じる)
工事がはじまったら、芦安内をダンプなどの工事車両が増えて騒音なども増えたりするのか…？
税金のむだ。必要性を感じない。
人の行き来ができてでも芦安に立ち寄る場所がないのでよくわからない

② 「40～50 歳代」の不安

公害 ただの通過道路になること
芦安地区は通過点にしかならないと思う。
芦安はほこりをかぶるだけで、単なる通過点にしかならない。
通過点にならなければ良いが。
道路の整備。

③ 「60 歳代以上」の不安

芦安は通り道。
行政対応への不安。
車でそこまでいけるわけではないので期待はしていない。
車の往来が激しくなると細い山道でのすれ違いなどがこわい。
そこまで行くには人の車を利用しなければならない。
ただ通過点になるのでは？
通過観光の可能性多い。
早川からの土砂運搬の為の道路化が心配。
崩落の危険性がある訳で、すみやかな補修がなされるのかどうか。昔は、石が1つ落ちていけば直ぐに除去されたが、今は、写真を撮って予算を立て、業者を決めて…対応が遅い。
奈良田地区などへ観光客が流出する

### 問12 (高齢者の課題や不安)

高齢者の方々が抱える課題や不安について、具体的な記載を求めたところ、次の課題や不安が寄せられた。

#### ①「20～30歳代」の高齢者に関する課題や不安

1人で暮らすには限界がある
芦安にもデイサービスなどの福祉施設があると良い。(地域密着型デイサービスなど)
高齢者が多いので、安否すら不安。買物などどうしてるの？
みんな足が悪く、1人では出歩けない。

#### ②「40～50歳代」の高齢者に関する課題や不安

芦安の中にお店や色々な物がないので、芦安外へ行くのが大変。
どこに住んでいてもこの課題はある。芦安だからあるわけではなく、地域の人がどれだけつながっているかが大切なのだと思う。
不安。

#### ③「60歳代以上」の高齢者に関する課題や不安

1人ぐらしなので具合がわるくなった時心配。
空き家だらけで話し相手もない孤立感
今の所は介護がしてもらっていないが、頼れる人がいなくなること。
救急車を呼んでも間に合わないこともあるのかと思うと不安である。一人で倒れた時に連絡のしようがなく困る。
具合が悪くなった時、すぐ診てもらえる所がない。
現在62歳だが、高齢になったとき、主人に先立たれた時、不安。
高齢者が多く、坂道ばかり。若い方が少ない。
高齢者が有事の時に対する鉄壁の制度。日常生活に不安のない社会環境を。
だんだん年を取り、不安な事はあるが、となりの人たちが良くしてくれるので…1人ぐらしなのでちょっと心配です。
病院へ行くにも大変！診療所などがあれば。
不安。
介護が必要な状態になること。頼れる人がいなくなること

### 問13 (活性化に向けた意見)

芦安の活性化に向けた意見について、具体的な記載を求めたところ、次の意見や提案が寄せられた。

#### ① 「20～30 歳代」の活性化に関する意見

NTTの光が届くようにならないか。インターネット回線を整備する為にケーブルテレビ局を介さないといけないのは不便かつ選択肢がほしい。空き家をただの空き家として放って置くのはもったいない。有効活用の施策をとるべき！
芦安はこれ！！と思うきめてがない。
今、住んでいる若い人達をだいにしないと将来芦安から出て行くだろうし、活性化にもつながらないと思います。
近年の他県の自然災害を見ると、ハザードマップで危険地域の芦安では、最優先で防災面を強化した方が良くと思う。
どうかたちを住民の人達が考え望んでいるのか、話し合っていきたい
まずは芦安の良いところ、大好きをみんなでもっともっと共有して再発見して、誰かがやってくれるじゃなくて、自分たちでよくするって気持ち(覚悟みたいな)を持ちつづけていけるような芦安住民でありたい。芦安の自然も温泉もしょうゆの実も…すごくみんないいものだけど、それを生かす“人”がいちばん財産。芦安の“あったかい”人のよさが伝わる活性化ができるようにこの予算を使っていたきたいです。
道の駅があると、登山客はもちろん、そうではない一般のお客さんもドライブがてら遊びに来てくれるのではないかなと思う。(おばあちゃん達のそば、協力隊の人達の野菜販売など、観光を本業でやっている人以外にもメリット(金銭面ややりがいなど)があるような場があると、面白いと思う。

#### ② 「40～50 歳代」の活性化に関する意見

<ul style="list-style-type: none"> <li>・芦安グランドデザイン策定業務にお金を使う前にもっとすべきことがあったのでは…。</li> <li>・ユネスコエコパークの自然をもっともっと広報していくべき。</li> <li>・南アルプス市の観光は自然が売り！</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・神社やほこら、史跡などの地図や、ガイドマップがあるといいかと思います。</li> <li>・トロッコの観光地化。(100mでもいいので昔のが復活すると面白い)</li> </ul>
芦安の活性化を望んでいる住民がはたして何人いるのか…活性化の為の事業にお金をつぎ込む前にすべきことは山ほどあったのではないかと考えると残念である。
活性化も良いが、住んでいる人達の事をもっと考えるべき。
スキー場建設
住んでいる人1人1人が地域を大切に生きていくのが大事だと思う。そこには個人の利益ではなく家のまわりや地域をきれいにして芦安の本当の良さ(民話的な村の風情)を維持していく心の豊かさだと思う。観光だけうたっても、そこに住む人達の気持が大切。
他県にもあるようなおさるの温泉を作る。
年間を通して芦安地区に観光客等が来てもらえる様な観光内容の充実。(あくまで通過点ではなく芦安地区を目的として)

③「60歳代以上」の活性化に関する意見

医療、空き家対策、観光資源を生かしたイベント、農地の活用
子供を対象とした遊具があれば。遊歩道があれば冬でも散歩できる様に。
食べ物屋（宿泊施設も含む）に立地条件はないと昔からよく言われますが、冬の客も又、山がなくてもどうしたら来るのか（夏山がなかったら、自分達のやり方ではたして客は来るのか？考えたことがあるのか）と思われる。料理その他全てにおいて、他の物のせいになっているが、自助努力が足りない。
土砂災害警戒区域等になっており、土地の売買、大きな（家の）改修はしてはいけないと何年前に言われましたが、空家対策その他において、何を考えているか行政の事が理解出来ません。芦安の下の方の町村の農業、生活を守る為にも、無理な開発でなく、自然のリズムにあった美しい里山を作る事がもっとも大切なことで、朽ちていく空家、持ち主が管理できない空家増えて行きます。草むした放棄地をどうするか？美しい里山作りを始めて、物事はそこから始まるのではないのでしょうか？
中途半端な英語教育にもいつも疑問を感じています。
夜叉神峠にケーブルカーを架ける。芦安に限らず、市内におしゃれなカフェやレストランやお店を造ってもらわないと、訪ねて来た友人を案内する場所がない。結局よそへ案内することになる。
年々空家が増えていくので、もう少し積極的に活用すべきである。移住者を増やすのはもちろん、カフェとかギャラリーなどに利用するなど。5年、10年先を見すえた施策、たとえば、桜とか花桃などの花の名所作り。
芦安に宿泊をふやさなくても良い。
今は、仕事に出かけているが、芦安地区でも仕事ができるようにしてほしい。
観光（山岳も含む）業にもっと地元の住民が関わるような形態をとらないと地域の活性化は難しい。カンバ平の開発、活用。夜叉神峠の整備（山小屋も含めて）。
定住出来る環境作りが必要。
登山者が芦安地域で何らかの消費をする仕組みをもっと考えるべき。（例：駐車場代をとる）
冬季の宿泊客を増やすべき
ロッジ周辺の駐車場化→リゾート地らしい。各種観光施設の充実が絶対に必要だ。
若者を増やし子供が生まれる事。

### (3) 住民に対するアンケート調査結果のまとめ

#### ■回答者の特性

住民アンケート調査では、53人からの回答を得た。回答者数は限られるが、回答者の年齢別の特性は次のとおりである。

	20～30 歳代	40～50 歳代	60 歳代以上
性別	「女性」が10割	「男性」が約6割	「男性」が約7割
居住年数	「10年未満」が約7割	「30年以上」が約4割	「30年以上」が約5割
世帯構成	「夫婦と子ども」が約7割	「夫婦と子ども」が約5割	「夫婦のみ」が約4割
居住地	「芦倉」が約5割	「芦倉」が約6割	「芦倉」が約8割

#### ■芦安への転入者を増やす取り組みの必要性

「将来にわたり芦安に住み続ける」という回答は35.8%であった。「20～30歳代」での同回答は27.3%、「40～50歳代」では13.3%であった。また、子どもについて「将来にわたり芦安に住み続ける」という回答は14.3%であった。地域を担うべき世代の多くが、芦安から引越す可能性を示しており、芦安地区を維持するためには、転出者の抑制とともに、転入者を積極的に増やす必要性がうかがえる。

#### ■「空き家対策」「交通の充実」「雇用創出」などへの対応

芦安に住み続けるために行政に期待したいことは、次のとおり各年代から多岐にわたる期待が寄せられた。これらの中で、「空き家対策」「交通の充実」「雇用創出」は、世代を超えて期待されていることがうかがえる。

【20～30 歳代】	【40～50 歳代】	【60 歳代以上】
<ul style="list-style-type: none"> <li>・雇用機会の提供</li> <li>・子育て支援の充実</li> <li>・空き家流動化（住まい確保）</li> <li>・交通の充実</li> <li>・道路の改良等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・雇用の創出</li> <li>・介護の充実</li> <li>・交通の充実</li> <li>・自然環境の維持</li> <li>・住民の意見の反映等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・医療の充実</li> <li>・空き家対策</li> <li>・交通の充実</li> <li>・商店や立寄り拠点の創出</li> <li>・魅力の創出等</li> </ul>

#### ■食料品店の確保

食料品店の必要性に肯定的な回答割合（「必要である」と「どちらかと言えば必要である」を合計した割合）は、約8割であった。特に「60歳代以上」では「必要である」との回答が約8割を占めた。また、食料品店の利用頻度は、「1週間に数回は利用する」が約6割であった。芦安地区に、日常生活に不可欠な食料品を取り扱う商店の導入を検討する必要性がうかがえる。

### ■カフェの確保

観光客を対象としたカフェの必要性に肯定的な回答割合(「必要である」と「どちらかと言えば必要である」を合計した割合)は、約5割であった。「20~30歳代」では、肯定的な回答割合が約7割を占め、若い世代がカフェの必要性を支持している。現在の芦安地区には、観光客向けの休憩施設や飲食施設が限られており、観光客の滞留を促すためにもカフェの設置を検討する必要があることがうかがえる。

### ■人口対策の必要性

芦安地区の活性化に向けて優先的に取り組むべき上位施策は、次のとおり各年代で差異が見られた。「定住促進、都市との交流など人口対策に関する施策」は、どの世代も上位施策と捉えており、優先的に取り組む必要があることがうかがえる。

【20~30歳代】	【40~50歳代】	【60歳代以上】
<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光レジャー等の産業振興</li> <li>・定住促進等の人口対策</li> <li>・高齢者障害者等福祉施策</li> <li>・児童・生徒等の教育施策</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・道路、バス等の交通施策</li> <li>・定住促進等の人口対策</li> <li>・高齢者障害者等福祉施策</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・定住促進等の人口対策</li> <li>・道路、バス等の交通施策</li> <li>・地域医療等の保健医療施策</li> </ul>

### ■温泉、南アルプス、景観の活用

芦安地区の活性化に向けて活用すべき地域資源として、次のとおり各年代とも「温泉」「南アルプスの山々」「新緑・紅葉などの景観」を重視している。これらの地域資源を、さらに活用していくことが求められている。新緑の季節は、登山シーズンの開始前の宿泊客が少ない時期であるが、工夫により宿泊客を増やすことができる可能性があることがうかがえる。

【20~30歳代】	【40~50歳代】	【60歳代以上】
<ul style="list-style-type: none"> <li>・南アルプスの山々</li> <li>・温泉</li> <li>・新緑・紅葉などの景観</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・温泉</li> <li>・新緑・紅葉などの景観</li> <li>・南アルプスの山々</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・温泉</li> <li>・南アルプスの山々</li> <li>・新緑・紅葉などの景観</li> </ul>

### ■試作・試食などの特産品づくりの推進

芦安地区の活性化に向けて商品化したい特産品は、次のとおり「そば」「味噌」「登山の弁当」「登山の行動食(ドライフルーツ等)」「しょうゆの実」などが上位となった。これらの候補について、試作品づくりや試食を進め、消費者の評価や生産体制などを確認しながら、特産品づくりを推進していく必要があることがうかがえる。

【20~30歳代】	【40~50歳代】	【60歳代以上】
<ul style="list-style-type: none"> <li>・味噌</li> <li>・登山の行動食</li> <li>・しょうゆの実、そば、登山の弁当</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・そば</li> <li>・登山の弁当</li> <li>・しょうゆの実、山菜の加工品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・そば</li> <li>・味噌</li> <li>・しょうゆの実、登山の弁当</li> </ul>

### ■通過地点化や通行車両増加への対策の必要性

県道甲斐早川線(早川芦安連絡道路)の整備に伴い、登山客や観光客の増加が期待されている一方、住民は芦安地区が通過地点になる不安を抱えていることが確認できた。また、工事車両などの増加に対する不安も指摘されている。こうした不安の解消に向けて、通行車両を受け止める施設や車両が安全に通行できるような対策、また、路線全体の改良を求めていくことの必要性がうかがえる。

【20～30 歳代】	【40～50 歳代】	【60 歳代以上】
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 芦安通過への不安</li> <li>・ 通行車両増加への不安</li> <li>・ 工事車両増加への不安</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 芦安通過への不安</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 芦安通過への不安</li> <li>・ 工事車両増加への不安</li> <li>・ 観光客流出への不安</li> </ul>

### ■高齢者の孤立化に対する対策の必要性

高齢者に関する課題として、「60 歳代以上」の回答者から、「高齢者の孤立化」「緊急時への不安」などが指摘された。孤立化している高齢者が存在していることや、体調急変の対応や要介護状態になった場合への不安が見受けられた。高齢者の孤立化や不安を解消するため、地域の支え合いや見守りなどをさらに充実させる必要性がうかがえる。

【20～30 歳代】	【40～50 歳代】	【60 歳代以上】
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 単身高齢者の生活支援</li> <li>・ 高齢者福祉拠点の欠如</li> <li>・ 高齢者の安否確認</li> <li>・ 高齢者の外出支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 高齢者の外出支援</li> <li>・ 地域の支え合いの強化</li> <li>・ 介護サービスの不足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 高齢者の孤立化</li> <li>・ 緊急時への不安</li> <li>・ 救急医療への不安</li> <li>・ 通院の負担</li> </ul>

### ■観光振興や空き家の有効活用の必要性

芦安地区の活性化に向けて、各年代から次のとおり多岐にわたる提案が寄せられた。観光振興や空き家の有効活用は、幅広い年代から提案されている。提案されたアイデアを参考にし、実現性を考慮しながら、検討する必要性があることがうかがえる。

【20～30 歳代】	【40～50 歳代】	【60 歳代以上】
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 空き家の有効活用</li> <li>・ 防災対策の強化</li> <li>・ 自助努力</li> <li>・ 道の駅の導入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ユネスコエコパーク(生物圏保存地域)の自然訴求</li> <li>・ 地域資源の紹介</li> <li>・ 観光振興(トロッコ、スキー場、猿の温泉等)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 空き家の有効活用</li> <li>・ 美しい里山づくり</li> <li>・ 雇用創出</li> <li>・ 観光振興(遊歩道、ケーブルカー、花の名所)等</li> </ul>

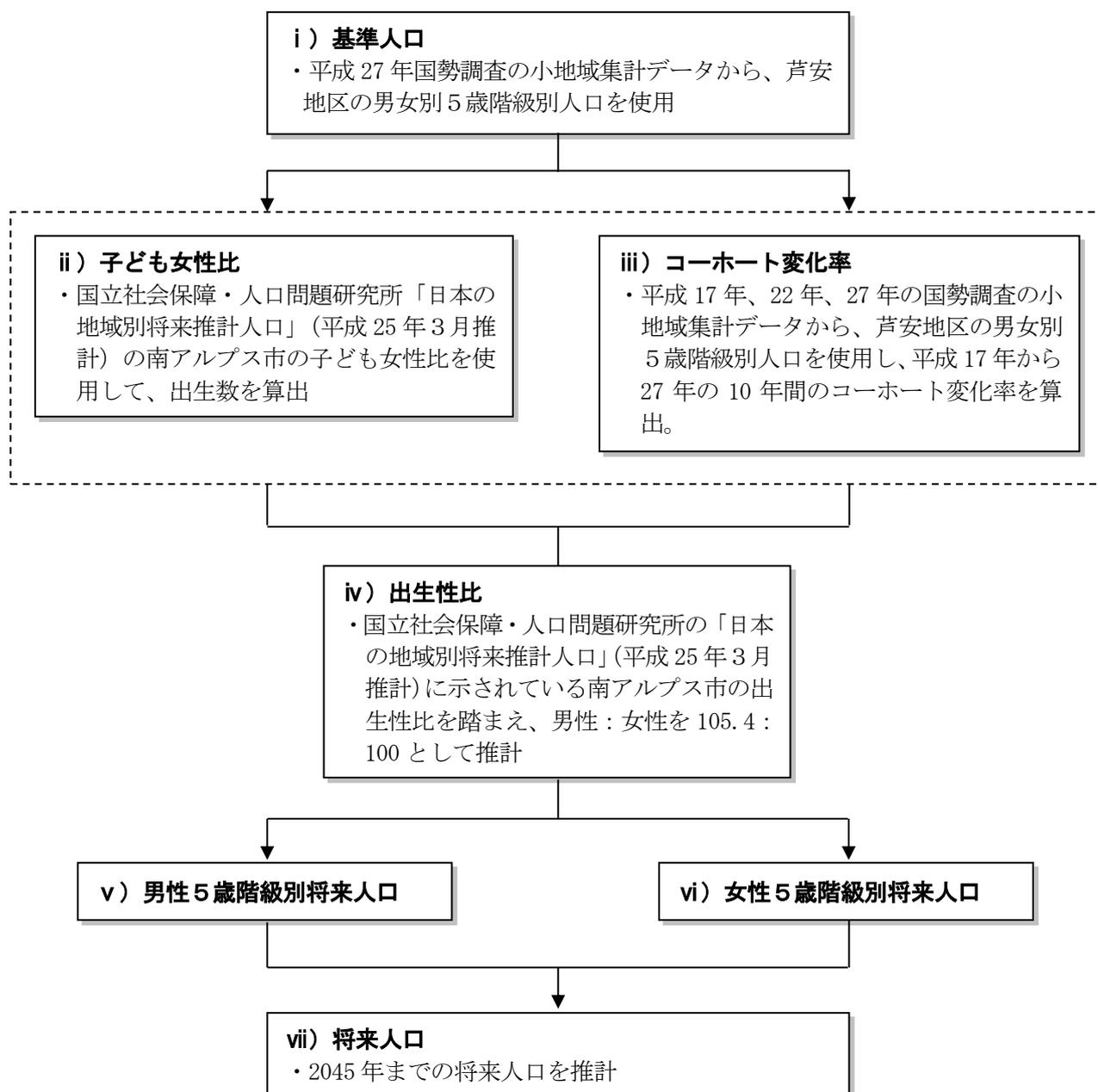
## 6. 芦安地区の将来人口の推計

### (1) 将来人口の推計手順

芦安地区の将来人口推計の大枠的な作業手順は、次の図のとおりである。推計方法は、人口が小規模であることを踏まえ、5歳階級別のコーホート変化率を使用した。

この将来人口推計では、基準人口、子ども女性比、出生性比、コーホート変化率が必要であり、次の考え方にに基づき、仮定値を設定して推計を行った。

#### < 5歳階級別のコーホート変化率法による芦安地区の将来人口の推計手順 >



### ①基準人口について

基準人口とは、将来人口推計の当初年の人口であり、将来人口推計の基準となる人口である。平成27年から平成57年までの5年ごとの男女別年齢別将来人口を推計するため、平成27年国勢調査の小地域集計データから、南アルプス市の芦安地区の男女別5歳階級別人口を基準人口として使用した。ただし、平成27年国勢調査の小地域集計における男女別5歳階級別人口には、「高尾」の<sup>※</sup>データ（年齢不詳含む）が合算されている。芦安地区の平成27年国勢調査人口は本来328人であるが、将来人口の推計には、男女別5歳階級別人口が必要なため、推計における平成27年の芦安地区基準人口は334人とした。

### ②子ども女性比について

子ども女性比は、15～49歳の女性人口に対する0～4歳人口の割合である。人口が小規模である場合の将来人口推計に使用される割合である。国勢調査に基づく芦安地区の子ども女性比は、次の表のとおりである。0～4歳人口が少ないため、年次により子ども女性比の変動幅が大きいという課題がある。

このため、将来人口の推計には、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」（平成25年3月推計）の南アルプス市の子ども女性比を使用した。

#### 芦安地区の子ども女性比（実績値）

	平成17年 2005年	平成22年 2010年	平成27年 2015年
0～4歳人口	20	7	10
15～49歳女性人口	81	62	56
子ども女性比	0.247	0.113	0.179

注) 国勢調査の小地域集計データ（高尾を含む）

#### 推計に使用した子ども女性比（南アルプス市の子ども女性比）

	平成32年 2020年	平成37年 2025年	平成42年 2030年	平成47年 2035年	平成52年 2040年	平成57年 2045年
子ども女性比	0.195	0.195	0.200	0.205	0.205	0.205

### ③コーホート変化率について

コーホート変化率は、過去の人口実績に基づいて算出した、コーホート（一定期間に生まれた集団）の変化の割合である。平成22年の男性5歳～9歳の集団は、5年後の平成27年には10歳～14歳の集団になる。平成22年国勢調査によれば、芦安地区の男性5歳～9歳人口は7人であり、平成27年国勢調査によれば、芦安地区の男性10歳～14歳人口は7人である。この人口実績から、男性5歳～9歳から10歳～14歳に至るコーホート変化率は、1.0となる。こうした変化率を男女別5歳階級別に算出し、その割合を将来に当てはめている。

なお、芦安地区の人口は少ないため、数名の転出入でも各コーホートの変化率は大きく変動する。このため、平成17年から平成22年のコーホート変化率と平成22年から27年のコーホート変化率の平均値を求めて、将来人口の推計に使用した。

※国勢調査の町丁・字等別集計では、結果数値が著しく小さい地域については、近隣の地区に合算して表章することとなっている。

#### ④出生性比について

人間の出生性比(男女比)は、女性100に対して男性105前後の割合になる。出生性比は、国立社会保障・人口問題研究所の「日本の地域別将来推計人口」(平成25年3月推計)に示されている南アルプス市の出生性比を使用した。

### (2) 芦安地区の将来人口の推計結果

#### ①芦安地区の将来人口の推計結果

芦安地区の将来人口の推計結果は、次の表のとおりである。0～14歳の年少人口は、平成42年まで20人台を確保し、65歳以上の高齢者人口も平成42年まで100人台を維持する見込みである。一方、生産年齢人口は、大幅に減少していくこととなり、平成42年時点では、高齢者人口を下回る見込みである。なお、この推計結果は、過去10年間の人口の変化率を将来に当てはめた結果であり、今後の人口減少対策によって、過疎化の進行を遅らせることができる可能性がある。

#### 芦安地区の将来人口の推計結果

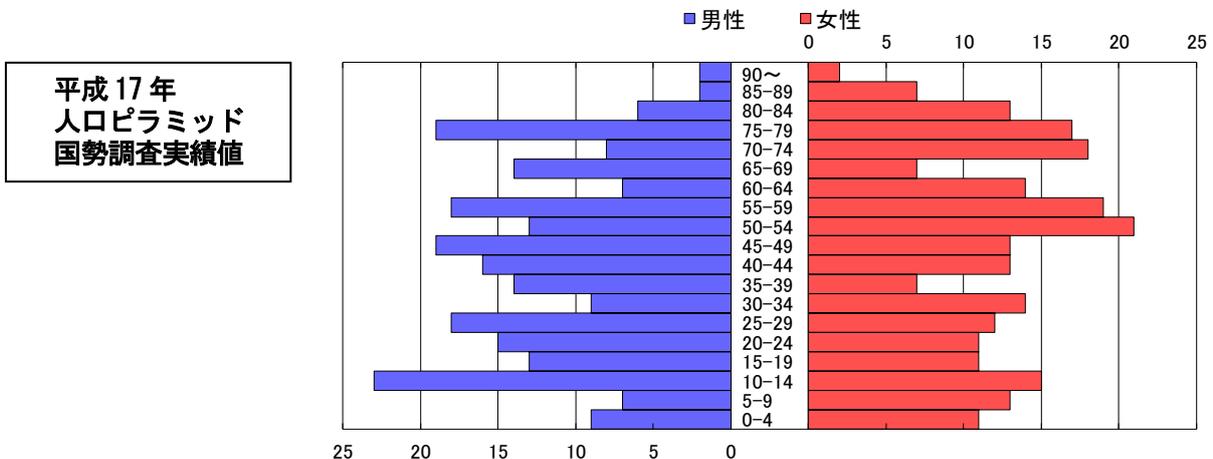
	H17年 2005年	H22年 2010年	H27年 2015年	H32年 2020年	H37年 2025年	H42年 2030年	H47年 2035年	H52年 2040年	H57年 2045年
年少人口	78	46	30	22	24	21	17	13	10
生産年齢人口	277	241	188	153	114	89	70	52	41
高齢者人口	115	120	116	112	109	103	92	84	68
芦安地区人口	470	407	334	287	247	213	179	149	118

注) 2015年までは国勢調査人口の実績値(小地域集計データ、2015年以降は高尾を含む、ただし年齢不詳を除く)  
小数点第1位四捨五入のため、3区分人口の合計と芦安地区人口が一致しない場合がある

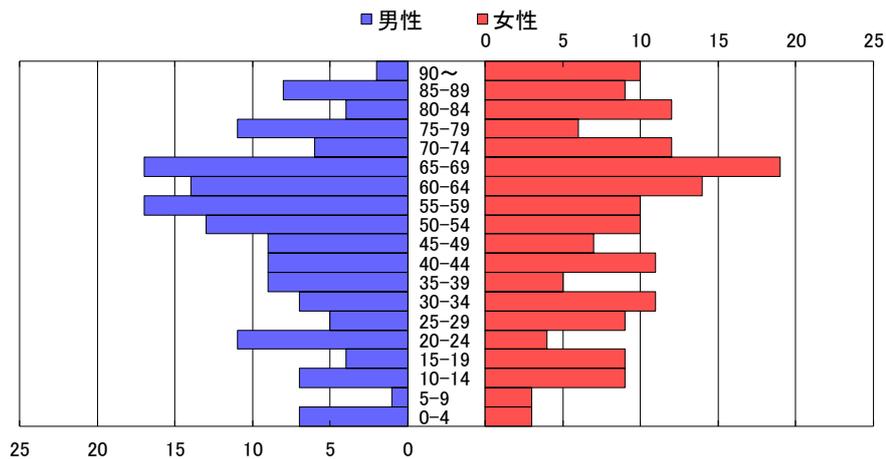
#### 芦安地区の将来人口の構成比

	H17年 2005年	H22年 2010年	H27年 2015年	H32年 2020年	H37年 2025年	H42年 2030年	H47年 2035年	H52年 2040年	H57年 2045年
年少人口比	16.6%	11.3%	9.0%	7.6%	9.7%	9.8%	9.4%	8.7%	8.4%
生産年齢人口比	58.9%	59.2%	56.3%	53.5%	46.2%	41.8%	39.3%	34.7%	34.2%
高齢者人口比	24.5%	29.5%	34.7%	38.9%	44.2%	48.3%	51.3%	56.6%	57.4%

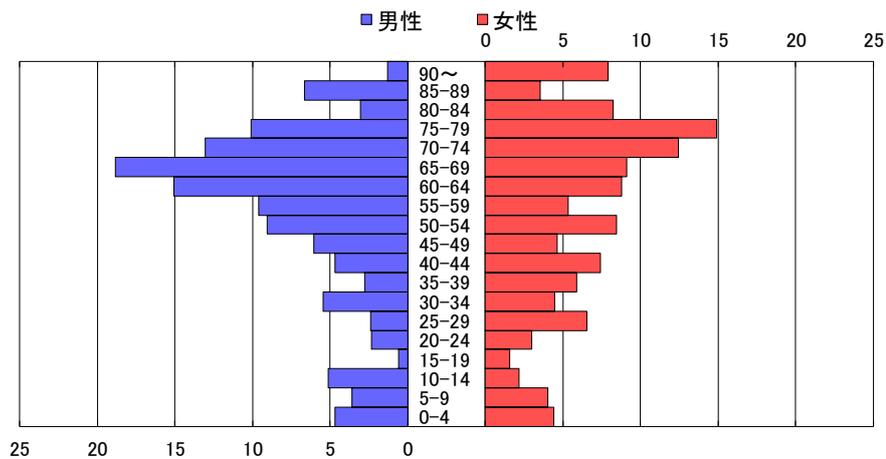
注) 2015年までは国勢調査人口の実績値(小地域集計データ、2015年以降は高尾を含む、ただし年齢不詳を除く)  
小数点第1位四捨五入のため、3区分人口比の合計が100%にならない場合がある



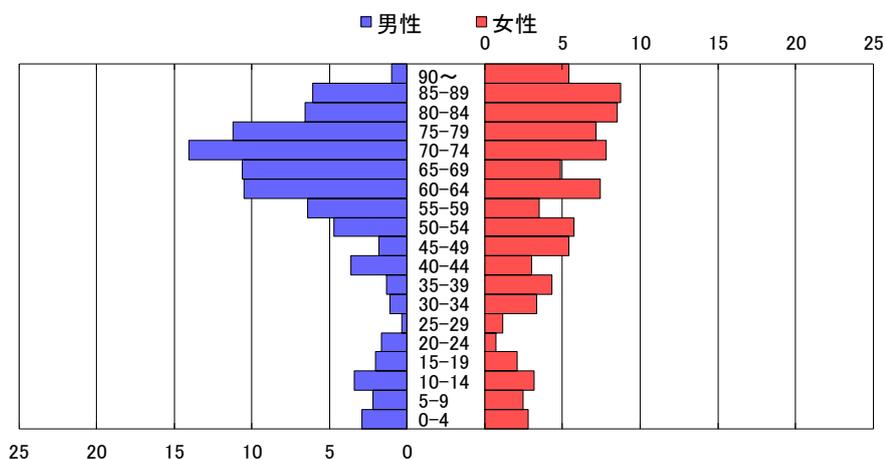
平成27年  
 人口ピラミッド  
 国勢調査実績値



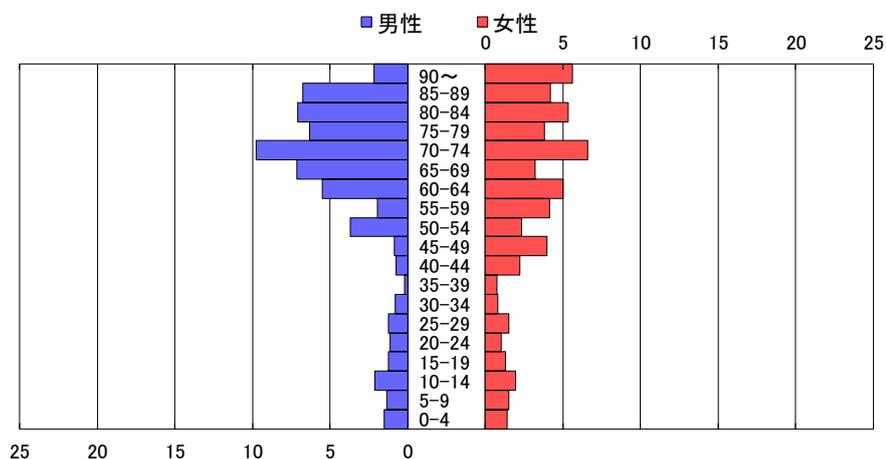
平成37年  
 人口ピラミッド  
 (推計値)



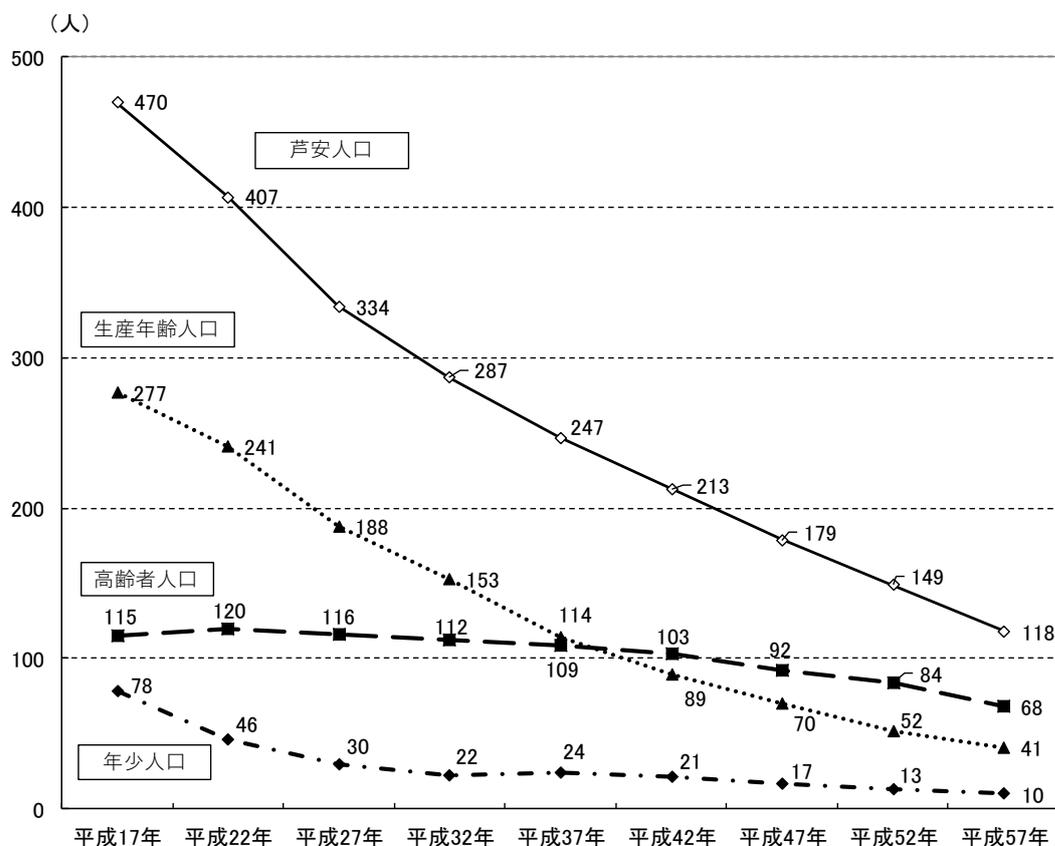
平成47年  
 人口ピラミッド  
 (推計値)



平成57年  
 人口ピラミッド  
 (推計値)



【芦安地区の将来人口】



②芦安地区の将来世帯数の推計結果

芦安地区の近年の1世帯当たりの平均世帯人員は、減少傾向にあったが、平成22年から平成27年にかけて増加した。芦安地区は、世帯数が少ないことから、ファミリー層の転入により平均世帯人数が変動しやすい特性があるが、将来においても、平成27年の1世帯あたりの平均世帯人数2.38人/世帯が維持されると仮定した場合には、芦安地区の将来の世帯数は、次の表のとおりになる。

芦安地区の平均世帯人員と将来世帯数

	H7年 1995年	H12年 2000年	H17年 2005年	H22年 2010年	H27年 2015年
芦安地区人口	611	613	470	397	328
芦安地区世帯数	224	230	184	172	138
平均世帯人員	2.73	2.67	2.55	2.31	2.38

	H32年 2020年	H37年 2025年	H42年 2030年	H47年 2035年	H52年 2040年	H57年 2045年
芦安地区人口	287	247	213	179	149	118
芦安地区世帯数	121	104	90	75	63	50
平均世帯人員	2.38	2.38	2.38	2.38	2.38	2.38

注) 2015年までは国勢調査人口の実績値 (2015年以降は高尾を含む)

### (3) 新規定住に伴う将来人口の推計結果

#### ① コーホート変化率

平成17年、22年、27年の芦安地区の男女別5歳階級別の国勢調査人口（小地域集計データ。平成22年、27年は「高尾」を含む）は、次の表のとおりである。この表から、どの年齢層が転出しているかを確認することができる。

例えば、平成22年の男性「10-14歳」の9人は転出しなければ、5年後の平成27年の男性「15-19歳」は9人のままになるはずであるが、実際には4人である。男性「10-14歳」の生残率は、ほぼ100%に近く、9人が4人に減少したのは、進学や就職などによる転出であると考えられる。この男性「10-14歳」から男性「15-19歳」のコーホート変化率は0.44となる。

将来人口の推計では、こうした男女別5歳階級別に求めたコーホート変化率が今後も継続するものと仮定して、将来に当てはめている。

#### 男女別5歳階級別人口の推移

平成17年			平成22年			平成27年		
年齢	男性	女性	年齢	男性	女性	年齢	男性	女性
0-4歳	9	11	0-4歳	2	5	0-4歳	7	3
5-9歳	7	13	5-9歳	7	10	5-9歳	1	3
10-14歳	23	15	10-14歳	9	13	10-14歳	7	9
15-19歳	13	11	15-19歳	13	6	15-19歳	4	9
20-24歳	15	11	20-24歳	6	6	20-24歳	11	4
25-29歳	18	12	25-29歳	15	10	25-29歳	5	9
30-34歳	9	14	30-34歳	11	9	30-34歳	7	11
35-39歳	14	7	35-39歳	11	12	35-39歳	9	5
40-44歳	16	13	40-44歳	7	7	40-44歳	9	11
45-49歳	19	13	45-49歳	12	12	45-49歳	9	7
50-54歳	13	21	50-54歳	17	10	50-54歳	13	10
55-59歳	18	19	55-59歳	15	19	55-59歳	17	10
60-64歳	7	14	60-64歳	22	21	60-64歳	14	14
65-69歳	14	7	65-69歳	9	15	65-69歳	17	19
70-74歳	8	18	70-74歳	16	7	70-74歳	6	12
75-79歳	19	17	75-79歳	5	16	75-79歳	11	6
80-84歳	6	13	80-84歳	14	14	80-84歳	4	12
85-89歳	2	7	85-89歳	6	11	85-89歳	8	9
90歳～	2	2	90歳～	1	6	90歳～	2	10
合計	232	238	合計	198	209	合計	161	173

#### ② 新規定住に伴うコーホート変化率の上昇

芦安地区が新規転入者を確保していくことができれば、コーホート変化率を上昇させることにつながり、将来人口の推計結果も変化する。

平成22年から平成27年にかけて、5組の4人家族（「10-14歳」の男女各1人の子どもと、「35-39歳」の夫婦）が転入したと仮定した場合、「10-14歳から15-19歳」と「35-39歳から40-44歳」のコーホート変化率が上がる。例えば、平成27年の男性「15-19歳」は4人から9人となり、コーホート変化率が大幅に上昇する。

### ③新規定住を仮定した場合の芦安地区の将来人口

平成22年から平成27年にかけて、5組の4人家族（「10-14歳」の男女各1人の子どもと、「35-39歳」の夫婦）が転入したと仮定した場合、他の条件はそのままにして将来人口を推計すると、次の表の結果となる。（基準人口は、334人に20人を加算して354人として推計）

芦安地区は小規模な人口であるため、5年間に5組の4人家族を迎えるだけでも、人口減少の速度を遅らせることができる。ファミリー層の転入を促すことが重要であることがうかがえる。

#### 平成22年から平成27年に5組が転入と仮定した場合の将来人口の推計結果

		H27年 2015年	H32年 2020年	H37年 2025年	H42年 2030年	H47年 2035年	H52年 2040年	H57年 2045年
年少人口	実数	35	23	27	24	21	16	13
	構成比	9.9%	7.3%	9.8%	10.1%	9.9%	8.9%	8.7%
生産年齢人口	実数	203	177	138	115	99	73	60
	構成比	57.3%	56.9%	50.3%	47.5%	46.8%	39.9%	39.3%
高齢者人口	実数	116	112	109	103	92	94	80
	構成比	32.8%	35.9%	39.9%	42.4%	43.4%	51.1%	52.0%
芦安地区人口		354	311	274	242	212	183	153

注) 2015年までは国勢調査人口の実績値（小地域集計データ、2015年以降は高尾を含む、ただし年齢不詳を除く）  
 小数点第1位四捨五入のため、3区分人口の合計と芦安地区人口が一致しない場合がある

#### 芦安地区の将来人口の推計結果（再掲）

		H27年 2015年	H32年 2020年	H37年 2025年	H42年 2030年	H47年 2035年	H52年 2040年	H57年 2045年
年少人口	実数	30	22	24	21	17	13	10
	構成比	9.0%	7.6%	9.7%	9.8%	9.4%	8.7%	8.4%
生産年齢人口	実数	188	153	114	89	70	52	41
	構成比	56.3%	53.5%	46.2%	41.8%	39.3%	34.7%	34.2%
高齢者人口	実数	116	112	109	103	92	84	68
	構成比	34.7%	38.9%	44.2%	48.3%	51.3%	56.6%	57.4%
芦安地区人口		334	287	247	213	179	149	118

注) 2015年までは国勢調査人口の実績値（小地域集計データ、2015年以降は高尾を含む、ただし年齢不詳を除く）  
 小数点第1位四捨五入のため、3区分人口の合計と芦安地区人口が一致しない場合がある

#### **(4) 将来人口の推計結果を踏まえた芦安地区の課題**

将来人口の推計結果、芦安地区全体の人口や生産年齢人口が減少していくことが確認できた。こうした推計結果を踏まえた芦安地区の課題は、次のとおりである。

##### **①空き家の増加**

芦安地区の人口減少に伴い、空き家がさらに増える可能性がある。芦安地区の空き家は、所有者が手放さない傾向があるとされており、空き家の有効活用が進んでいない。芦安地区は、地形的な制約から宅地の確保は容易ではなく、活用できない空き家が増加すれば、芦安地区の衰退感が増す可能性がある。

##### **②宿泊業の担い手の不足の恐れ**

経済センサス調査によれば、「宿泊業、飲食サービス業」の事業所数が最も多い。しかし、宿泊業の経営者や従業員が高齢化し、生産年齢人口も減少することから、現状のままでは、宿泊業の担い手が不足し、宿泊業が衰退する恐れがある。

##### **③ガソリンスタンド撤退の恐れ**

人口減少に伴い、芦安地区では食料品店がなくなり、高齢者等が不便な生活を余儀なくされている。さらに人口が減少すると、唯一のガソリンスタンドの経営が厳しくなり、撤退の恐れが生じる。ガソリンスタンドは自動車用のガソリンを販売するだけでなく、暖房用の灯油や農業機器の燃料も提供している。燃料の供給拠点が失われる可能性がある。

##### **④郵便局撤退の恐れ**

芦安支所に芦安郵便局が開設されている。しかし、人口減少が進めば、芦安郵便局が閉鎖される可能性がある。芦安郵便局にはATM機能があるが、撤退すれば芦安地区の金融機能が失われることになる。

##### **⑤地域活動の衰退の恐れ**

将来人口の推計結果によれば、2030年には生産年齢人口が100人を切る可能性がある。また、同時期には、高齢者人口が生産年齢人口を上回る可能性がある。地域の担い手が半減することで、芦安地区の祭りやイベントの開催、自治組織などの運営に支障を来す恐れがある。

##### **⑥高齢者の相互助け合いの必要性**

将来人口の推計結果によれば、高齢者人口は減少するが、2030年までは100人台を維持する可能性がある。また、総人口の減少に伴い高齢化率は上昇し、2030年には約5割に至る可能性がある。地域の担い手となる生産年齢人口が大幅に減少するため、高齢者同士が相互に助け合わなければならない事態になる可能性がある。

## 7. 芦安地区の観光資源

### (1) 登山客や観光客を集める芦安地区の観光資源

現在、登山客、観光客を集めている主な地域資源は、次のとおりである。

#### ①南アルプスの山々

南アルプスには、北岳、間ノ岳、農鳥岳、仙丈ヶ岳といった 3,000m級の山々を備えている。北岳は富士山に次ぐ日本第二位、間ノ岳は第三位の高峰であり、いずれも日本百名山となっている。眺望、高山植物、雪渓などが登山客を集めている。また、白根三山（北岳、間ノ岳、農鳥岳）を一気に縦走する登山ルートは南アルプス登山の人気の高いルートとして知られている。

#### ②芦安温泉

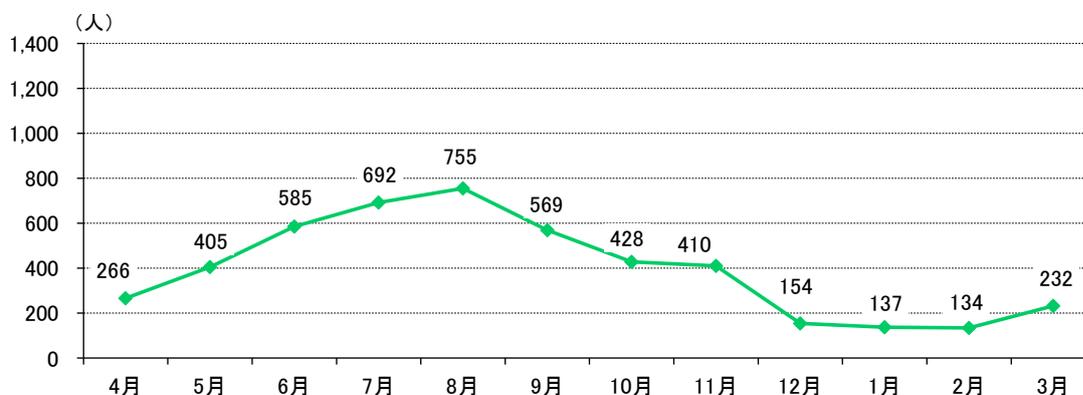
芦安地区には、25度未満の冷鉱泉があり湯治等に利用されていた。その後、温泉の掘削に成功して芦安温泉郷が誕生している。芦安地区の温泉は、PH9以上の高アルカリ性温泉であり、その温度は30度前後である。美肌効果があるとされている。

芦安地区には9軒の旅館、ペンション、民宿があり、それぞれ温泉を備えている。なお、秘湯にこだわりを持つ「日本秘湯を守る会」（昭和50年発足）では、全国から優れた秘湯の宿約170軒を認定しているが、芦安地区では「山和荘」が選ばれている。

#### ③南アルプス芦安山岳館

南アルプス芦安山岳館は、山岳文化の発掘と研究・継承、自然保護や安全登山の普及、山を仲立ちとした交流の実現を目的とした施設で、2003年3月21日に開館した。「山岳図書に特化した専門図書館」「語り部コーナー」「囲炉裏のある交流室」「県産材コーナー」などがある。貴重な山岳資料を備え、年間約5,000人の入場者を集めている。また、2014年に南アルプスユネスコエコパーク（生物圏保存地域）に登録されたことに伴い、ユネスコエコパークの理念に基づいた地域資源の発掘、保全によるエコツーリズム、トレッキング等の事業展開や、核心地域・管理運営の拠点として、南アルプスユネスコエコパーク管理事務所も併設されている。

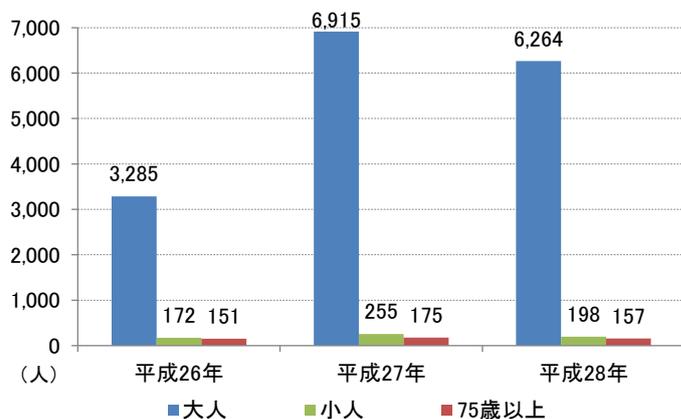
平成28年度来館状況



#### ④金山沢温泉

金山沢温泉は、登山シーズンだけ営業を行う市営（指定管理者が運営）の日帰り温泉施設である。露天風呂や食堂などを備え、登山客などに利用されている。実質的には登山シーズンの5か月間の営業であるが、平成28年度は約7,000人の利用者を集めている。

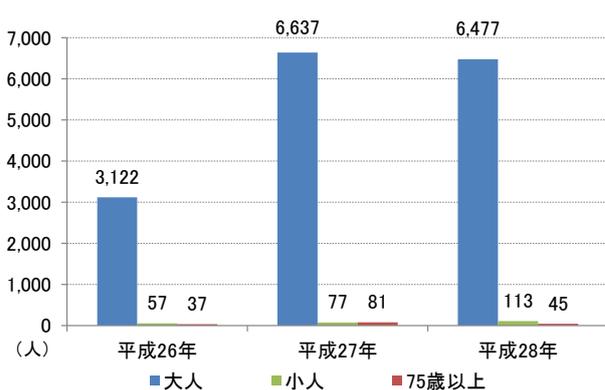
金山沢温泉の年間入浴者数



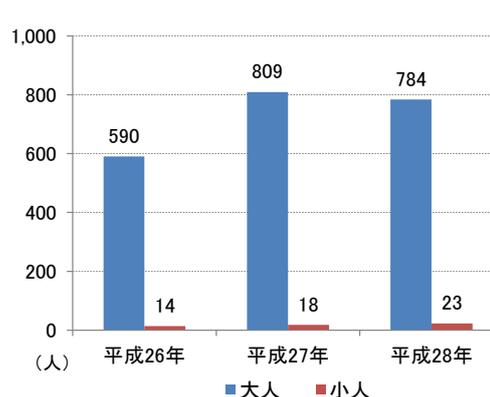
#### ⑤白峰会館と温泉ロッジ

白峰会館と温泉ロッジは、登山シーズンだけ営業を行う食堂や露天風呂を備えた市営（指定管理者が運営）の施設である。白峰会館には宿泊客と立寄客の食事処、湧出量毎分300リットルの温泉を備えた入浴施設、温泉ロッジには宿泊定員32人の休養棟、会議開催等を目的とした多目的ホール（休憩棟）を備えている。白峰会館は平成28年度約7,000人の入浴者数を、温泉ロッジは約800人の宿泊客を集めている。

白峰会館の年間入浴者数



温泉ロッジ館の年間宿泊者数



## (2) 集客の可能性を備えた地域資源

活用次第で、今後、観光客を集める可能性のある主な地域資源は、次のとおりである。

### ①里山の自然の活用とフットパスの再生

芦安地区の里山は、新緑や紅葉の季節に特に美しい姿を現す。中でも、瀬戸千段の滝までの遊歩道は、改修することで手軽に森林浴を楽しめるコースになる可能性がある。冬季においても夜叉神峠までは冬山初心者でも登ることが可能である。里山の自然や既存の遊歩道を活用・再生することで、新たなハイキング客を集める可能性がある。

### ②南アルプス芦安山岳館の活用

南アルプス芦安山岳館の建物は、世界的な建築家丹下健三氏が設計しており、モダンで洗練された空間を備えている。登山客や観光客を集めている。

### ③温泉ロッジ休憩棟の活用

温泉ロッジには、現在利用されていない休憩棟がある。白峰会館と温泉ロッジの周辺には、登山客向けの駐車場が集積しており、登山シーズンには、登山バスの乗降客が滞留する拠点になる。その一角に休憩棟があり、この施設を登山シーズンの売店などに利用することで、立寄客の確保、滞留時間の延長を図り、芦安での消費につなげられる可能性がある。

また、将来、県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）が完成すれば南アルプス街道とつながり、大規模な駐車場を備えた白峰会館は「道の駅」としての役割を担う可能性がある。温泉ロッジ休憩棟は、物販施設として集客の核となる可能性がある。

## 第3章 県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）開通や中部横断自動車道の整備等に伴う交流人口等の変化

### 1. 道路整備計画等の概況

#### (1) 県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の計画概要

県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の計画概要は次の表のとおりである。山梨県の「平成29年度公共事業再評価調書」によれば、地質が悪いことからルートが見直され、県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の計画期間は平成38年（2026年）に延長されている。

#### 県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の計画概要

事業目的及び効果	早川町奈良田地区と南アルプス市芦安地区は、現在、主要地方道南アルプス公園線と県営南アルプス林道で繋がれているが、両路線とも厳しい地形で冬期の長時間の閉鎖（11月～6月）に加え土砂崩落等により度々通行止めが発生している。こうした状況の中、本路線は南アルプス地域の一年を通じた観光を可能にし、また、災害時の早川町内における孤立集落の解消や緊急物資の輸送等、生活道路としての安全安心面においてもその整備効果が期待されている。
計画延長	L=4,980m W=5.5(7.0) m
道路幅員	車道 5.5m (2車線)
計画期間	H26年度～H38年度（当初計画ではH26年度～H31年度）
その他	ルート検討に不測の日数を要したこと、また、地質が悪くトンネル掘削に時間を要することから、工期を7年間延長し、平成38年度の完成を目指す。

出典：平成29年度公共事業再評価調書（山梨県）

#### 平面図



出典：平成29年度公共事業再評価調書（山梨県）

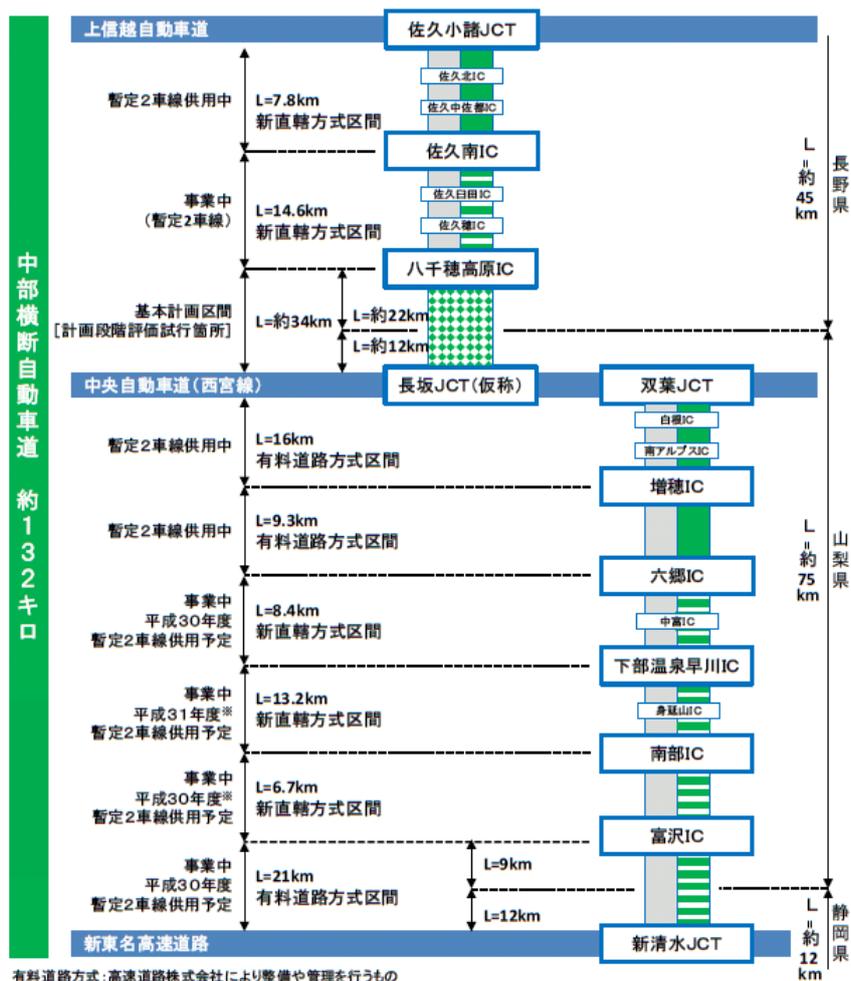
## （2）中部横断自動車道の計画概要

中部横断自動車道は、平成29年（2017年）3月に増穂ICと六郷IC区間が供用開始となった。六郷ICと新清水JCT間は、現在工事中であるが、平成31年度（2019年度）中の開通が予定されている。

### 中部横断自動車道の計画概要

事業目的及び効果	中部横断自動車道は、静岡県静岡市を起点に山梨県甲斐市を經由して長野県小諸市に至る延長約132kmの高速自動車国道である。中部横断自動車道が整備されることにより、現在整備が進められている新東名高速道路をはじめ、中央自動車道、上信越自動車道が接続され、日本海及び太平洋の臨海地域と長野・山梨県との連携・交流を促進するとともに、沿線の方々が安心して暮らせるネットワークの構築、物流体系の確立や広域的観光ゾーンの開発・支援等に寄与するものと期待されている。
計画延長	約132km（静岡県静岡市～長野県小諸市）、幅員10.5m
車線数	4車線（当面2車線で整備）
その他	六郷IC～下部温泉早川IC区間はH30年度開通予定。下部温泉早川IC～南部IC区間はH31年度開通予定。南部IC～富沢IC区間はH30年度開通予定。富沢IC～新清水JCT区間はH30年度開通予定。

出典：山梨県ホームページ



有料道路方式：高速道路株式会社により整備や管理を行うもの  
新直轄方式：高速道路株式会社による整備や管理が難しいと判断された高速道路について、国土交通省が整備や管理を行うもの

出典：山梨県ホームページ

### （3）リニア中央新幹線の計画概要

JR東海では、超伝導リニアによるリニア中央新幹線の整備を進めている。リニア中央新幹線が実現すると、東京と名古屋間が40分、東京と大阪間が67分で結ばれる。山梨県内には、甲府市大津町に新駅が設置される予定である。東京と名古屋間は、平成39年（2027年）の開業を目指している。

#### リニア中央新幹線の計画概要

事業目的及び効果	東海道新幹線は、開業から50年以上が経過し、将来の経年劣化への抜本的な備えや、大規模地震等将来の大規模災害への抜本対策が必要になっている。東京・名古屋・大阪を結ぶ日本の大動脈の二重化に向けてリニア中央新幹線を実現する。
区間	東京から大阪（品川～名古屋区間は約286km）
走行方式	超伝導磁気浮上方式
最高設計速度	505km/時
その他	主要な経過地は、甲府市付近、赤石山脈（南アルプス）中南部、名古屋市付近、奈良市付近

出典：東海旅客鉄道株式会社の説明会資料から作成

### （4）県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）等の開通時期

県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）、中部横断自動車道、リニア中央新幹線の開通時期を整理すると、次の表のとおりである。

#### 芦安地区に関連する主な道路等の開業時期

平成31年度	中部横断自動車道の六郷ICから新清水JCTまでが開通予定
平成38年度	県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）が開通予定
平成39年	リニア中央新幹線（品川～名古屋間）が開通予定

※県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の進捗状況については、平成29年度山梨県公共事業再評価調書を参照した。

※道路等の開通・開業予定については、今後の工事等の進捗状況により遅延する可能性がある。

## 2. 登山愛好者に対するインターネットアンケート調査

### （1）登山愛好者に対するインターネットアンケート調査の概要

#### ①調査目的

登山愛好者のニーズを反映させるため、インターネットを利用する東京圏・関西3府県の登山愛好者の南アルプス登山に関する宿泊、交通、買物などの行動内容や、県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）完成後の登山ルート変更の意向などを把握することを目的に、アンケート調査を実施した。

#### ②調査対象

インターネットアンケート調査会社の登録モニターの中から、登山愛好者の東京圏（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県）在住者500人、関西3府県（京都府、大阪府、兵庫県）在住者250人を調査対象とした。なお、登録モニターの自己評価により、登山の「中級者」と「上級者」で、なおかつ「年間1回以上登山を行う」登録モニターを登山愛好者と捉え、調査対象とした。

#### ③調査方法

インターネットアンケート調査会社の登録モニターを使用したネット調査である。上記の条件に合う調査対象者が、サイト上の調査画面を通じて回答を得た。

#### ④調査期間

平成29年6月30日～7月5日

#### ⑤調査事項

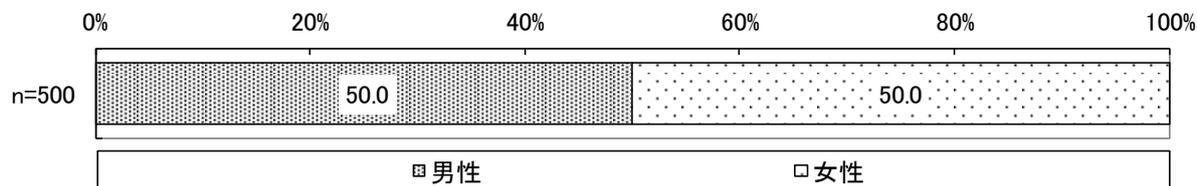
- ・回答者の属性（性別、年齢、居住地、登山スキル、年間登山回数）
- ・登山ツアーへの年間参加回数
- ・芦安地区経由経験、宿泊経験
- ・利用ルート、交通手段
- ・芦安温泉での宿泊、行程、定宿の有無
- ・宿泊の理由
- ・宿泊しない理由
- ・温泉の立ち寄り
- ・買物の有無
- ・買物の内容・金額
- ・立ち寄った飲食店・金額
- ・コンビニ、カフェへの立ち寄り意向
- ・ルート変化の可能性
- ・登山計画時の情報媒体
- ・スノートレッキングツアー参加、簡易宿泊施設利用、民泊利用の可能性
- ・交通手段への意見、取り組むべき課題

## (2) 登山愛好者に対するインターネットアンケート調査の結果

### ■回答者属性（性別）

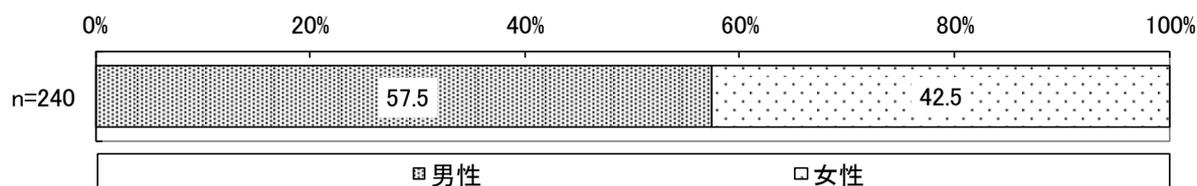
#### 【東京圏登山愛好者】

回答者の性別は、男女それぞれ50%であった。



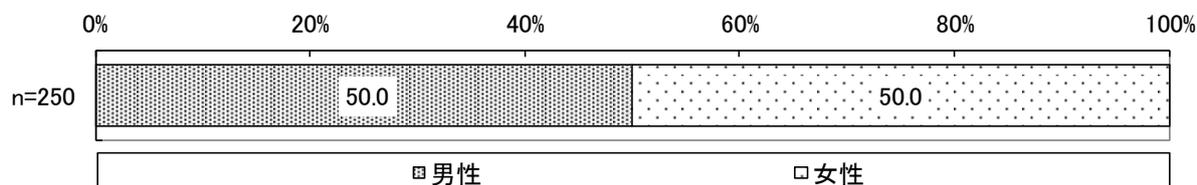
#### 【東京圏登山愛好者の中で芦安地区を經由して登山をしたことがある回答者】

芦安地区を經由して登山をしたことがある回答者の性別は、「男性」の割合が57.5%と「女性」の42.5%を上回る。



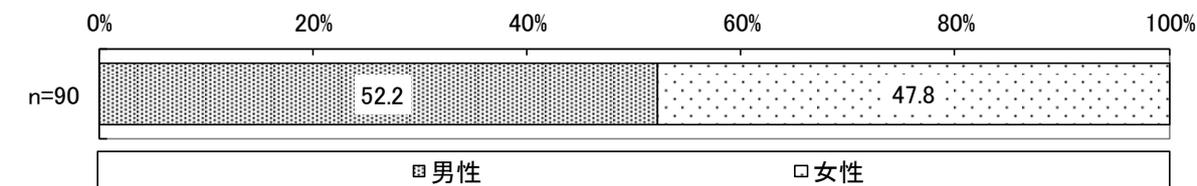
#### 【関西3府県登山愛好者】

回答者の性別は、男女それぞれ50%であった。



#### 【関西3府県登山愛好者の中で芦安地区を經由して登山をしたことがある回答者】

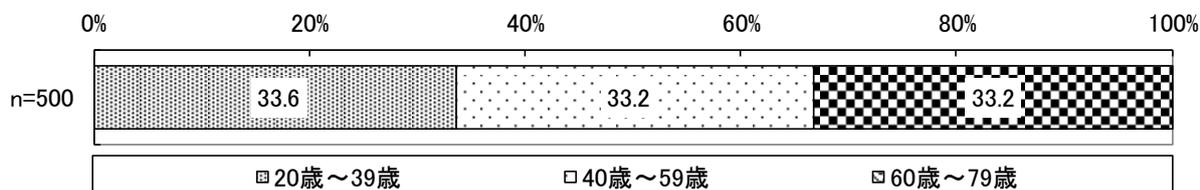
芦安地区を經由して登山をしたことがある回答者の性別は、「男性」の割合が52.2%と「女性」の47.8%を上回る。



■回答者属性（年齢層）

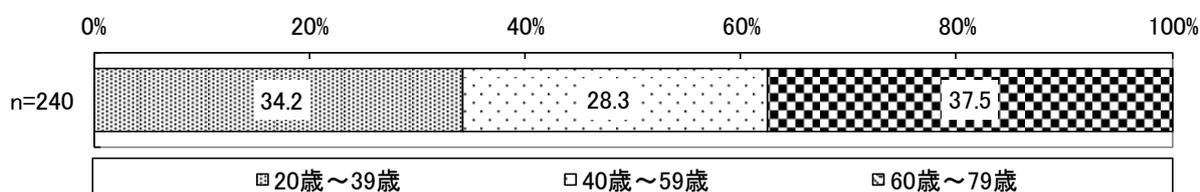
【東京圏登山愛好者】

回答者の年齢層は、「20歳～39歳」「40歳～59歳」「60歳～79歳」ともほぼ同率である。



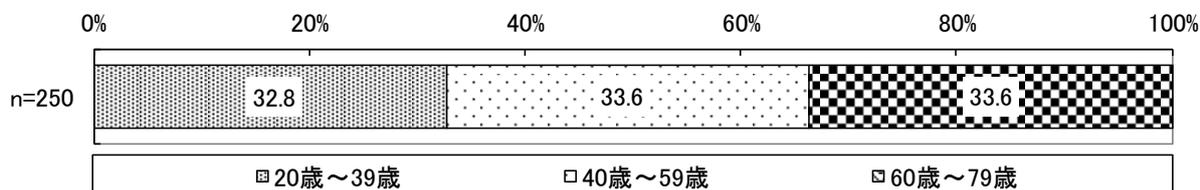
【東京圏登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者の年齢層は、「60歳～79歳」の割合が37.5%と最も高い。



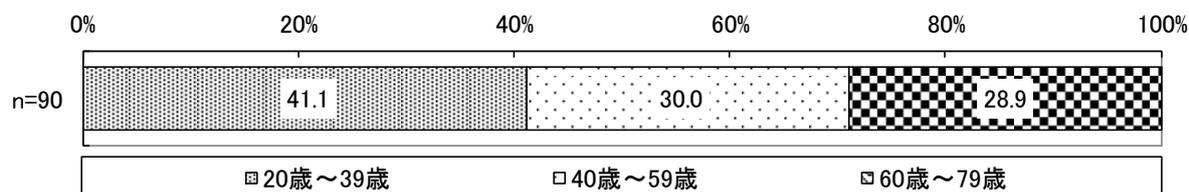
【関西3府県登山愛好者】

回答者の年齢層は、「20歳～39歳」「40歳～59歳」「60歳～79歳」ともほぼ同率である。



【関西3府県登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

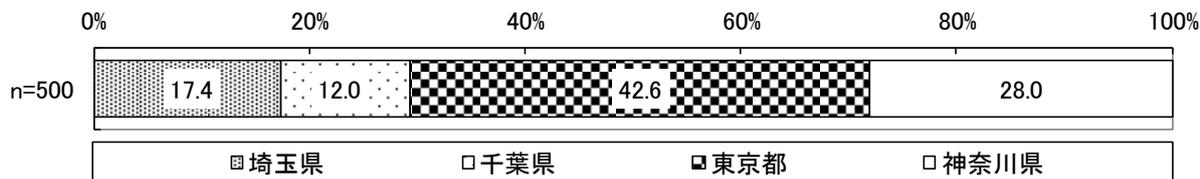
芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者の年齢層は、「20歳～39歳」の割合が41.1%と最も高い。



■回答者属性（居住地）

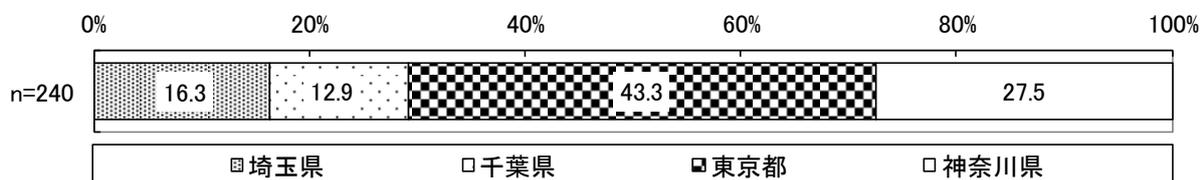
【東京圏登山愛好者】

回答者の居住地は、「東京都」の割合が42.6%と最も高く、次いで「神奈川県」が28.0%、「埼玉県」が17.4%であった。



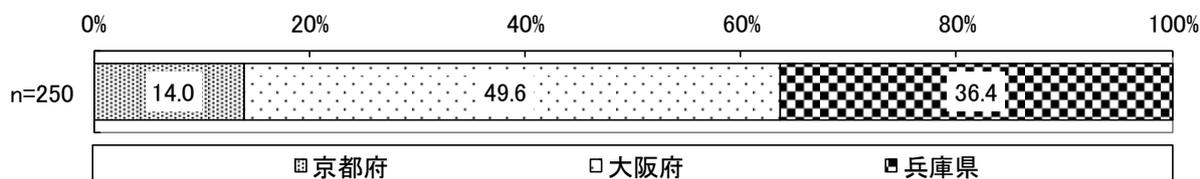
【東京圏登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者の居住地は、上記の東京圏登山愛好者全体とほぼ同様の回答割合である。



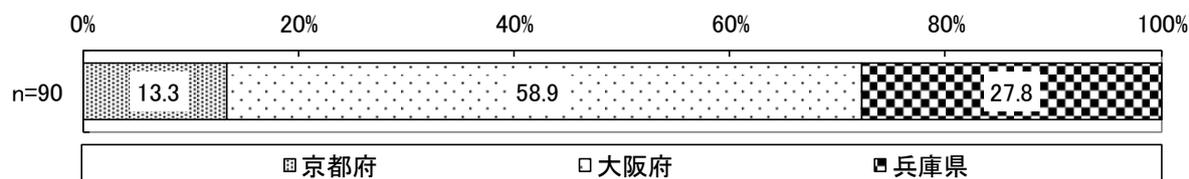
【関西3府県登山愛好者】

回答者の居住地は、「大阪府」の割合が49.6%と最も高く、次いで「兵庫県」が36.4%、「京都府」が14.0%であった。



【関西3府県登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

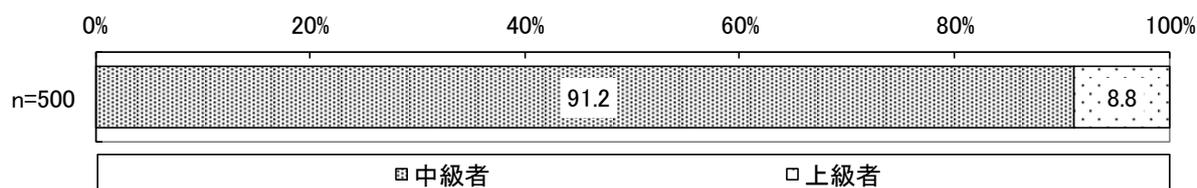
芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者の居住地は、「大阪府」の割合が58.9%であり、上記の関西3府県登山愛好者全体と比較すると「大阪府」の割合が高い。



■回答者属性（登山スキル）

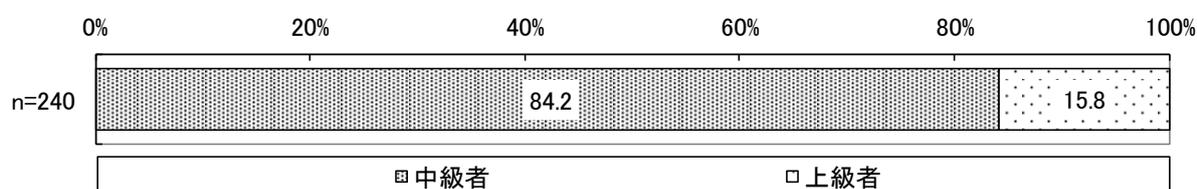
【東京圏登山愛好者】

回答者の登山スキル（自己評価）は、「中級者」の割合が91.2%、「上級者」が8.8%であった。



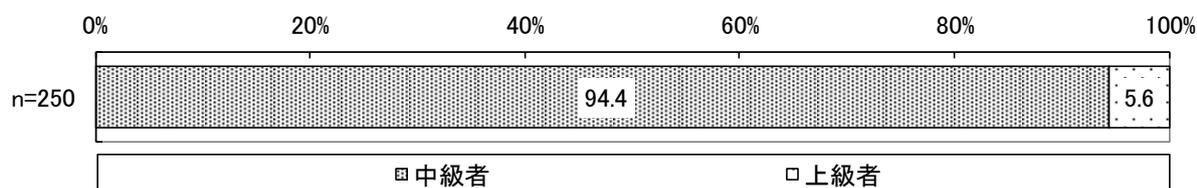
【東京圏登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者の登山スキルは、上記の東京圏登山愛好者全体と比較すると「上級者」の割合が高い。



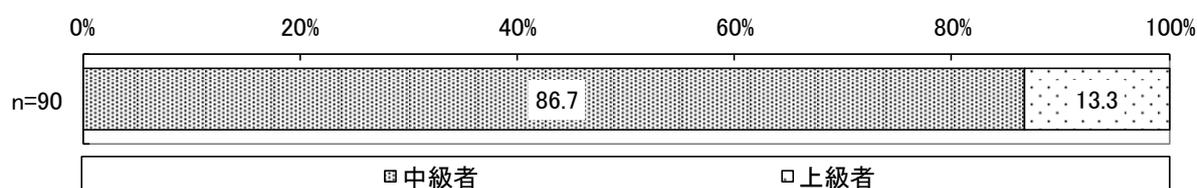
【関西3府県登山愛好者】

回答者の登山スキル（自己評価）は、「中級者」の割合が94.4%、「上級者」が5.6%であった。



【関西3府県登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

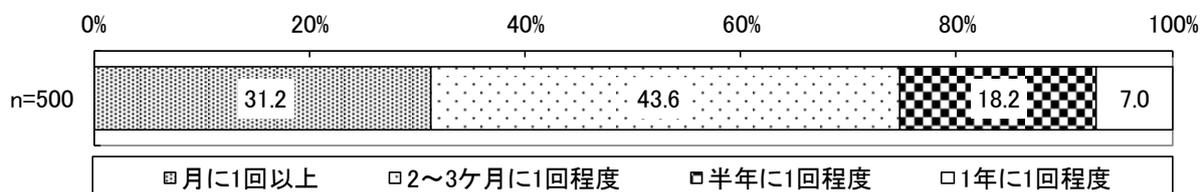
芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者の登山スキルは、上記の関西3府県登山愛好者全体と比較すると「上級者」の割合が高い。



■回答者属性（年間登山回数）

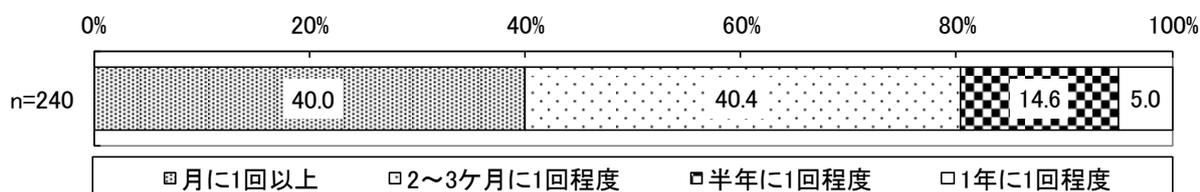
【東京圏登山愛好者】

回答者の年間登山回数は、「2～3ヶ月に1回程度」の割合が43.6%と最も高く、次いで「月に1回以上」が31.2%であった。



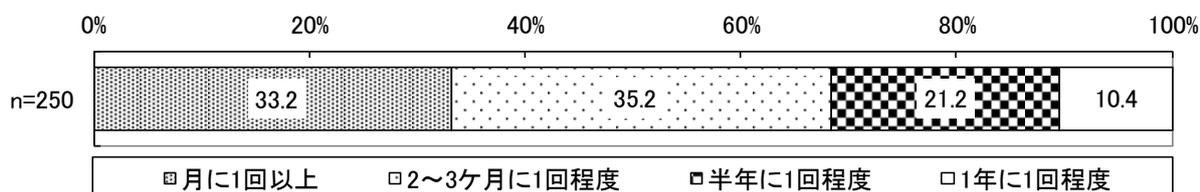
【東京圏登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者の年間登山回数は、「月に1回以上」が40.0%であり、上記の東京圏登山愛好者全体と比較すると割合が高い。



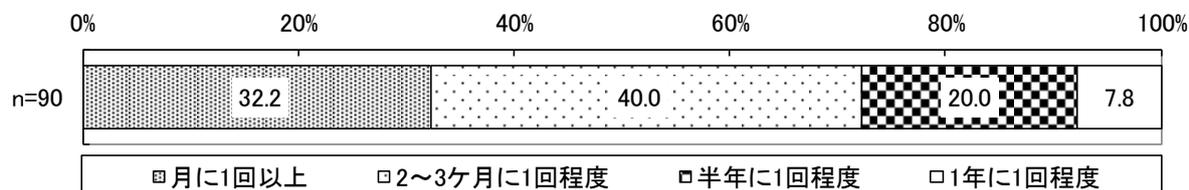
【関西3府県登山愛好者】

回答者の年間登山回数は、「2～3ヶ月に1回程度」の割合が35.2%と最も高く、次いで「月に1回以上」が33.2%であった。



【関西3府県登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

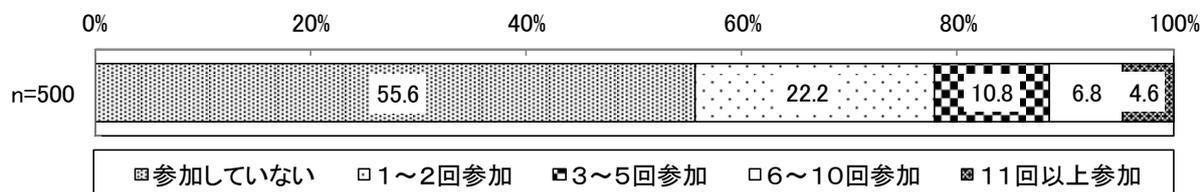
芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者の年間登山回数は、「2～3ヶ月に1回程度」が40.0%であり、上記の東京圏登山愛好者全体と比較すると割合が高い。



### 問1（登山ツアーへの年間参加回数）

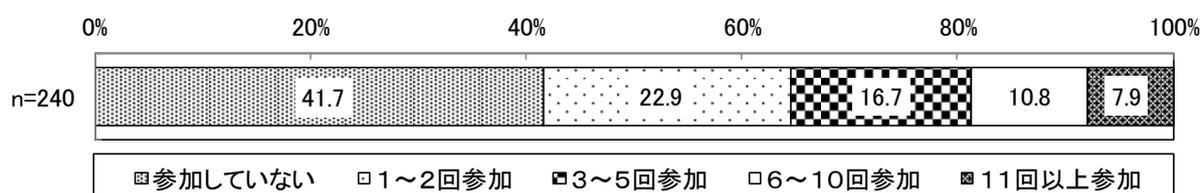
#### 【東京圏登山愛好者】

旅行者等が開催する登山ツアーへ年間何回くらい参加したかを尋ねたところ、「参加していない」の割合が55.6%と最も高く、次いで「1～2回参加」が22.2%、「3～5回参加」が10.8%であった。



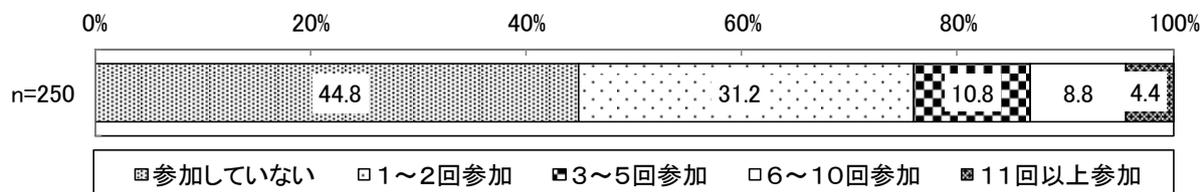
#### 【東京圏登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者は、「参加していない」割合が41.7%と、上記の東京圏登山愛好者全体の55.6%を下回り、旅行者等が開催する登山ツアーへの参加回数が多い。



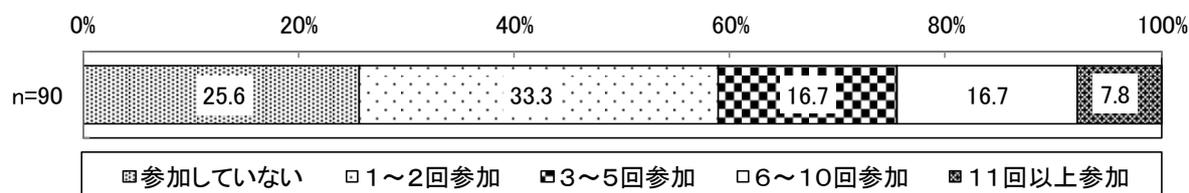
#### 【関西3府県登山愛好者】

旅行者等が開催する登山ツアーへ年間何回くらい参加したかを尋ねたところ、「参加していない」の割合が44.8%と最も高く、次いで「1～2回参加」が31.2%、「3～5回参加」が10.8%であった。



#### 【関西3府県登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

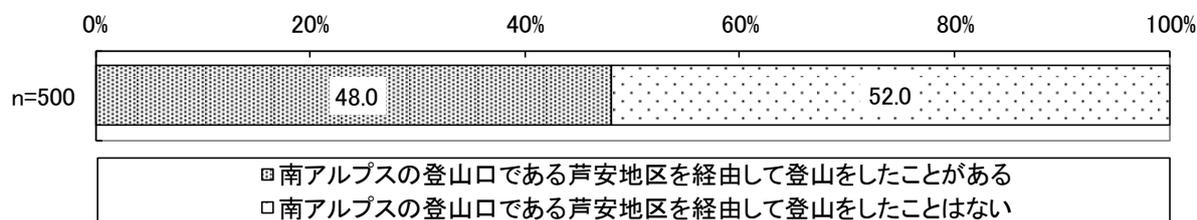
芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者は、「参加していない」割合が25.6%と、上記の関西3府県登山愛好者全体の44.8%を下回り、旅行者等が開催する登山ツアーへの参加回数が多い。



## 問2（芦安地区経由経験）

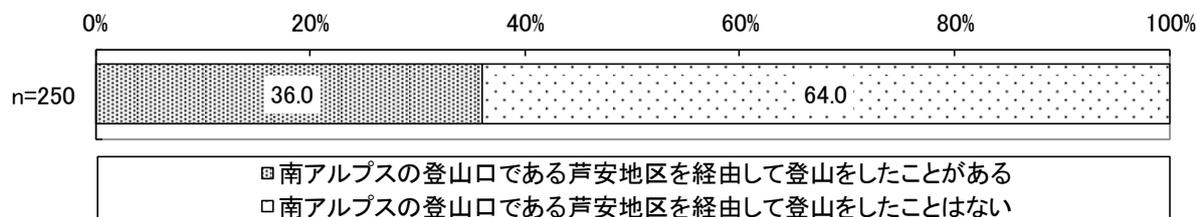
### 【東京圏登山愛好者】

芦安地区の経由経験の有無を尋ねたところ、「芦安地区を経由して登山をしたことがある」の割合は48.0%、240人であり、約半数を占めた。



### 【関西3府県登山愛好者】

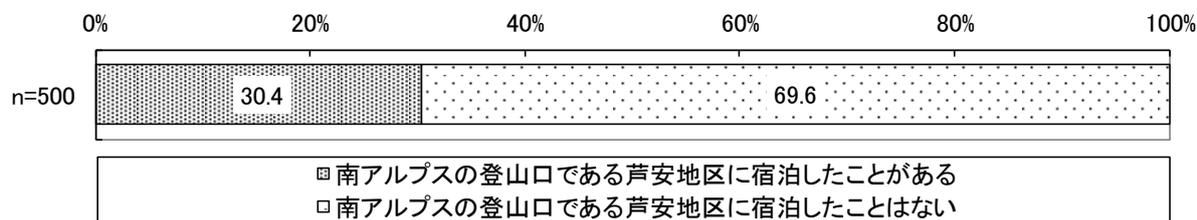
芦安地区の経由経験の有無を尋ねたところ、「芦安地区を経由して登山をしたことがある」の割合は36.0%、90人であり、約3分の1を占めた。



### 問3（芦安地区宿泊経験）

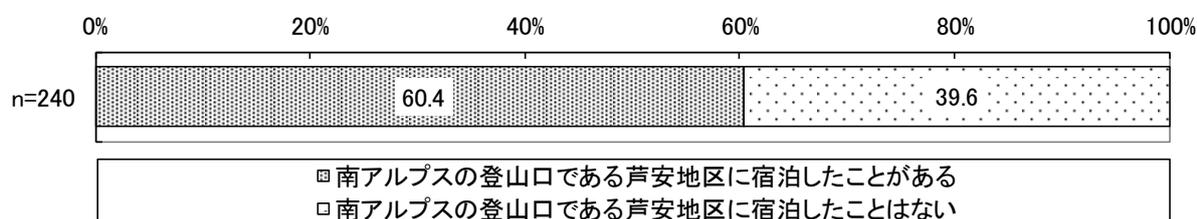
#### 【東京圏登山愛好者】

芦安地区での宿泊経験の有無を尋ねたところ、「芦安地区に宿泊したことがある」の割合は 30.4%であった。



#### 【東京圏登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者の芦安地区宿泊経験は、「あり」が 60.4%であり、上記の東京圏登山愛好者全体と比較すると割合が高い。



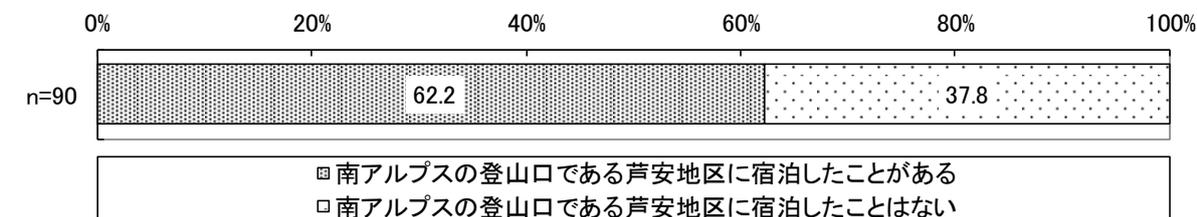
#### 【関西3府県登山愛好者】

芦安地区での宿泊経験の有無を尋ねたところ、「芦安地区に宿泊したことがある」の割合は 24.0%であった。



#### 【関西3府県登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

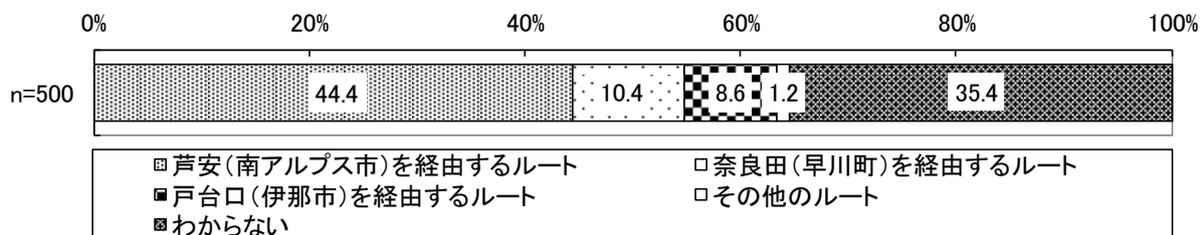
芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者の芦安地区宿泊経験は、「あり」が 62.2%であり、上記の関西3府県登山愛好者全体と比較すると割合が高い。



#### 問4（利用ルート）

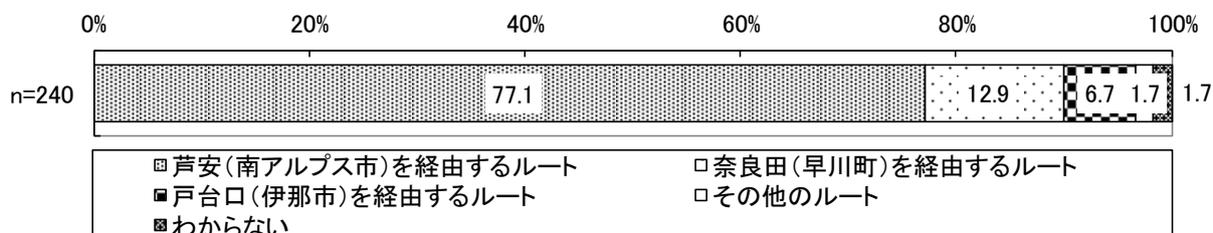
##### 【東京圏登山愛好者】

南アルプス（北岳など）に登山をする場合、最も多く利用するルートについて尋ねたところ、「芦安（南アルプス市）を経由するルート」の割合が44.4%と最も高く、次いで「わからない」が35.4%であった。



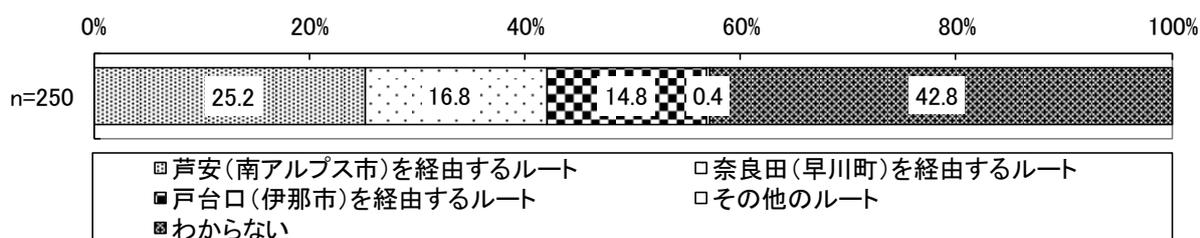
##### 【東京圏登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

南アルプスに登山する場合、最も多く利用するルートは「芦安（南アルプス市）を経由するルート」の割合が77.1%であった。上記の東京圏登山愛好者全体と比較すると割合が高い。



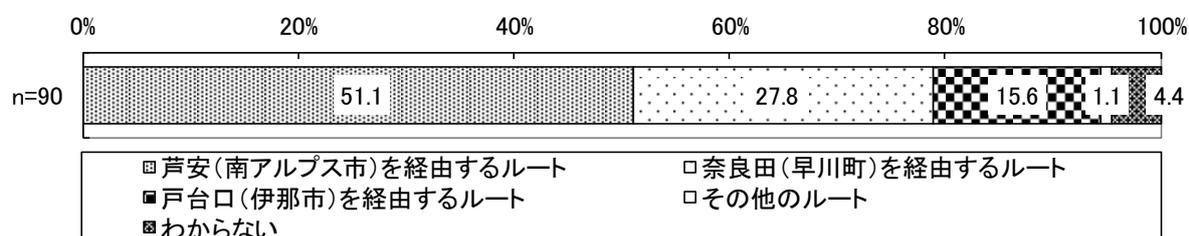
##### 【関西3府県登山愛好者】

南アルプス（北岳など）に登山をする場合、最も多く利用するルートについて尋ねたところ、「わからない」の割合が42.8%と最も高く、次いで「芦安（南アルプス市）を経由するルート」の割合が25.2%であった。



##### 【関西3府県登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

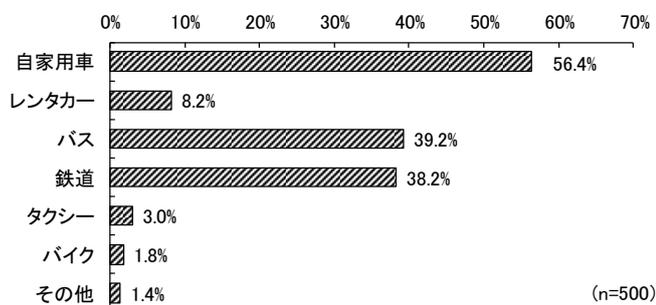
南アルプスに登山する場合、最も多く利用するルートは「芦安（南アルプス市）を経由するルート」の割合が51.1%、「奈良田（早川町）を経由するルート」の割合が27.8%であった。上記の東京圏登山愛好者全体の25.2%、16.8%と比較すると割合が高い。



## 問5（交通手段）

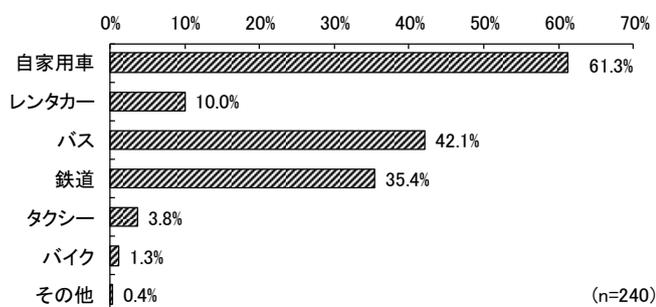
### 【東京圏登山愛好者】

南アルプスに登山をする場合、最も多く利用する交通手段について、複数回答で尋ねたところ、「自家用車」の割合が56.4%と最も高く、次いで「バス」が39.2%、「鉄道」が38.2%であった。



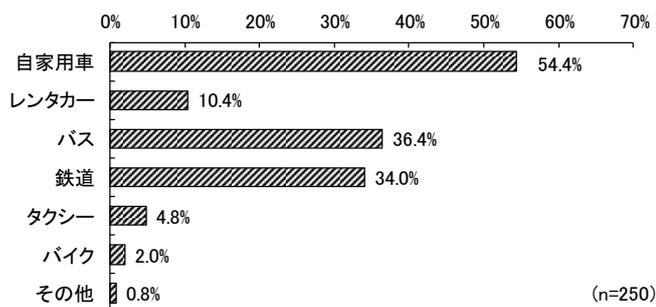
### 【東京圏登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

東京圏登山愛好者全体の回答と、ほぼ同様の結果であった。



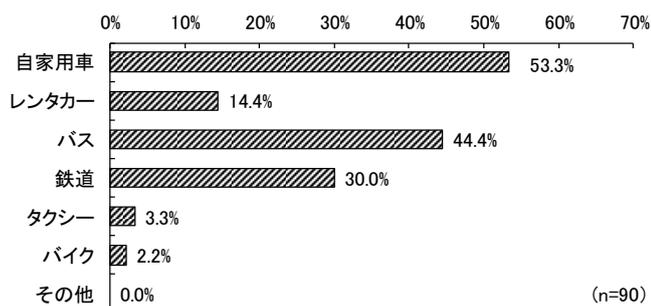
### 【関西3府県登山愛好者】

南アルプスに登山をする場合、最も多く利用する交通手段について、複数回答で尋ねたところ、「自家用車」の割合が54.4%と最も高く、次いで「バス」が36.4%、「鉄道」が34.0%であった。



### 【関西3府県登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

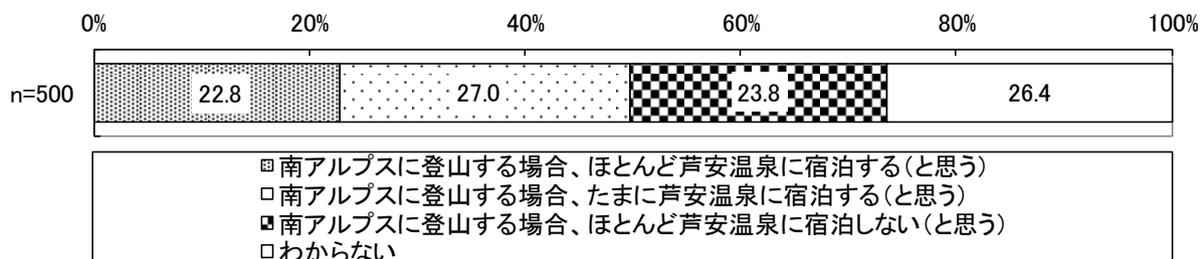
関西3府県登山愛好者全体の回答と、ほぼ同様の結果であった。



## 問6（芦安温泉での宿泊）

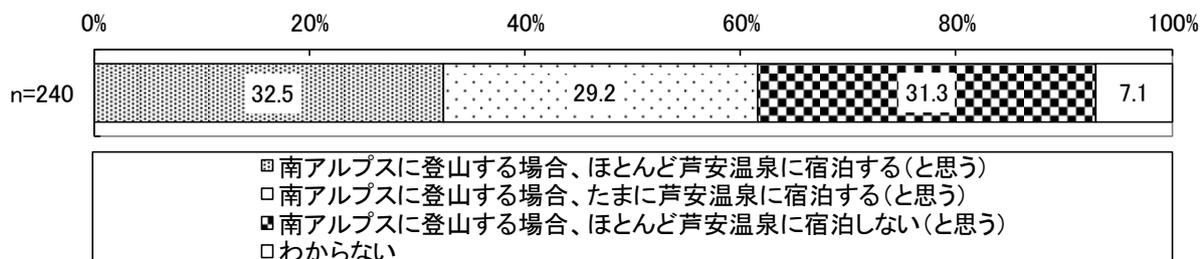
### 【東京圏登山愛好者】

南アルプス（北岳など）に登山をする場合、芦安温泉での宿泊の可能性について尋ねたところ、「たまに芦安温泉に宿泊する（と思う）」の割合が27.0%と最も高く、次いで「わからない」が26.4%であった。「ほとんど芦安温泉に宿泊する（と思う）」の割合は22.8%であった。



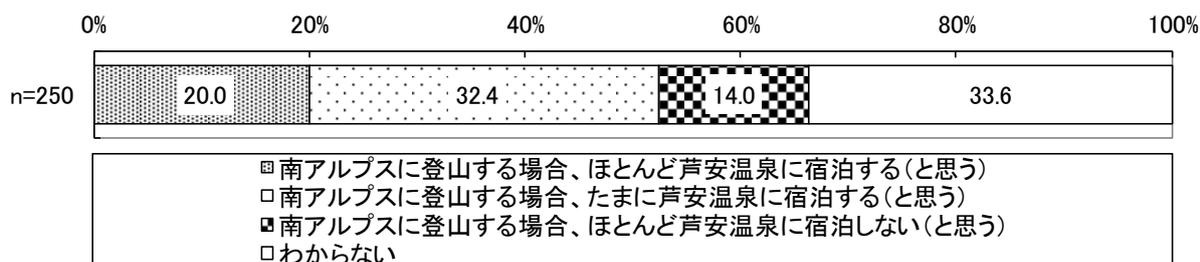
### 【東京圏登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

「ほとんど芦安温泉に宿泊する（と思う）」の割合が32.5%と、上記の東京圏登山愛好者全体の回答割合22.8%を上回る。



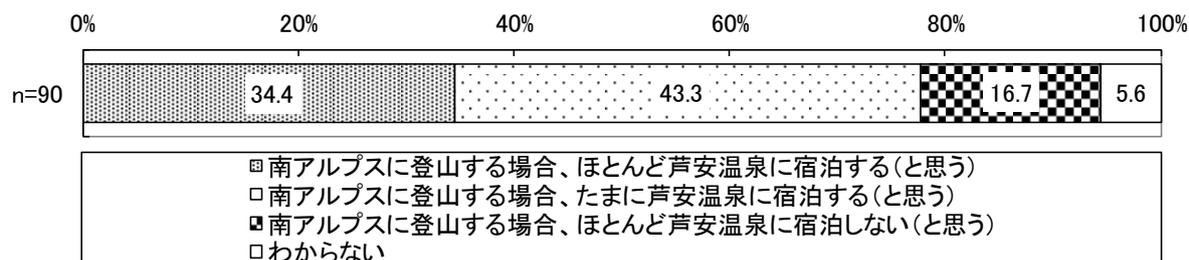
### 【関西3府県登山愛好者】

南アルプス（北岳など）に登山をする場合、芦安温泉での宿泊の可能性について尋ねたところ、「わからない」の割合が33.6%と最も高く、次いで「たまに芦安温泉に宿泊する（と思う）」が32.4%であった。「ほとんど芦安温泉に宿泊する（と思う）」の割合は20.0%であった。



### 【関西3府県登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

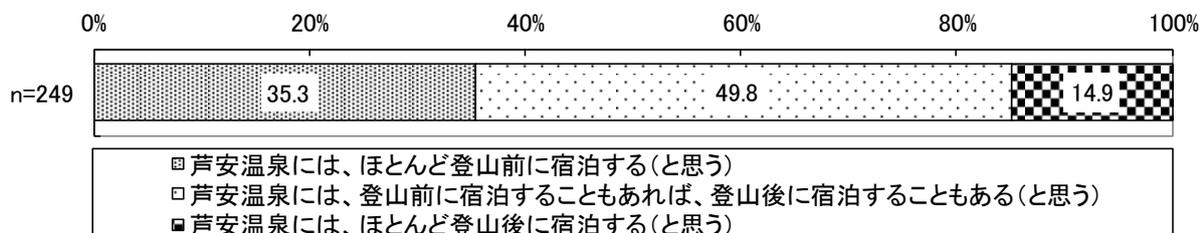
「ほとんど芦安温泉に宿泊する（と思う）」の割合が34.4%と、上記の関西3府県登山愛好者全体の回答割合20.0%を上回る。



### 問7（芦安温泉での宿泊行程）

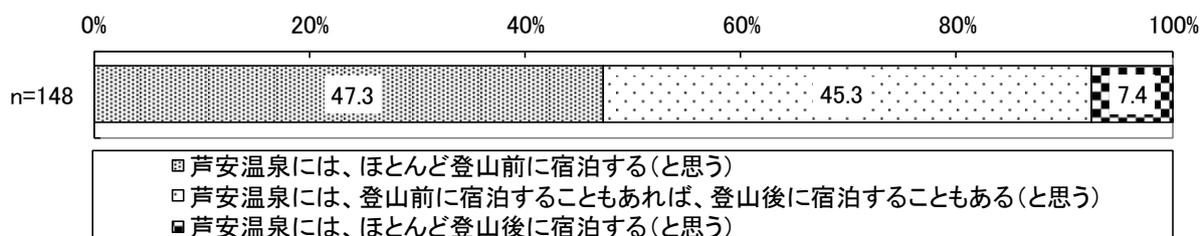
#### 【東京圏登山愛好者】

問6で「南アルプスに登山する場合、芦安温泉に宿泊する（と思う）」「たまに芦安温泉に宿泊する（と思う）」と回答した人に、芦安温泉に宿泊する行程について尋ねたところ、「芦安温泉には、登山前に宿泊することもあれば、登山後に宿泊することもある（と思う）」の割合が49.8%と最も高く、次いで「ほとんど登山前に宿泊する（と思う）」が35.3%であった。



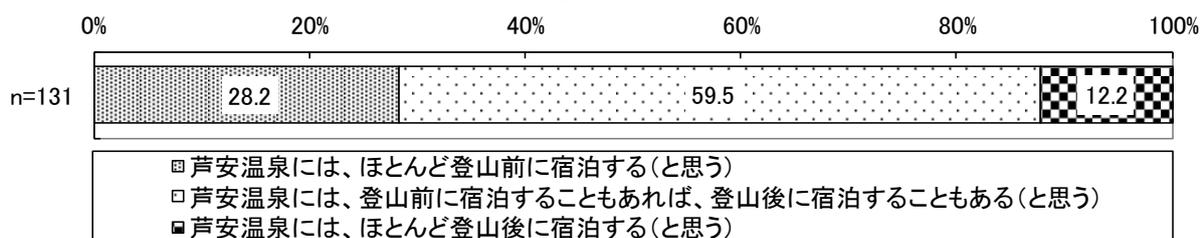
#### 【東京圏登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

「ほとんど登山前に宿泊する（と思う）」の割合が47.3%と、上記の東京圏登山愛好者全体の回答割合35.3%を上回る。



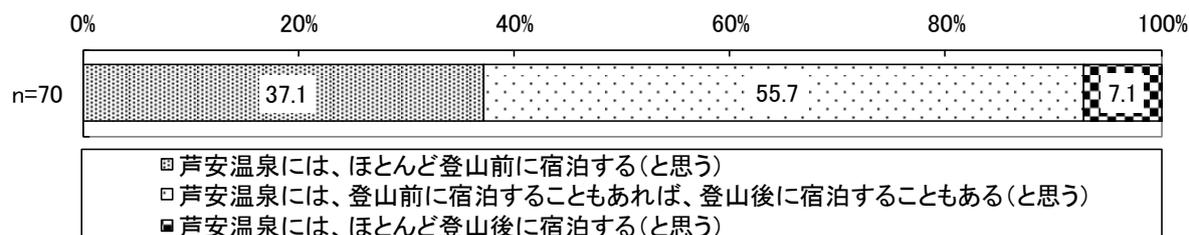
#### 【関西3府県登山愛好者】

問6で「南アルプスに登山する場合、芦安温泉に宿泊する（と思う）」「たまに芦安温泉に宿泊する（と思う）」と回答した人に、芦安温泉に宿泊する行程について尋ねたところ、「芦安温泉には、登山前に宿泊することもあれば、登山後に宿泊することもある（と思う）」の割合が59.5%と最も高く、次いで「ほとんど登山前に宿泊する（と思う）」が28.2%であった。



#### 【関西3府県登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

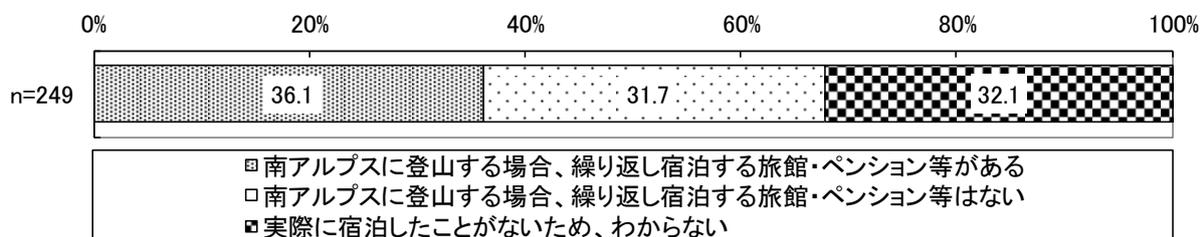
「ほとんど芦安温泉に宿泊する（と思う）」の割合が37.1%と、上記の関西3府県登山愛好者全体の回答割合28.2%を上回る。



### 問8（定宿の有無）

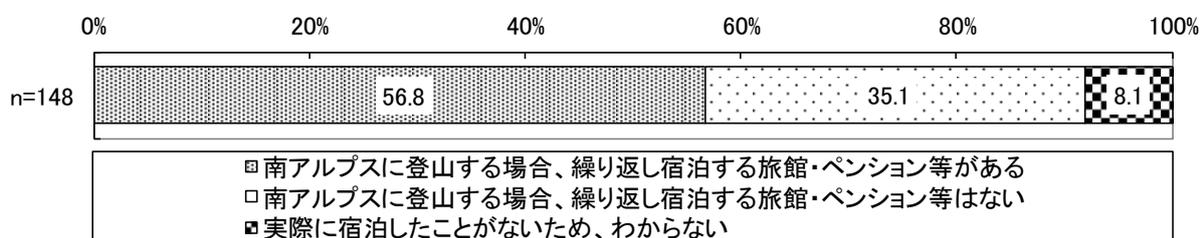
#### 【東京圏登山愛好者】

問6で「南アルプスに登山する場合、芦安温泉に宿泊する（と思う）」「たまに芦安温泉に宿泊する（と思う）」と回答した人に、芦安温泉に宿泊する場合、繰り返し宿泊する旅館・ペンション等の有無について尋ねたところ、「ある」の割合が36.1%、「ない」の割合が31.7%であった。



#### 【東京圏登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

「ある」の割合が56.8%と、上記の東京圏登山愛好者全体の回答割合36.1%を上回る。



#### 【関西3府県登山愛好者】

問6で「南アルプスに登山する場合、芦安温泉に宿泊する（と思う）」「たまに芦安温泉に宿泊する（と思う）」と回答した人に、芦安温泉に宿泊する場合、繰り返し宿泊する旅館・ペンション等の有無について尋ねたところ、「ある」「ない」の割合とも37.4%であった。



#### 【関西3府県登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

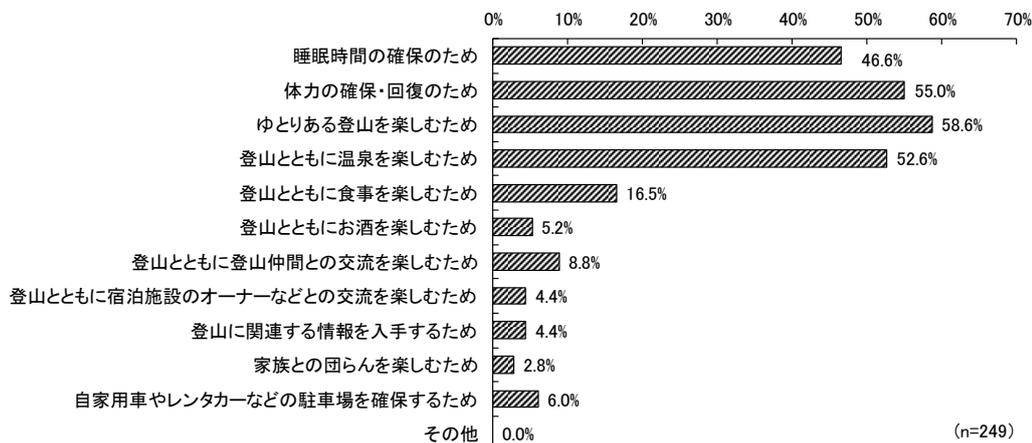
「ある」の割合が55.7%と、上記の関西3府県登山愛好者全体の回答割合37.4%を上回る。



### 問9（宿泊の理由）

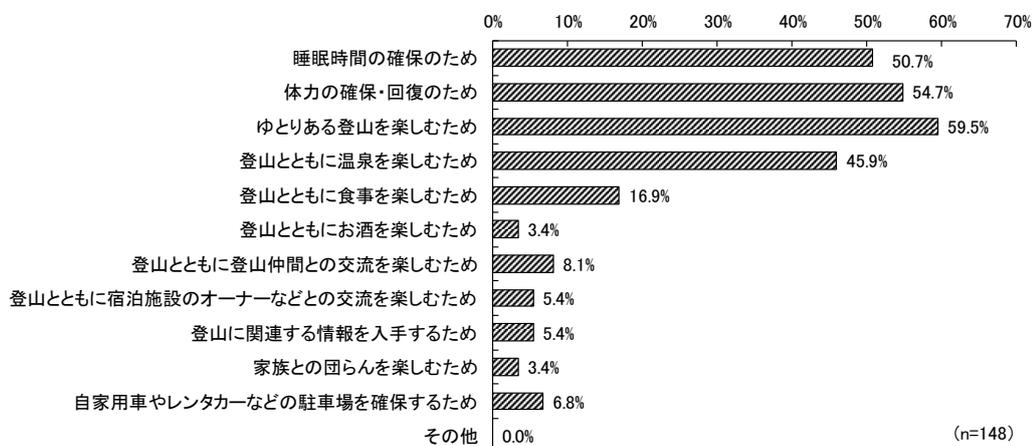
#### 【東京圏登山愛好者】

問6で「南アルプスに登山する場合、芦安温泉に宿泊する（と思う）」「たまに芦安温泉に宿泊する（と思う）」と回答した人に、芦安温泉に宿泊する理由について尋ねたところ、「ゆとりある登山を楽しむため」の割合が58.6%と最も高く、次いで「体力の確保・回復のため」が55.0%、「登山とともに温泉を楽しむため」が52.6%であった。



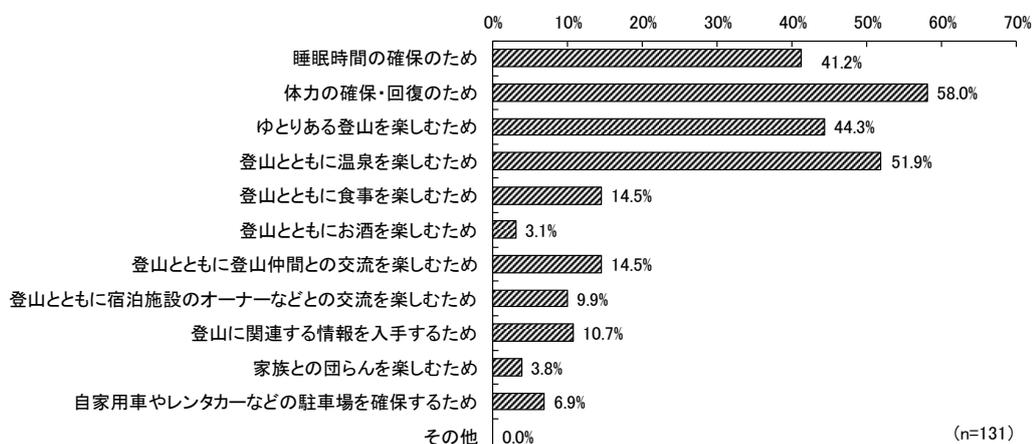
#### 【東京圏登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

上記の東京圏登山愛好者全体と、ほぼ同様の回答割合であった。



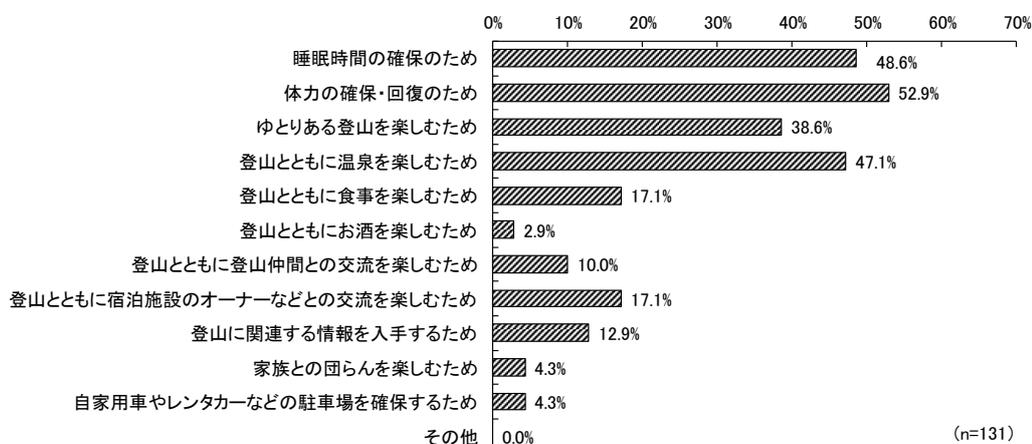
**【関西3府県登山愛好者】**

問6で「南アルプスに登山する場合、芦安温泉に宿泊する（と思う）」「たまに芦安温泉に宿泊する（と思う）」と回答した人に、芦安温泉に宿泊する理由について尋ねたところ、「体力の確保・回復のため」の割合が58.0%と最も高く、次いで「登山とともに温泉を楽しむため」が51.9%、「ゆとりある登山を楽しむため」が44.3%であった。



**【関西3府県登山愛好者の中で芦安地区を經由して登山をしたことがある回答者】**

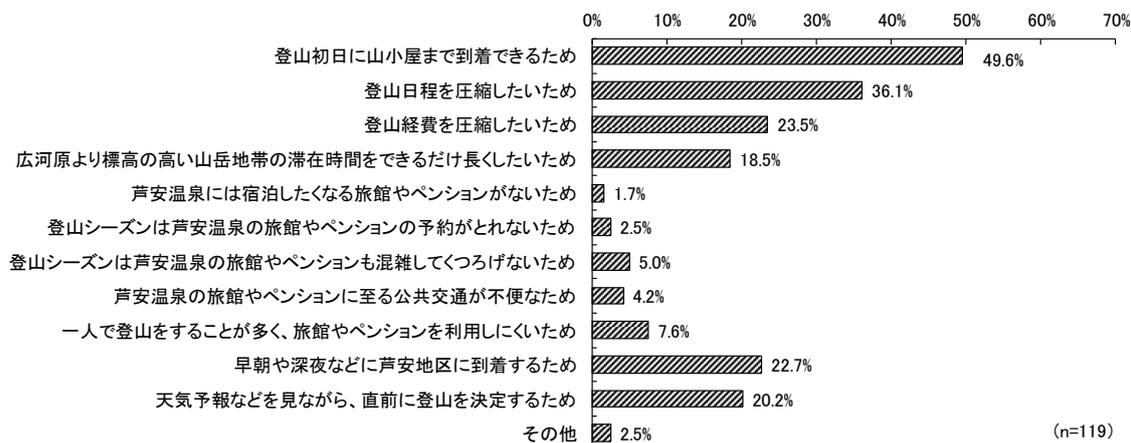
上記の関西3府県登山愛好者全体と、ほぼ同様の回答割合であった。



## 問10（宿泊しない理由）

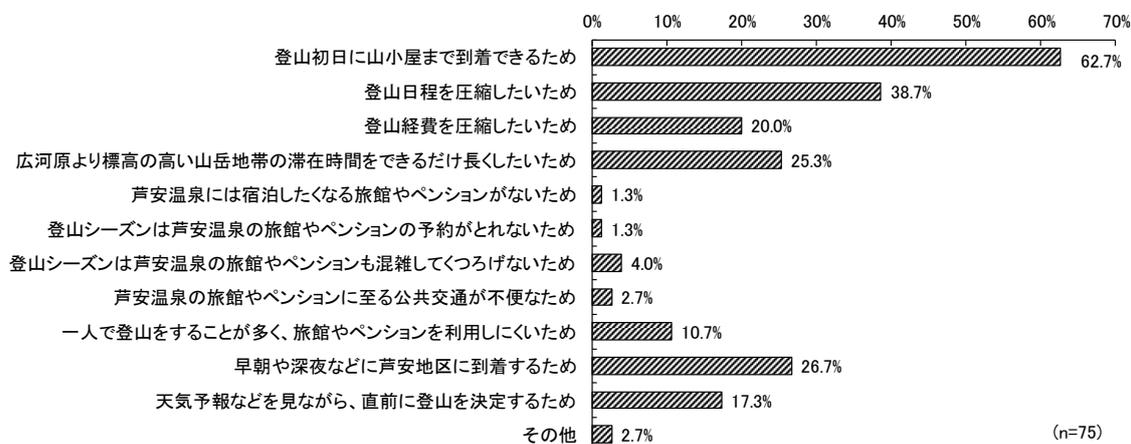
### 【東京圏登山愛好者】

問6で「南アルプスに登山する場合、ほとんど芦安温泉に宿泊しない（と思う）」と回答した人に、芦安温泉に宿泊しない理由について尋ねたところ、「登山初日に山小屋まで到着できるため」の割合が最も高く49.6%、次いで「登山日程を圧縮したいため」が36.1%、「登山経費を圧縮したいため」が23.5%であった。



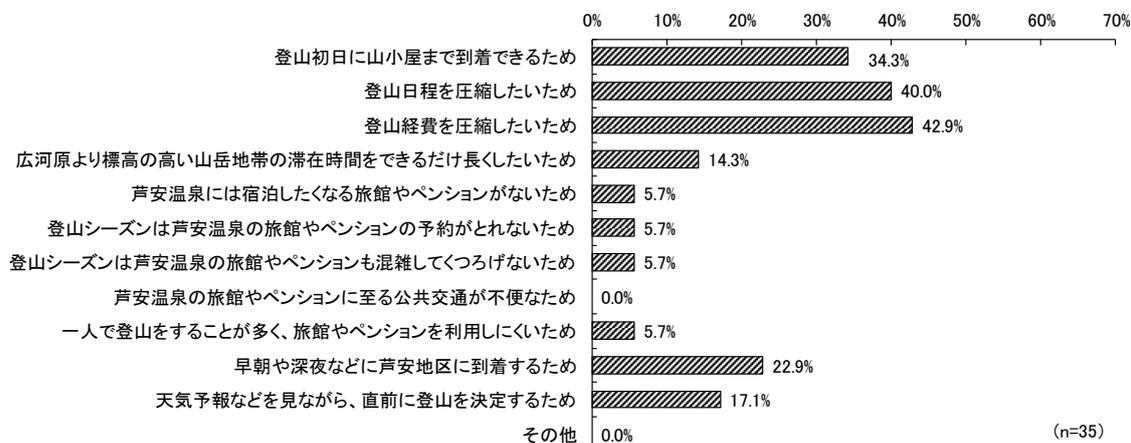
### 【東京圏登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

「登山初日に山小屋まで到着できるため」の割合が62.7%と、上記の東京圏登山愛好者全体の回答割合49.6%を上回る。



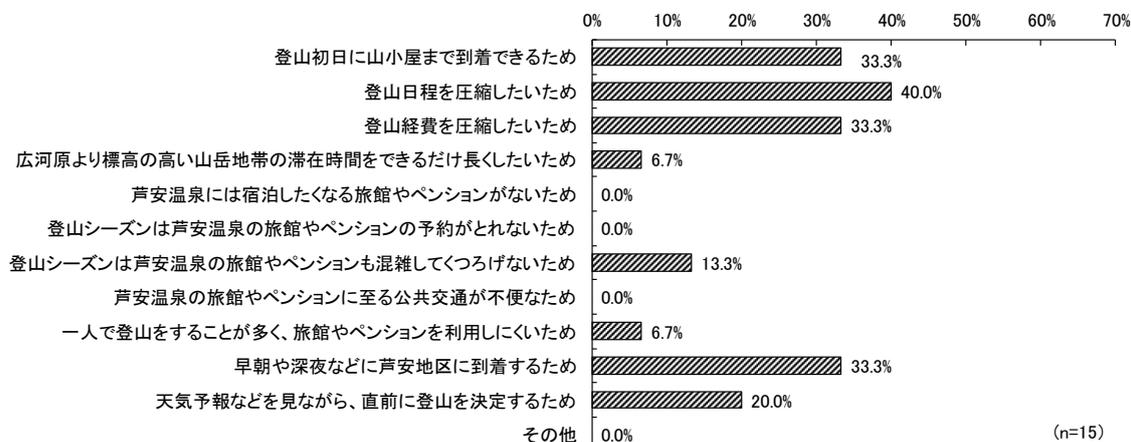
### 【関西3府県登山愛好者】

問6で「南アルプスに登山する場合、ほとんど芦安温泉に宿泊しない（と思う）」と回答した人に、芦安温泉に宿泊しない理由について尋ねたところ、「登山経費を圧縮したいため」の割合が最も高く42.9%、次いで「登山日程を圧縮したいため」が40.0%、「登山初日に山小屋まで到着できるため」が34.3%であった。



### 【関西3府県登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

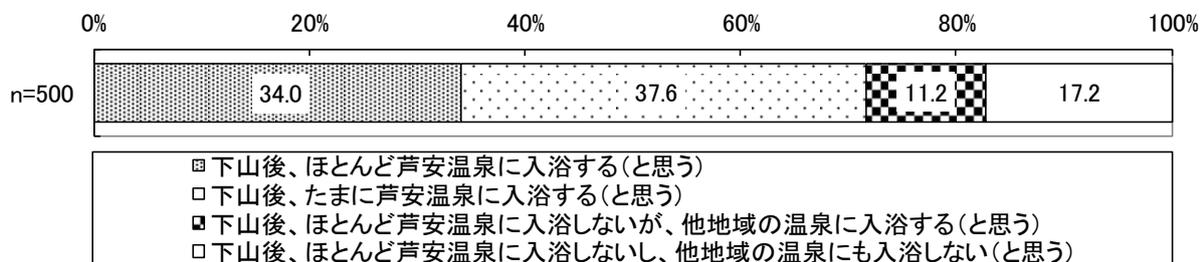
「早朝や深夜などに芦安地区に到着するため」の割合が33.3%と、上記の関西3府県登山愛好者全体の回答割合22.9%を上回る。一方、「登山経費を圧縮したいため」の割合は33.3%と、上記の関西3府県登山愛好者全体の回答割合42.9%を下回る。



### 問11 (温泉への立ち寄り)

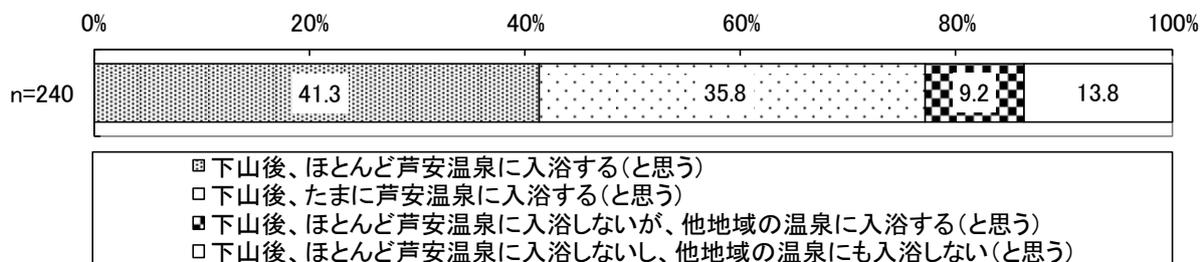
#### 【東京圏登山愛好者】

南アルプス（北岳など）に登山をする場合、下山後の芦安温泉での入浴（立ち寄り）について尋ねたところ、「下山後、たまに芦安温泉に入浴する（と思う）」の割合が37.6%、次いで「ほとんど芦安温泉に入浴する（と思う）」が34.0%であった。



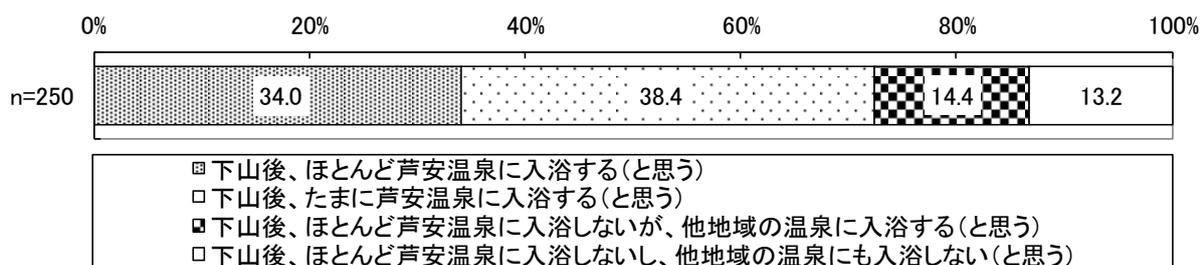
#### 【東京圏登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

「ほとんど芦安温泉に入浴する（と思う）」の割合が41.3%と、上記の東京圏登山愛好者全体の回答割合34.0%を上回る。



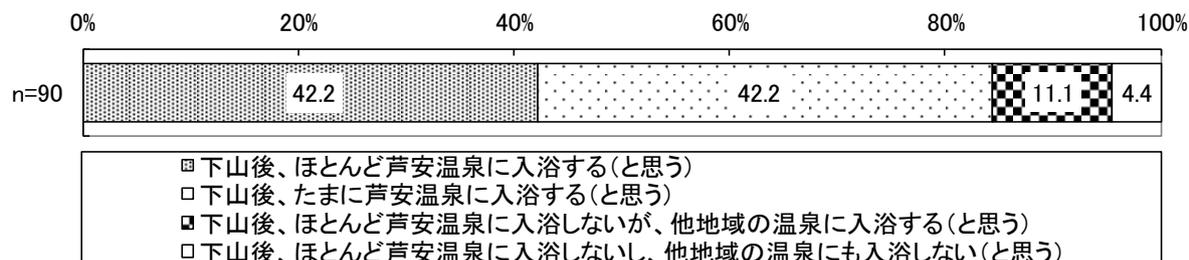
#### 【関西3府県登山愛好者】

南アルプス（北岳など）に登山をする場合、下山後の芦安温泉での入浴（立ち寄り）について尋ねたところ、「下山後、たまに芦安温泉に入浴する（と思う）」の割合が38.4%、次いで「ほとんど芦安温泉に入浴する（と思う）」が34.0%であった。



#### 【関西3府県登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

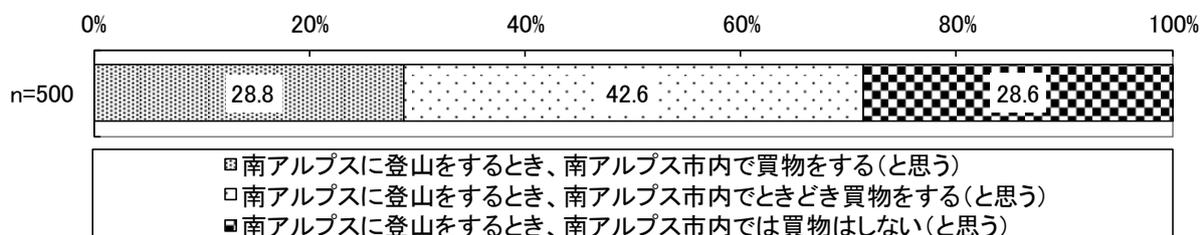
「ほとんど芦安温泉に入浴する（と思う）」の割合が42.2%と、上記の関西3府県登山愛好者全体の回答割合34.0%を上回る。



## 問12（買物の有無）

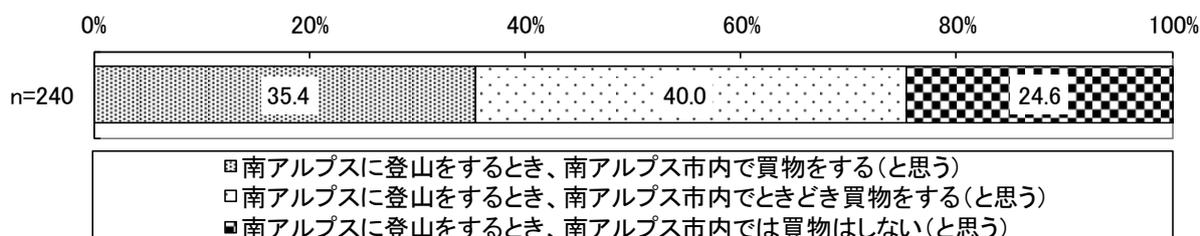
### 【東京圏登山愛好者】

南アルプス（北岳など）に登山をする場合、南アルプス市内で、飲料、弁当、菓子、果物、土産物などの買物の有無について尋ねたところ、「南アルプス市内でときどき買物をする（と思う）」の割合が42.6%と最も高く、次いで「南アルプス市内で買物をする（と思う）」が28.8%であった。



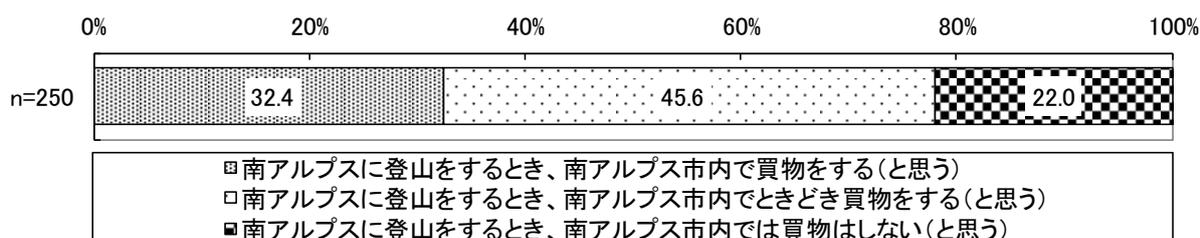
### 【東京圏登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

「南アルプス市内で買物をする（と思う）」の割合が35.4%と、上記の東京圏登山愛好者全体の回答割合28.8%を上回る。



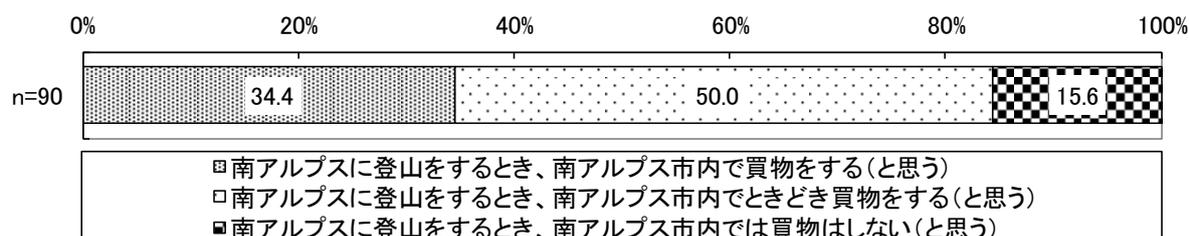
### 【関西3府県登山愛好者】

南アルプス（北岳など）に登山をする場合、南アルプス市内で、飲料、弁当、菓子、果物、土産物などの買物の有無について尋ねたところ、「南アルプス市内でときどき買物をする（と思う）」の割合が45.6%と最も高く、次いで「南アルプス市内で買物をする（と思う）」が32.4%であった。



### 【関西3府県登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

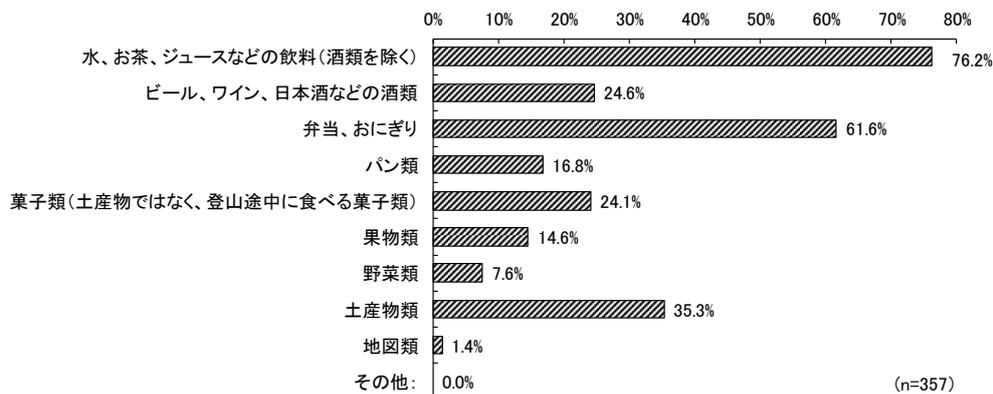
「南アルプス市内でときどき買物をする（と思う）」の割合が50.0%と、上記の関西3府県登山愛好者全体の回答割合45.6%を上回る。



### 問13（買物の内容・金額）

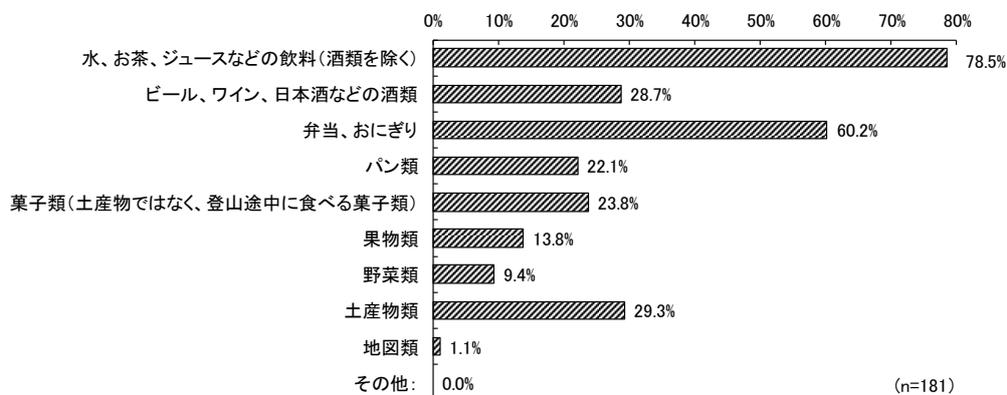
#### 【東京圏登山愛好者】

前問で、「南アルプスに登山をするとき、南アルプス市内で買物をする（と思う）」「南アルプス市内でときどき買物をする（と思う）」と回答した人に、南アルプス市内で主として購入したもの、もしくは購入したいものについて尋ねたところ、「水、お茶、ジュースなどの飲料（酒類を除く）」の割合が76.2%と最も高く、次いで「弁当、おにぎり」が61.6%、「土産物類」が35.3%であった。



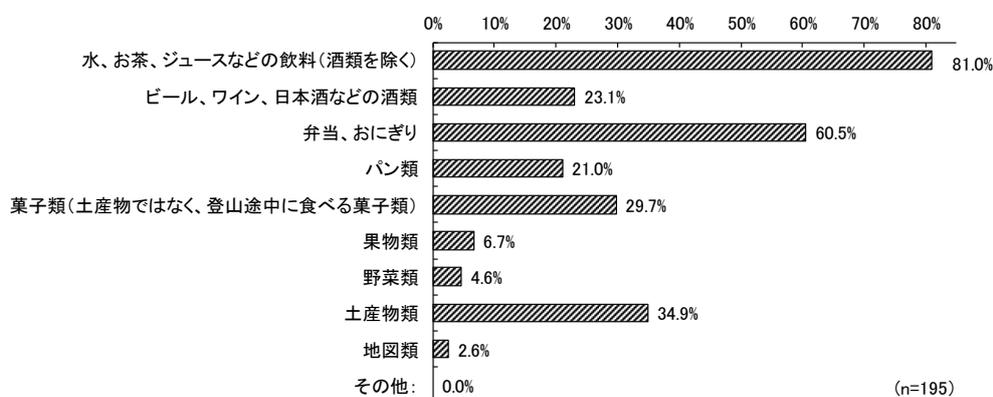
#### 【東京圏登山愛好者の中で芦安地区を經由して登山をしたことがある回答者】

上記の東京圏登山愛好者全体と、ほぼ同様の回答割合であった。



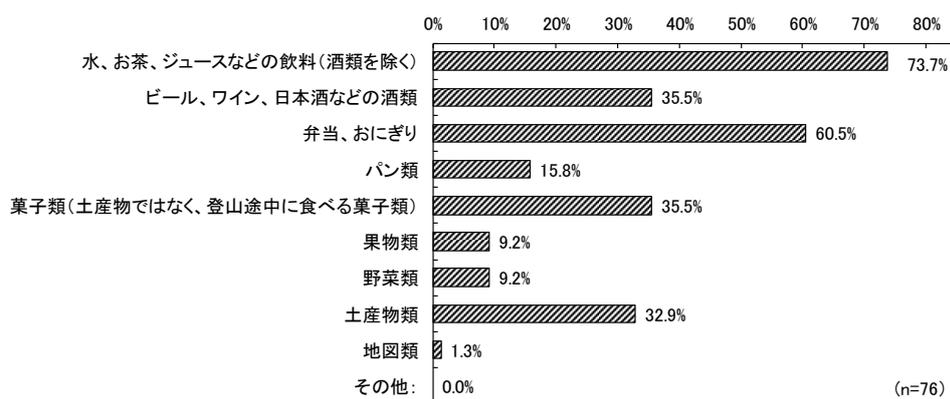
### 【関西3府県登山愛好者】

前問で、「南アルプスに登山をするとき、南アルプス市内で買物をする（と思う）」「南アルプス市内でときどき買物をする（と思う）」と回答した人に、南アルプス市内で主として購入したもの、もしくは購入したいものについて尋ねたところ、「水、お茶、ジュースなどの飲料（酒類を除く）」の割合が81.0%と最も高く、次いで「弁当、おにぎり」が60.5%、「土産物類」が34.9%であった。



### 【関西3府県登山愛好者の中で芦安地区を經由して登山をしたことがある回答者】

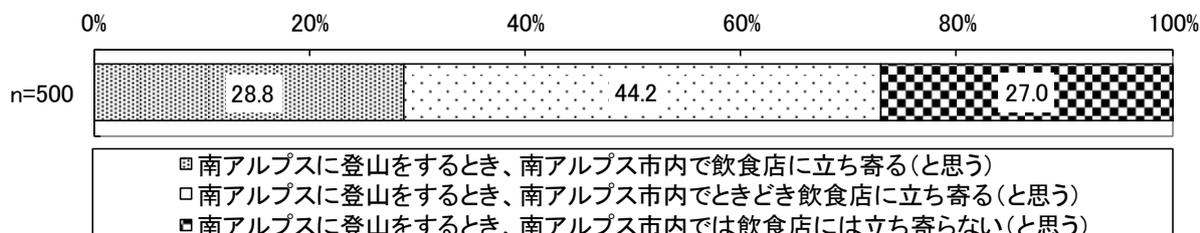
上記の関西3府県登山愛好者全体と、ほぼ同様の回答割合であった。



#### 問14（立ち寄った飲食店・金額）

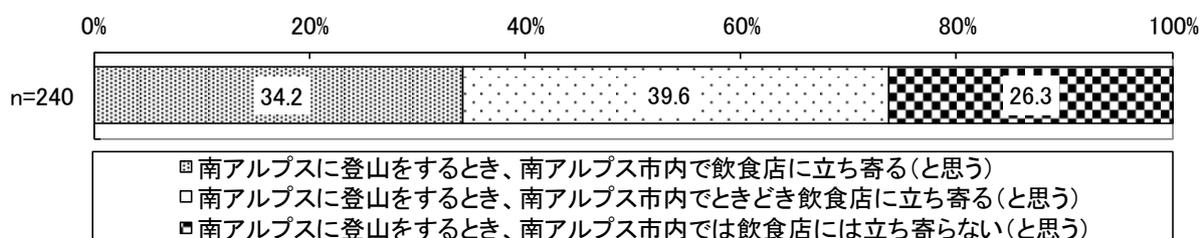
##### 【東京圏登山愛好者】

南アルプス（北岳など）に登山をする場合、南アルプス市内の飲食店（山小屋、宿泊施設は除く）への立ち寄りについて尋ねたところ、「南アルプスに登山をするとき、南アルプス市内でときどき飲食店に立ち寄る（と思う）」の割合が44.2%と最も高く、次いで「南アルプス市内で飲食店に立ち寄る（と思う）」が28.8%であった。



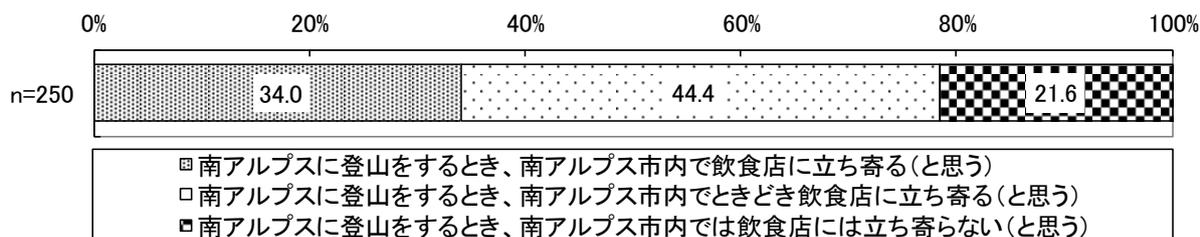
##### 【東京圏登山愛好者の中で芦安地区を經由して登山をしたことがある回答者】

「南アルプス市内で買物をする（と思う）」の割合が34.2%と、上記の東京圏登山愛好者全体の回答割合28.8%を上回る。



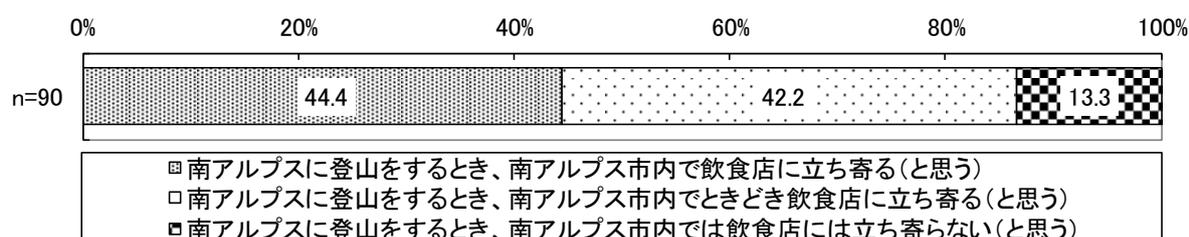
##### 【関西3府県登山愛好者】

南アルプス（北岳など）に登山をする場合、南アルプス市内の飲食店（山小屋、宿泊施設は除く）への立ち寄りについて尋ねたところ、「南アルプスに登山をするとき、南アルプス市内でときどき飲食店に立ち寄る（と思う）」の割合が44.4%と最も高く、次いで「南アルプス市内で飲食店に立ち寄る（と思う）」が34.0%であった。



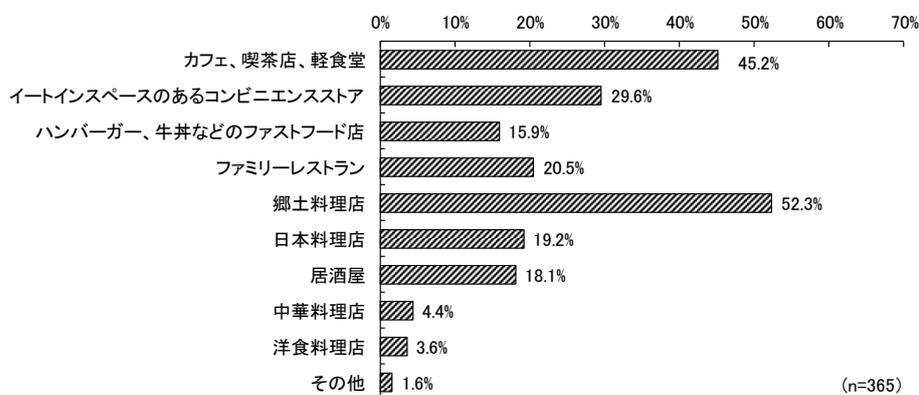
##### 【関西3府県登山愛好者の中で芦安地区を經由して登山をしたことがある回答者】

「南アルプス市内で買物をする（と思う）」の割合が44.4%と、上記の関西3府県登山愛好者全体の回答割合34.0%を上回る。



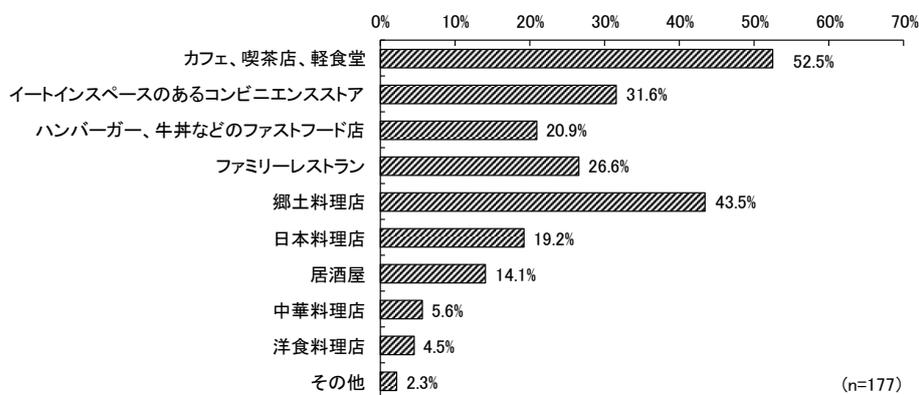
**【東京圏登山愛好者】**

前問で、「南アルプスに登山をするとき、南アルプス市内で飲食店に立ち寄る（と思う）」「南アルプス市内で飲食店に立ち寄る（と思う）」と回答した人に、南アルプス市内で立ち寄る（と思う）飲食店について尋ねたところ、「郷土料理店」の割合が 52.3%と最も高く、次いで「カフェ、喫茶店、軽食堂」が 45.2%、「イトインスペースのあるコンビニエンスストア」が 29.6%であった。



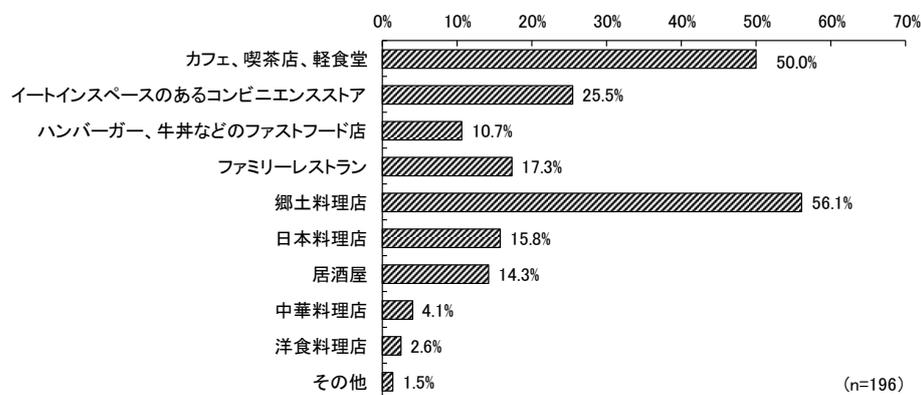
**【東京圏登山愛好者の中で芦安地区を經由して登山をしたことがある回答者】**

「カフェ、喫茶店、軽食堂」の割合が 52.5%と、上記の東京圏登山愛好者全体の回答割合 45.2%を上回る。



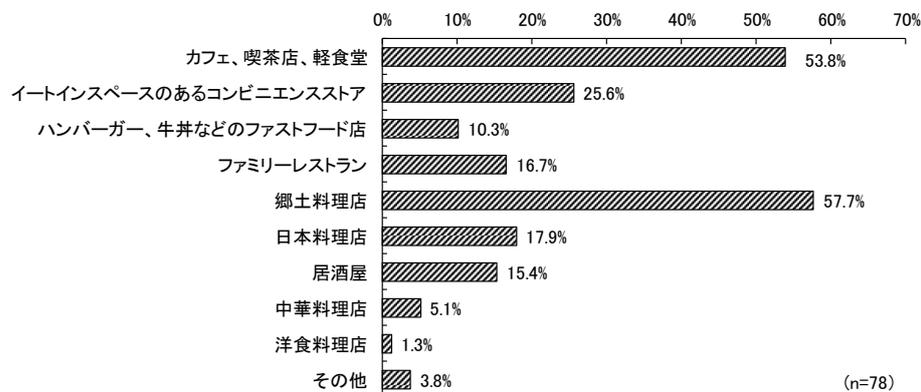
**【関西3府県登山愛好者】**

前問で、「南アルプスに登山をするとき、南アルプス市内で飲食店に立ち寄る（と思う）」「南アルプス市内で飲食店に立ち寄る（と思う）」と回答した人に、南アルプス市内で立ち寄る（と思う）飲食店について尋ねたところ、「郷土料理店」の割合が56.1%と最も高く、次いで「カフェ、喫茶店、軽食堂」が50.0%、「イトインスペースのあるコンビニエンスストア」が25.5%であった。



**【関西3府県登山愛好者の中で芦安地区を經由して登山をしたことがある回答者】**

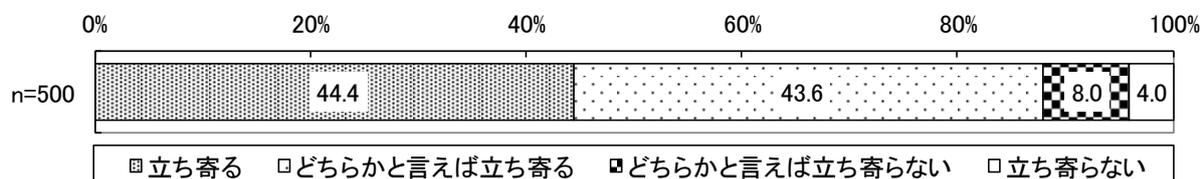
上記の関西3府県登山愛好者全体と、ほぼ同様の回答割合であった。



### 問15（コンビニ、カフェへの立ち寄り意向）

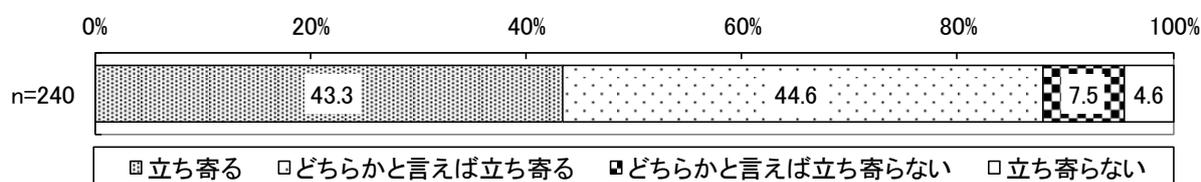
#### 【東京圏登山愛好者】

南アルプスに登山をする場合、芦安地区にコンビニエンスストアがあれば立ち寄るか尋ねたところ、「立ち寄る」の割合が44.4%と最も高く、次いで「どちらかと言えば立ち寄る」が43.6%であった。



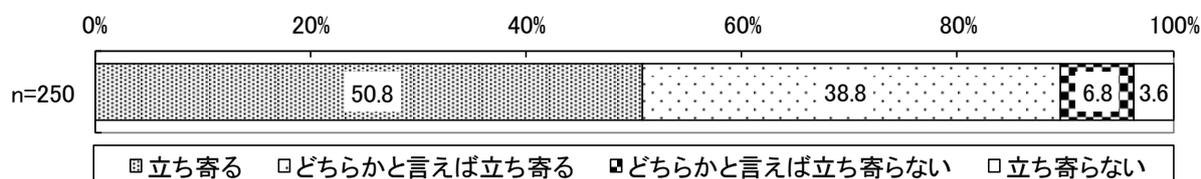
#### 【東京圏登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

上記の東京圏登山愛好者全体と、ほぼ同様の回答割合であった。



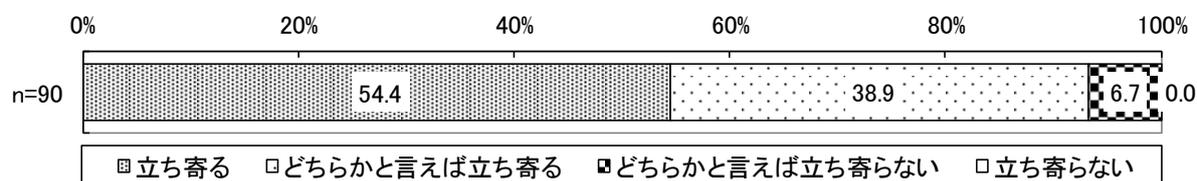
#### 【関西3府県登山愛好者】

南アルプスに登山をする場合、芦安地区にコンビニエンスストアがあれば立ち寄るか尋ねたところ、「立ち寄る」の割合が50.8%と最も高く、次いで「どちらかと言えば立ち寄る」が38.8%であった。



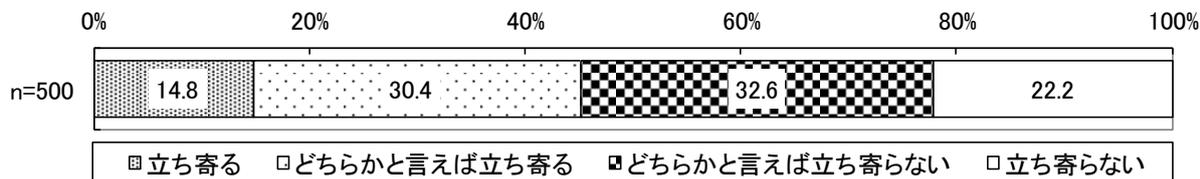
#### 【関西3府県登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

上記の関西3府県登山愛好者全体と、ほぼ同様の回答割合であった。



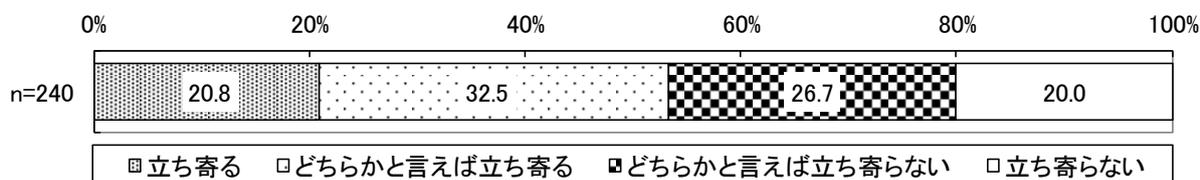
**【東京圏登山愛好者】**

南アルプスに登山をする場合、芦安地区にカフェがあれば立ち寄るか尋ねたところ、「どちらかと言えば立ち寄らない」の割合が32.6%と最も高く、次いで「どちらかと言えば立ち寄る」が30.4%であった。



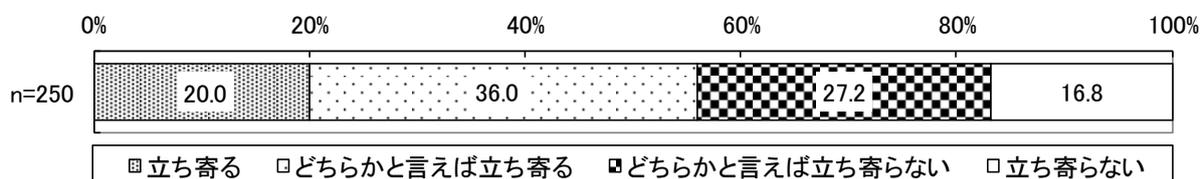
**【東京圏登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】**

「立ち寄る」の割合が20.8%と、上記の東京圏登山愛好者全体の回答割合14.8%を上回る。



**【関西3府県登山愛好者】**

南アルプスに登山をする場合、芦安地区にカフェがあれば立ち寄るか尋ねたところ、「どちらかと言えば立ち寄る」の割合が36.0%と最も高く、次いで「どちらかと言えば立ち寄らない」が27.2%であった。



**【関西3府県登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】**

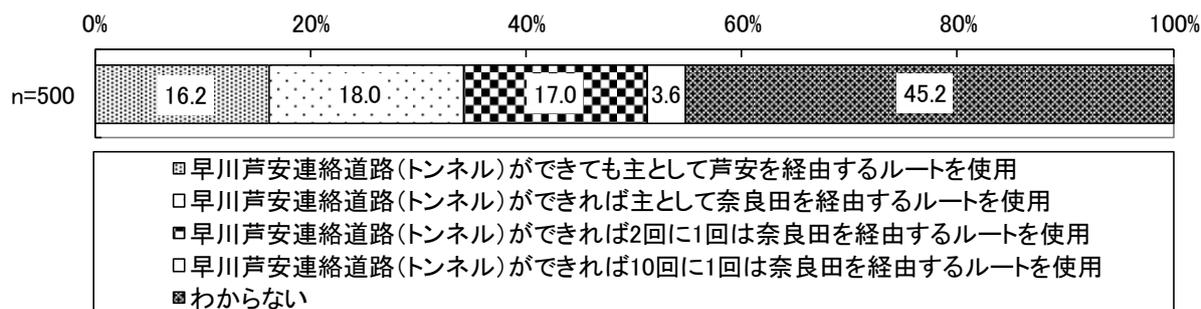
「立ち寄る」の割合が25.6%と、上記の関西3府県登山愛好者全体の回答割合20.0%を上回る。



### 問16（ルート変化の可能性）

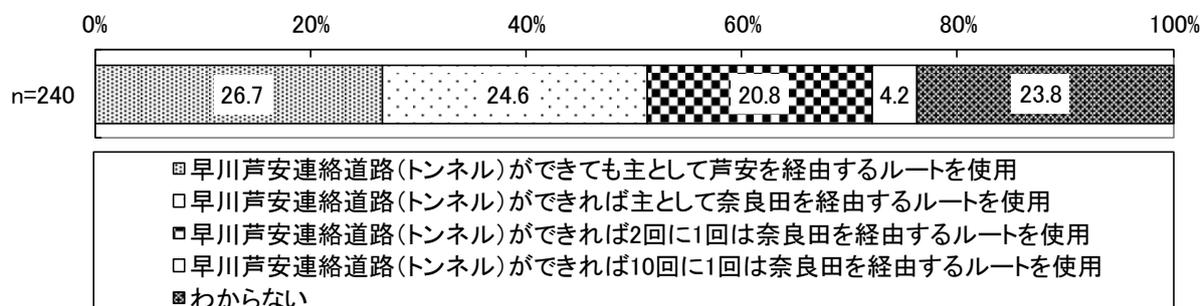
#### 【東京圏登山愛好者】

将来、芦安地区と早川町（奈良田地区）を結ぶ「早川芦安連絡道路（トンネル）」が開通し、芦安地区から奈良田地区までが短時間で往来できるようになることが予想される。「早川芦安連絡道路（トンネル）」の完成後に、南アルプス（北岳など）に登山をする場合、ルートを変える可能性について尋ねたところ、「わからない」の割合が最も高く45.2%、次いで「早川芦安連絡道路（トンネル）」ができれば主として奈良田を経由するルートを使用」が18.0%であった。「早川芦安連絡道路（トンネル）」ができて主として芦安を経由するルートを使用」は16.2%であり、奈良田経由を下回った。



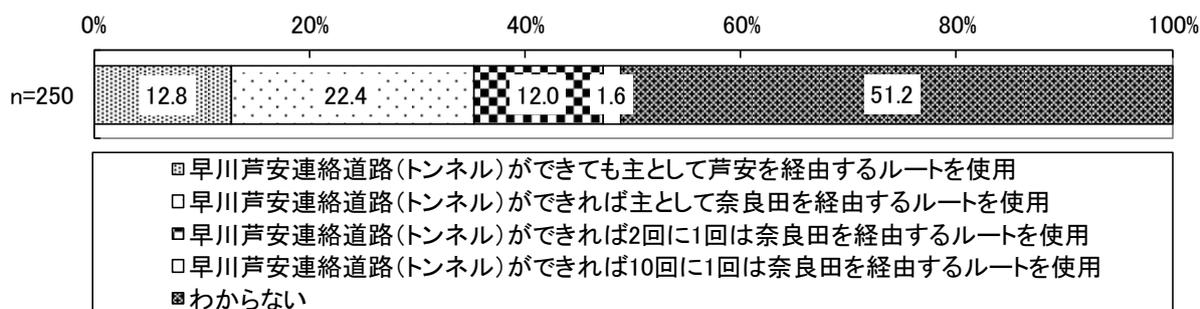
#### 【東京圏登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

「早川芦安連絡道路（トンネル）」ができて主として芦安を経由するルートを使用」の割合が26.7%、「早川芦安連絡道路（トンネル）」ができれば主として奈良田を経由するルートを使用」の割合が24.6%と、両者はほぼ拮抗している。



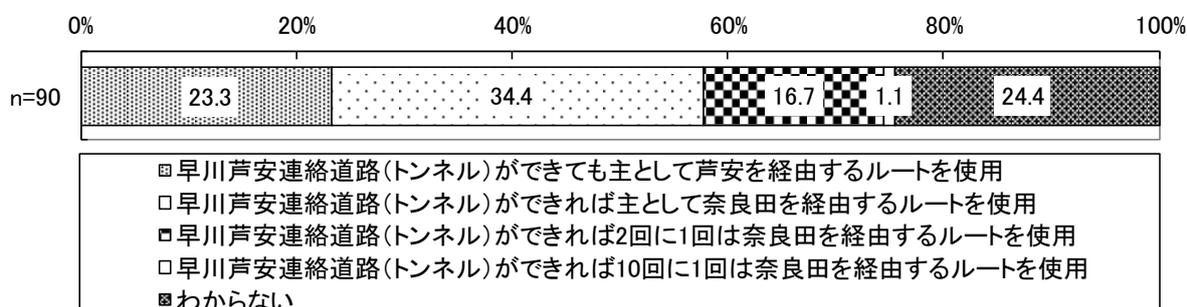
**【関西3府県登山愛好者】**

将来、芦安地区と早川町（奈良田地区）を結ぶ「早川芦安連絡道路（トンネル）」が開通し、芦安地区から奈良田地区までが短時間で往来できるようになることが予想される。「早川芦安連絡道路（トンネル）」の完成後に、南アルプス（北岳など）に登山をする場合、ルートを変える可能性について尋ねたところ、「わからない」の割合が最も高く 51.2%、次いで「早川芦安連絡道路（トンネル）ができれば主として奈良田を経由するルートを使用」が 22.4%であった。「早川芦安連絡道路（トンネル）ができて主として芦安を経由するルートを使用」は 12.8%であり、奈良田経由を下回った。



**【関西3府県登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】**

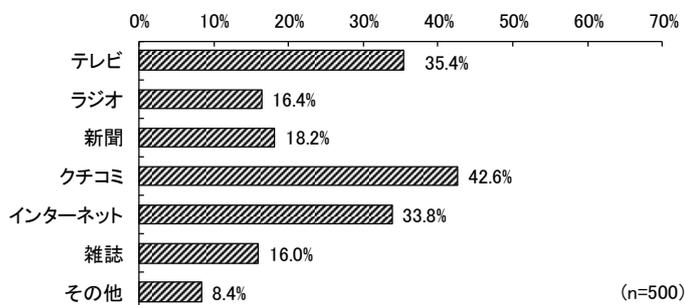
「早川芦安連絡道路（トンネル）ができて主として芦安を経由するルートを使用」の割合が 23.3%、「早川芦安連絡道路（トンネル）ができれば主として奈良田を経由するルートを使用」の割合が 34.4%と、奈良田経由が上回った。



### 問17（登山計画時の情報媒体）

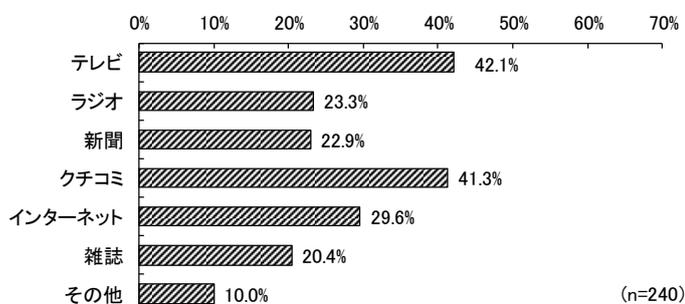
#### 【東京圏登山愛好者】

登山計画を立てる場合に利用する情報媒体について、複数回答で尋ねたところ、「クチコミ」の割合が42.6%と最も高く、次いで「テレビ」が35.4%、「インターネット」が33.8%であった。



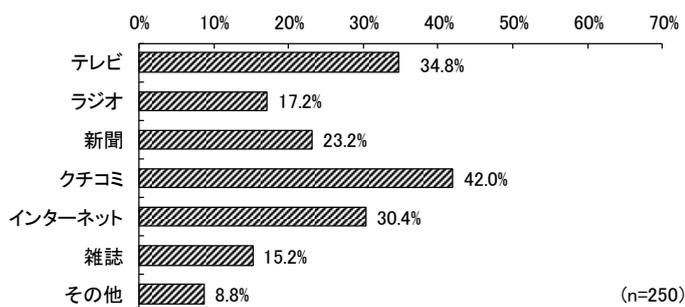
#### 【東京圏登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

「テレビ」の割合が42.1%と、上記の東京圏登山愛好者全体の回答割合35.4%を上回る。



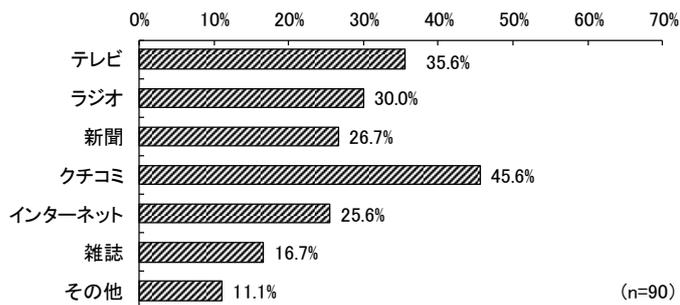
#### 【関西3府県登山愛好者】

登山計画を立てる場合に利用する情報媒体について、複数回答で尋ねたところ、「クチコミ」の割合が42.0%と最も高く、次いで「テレビ」が34.8%、「インターネット」が30.4%であった。



#### 【関西3府県登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

「ラジオ」の割合が30.0%と、上記の関西3府県登山愛好者全体の回答割合17.2%を上回る。



なお、「インターネット」と「雑誌」で、多くの回答者が記載した具体的サイト名、雑誌名は、次のとおりである。東京圏も関西3府県も同様の回答であった。

■主なサイト名

- ・ヤマレコ（株式会社ヤマレコが提供する登山専用のコミュニティサイト、登山記録データベース）
- ・YAMAKEYI-ONLINE（株式会社山と溪谷社が提供する登山情報サイト）

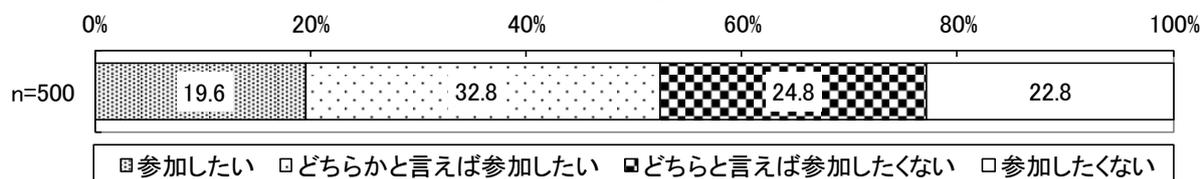
■主な雑誌名

- ・山と溪谷（株式会社山と溪谷社が発行する登山情報誌）

問18（スノートレッキングツアーの参加可能性）

【東京圏登山愛好者】

白峰三山を望むことができる夜叉神峠を目指す冬季のスノートレッキングツアーを開催した場合、ツアー参加の可能性について尋ねたところ、「どちらかと言えば参加したい」の割合が32.8%と最も高く、次いで「どちらかと言えば参加したくない」が24.8%であった。



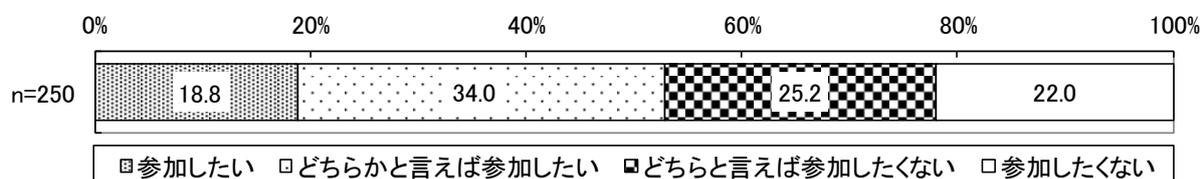
【東京圏登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

「参加したい」の割合が27.5%と、上記の東京圏登山愛好者全体の回答割合19.6%を上回る。



【関西3府県登山愛好者】

白峰三山を望むことができる夜叉神峠を目指す冬季のスノートレッキングツアーを開催した場合、ツアー参加の可能性について尋ねたところ、「どちらかと言えば参加したい」の割合が34.0%と最も高く、次いで「どちらかと言えば参加したくない」が25.2%であった。



【関西3府県登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

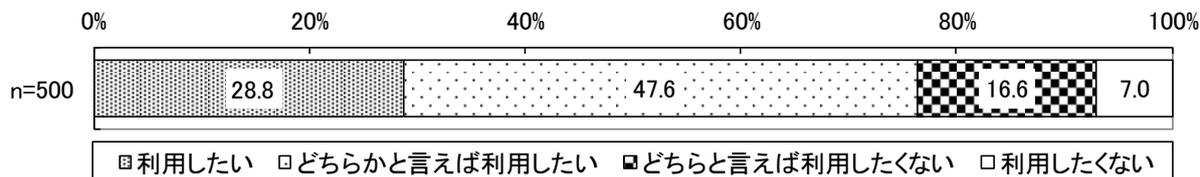
「参加したい」の割合が32.2%と、上記の関西3府県登山愛好者全体の回答割合18.8%を上回る。



### 問19（簡易宿泊施設の利用可能性）

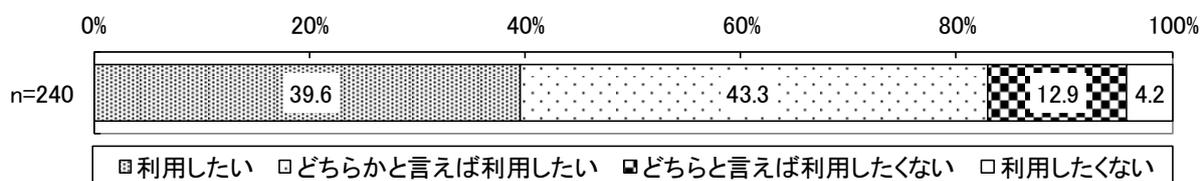
#### 【東京圏登山愛好者】

芦安地区に、低料金で宿泊できる簡易宿泊施設を開設した場合、利用の可能性について尋ねたところ、「どちらかと言えば利用したい」の割合が47.6%と最も高く、次いで「利用したい」が28.8%であった。



#### 【東京圏登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

「利用したい」の割合が39.6%と、上記の東京圏登山愛好者全体の回答割合28.8%を上回る。



#### 【関西3府県登山愛好者】

芦安地区に、低料金で宿泊できる簡易宿泊施設を開設した場合、利用の可能性について尋ねたところ、「どちらかと言えば利用したい」の割合が51.6%と最も高く、次いで「利用したい」が28.0%であった。



#### 【関西3府県登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

「利用したい」の割合が37.8%と、上記の関西3府県登山愛好者全体の回答割合28.0%を上回る。



## 問20（民泊の利用可能性）

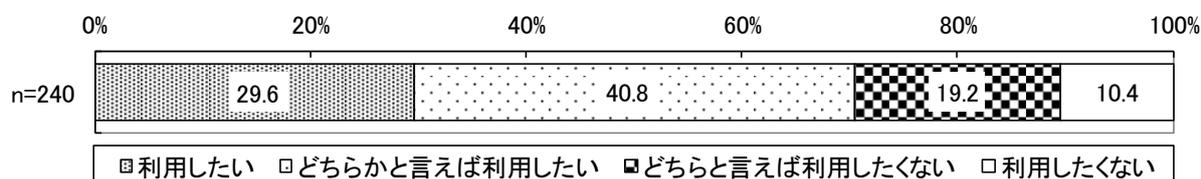
### 【東京圏登山愛好者】

芦安地区で、民泊（住宅の空き室などを登山客に有料で提供）を行った場合、利用の可能性について尋ねたところ、「どちらかと言えば利用したい」の割合が41.0%と最も高く、次いで「どちらかと言えば利用したくない」が25.0%であった。



### 【東京圏登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

「利用したい」の割合が29.6%と、上記の東京圏登山愛好者全体の回答割合20.4%を上回る。



### 【関西3府県登山愛好者】

芦安地区で、民泊（住宅の空き室などを登山客に有料で提供）を行った場合、利用の可能性について尋ねたところ、「どちらかと言えば利用したい」の割合が39.2%と最も高く、次いで「どちらかと言えば利用したくない」が26.8%であった。



### 【関西3府県登山愛好者の中で芦安地区を経由して登山をしたことがある回答者】

「利用したい」の割合が30.0%と、上記の関西3府県登山愛好者全体の回答割合20.8%を上回る。



## 問2 1 (交通手段への意見)

### 【東京圏登山愛好者】

東京圏の登山愛好者からは、バスの充実に関する意見が最も多く、次いで自家用車、駐車場、公共交通の充実に関する意見が多く寄せられた。

#### 1. バスに関する意見

・バスしかないのに本数が少ないため、本数を増やしてほしい。
・バスの本数が多いとありがたい。自家用車の駐車料金を高くすればいいのではないか。
・南アルプスは路線バスの時間が決まっており、アクセスが悪く、登山に時間もかかり行きたいけれどなかなか行けない場所の一つである。路線バスの更なる利便性の改善を望みます。
・八王子・横浜などからの直通バスがほしい。
・東京での大きなターミナル駅からのバスがあれば便利で楽に安価に参加できると思います。例えば新宿、池袋等。

#### 2. 自家用車に関する意見

・マイカーは便利ですが、山道で対向車が危険と感じることがあります。北アルプスのように、すべて電気バスに乗り換えるようにしてもいいのかな?とも感じます。
・マイカー規制が非常に不便に感じる。便数が少なく、交通料金も高い。
・マイカー規制されていて駐車場も充実と聞くが、規制は必要。環境を守るためには多少の不便さもよいかと。

#### 3. 駐車場に関する意見

・広い駐車場を完備して欲しい。出来れば無料か低価格でお願いします。
・自家用車で行くことが多いので芦安地区の駐車場の整備をお願いします。駐車場台数の確保、トイレの整備(重要)。また、広河原までの道路の整備をお願いします。
・自家用車で行くので、トイレ完備の無料駐車場が欲しい。

#### 4. 公共交通に関する意見

・交通手段の選択肢をもっと増やしてくれれば便利になり、お客の利用ももっと増えると思う。
・公共交通機関の充実を希望。
・公共交通機関だと不便なイメージ。

#### 5. 関連施設に関する意見

・芦安地区の交通手段に特に不満はないが、より車で行きやすくなったり、寄りやすいコンビニが増えれば観光客は増えるとは思いますが。増えすぎるのも個人的には嫌ですが。
・自家用車かバスが多いので、駐車場やその周辺のトイレや飲食店、登山に必要な物を取り扱っている店が充実していると良いなと思います。

#### 6. その他の意見

・あまり便利になりすぎて、自然が荒されてしまわないようにしてほしい。
・パックツアーを頻繁に売り出してほしい。
・車を運転しないので、甲府駅からバスの乗り継ぎやタクシー利用で入山します。芦安で乗り換えになったことは不便に感じますが、山の自然を守るの方が大切なので、今のままで良いと思います。
・東京から芦安まで、仕事が終わってから(19時ころ)乗り換えなしで早くつける方法があれば、芦安で泊まることもあるかと思う。また、芦安の中がわかりにくく、帰りに途中下車してお風呂に入ってから帰る気になれない。送迎があればありがたいと思う。

### 【関西3府県登山愛好者】

関西3府県の登山愛好者からは、バス、自家用車、駐車場に関する意見が多く寄せられた。関西圏からの直行バスを求める意見もみられた。

#### 1. バスに関する意見

・シルバーウィークの甲府駅からの始発のバス本数を増やして欲しい（3年前、乗るまで時間がかかったので）。
・関西から直行バスが出ていると良い。
・そもそも関西の人は、南アルプスには行きにくいです。あと、どうしても芦安はツアーバスを使うと通過点になるので、立ち寄りにくいと思います。

#### 2. 自家用車に関する意見

・自家用車の利用に不便を感じる。
・マイカーで行く場合の道路状況を確認できれば。例：道幅・工事状況・不通・規制等
・自家用車しか考えられない。バスもあれば便利。

#### 3. 駐車場に関する意見

・自家用車が多いので駐車場・休憩所・トイレの充実を希望。
・自家用車が無料で駐車できたらよい。
・車で行くと思うので大きな駐車場とそこから先のバスの本数・時間帯が充実していればよい。

#### 4. 道路に関する意見

・近年高速道路が南アルプス市まで開通したので有り難いです。新清水から国道を走行するルートも活用しますが、片側1車線で事故等の渋滞時に情報をリアルタイムに得たいと感じることがあった。
・車で玄関口までスムーズにいけるように交通道路の整備を良くしてほしい。
・関西からは南アルプスに行くのに時間が要します。運転しやすい道、対向車とのすれ違いがしやすい道を利用したい。

#### 5. その他の意見

・南アルプスは大阪からなかなか行きにくいところです。JR駅から利用できるアクセスがあれば便利になると思います。若い方の登山人口を増やすようになっていただくと嬉しいです。
・早朝に芦安から広河原に行く手段が、自家用車・レンタカーか、甲府駅からの早朝バスしかないの、深夜に芦安に到着して仮眠後に出発できるようにしてほしい。
・公共交通機関利用します。交通の便が良くなることは歓迎です。早朝便がない時にはタクシーの利用です。
・交通面がよければ行きたいと思います。
・林道が雨でよく閉鎖されたり、場所によっては、山小屋宿泊者しか通れなかったり、またバスの便が少ないなど、なかなか大変。

## 問22（取り組むべき課題）

### 【東京圏登山愛好者】

東京圏の登山愛好者からは、情報発信、アクセスの改善、温泉、宿泊施設に関する意見が最も多く寄せられた。また、宿泊施設については、価格の引き下げを期待する意見も多く寄せられた。

#### 1. 情報発信に関する意見

・やはり人を呼ぶには、知られてないとだめだと思うので、宣伝をした方がいいと思う。
・地元の名産品やみどころなど魅力のPRが足りていない。
・存在を知らない人が多いので、南アルプス登山に向いている温泉地である事と、魅力を積極的に発信したら良いと思います。
・芦安温泉という知名度、ブランディングは必要なかもしれません。私は好きで、何度かお伺いしています。

#### 2. アクセスに関する意見

・バスの本数を増やして欲しい。
・東京駅など登山者が集まれる場所からの直通バスを走らせれば行くと思う。良い例としてスパリゾートハワイアンズ。
・甲府から宿泊者向けの無料送迎バスを出す。
・宿泊客に無料で広河原まで乗せていってくれるサービス。

#### 3. 温泉に関する意見

・やはり宿泊の楽しみは、温泉浴場、食事であり適正宿泊費（特に休日も平日料金と一律）が望ましい。
・料理と温泉施設の充実と安い料金。比較的に山梨の日帰り温泉は施設が今いちで料金が高いので敬遠がち。
・簡素で良いが温泉は大きくてユッタリしていて欲しい。
・最近周囲では、山を降りたら温泉、というのがセットになっている感じがするので、山の疲れと汚れを落とせる温泉（日帰り施設又は宿）が充実しているといいと思います。

#### 4. 宿泊施設に関する意見

##### （1）安価な宿泊施設への期待

・低価格帯で利用できるようにする事が第一。例えば一泊朝食付きで¥2,500～¥3,000程度。なお前日の食事は持ち込み可とする事。
・格安の宿泊施設ができれば助かります!!!素泊まりでもいいので。
・安く泊まれるところがあれば何日かいたい。

##### （2）ペットと利用できる宿泊施設への期待

・犬としか登山しないので、犬と行けるカフェや温泉があれば寄る。
・今やペットを飼っている家族も多く、自分もペットがいるので、なかなか宿泊の伴う登山となると難しくなる為、もしペットの泊まれる施設があれば絶対に利用すると思う。

#### 5. その他

・登山用品（食料や雨具など）を扱ったスーパーマーケット位の色々選べるような大きさのお店があると良いと思います。
・カフェやお土産屋さん等が増えると嬉しい。名産物をテレビなどで放送して欲しい。
・是非食べてみたい名物料理があると良い。
・低価格で登山者のために早朝お弁当などを用意してくれるとありがたい。

### 【関西3府県登山愛好者】

関西3府県の登山愛好者からは、情報発信、宿泊施設に関する意見が多く寄せられた。また、宿泊施設については、東京圏と同様に、価格の引き下げを期待する意見も多く寄せられた。

#### 1. 情報発信に関する意見

・あまり名前を聞いたことがなかったが、素晴らしい温泉や郷土料理など、そこで楽しめる情報をもっとあれば、是非立ち寄ってみたいと思います。
・交通面や情報の詳しさなどが求められる。
・名産品、郷土料理店、風情ある露天風呂など宣伝してほしい。
・地域の伝統をよりアピールすべきだと思う。

#### 2. 宿泊施設に関する意見

##### （1）安価な宿泊施設への期待

・温泉客ではなく登山客に特化した宿を増やす(格安)、若者が経営する山小屋的なもの等と新しい形態の宿。
・安く泊まれる施設があると助かる。
・価格設定が少し高めに感じる。

##### （2）宿泊施設の充実への期待

・魅力的な宿が少ないように思う。
・登山客に関して言えば、宿泊施設に登山パックのようなもの(例えば登山口までの無料送迎とか、早い出発に対応した食事やお弁当など)があると嬉しいです。
・南アルプスの山小屋の食事が美味しくなかったので 美味しくて食べやすい食事を提供してほしいです。

#### 3. アクセスに関する意見

・どこの山でも、通過点の集客は厳しいです。自家用車がそこまで後はバスというような上高地式なら発展するとは思いますが。
・そこまでの足が一番問題と山から下りてきて、もう一泊したいと思うようサービスや料金などを考えてほしい。
・交通の便を良くする事だと思う。
・案内掲示板をもっと増やして欲しい。

#### 4. 温泉施設に関する意見

・登山客が多いのであれば、山を眺めながら入れる絶景露天風呂が欲しい。コインランドリーがあるとウェアも洗えるのでよい。
・色々なタイプの温泉が満喫できるような宿泊施設
・南アルプスには行ったことがないが、宿が登山の玄関口になり、温泉があればよい。また朝早く出る場合には弁当にしてくれるのが良い。九重の法華院温泉宿ではお弁当にしてくれる。

#### 5. その他の意見

・1合目辺りの自動販売機の数もう少し多ければと思います。
・ファミリー向きにすること。例えば、「昆虫館」や「自然の館」をつくるなど。
・宿泊施設や芦安地区というよりも、南アルプス全体の問題として、北アルプスに比べて山小屋の充実度、サービス面で劣っているとよく耳にします。芦安温泉が努力されるとともに、南アルプスのイメージアップを全体で考えて頂きたい。
・登山だけでなく、星空観察や野鳥観察などの滞在型の宿泊者に訴求すべきでは。
・テント持参が多いのでキャンプ施設の充実を希望。

### （3）登山愛好者に対するインターネットアンケート調査結果のまとめ

#### ①回答者属性

##### ■年齢層 ⇒ 東京圏からはシニア層の割合が高く、関西3府県からは若者層の割合が高い

東京圏の芦安地区経由経験者は、登山愛好者全体に比べるとシニア層の割合が高い。この背景としては、シニア層が長年の登山キャリアの中で芦安地区を経由した経験があり、割合が高くなっている可能性がある。一方、関西3府県の芦安地区経由経験者は、登山愛好者全体と比べると「20歳～39歳」の割合が41.1%と高い。関西方面から南アルプスを登山する場合、旅行行程が長くなるため体力のある若い年齢層の割合が高くなった可能性がある。

##### ■登山スキル ⇒ 上級者をひきつける南アルプス

登山愛好者全体と比較した場合、東京圏と関西3府県の芦安地区経由経験者は、いずれも「上級者」の割合が10%未満から15%前後に増える。南アルプスは「上級者」をひきつける登山コースであることがうかがえる。

##### ■年間登山回数 ⇒ 東京圏から頻度高く登山をする人が訪れる南アルプス

東京圏の芦安地区経由経験者は、登山愛好者全体に比べて「月に1回以上」の割合が高いことから、頻度高く登山を行う人が芦安地区を訪れていることがうかがえる。

#### ②登山客の行動

##### ■登山ツアーへの参加状況 ⇒ 関西圏からは「登山ツアー」が芦安経由のきっかけを提供

芦安地区経由経験者は、登山愛好者全体に比べて東京圏・関西3府県とも、「登山ツアー」に参加した割合が高い。特に関西3府県の芦安地区経由経験者は、「登山ツアー」の参加割合が7割を超えており、「登山ツアー」が芦安経由のきっかけを提供していることがうかがえる。

##### ■交通手段 ⇒ 自家用車の利用が最も多いがバス・鉄道の利用しやすさも重要

登山愛好者も芦安地区経由経験者も、交通手段として自家用車を使用する割合が最も高いが、自家用車に次いで「バス」「鉄道」といった交通機関も使用されている。「バス」の便数や運行時間帯、「鉄道」から「バス」への乗継など、登山者にとって利用しやすい交通機関の提供が求められていることがうかがえる。

##### ■芦安温泉での宿泊 ⇒ 芦安地区経由経験者の3分の1が芦安温泉に宿泊する意向

東京圏・関西3府県の芦安地区経由経験者とも、3分の1は「南アルプスに登山する場合、ほとんど芦安温泉に宿泊する（と思う）」と回答しており、芦安温泉に対する宿泊ニーズがうかがえる。特に東京圏の登山客にとって、南アルプス登山は初日に山小屋まで容易に到達できる距離にあるが、それでも3分の1の登山客は、芦安温泉への宿泊意向がうかがえる。

### ■定宿の有無 ⇒ 芦安温泉に宿泊する意向を示した登山客の約6割が定宿を確保

東京圏・関西3府県の芦安地区経由経験者とも、芦安温泉への宿泊意向を示した登山客の約6割は、「南アルプスに登山する場合、繰り返し宿泊する旅館・ペンション等がある」と回答している。登山客は定宿を抱え、宿泊施設は「リピーター客」を確保していることがうかがえる。

### ■芦安温泉に宿泊する理由 ⇒ シニア登山客の体力確保に向けた宿泊ニーズ

東京圏の芦安地区経由経験者は、芦安温泉に宿泊する理由として「ゆとりある登山」や「体力の確保・回復」を重視し、関西3府県の芦安地区経由経験者は「体力の確保・回復」や「睡眠時間の確保」を重視している。登山シーズンの山小屋は混雑して十分な休息を取りにくいことや、近年、シニア層の登山者が増加していることを踏まえると、芦安地区がシニア登山客の宿泊ニーズを受け止める可能性がうかがえる。

### ■芦安温泉に宿泊しない理由 ⇒ 深夜到着・早朝出発のため宿泊しない登山者の存在

東京圏・関西3府県の芦安地区経由経験者とも、「初日に山小屋まで到着できる」や「登山日程の圧縮」などを芦安温泉に宿泊しない理由の上位に挙げている。さらに、これらに次いで、「早朝や深夜などに芦安地区に到着するため」が芦安温泉に宿泊しない理由として挙げられており、通常の宿泊施設では受け入れていない登山客がいることがうかがえる。言い換えれば、深夜のチェックインや早朝のチェックアウトなど柔軟に対応できる宿泊施設があれば、これまで逃してきた宿泊客を確保できる可能性がうかがえる。

## ③登山客の意向

### ■買物の有無 ⇒ 南アルプス登山客の3分の1が地元で買物する意向

東京圏・関西3府県の芦安地区経由経験者とも、「南アルプスに登山する場合、南アルプス市内で買物をする（と思う）」の回答者は3分の1を占めた。「登山客は、あまり買物をしない」という捉え方がなされているが、実際には、登山客は地元で買物をする意向を持っており、買物をする場所や買物したくなる商品の提供が重要であることがうかがえる。

### ■買物の内容 ⇒ 「飲料」「弁当、おにぎり」などへのニーズ

「南アルプス市内で買物をする」「南アルプス市内でときどき買物をする」と回答した人が市内で購入したもの、購入したいものの上位二品は、東京圏・関西3府県とも、「水、お茶、ジュースなどの飲料」と「弁当、おにぎり」であった。前者は約8割、後者は約6割と、高い回答割合であり、登山に不可欠な食料品が求められていることがうかがえる。

### ■立ち寄った飲食店 ⇒ 東京圏登山客の3分の1、関西圏登山客の約5割が地元で飲食する意向

東京圏の芦安地区経由経験者は、「南アルプスに登山するとき、南アルプス市内で飲食店に立ち寄る（と思う）」の回答者は3分の1を、関西3府県の芦安地区経由経験者は5割近くを占めた。登山客は地元で飲食をする意向がうかがえ、食事をしたくなる場所やメニューの提供が重要であることがうかがえる。

### ■飲食店の内容 ⇒ 「カフェ、喫茶店、軽食堂」「郷土料理店」などへのニーズ

「南アルプス市内で飲食店に立ち寄る」「南アルプス市内でときどき飲食店に立ち寄る」と回答した人が市内で立ち寄る（と思う）飲食店は、東京圏・関西3府県とも、「カフェ、喫茶店、軽食堂」と「郷土料理店」が5割前後の高い回答割合であった。芦安地区において、こうした飲食店の創出を検討する必要性がうかがえる。

### ■コンビニへの立ち寄り意向 ⇒ コンビニ立ち寄りに対する高いニーズ

東京圏の芦安地区経由経験者が、南アルプスに登山する場合、芦安地区にコンビニエンスストアがあれば立ち寄る割合は約4割、関西3府県の芦安地区経由経験者は約5割であった。「どちらかと言えば立ち寄る」を含めると、東京圏・関西3府県の芦安地区経由経験者は、約9割が立ち寄る可能性があり、芦安地区への導入を検討する必要があることがうかがえる。

### ■ルート変化の可能性 ⇒ 芦安地区経由経験者の約半数が奈良田ルートへ変更を検討

芦安地区経由経験者は、南アルプス周辺地域に対して土地勘のある人達である。東京圏の芦安地区経由経験者の約半数が、県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の完成後に南アルプスに登山する場合、「主として奈良田を経由するルートを使用」と回答している。県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の完成は、南アルプス周辺地域へのアクセス性を向上させるが、既存の登山客の半数は芦安経由から奈良田経由にルートを変更する可能性がうかがえる。県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の完成までに、芦安ルートの優位性の確立や既存登山客の顧客化など、芦安地区の魅力向上を図る必要性がうかがえる。

### ■登山計画時の情報媒体 ⇒ 登山仲間からのクチコミやマスメディアを利用

東京圏・関西3府県の芦安地区経由経験者は、登山計画を立てる場合の情報媒体として「クチコミ」や「テレビ」を利用している割合が高い。登山仲間からの情報とマスメディアを頼りとしていることがうかがえ、芦安地区としては既存登山客の満足度を高める必要性がうかがえる。

### ■スノートレッキングツアーの参加可能性 ⇒ 東京圏は約6割、関西圏は約7割に参加ニーズ

夜叉神峠を目指すスノートレッキングツアーを開催した場合、「参加したい」と「どちらかと言えば参加したい」を合わせた割合は、東京圏の芦安地区経由経験者が約6割、関西3府県の芦安地区経由経験者が約7割であった。スノートレッキングツアーに対するニーズがうかがえ、ツアーの企画を検討する必要があることがうかがえる。

### ■簡易宿泊施設の利用可能性 ⇒ 東京圏・関西圏とも約4割が利用したいと回答

東京圏・関西3府県の芦安地区経由経験者は、芦安地区に簡易宿泊施設を開設した場合、約4割が「利用したい」と回答している。「どちらかと言えば利用したい」を合わせると、東京圏の芦安地区経由経験者は約8割、関西3府県は約9割が利用に肯定的な回答を示している。芦安地区における簡易宿泊施設へのニーズがあり、検討する必要があることがうかがえる。

### ■民泊の利用可能性 ⇒ 東京圏・関西圏とも約3割が利用したいと回答

東京圏・関西3府県の芦安地区経由経験者は、芦安地区に簡易宿泊施設を開設した場合、約3割が「利用したい」と回答している。「どちらかと言えば利用したい」を合わせると、約7割が利用に肯定的な回答を示している。芦安地区における民泊へのニーズがあり、検討する必要があることがうかがえる。

## ④登山客の意見

### ■交通手段に関する意見

#### ・バスに関する意見 ⇒ 登山客が利用しやすいバス運行への期待

バスの増便、直行バスを求める複数の意見が見られた。甲府駅に到着する特急からの乗継改善、週末の増便、大都市のターミナル駅からの直行バスの運行などについて検討する必要があることがうかがえる。

#### ・自家用車・駐車場に関する意見 ⇒ マイカー利用がしやすい環境への期待

マイカーの規制緩和を期待する意見が見られた一方、環境保全に向けたマイカー規制、電気バスの運行、道路情報の提供などを求める意見も見られた。さらに、駐車場の確保、トイレの整備などを期待する意見も出された。南アルプスは、北アルプスと比較されがちであり、マイカー利用においても環境面への配慮の必要性がうかがえる。

#### ・深夜到着に関する意見 ⇒ 深夜の移動手段に対する期待

深夜芦安に到着できる交通手段を求める意見が見られた。深夜到着者の中にも交通機関の利用ニーズがあり、簡易宿泊施設と組み合わせ、受け入れ可否を検討する必要があることがうかがえる。

### ■取り組むべき課題に関する意見

#### ・情報発信に関する意見 ⇒ 芦安地区の魅力に関する情報発信

PR不足や積極的なPRの実施を求める複数の意見が見られた。温泉、名産品、地域の伝統など芦安地区の魅力を情報発信する必要があることがうかがえる。

#### ・宿泊施設に関する意見 ⇒ 多様な宿泊施設に対する期待

宿泊施設に対して、より低価格を期待する複数の意見が見られ、簡易宿泊施設に対するニーズがうかがえた。さらに、ペットとともに宿泊できる施設や、宿泊施設に対する魅力向上を期待する意見も見られた。多様な宿泊施設を提供する必要があることがうかがえる。

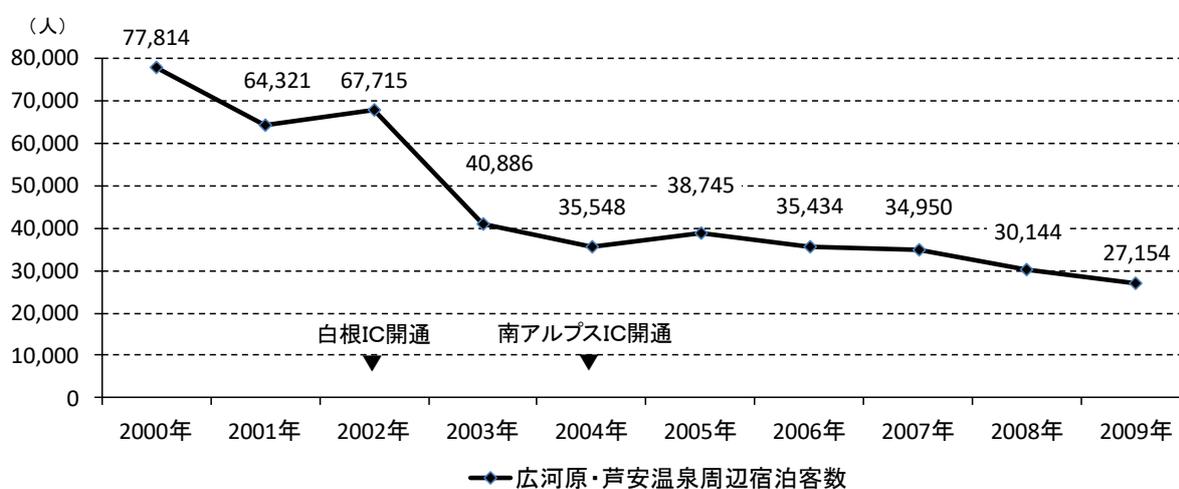
### 3. 道路整備等に伴う芦安地区の宿泊客への影響

#### （1）中部横断自動車道が芦安地区の宿泊客に及ぼす影響

高速道路の整備により、時間短縮効果や企業立地を誘発する効果などが期待できる。しかし、高速道路の整備が無条件に沿線地域の宿泊客を増やすわけではない。

中部横断自動車道では、双葉 JCT から白根 IC までが 2002 年（平成 14 年）3 月に、南アルプス IC が 2004 年（平成 16 年）3 月に、増穂 IC までが 2006 年（平成 18 年）12 月に供用開始となっている。

一方、山梨県観光客動態調査によれば、2000 年から 2009 年までの 10 年間の広河原・芦安温泉周辺地域への年間宿泊客数は、次の表のとおりである。白根 IC や南アルプス IC の開設が必ずしも広河原・芦安温泉への宿泊客の増加につながっていないことがうかがえる。



平成 31 年度に、中部横断自動車道の六郷 IC から新清水 JCT までの区間が開通すると、静岡県以西からの時間距離が短縮され、山梨県はより広域から集客できる可能性がある。

中部横断自動車道の六郷 IC から新清水 JCT までの区間は約 50km である。国道 52 号では時速 40km 走行、中部横断自動車道では時速 70km 走行と仮定すると、六郷 IC から新清水 JCT 区間の開通に伴い、約 30 分の時間短縮が期待できる。芦安地区では、こうした利便性向上を活かし、旅行代理店等に対して、西日本からの南アルプス登山ツアーの造成を促すなど働きかけることが求められる。

## （2）県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）が芦安地区の宿泊客に及ぼす影響

### ① 峠の道路の開通効果

国土交通省のホームページに掲載されている「効果事例集」によれば、県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）と同様に、峠の道路の開通効果の事例が紹介されている。その一例は次の表のとおりである。時間短縮や回遊性の向上などにより、観光客や通行車両が増加する可能性のあることがうかがえる。県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の開通に際して、山岳、温泉などの情報発信や観光客の受け入れ体制を整えることなどにより、次の事例と同様に観光客や宿泊客を増加できる可能性がある。

#### ■県道弘瀬高知線綱川トンネルの整備と効果

高知市から土佐山村にかけての山岳地帯では、県道弘瀬高知線は未改良区間を抱え、円滑な通行を妨げていた。平成5年3月に綱川トンネルが開通したことにより、土佐山綱川地点の休日交通量は、約2割増加した。

	開通前（平成2年）	開通後（平成6年）	増加率
土佐山村綱川交通量	平日：3,377台	平日：3,608台	6.8%アップ
	休日：1,943台	休日：2,373台	22.1%アップ

#### ■国道309号新川合トンネルの整備と効果

奈良県天川村から西吉野村にかけての山岳地帯では、国道309号は急勾配と急カーブが続く狭路で、冬季は凍結などで通行困難な道路であった。平成9年10月に新川合トンネルが開通したことにより、天川村の温泉利用者は次の表のとおり約6割増加した。

	開通前（平成8年）	開通後（平成9年）	増加率
天の川温泉利用者数	1,333人	2,412人	80.9%アップ
洞川温泉利用者数	1,268人	1,878人	48.1%アップ
（合計）	2,601人	4,290人	64.9%アップ

#### ■国道377号五名トンネルの整備と効果

香川県、東かがわ市五名地区では、阿波国と讃岐国の分水嶺にあたる地域であった。平成13年11月に五名トンネルが開通したことにより、四国八十八ヶ所霊場「大窪寺」の初詣客数は、次の表のとおり約4割増加した。

	開通直後（平成14年）	開通後（平成15年）	増加率
大窪寺初詣客数	14,000人	19,000人	35.7%アップ

県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の開通においても、上記の事例に見られるように、宿泊客を増やせる可能性がある。

### ② 県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）が芦安地区の宿泊客に及ぼす影響

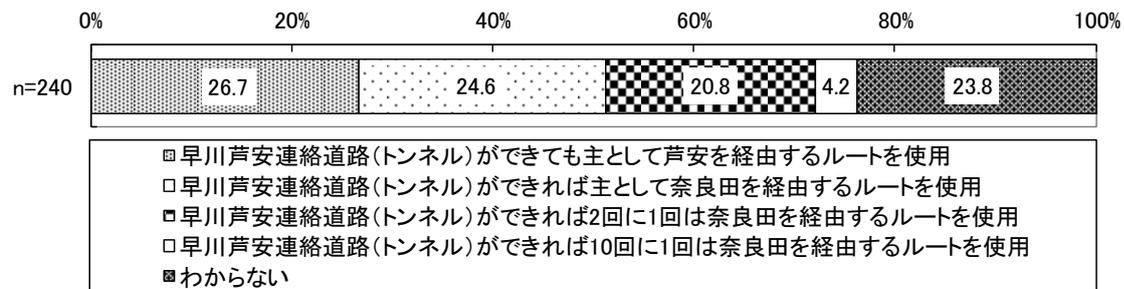
県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）は、平成38年度に開通する予定である。この道路の開通により、奈良田地区から広河原に向かう登山ルートの実便性が向上する。

登山愛好者に対するインターネットアンケート調査では、東京圏の登山愛好者の中で芦安地区を経

由して登山をしたことがある回答者に対して、県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の完成後に、南アルプス（北岳など）に登山をする場合、ルートを変える可能性について尋ねている。その結果は、次の図のとおりである。

「主として芦安を経由するルートを使用」の割合が 26.7%、「主として奈良田を経由するルートを使用」の割合が 24.6%と、ほぼ割合が拮抗している。

**ルート変化の可能性（再掲、東京圏登山愛好者で芦安地区を経由経験者の回答）**



平成 28 年の芦安並びに奈良田からの登山バスの時刻表は次の図のとおりであり、市営芦安駐車場から広河原までは 58 分、奈良田から広河原まで 45 分である。甲府駅から県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）を抜けて奈良田を経由する登山バスが運行されれば、登山バスの乗車時間は芦安を経由する登山バスとほぼ変わらないことがうかがえる。上記のアンケート調査結果のとおり、登山客がルートを変更し、奈良田からの登山バスが増便されれば、芦安地区を経由する登山客は減少する可能性がある。

**2017 年の芦安・奈良田からの登山バス時刻表**

〔甲府駅→市営芦安駐車場→広河原〕

甲府駅	市営芦安駐車場	夜叉神峠 登山口	広河原
—	夕 5:10	—	6:00
—	夕 5:15	5:32	6:13
—	夕 5:30	—	6:20
4:35	夕 5:30	5:47	6:28
—	◆ 7:00	7:17	7:58
—	夕 7:50	—	8:40
7:05	8:00	8:17	8:58
—	◆ 9:00	9:17	9:58
—	夕 9:50	—	10:40
9:05	10:00	10:17	10:58
—	夕 10:50	—	11:40
10:05	11:00	11:17	11:58
—	夕 11:35	—	12:25
■ 11:05	12:00	12:17	12:58
12:05	13:00	13:17	13:58
—	夕 14:00	—	14:50
14:05	15:00	15:17	15:58

〔広河原→市営芦安駐車場→甲府駅〕

広河原	夜叉神峠 登山口	市営芦安駐車場		甲府駅
		着	発	
夕 8:00	—	8:50	—	—
8:00	8:41	8:58	9:00	9:55
9:30	10:11	10:28	10:30	11:25
夕 10:20	—	11:10	—	—
11:00	11:41	11:58	12:00	12:55
夕 12:00	—	12:50	—	—
夕 12:50	—	13:40	—	—
13:00	13:41	13:58	14:00	14:50
夕 14:00	—	14:50	—	—
14:00	14:41	14:58	15:00	15:55
夕 15:00	—	15:50	—	—
15:00	15:41	15:58	16:00	16:55
16:00	16:41	16:58	17:00	17:55
夕 16:30	—	17:20	—	—
16:40	17:21	17:38	17:40	18:30

※ ■印…7月15日～17日、7月20日～8月20日の毎日運行  
 ※ ◆印…7月15日～7月17日と7月20日～8月20日の毎日、8月21日～9月24日の土日祝日のみ運行

〔身延駅→奈良田バス発着場→広河原〕

身延駅	下部温泉駅	奈良田バス発着場(乗換)		広河原
		奈良田温泉 着	奈良田 発	
—	—	—	■ 5:30	6:15
—	—	—	□ 8:30	9:15
7:05	7:26	8:35	—	—
—	—	—	■ 9:00	9:45
11:25	11:46	12:55	—	—
—	—	—	■ 13:30	14:15
13:45	14:06	15:15	—	—
—	—	—	■ 15:30	16:15
—	—	—	□ 15:30	16:15
16:45	17:06	18:15	—	—

〔広河原→奈良田バス発着場→身延駅〕

広河原	奈良田バス発着場(乗換)		下部温泉駅	身延駅
	奈良田 着	奈良田温泉 発		
—	—	6:35	7:44	8:05
□ 7:00	7:45	—	—	—
■ 8:00	8:45	—	—	—
—	—	9:50	10:59	11:20
■ 11:10	11:55	—	—	—
—	—	13:50	14:59	15:20
■ 14:10	14:55	—	—	—
□ 14:30	15:15	—	—	—
■ 16:40	17:25	—	—	—

※ ■印…7月20日～8月20日の毎日、6月23日～7月19日及び8月21日～11月5日の土日祝日のみ運行  
 □印…6月23日～7月19日及び8月21日～11月5日の平日のみ運行

出典：2017 年 路線バス・乗合タクシー時刻表（山梨県）

早川町の奈良田を含む西山地区には、温泉を備えた3軒の旅館と1軒の民宿がある。県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の開通により、芦安地区の宿泊施設（ペンション旅館等）は、西山地区の宿泊施設との競争にさらされることになる。宿泊施設アンケート調査と宿泊客アンケート調査によれば、芦安地区の宿泊施設（ペンション旅館等）では、登山シーズンは登山目的の宿泊客が約5割を占め、シーズンオフは温泉目的の宿泊客が約7割を占めている。

登山シーズンは、登山客が奈良田経由に流れる可能性があり、また、シーズンオフは、秘湯を売り物にしている西山地区の旅館との競争になるため、芦安地区の宿泊施設は、約9年後の県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の開通を見据えて、登山客の顧客化や温泉の魅力向上などに努めることが求められている。

上記のとおり、県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の開通は、宿泊客を増やすメリットと、奈良田ルートへの登山客の分散というデメリットの両面がある。9年後の芦安地区の宿泊客数を取って推計した結果は次のとおりである。

### ■県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）開通後の芦安地区の宿泊客の推計

登山や温泉ブームの変動などは考慮せず、平成28年時点の年間宿泊客数11,900人を基準とする。県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）開通に伴い、「峠の道路の開通効果の事例」と同様に観光客並びに宿泊客が増えることとみなす。「峠の道路の開通効果の事例」では、2～6割の増加実績があることから、県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）においては4割の増加があると仮定し、登山目的以外の宿泊客は、現状よりも4割増加するとみなす。

一方、登山客の総数も4割増加するが、その半数（50%）が奈良田ルートに向かい、早川町での宿泊を選択すると仮定する。こうした考え方に基づいた推計結果は、次の表のとおりである。

県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）開通後の芦安地区の「ペンション旅館」の年間宿泊客数は、約12,000人/年であり、現状とほぼ同様の宿泊客数である。

なお、登山目的の宿泊客の奈良田ルートへの流出を抑制することができれば、芦安地区の「ペンション旅館」の年間宿泊客数は増加する。流出を25%に抑制できた場合の年間宿泊客数は、約14,300人/年である。

#### 県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）開通後の「ペンション旅館」の目的別宿泊客数（登山客50%奈良田流出）

主目的	登山	温泉	いやし	気分転換	自然観察	その他	合計
割合	38.8%	25.9%	18.8%	11.8%	2.4%	2.4%	100%
目的別宿泊客数	4,659人	3,107人	2,260人	1,411人	283人	283人	12,003人

#### 県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）開通後の「ペンション旅館」の目的別宿泊客数（登山客25%奈良田流出）

主目的	登山	温泉	いやし	気分転換	自然観察	その他	合計
割合	48.8%	21.7%	15.8%	9.8%	2.0%	2.0%	100%
目的別宿泊客数	6,988人	3,107人	2,260人	1,411人	283人	283人	14,332人

#### 平成28年時点の「ペンション旅館」の目的別宿泊客数（再掲）

主目的	登山	温泉	いやし	気分転換	自然観察	その他	合計
割合	55.9%	18.6%	13.6%	8.5%	1.7%	1.7%	100%
目的別宿泊客数	6,655人	2,219人	1,614人	1,008人	202人	202人	11,900人

### (3) リニア中央新幹線が芦安地区の宿泊客に及ぼす影響

リニア中央新幹線は、平成39年に開通する予定である。山梨県では次のとおり、新駅利用者数（乗降客）を約12,300人/日、このうち観光客は8,600人/日と推計している。さらに、峡北・峡中ゾーンの観光客は約1,500人/日と推計している。

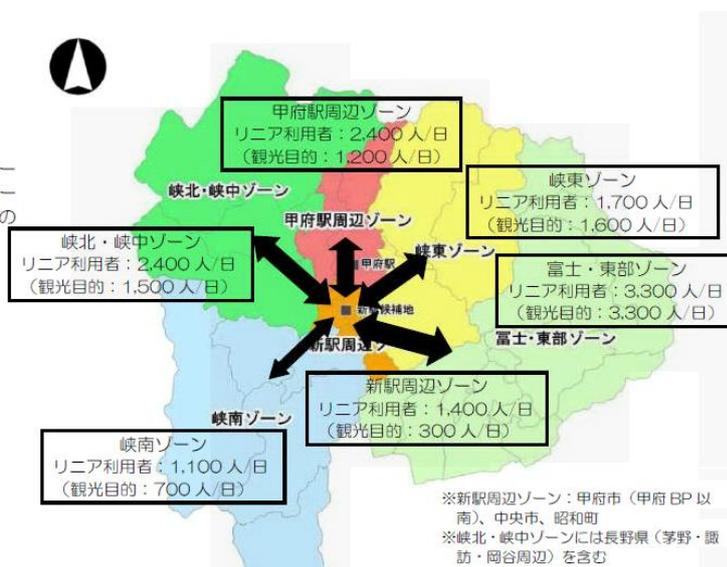
#### リニア新駅利用者数（乗降客数）

##### <観光目的のリニア新駅利用者数>

- 約8,600人/日  
 そのうち、外国人観光客のリニア利用者は、  
 約200人/日

##### <観光目的のゾーン別リニア新駅利用者数>

○観光目的でのリニア新駅利用者は富士・東部ゾーンがもっとも多く約3,300人、次いで峡東ゾーン約1,600人、峡北・峡中ゾーン約1,500人の順となっている。



出典：リニア需要予測結果について（山梨県）

平成28年山梨県観光入込客統計調査報告書によれば、平成28年の峡北・峡中圏域の宿泊客数は次の表のとおりである。「広河原・芦安温泉周辺」は、峡北・峡中に占めるシェアは0.37%である。

リニア中央新幹線による峡北・峡中ゾーンの観光客は約1,500人/日であり、現状のシェアと同様にその0.37%が「広河原・芦安温泉周辺」に向かうと仮定すると、リニア中央新幹線の新駅開設により、年間約1,000人程度の観光客の増加につながる可能性がある。また、第2章で推計したように、年間宿泊客数は山岳地帯の山小屋が52,500人/年(81.5%)、芦安地区のペンション旅館が11,900人/年(18.5%)である。リニア中央新幹線による観光客全てが宿泊すると仮定し、この割合を当てると、芦安地区ではリニア中央新幹線により約200人/年の宿泊客が増える可能性がある。

- ・リニア中央新幹線に伴う観光客増加数：1,500人/日 ÷ 2 × 0.37% × 365日 ≒ 1,000人/年
- ・リニア中央新幹線に伴う宿泊客増加数：1,000人/年 × 18.5% ≒ 200人/年

#### 峡北・峡中圏域の平成28年の年間宿泊客数

圏域	地区	宿泊客数	圏域	地区	宿泊客数
峡北	八ヶ岳高原周辺	2,428,253	峡中	昇仙峡・湯村温泉周辺	560,323
	金峰・みずがき周辺	165,472		芸術の森・武田神社周辺	2,531,800
	甲斐駒ヶ岳・鳳凰三山周辺	1,476,525		広河原・芦安温泉周辺	34,372
	茅ヶ岳周辺	375,676		楡形山・果実郷周辺	204,311
				釜無川沿岸	867,373
				風土記の丘周辺	553,409
	(合計)	4,445,926		(合計)	4,751,588

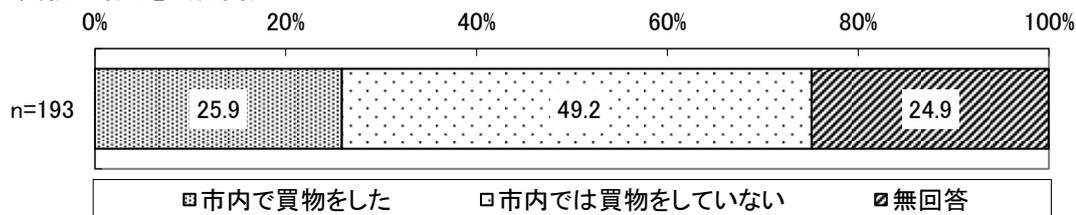
出典：平成28年山梨県観光入込客統計調査報告書（山梨県）

## 4. 道路整備等に伴う芦安地区の宿泊客の経済効果

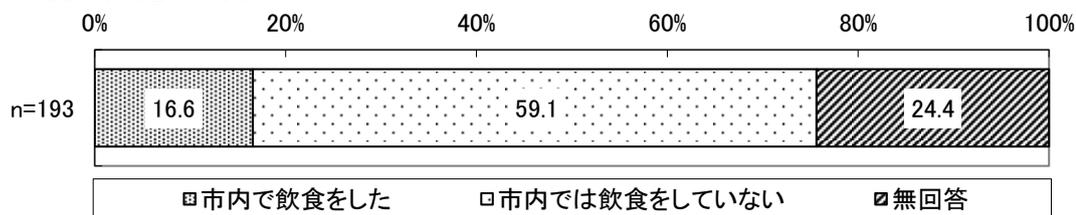
### （1）芦安地区の宿泊客の消費動向

宿泊客に対するアンケート調査によれば、市内で買物、飲食をした人の割合は、次の図のとおりである。無回答を除くと「市内で買物をした」割合は34.5%、「市内で飲食をした」割合は21.9%である。

#### 【市内での買物の有無】（再掲）



#### 【市内での飲食の有無】（再掲）



### （2）道路整備等に伴う芦安地区の宿泊客の経済効果

宿泊客に対するアンケート調査に基づく、市内での平均買物金額と平均飲食金額は、次のとおりである。

- ・平均買物金額：3,030 円／人
- ・平均飲食金額：2,350 円／人

県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の開通により、芦安地区のペンション旅館の年間宿泊客数が、現状の11,900 人／年から14,300 人／年に増加し、リニア中央新幹線の開業に伴う年間宿泊客200 人／年を加算すると、現状よりも2,600 人／年増加することになる。

芦安地区のペンション旅館の宿泊費を10,000 円／人と仮定する。さらに、今後、芦安地区に物販施設や飲食施設が整い、上記の平均買物金額、平均飲食金額が芦安地区で使われると仮定すると、県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の開通に伴い増加する経済効果は次のとおり、年間約3,000 万円の経済効果が期待できる。

- ・買物金額：2,600 人×34.5%×3,030 円／人≒272 万円
- ・飲食金額：2,600 人×21.9%×2,350 円／人≒134 万円
- ・宿泊金額：2,600 人×10,000 円／人≒2,600 万円

## 5. 道路整備等に関する問題点

### （1）中部横断自動車道の開通に関する問題点

中部横断自動車道の新清水JCTと六郷ICが開通することで、静岡県から山梨県に向けた交通利便性が向上する。ただし、この開通が直ちに芦安地区の観光客の増加に結びつくわけではなく、観光客を芦安地区に引き込むためには、芦安地区の情報発信など仕掛けが必要である。

### （2）県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の開通に関する問題点

#### ①「芦安ルート」と「奈良田ルート」の競合

県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）が開通することで、甲府駅から早川町奈良田地区への時間距離が大幅に短縮される。「甲府・芦安・広河原ルート」と「甲府・奈良田・広河原ルート」がほぼ同程度の時間距離になる可能性がある。登山愛好者に対するアンケート調査によれば、芦安地区を経由して登山をしたことのある回答者は、南アルプス登山に対して、県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）開通後は「芦安ルート」を利用する割合と「奈良田ルート」を利用する割合が拮抗しており、「芦安ルート」を使用する登山客が「奈良田ルート」に切り替える可能性がある。

#### ②「芦安ルート」の優位性の喪失

県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の整備に伴い、奈良田地区において駐車場が拡充され、さらに甲府駅から奈良田を経由して広河原に向かう登山バスも増便される可能性がある。また、帰路については奈良田起点の登山バスが運行され、芦安は途中の停車地点になり、奈良田から乗車しないと座席が確保できない事態が生まれ、帰路は「奈良田ルート」といった流れが生じる可能性がある。南アルプスを訪れる登山客にとって、「奈良田ルート」の使い勝手が良くなり、南アルプス登山は「奈良田ルート」の優位性が高まる可能性がある。

#### ③芦安地区の宿泊客流出の可能性

「奈良田ルート」の使い勝手が良くなることに伴い、東京圏から南アルプス登山をする人々は、「芦安ルート」と「奈良田ルート」を併用することが考えられる。芦安地区から奈良田地区に登山客が流れ、芦安地区のペンションや旅館に影響を及ぼす可能性がある。これまで「芦安ルート」を使用してきた登山客が、「奈良田ルート」を新鮮に感じ、温泉の魅力も加わり、奈良田地区に宿泊する登山客が増える可能性がある。

### （3）リニア中央新幹線開業に伴う問題点

リニア中央新幹線の開業に伴い、リニア新駅は8,600人/日の観光客が乗降すると推計される。しかし、峡北・峡中ゾーンの観光客は約1,500人/日と推計されており、現状の観光客の動向を踏まえると、芦安地区への観光客は1,000人/年、宿泊客は200人/年程度と考えられる。リニア中央新幹線の開業効果を受け止めるためには、芦安地区へ観光客を誘導していくことが必要である。また、リニア中央新幹線を利用すれば、都心から短時間で広河原まで到着することができるため、芦安地区は通過地点になる可能性もある。

## 第4章 県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）等開通における地域活性化策について

### 1. 県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）開通における地域活性化策

#### （1）中部横断自動車道の開通に向けた対応策

平成31年度には、中部横断自動車道の静岡・山梨区間（新清水JCT～双葉JCT）が全線開通予定である。新東名高速道路と中部横断自動車道がつながることで、静岡以西の地域から芦安までのアクセス性が向上する。静岡以西の地域に対して、南アルプス登山の玄関口としての「芦安地区」や「芦安温泉」を情報発信していくことが大切である。

さらに、名古屋市や大阪市の旅行代理店に対して、芦安地区での宿泊をセットにした南アルプス登山ツアーの企画販売を働きかけ、西日本からの集客につなげることが重要である。

#### （2）県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の開通に向けた対応策

早川町奈良田地区と南アルプス市芦安地区をつなぐ県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）は、地質調査によって芦安側の盛土予定区間が軟弱であることが判明し、ルート変更と道路構造の見直しが必要とされた。山梨県による「県土整備部公共事業評価会議11月実施分」の公表資料によれば、工期が7年間延長され、平成38年度の完成となっている。

県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の開通は約9年後の将来である。この間には中部横断自動車道が新東名高速道路とつながる。また、平成39年にはリニア中央新幹線が開業する予定である。芦安地区に最も大きな影響を及ぼす県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の開通時期を見据えて、地域活性化策を実行していくことが大切になる。

東京圏の登山愛好者に対するアンケート調査からは、県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の開通に伴い、南アルプス登山に際して奈良田ルートを選択する登山客が増加し、芦安ルートを選択する登山客が減少する可能性がうかがえる。開通までに、芦安地区の登山客や観光客の受け入れ体制を向上させ、南アルプス登山の玄関口の温泉街としての地位を揺るぎないものにしていくことが重要である。特に甲府駅などからの「アクセス性」や芦安地区の「温泉の魅力」を高めておくことが大切である。

さらに、県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の開通後は、奈良田地区と芦安地区がつながり、新たな観光ルートが形成される可能性がある。登山客以外の観光客を引き込み、消費を促す仕組みを、今後開通までに築いていく必要がある。

#### （3）リニア中央新幹線の開業に向けた対応策

リニア中央新幹線は平成39年に開業予定である。リニア中央新幹線の開業に伴い、山梨県と都心の時間距離は大幅に短縮されることになり、リニア中央新幹線を利用する登山客や観光客を芦安地区に引き込む準備が必要になる。甲府駅から新駅と芦安を経由して広河原に向かう登山バスや、宿泊客を新駅から芦安地区へ送迎するバスの運行など、芦安地区の宿泊施設が連携して交通事業者と働きかける必要がある。

## 2. 県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）等の開通に向けた地域活性化策

### （1）芦安地区のアクセス性向上に向けた地域活性化策

#### ①登山バスの優位性の確保

南アルプス登山客は、広河原に至る登山バスの利便性を検討して行程を検討しているものと考えられる。南アルプス登山客が「芦安ルート」を選択するよう、甲府駅から芦安地区、芦安地区から広河原に至る登山バスの便数を確保し、「芦安ルート」の優位性を確保することが必要である。また、帰路の登山バスについても、芦安起点の登山バスを確保することが重要である。山梨交通など登山バスの運行事業者に対して、現在から登山バスの増便を働きかけ、南アルプス登山に便利な「芦安ルート」を確立しておく必要がある。

##### ■事業案 甲府駅から芦安地区、芦安地区から広河原間の登山バスの増便

甲府駅から広河原に直行する登山バスは、芦安地区を通過地点としている。芦安地区への宿泊や滞留の促進と、芦安地区まで自家用車を利用する登山客の利便性向上に向けて、甲府駅から芦安地区に至る登山バスと、芦安地区から広河原に至る登山バスの増便を交通事業者に働きかける。

##### ■事業案 座席指定の登山バスの運行

登山シーズンの広河原行き登山バスは、起点である甲府駅で満席になり、芦安からでは着席が困難な状況にある。芦安温泉に宿泊した登山客は、必ず着席して広河原に移動できるよう、芦安宿泊客専用の登山バスの運行を交通事業者に働きかける。

##### ■事業案 環境負荷の少ない車両導入の要請

芦安駐車場から広河原に向かう交通手段として、環境負荷の少ない電気バスや電気自動車の導入について交通事業者に働きかけていく。

#### ②芦安地区内の道路整備（安全な通行の確保）

住民アンケート調査からは、県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の整備に伴う工事車両の増加に対する不安が指摘されている。住民・登山客・観光客の安全確保に努めるとともに、芦安地区内の道路拡幅などを促し、登山や観光に訪れる車両の円滑な通行を維持していく。さらに、工事関係機関に配慮を求め、工事期間中においても静かな温泉郷を守っていく。

##### ■事業案 県道20号甲斐早川線の道路改良と新しいルートの要請

県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）は、計画延長が4,980mであり、そのほとんどはトンネルである。県道20号甲斐早川線には、急カーブなど円滑な通行がしにくい場所もあることから、山梨県に対して、県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の整備に合わせて、芦安地区の道路改良を働きかける。あわせて、新しい観光ルート（道路）の建設について山梨県に対して働きかける。

## （2）芦安地区の魅力向上に向けた地域活性化策

### ①芦安温泉の魅力向上

奈良田地区や西山地区には、魅力的な温泉旅館がある。また、奈良田地区や西山地区は、芦安地区よりも「秘湯」の雰囲気を備えている。登山客は芦安を経由して登山をした後、帰路は「奈良田ルート」を選択して日帰り温泉や温泉旅館に立ち寄る可能性がある。登山客の芦安地区での消費を促すためには、源泉かけ流し、露天風呂の改修、露天風呂からの眺望改善といった芦安温泉の魅力さをさらに充実させることが大切である。

#### ■事業案 温泉施設の魅力向上に向けた取り組み

芦安地区での観光客の消費を促すためには、芦安温泉を守っていくことが重要であるが、温泉の温度の低下や送湯設備の老朽化が懸念されている。このため、地域全体の価値を高めることができるよう、温泉施設や設備の現状を把握し、施設等の充実に向け検討する。

#### ■事業案 日帰り温泉施設の魅力向上

芦安地区には、白峰会館温泉ロッジ、金山沢温泉の2箇所の公共日帰り温泉施設と、8箇所の民間温泉施設がある。県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の開通に合わせて、日帰り温泉施設の露天風呂の改修などを検討する。

### ②物販施設・飲食施設の充実

登山客が「芦安ルート」を選択するように、芦安地区もしくは南アルプス市ならではの商品や食事を提供する物販施設や飲食施設を芦安地区に整える。登山客に向けた弁当や携行食などを販売する物販施設などを設けて、芦安地区に立ち寄りたくなる店舗を創り、開通に向けて充実させていく。

#### ■事業案 建設工事に合せた白峰会館の通年営業

県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の工事が開始されると、工事関係者の宿泊や飲食等の経済効果が想定されるため、建設工事に合わせて白峰会館や温泉ロッジの通年営業や、物販機能の強化を検討する。

#### ■事業案 特産品の開発支援

登山客や観光客に向けた、芦安ならではの特産品を開発する。芦安地区では、すでに有志がしょうゆの実やそばなどをつくり、特産品にしようとしている。栽培や商品化に取り組む団体に対して支援を行い、特産品開発を促す。

### ③宿泊施設の充実

南アルプス登山客の中には、芦安地区の駐車場に深夜や早朝に到着して、車内で仮眠した後に登山バスに乗り込む人々がいる。こうした前泊ニーズを広く取り込むため、簡易宿泊施設を検討する。芦安地区により多くの登山客を集めることができれば、登山バスの便数も増えて、それが登山客の利便性を向上させる。「南アルプス登山には芦安ルートが最適」との評価を維持するためにも、簡易宿泊施設を検討することが大切である。

#### ■事業案 空き家等を活用した簡易宿泊施設の創出

空き家等を活用し、簡易宿泊施設の実施を考える個人や団体等の募集や施設の改修等の支援の検討を行う。

### ④情報発信の強化

登山客、温泉客などの宿泊や滞在を促すためには、芦安地区の個性的な宿泊施設、アルカリ性の高い温泉、貴重な資料を備える南アルプス芦安山岳館、四季の姿などに関する情報発信を強化していく必要がある。さらに、中部横断自動車道の開通に伴い、関東圏だけではなく中京・関西圏など西日本の旅行代理店に対しても、芦安地区に宿泊するツアー企画に役立つ情報を提供しツアーの商品開発を促すことが大切である。

#### ■事業案 芦安と南アルプス登山を紹介するポータルサイトの充実

芦安地区への宿泊を促すためには、芦安温泉と南アルプス登山の両者について情報発信していくことが重要である。芦安温泉と南アルプス登山をセットにして、南アルプス芦安山岳館が所有している山岳図書・資料などの掲載について検討する。閲覧者の確保に向けて、夜叉神峠のライブ映像の配信やサイトの上位検索対策などを実施していく。

#### ■事業案 静岡以西地域への情報発信の強化

新東名高速道路から中部横断自動車道を経由することで、静岡以西の地域から芦安地区までのアクセス性が向上する。静岡以西の地域に対して、南アルプス登山の玄関口としての「芦安地区」や「芦安温泉」を情報発信していくことが大切である。名古屋市や大阪市の旅行代理店に対して、芦安地区での宿泊をセットにした南アルプス登山ツアーの商品開発を働きかける。

#### ■事業案 訪日外国人観光客の集客に向けた情報発信

近年、訪日外国人観光客が増加しており、富士山などの有名な山々にも訪日外国人観光客が訪れている。多言語に対応した市ホームページで芦安や南アルプスの魅力を外国人に伝えていく。登山、山小屋、温泉などについて紹介するとともに、ルールやマナーについても説明し、訪日外国人観光客の集客につなげていく。

### ⑤トンネル湧水を活用した発電事業の要請

県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）のトンネル建設に伴い、トンネル湧水が発生する可能性がある。このトンネル湧水の発生量、落差（高低差）などを活用した水力発電事業の要請を行う。

#### ■事業案 トンネル湧水発電事業の要請

河口湖に抜ける県道719号の若彦トンネル（富士河口湖町大石）では、山梨県がトンネル湧水を活用した水力発電を行っている。県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）から大量のトンネル湧水が発生する場合には、トンネル湧水を活用した水力発電所の建設を山梨県に働きかける。

### ⑥トンネル湧水の商品化（ミネラルウォーター販売）の要請

県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）から大量のトンネル湧水が発生する場合には、飲料メーカーに働きかけ、ミネラルウォーターとしての商品化について要請を行う。

#### ■事業案 トンネル湧水を活用したミネラルウォーターの販売に向けた要請

山梨県内ではサントリー株式会社や株式会社シャトレゼが、南アルプスの天然水を販売している。トンネル湧水が大量に発生する場合には、こうした企業に働きかけ、ミネラルウォーターとしての商品化について要請を行う。

### 3. 県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）等の開通後の地域活性化策

#### （1）新たな観光客確保に向けた地域活性化策

##### ①立寄り拠点施設の創設（通行車両の消費の取り込み）

県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の開通に伴い、業務車両と観光車両の増加が期待できる。この通行車両をターゲットとして、「道の駅」のような物販施設、飲食施設、休憩施設などを備えた立寄り拠点を創設し、消費の取り込みを図る。

すでに登山バスの発着拠点となり、多数の登山客に利用されている現在の白峰会館とその周辺の駐車場を活用することで、立寄り拠点の機能を発揮できる可能性がある。県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の開通に合わせて、立寄り拠点として検討していく。

##### ■事業案 白峰会館等を活用した立寄り拠点の整備

白峰会館周辺には、駐車場やトイレなどもすでにあるため、白峰会館等の施設の物販機能や飲食機能などを充実し、立寄り拠点として検討する。

##### ②周遊観光客の確保（新たな観光客の獲得）

平成31年度には、山梨と静岡を結ぶ中部横断自動車道が開通する。これにより、静岡県や神奈川県から芦安までの時間距離が短縮される。さらに、県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）ができれば、芦安温泉、奈良田温泉、西山温泉などを周遊するコースが誕生することになる。それぞれの地域の個性を活かし、周遊観光客を集めることができるよう、関係市町村と連携して、登山、ハイキング、秘湯などを楽しむ周遊コースづくりやPRを進める。

##### ■事業案 秘湯周遊コースのPR

一般社団法人日本秘湯を守る会が認定する秘湯旅館として、芦安地区には「桃の木温泉山和荘」が、奈良田地区には「奈良田温泉白根館」がある。また、西山地区には世界最古と言われる温泉旅館「慶雲館」があり、こうした地域資源を活用して、広域的な連携のもとにPRする。

##### ■事業案 南アルプスユネスコエコパーク構成市町村と連携したサービス提供

北岳、間ノ岳、農鳥岳の白根三山を縦走する登山者向けに、南アルプスユネスコエコパークを構成する早川町と連携して、マイカーの回送（移動）サービスを交通事業者に働きかける。登山者のマイカーを芦安駐車場と奈良田駐車場の間を回送（移動）することで、様々な登山者のニーズに対応していく。

### ③ リニア中央新幹線「新駅」からのアクセス性の確保

平成39年にはリニア中央新幹線が開業し、新駅は甲府市大津町周辺に設置される。リニア中央新幹線の開業に伴い、新駅と芦安を結ぶ登山バスを運行すれば、品川から芦安まで約1時間で到着できることになる。新駅の停車本数に左右されるものの、時間距離の短縮により、南アルプス登山客の増加が期待できる。新駅から芦安地区に至る交通手段を確保し、東京圏から芦安地区まで短時間の到着を実現し、登山客や温泉客を確保する。

#### ■事業案 新駅経由の登山バスの運行

甲府駅から新駅と芦安を経由して広河原に向かう登山バスの運行を交通事業者に働きかける。

#### ■事業案 新駅と芦安地区を連絡するバスの運行

登山シーズンには、新駅を起点、芦安地区を終点とする連絡バスの運行や、宿泊客を新駅から芦安地区へ送迎するバスの運行を交通事業者に働きかける。

## （2）南アルプス林道の活用に向けた地域活性化策

### ①南アルプス林道の活用

これまで芦安地区と奈良田地区をつないできた県営林道南アルプス線（南アルプス林道）は、県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）が開通しても、災害時の避難路確保、森林管理、観光振興などの役割を担うべき道路である。県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）の開通後も県営林道南アルプス線の両方の道路を活用しながら、マイカー規制を実施できるように、維持管理の強化を山梨県に働きかけ、その活用を図る。

#### ■事業案 南アルプス登山の3ルート確保

北岳をはじめとする南アルプス登山の代表的な登山ルートは、芦安、奈良田、戸台ルートである。南アルプスへの登山客を維持するため、変化のある3ルートの確保を山梨県と長野県に働きかける。

#### ■事業案 夜叉神峠入口・広河原間の道路維持管理の強化

夜叉神峠入口から広河原に至る芦安ルートは、深い渓谷や美しい新緑・紅葉などを楽しむことができる登山ルートであり、県営林道南アルプス線の道路維持管理の強化を山梨県に働きかける。

## 第5章 山岳エリアにおける誘客促進策について

### 1. 山岳エリアにおける誘客促進策

北岳をはじめ日本百名山を抱える南アルプスは、国内でも人気の高い登山コースを提供している。南アルプス登山の玄関口にあたる芦安地区は、登山客の増減によって宿泊客数が変動する。このため、山岳エリアに登山客を集めることが、芦安地区の活性化につながる。

登山愛好者に対するアンケート調査によれば、「ゆとりある登山」のため芦安地区に宿泊する登山客や、芦安地区に定宿を確保している登山客が見られる一方、甲府駅から芦安地区や広河原に直行する登山バスの増便や、都心から直行できる登山バスの運行などを期待している登山客も見られる。登山愛好者の多様なニーズに対応していくことで、南アルプスの登山客を増やしていく。

### 2. 登山客の集客に向けた施策

#### (1) 旅行代理店と連携した登山ツアーの提供

##### ① 「シニア層向け登山ツアー」の提供

旅行代理店は、北岳などの南アルプス登山を売り物とした登山ツアーを企画している。しかし、東京圏の登山客を対象とした登山ツアーの多くが山小屋に宿泊する行程を組み、芦安地区は通過地点となっている。一方、近年、シニア層の登山客が増加しており、シニア層の登山客の中には、ゆとりとした行程での登山を期待する人もいる。登山愛好者に対するアンケート調査によれば、芦安温泉に宿泊する理由として「ゆとりある登山」や「体力の確保・回復」などを重視している。

こうしたゆとりを求める登山ニーズがあることを踏まえ、旅行代理店、交通事業者、宿泊施設と連携し、芦安地区に宿泊し余裕のある行程で南アルプス登山を行うツアーを企画・提供して、宿泊客の増加を図る。

#### ■事業案 座席指定の登山バス・乗合タクシーを組み合わせた登山ツアーの企画・開催

登山シーズンの広河原行き登山バスは、起点である甲府駅で満席になり、芦安からでは着席が困難な状況にある。早朝、芦安から登山バスに乗車する登山客の多くは、約1時間立ち続けて広河原に向かうことになる。座席に座ることができない登山客にとって、芦安温泉への宿泊はデメリットになっている可能性がある。こうした状態を改善するため、芦安温泉に宿泊した登山客は、必ず着席して広河原に移動できるようにすると同時に、新たに開通する県道甲斐早川線（早川芦安連絡道路）と南アルプス林道を活用した周遊型の登山バス・乗合タクシーの運行を交通事業者、旅行代理店に働きかけることで、芦安温泉への宿泊客の増加につなげる。

**■事業案 芦安温泉への宿泊を組み合わせた「山旅」の企画・開催**

最近、シニア層を中心として、散歩感覚で山歩きを楽しむ「ゆる山歩き」が注目されはじめている。登頂を目指す登山とは異なり、「ゆる山歩き」は里山の自然にふれながら気軽に山歩き楽しむことが目的である。こうした動向を踏まえて、芦安地区のフットパスを整えるとともに、芦安温泉への宿泊と里山歩きを組み合わせた「山旅」の企画・開催を旅行代理店に働きかけて、芦安温泉への宿泊客の増加につなげる。

**②「関西発の登山ツアー」の提供**

関西地区からの南アルプス登山ツアーには、バスなどで芦安地区へ移動し、芦安温泉での宿泊が組み込まれている。また、宿泊客アンケート調査では、ツアーバスの利用に肯定的な回答割合は、30歳代以下の年齢層が最も高く約4割を占めた。

中部横断自動車道が新東名高速道路とつながり、西日本から芦安地区に至るアクセス性が向上することから、関西圏の旅行代理店等に、南アルプス登山ツアーの企画を働きかけ、芦安地区への宿泊を組み込んだ登山ツアーを増やし、新緑や紅葉シーズンの宿泊客、平日の宿泊客の増加を図る。

**■事業案 旅行会社の商品企画担当を対象としたモニターツアーの開催**

南アルプス登山ツアーを企画販売している関西圏の旅行代理店に呼びかけ、登山ツアーの企画担当者を芦安温泉、南アルプス芦安山岳館、夜叉神峠、広河原などに招待するモニターツアーを開催する。現地視察とともに宿泊施設、交通事業者との意見交換を行い、南アルプス林道を活用した周遊型観光と、芦安温泉への宿泊を組み合わせた関西圏からの南アルプス登山ツアーの企画販売を働きかける。

**③「冬季の登山ツアー」の提供**

夜叉神峠は、登山初心者でも冬季に登ることが可能である。また、冬は一年で星空が最も美しく、星空観察に最適な季節である。登山愛好者に対するアンケート調査によれば、夜叉神峠を目指すスノートレッキングツアーに対するニーズがうかがえた。宿泊施設アンケート調査では、5施設がスノーシュートレッキングツアーなどの団体客を受け入れる意向を示している。

南アルプス登山ガイド協会、旅行代理店と連携して、星空観察会やスノートレッキングと芦安温泉をセットにした「冬の登山ツアー」や「冬の星空観察会」を企画・提供して、シーズンオフの宿泊客の増加を図る。

**■事業案 スノートレッキングや星空観察会のモニターツアーの開催**

スノートレッキングツアーや星空観察会を企画販売している旅行代理店や登山用品メーカーなどに呼びかけ、企画担当者を芦安温泉、南アルプス芦安山岳館、夜叉神峠、広河原などに招待するモニターツアーを開催する。現地視察とともに宿泊施設、南アルプスガイド協会との意見交換を行い、芦安温泉への宿泊を組み合わせたスノートレッキングツアーや星空観察会の企画販売を働きかける。

## (2) 集客に向けた登山情報の発信

### ①旅行・登山サイトを活用した情報発信

宿泊客アンケート調査から、芦安温泉を知った情報媒体、旅行を計画する際に利用する情報媒体は、年代を問わずインターネットが最も利用されていることが確認できた。利用されているサイトは、旅行・宿泊情報を取り扱うサイトや登山専門のサイトなどである。インターネットの利用が進んでいることから、ホームページやSNS等を活用して芦安の情報を発信し、集客につなげていく。

#### ■事業案 芦安と南アルプス登山を紹介するポータルサイトの充実（再掲）

芦安地区への宿泊を促すためには、芦安温泉と南アルプス登山の両者について情報発信していくことが重要である。芦安温泉と南アルプス登山をセットにして、南アルプス芦安山岳館が所有している山岳図書・資料などの掲載について検討する。閲覧者の確保に向けて、夜叉神峠のライブ映像の配信やサイトの上位検索対策などを検討していく。

### ②南アルプス芦安山岳館のライブカメラの改修と登山サイトへの提供

南アルプス芦安山岳館では夜叉神峠に設置したライブカメラの映像を館内とホームページに配信しているが、画像が荒いため、解像度を上げて美しい映像を配信する必要がある。また、登山客はインターネット上で情報を集めて登山計画を立てていることから、登山客に人気のあるサイトに対して、夜叉神峠の映像を提供していく。

#### ■事業案 南アルプス芦安山岳館のライブカメラによる情報発信

夜叉神峠に設置されたライブカメラの映像は、南アルプス芦安山岳館館内の大型スクリーンとサイトに配信されている。ライブカメラの解像度を上げるとともに、上記のポータルサイトにもライブ映像を配信する。さらに、登山愛好者のために、朝・昼・夕方の映像を再生できるようにして登山を促す。解像度を上げた映像は、登山を計画する人々が閲覧するサイトに提供する。

### 3. 登山客の受入れ体制の改善に向けた施策

#### (1) 山小屋の改修

##### ① 広河原山荘の改修

広河原山荘は、年間約2,000人の宿泊客を集めている。しかし、施設が老朽化しており、他の山小屋（長衛小屋、北岳肩の小屋）に比較すると稼働率が低い状況にある。

この広河原山荘は、南アルプス登山の拠点である広河原に立地し、個人、団体、ツアーなどの宿泊施設として広く利用されている。このため、芦安地区の宿泊施設との競合に配慮しつつ改修を行う。

##### ■事業案 新広河原山荘の整備

広河原山荘は、建築後30年以上が経過し、老朽化が進んでいる。緊急車両が乗り入れしやすいよう、林道が通る野呂川左岸に新たな広河原山荘を建設する。

##### ② 簡易宿泊施設の確保

登山愛好者に対するアンケート調査によれば、東京圏・関西3府県の芦安地区経由経験者は、芦安地区に簡易宿泊施設が開設した場合、約4割が「利用したい」と回答している。また、自家用車を使用し、深夜や早朝に芦安地区に到着する登山客も少なくない。こうした登山客のニーズや登山実態を踏まえて、登山客の増加に向けて芦安地区に簡易宿泊施設の確保を検討する。

##### ■事業案 空き家等を活用した簡易宿泊施設の創出（再掲）

空き家等を活用し、簡易宿泊施設の実施を考える個人や団体等の募集や施設の改修等の支援の検討を行う。

#### (2) 登山客のアクセス改善

##### ① 甲府駅からのアクセス改善

登山シーズンは、甲府駅から広河原に向けた登山バスが運行され、週末などは甲府駅から満員の登山バスも見られる。また、登山バスは、特急「あずさ」や「かいじ」の甲府駅到着の約30分後などに発車しているが、甲府駅を出発する登山バスは、午後2時が最終便である。夕方から夜間に芦安地区に向かう登山客の利便性向上に向けて、夕方・夜間便などの充実を交通事業者働きかける。

##### ■事業案 甲府駅から芦安に向けた夕方・夜間の登山バスの増便

交通機関を使用して芦安に至る登山客や観光客の利便性を向上させるため、夕方・夜間に甲府駅を出発して芦安温泉郷に至る登山バスの増便を交通事業者働きかける。

##### ■事業案 甲府駅から芦安地区、芦安地区から広河原間の登山バスの増便（再掲）

甲府駅から広河原に直行する登山バスは、芦安地区を通過地点としている。芦安地区への宿泊や滞留の促進と、芦安地区まで自家用車を利用する登山客の利便性向上に向けて、甲府駅から芦安地区に至る登山バスと、芦安地区から広河原に至る登山バスの増便を交通事業者働きかける。

## ②都心からのアクセス改善

宿泊客アンケート調査では、東京圏の回答者から、都心から芦安地区に直行するバスへの期待が寄せられた。中部横断自動車道の白根インターチェンジを利用することで、都心から芦安地区までのほとんどの行程で高速道路を利用することができる。都心から芦安地区に直行し芦安温泉に宿泊するツアーバスの運行を交通事業者働きかけていく。

### ■事業案 新宿発芦安行き直行バスの運行

週末、仕事を終えた登山客を新宿から芦安地区まで高速バスで運び、芦安温泉に宿泊することで、翌日早朝からの登山を可能にするため、登山シーズンの金曜日、土曜日に新宿から芦安地区に直行する高速バスもしくはツアーバスの運行を、交通事業者などに働きかける。

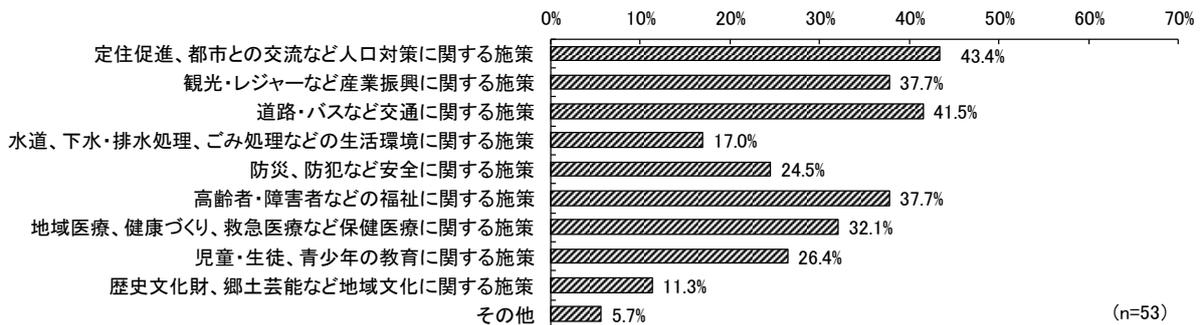
## 第6章 集落の活性化策について

### 1. 集落の活性化策

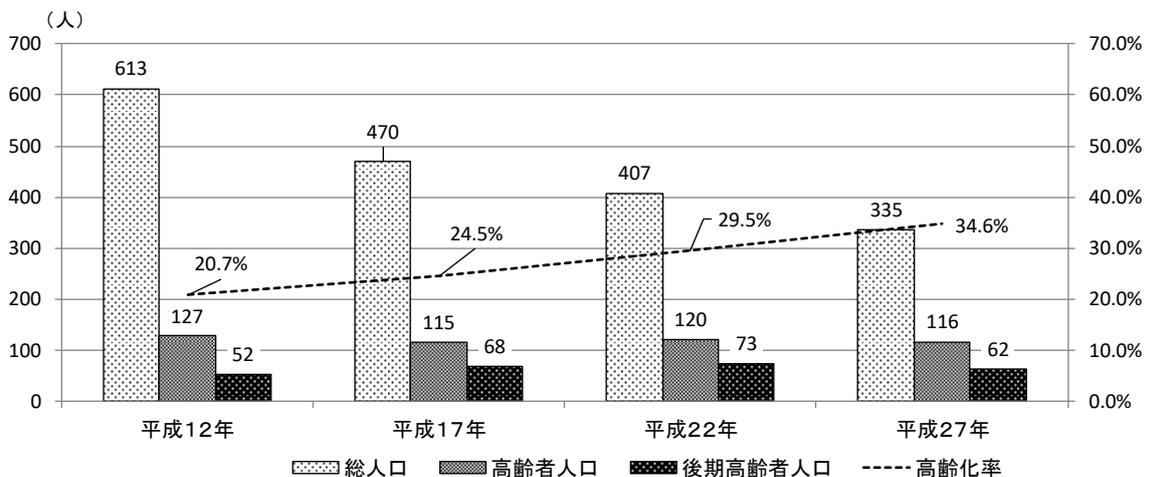
#### (1) 芦安住民の暮らしを守る施策の必要性

芦安住民は、観光などの産業振興と同時に、人口対策、交通、福祉などの施策を優先的に取り組むべきとアンケート調査で回答している。芦安住民は、芦安地区の生活を大切にしてほしいという意向がうかがえた。芦安地区では高齢化が進行し、高齢者世帯の割合が上昇している。高齢者をはじめとして、芦安住民が芦安地区に暮らし続けることができるよう、暮らしを守る施策が必要である。

#### 芦安の活性化に向けて優先的に取り組むべき施策（住民アンケート調査結果）



#### 芦安地区の高齢化の推移



#### 芦安地区の世帯数の推移

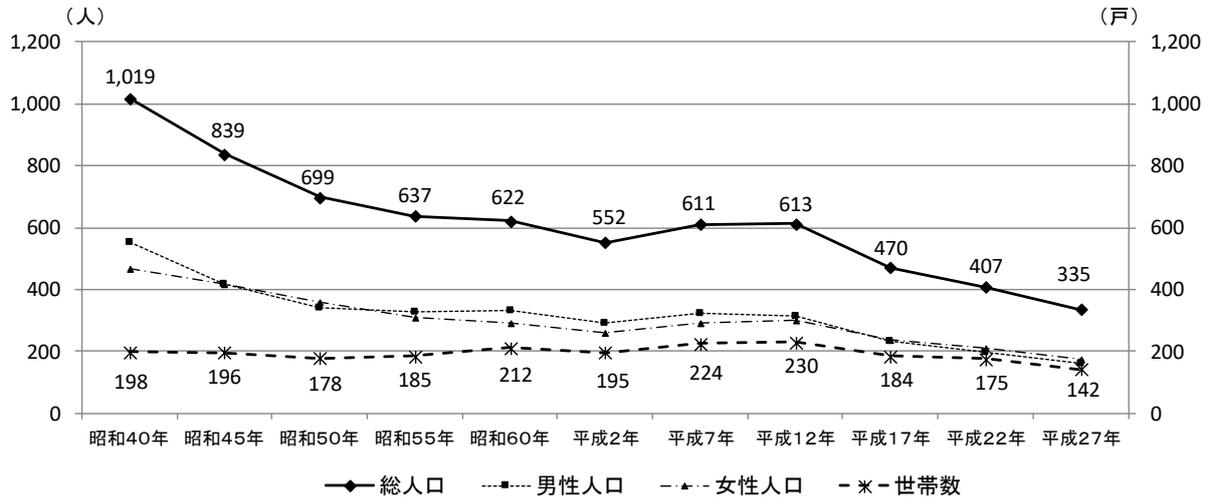
	平成17年	平成22年	平成27年
一般世帯数（総数）	169	155	142
一般世帯人員（人）	443	381	335
6歳未満のいる世帯数	16	7	7
18歳未満のいる世帯数	44	29	23
65歳以上のいる世帯数	84	83	82
65歳以上のいる単独世帯	27	22	25

出典：国勢調査（小地域集計データ、高尾を含む）

## (2) 芦安地区の人口減少抑制の必要性

過去50年間、芦安地区の人口は減少傾向にある。そして、平成12年以降はさらに人口減少が進んでいる。現在のペースで人口減少が進むと、芦安地区の存続も危ぶまれる事態になる可能性がある。人口減少に歯止めをかける施策、人口減少を遅らせる施策が必要である。

### 芦安地区の国勢調査人口の推移



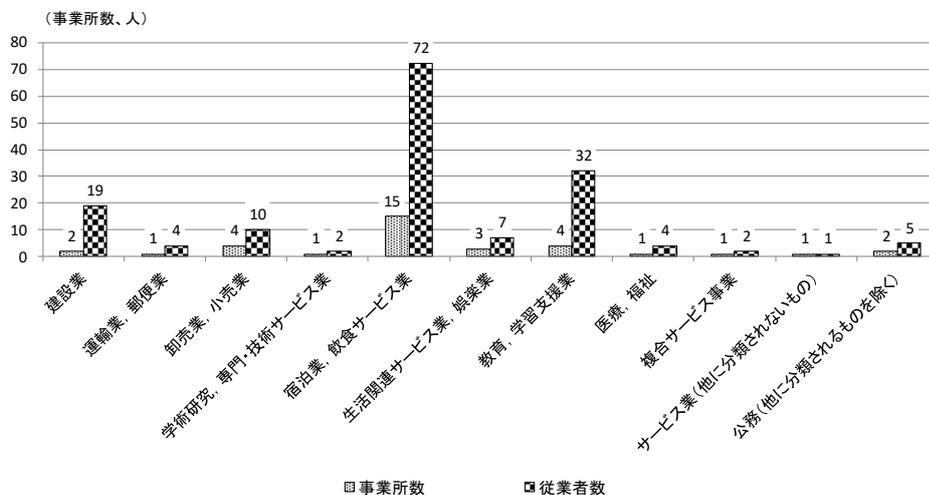
出典：国勢調査

## (3) 芦安地区における雇用創出の必要性

平成26年経済センサス基礎調査（総務省、経済産業省）によれば、芦安地区の事業所数は35、従業員数は158人である。宿泊業の事業所数は15、従業員数は72人であり、芦安地区全体の約5割を占めている。

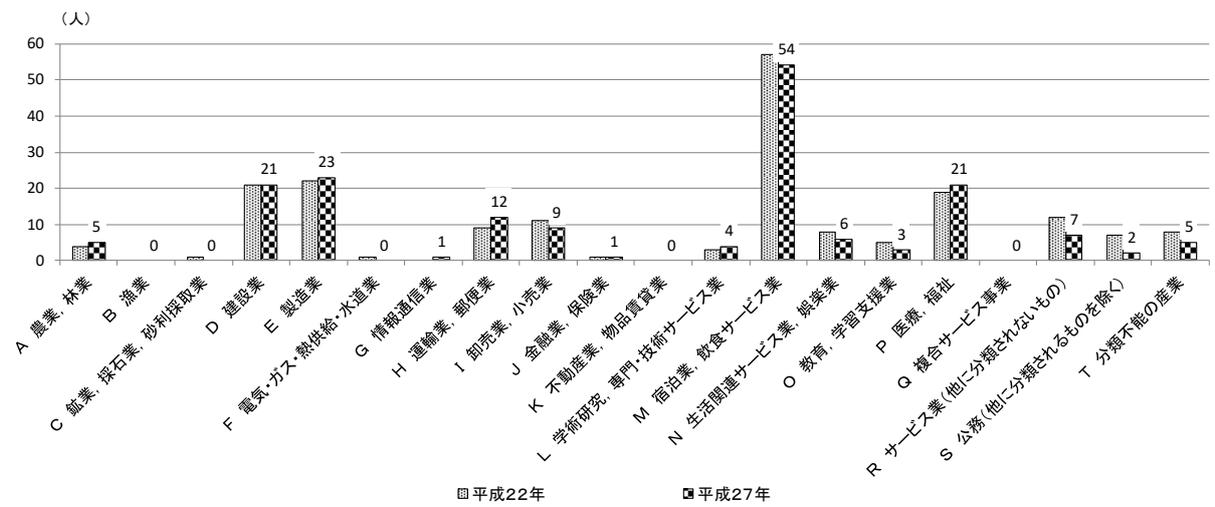
地域経済の発展、転出防止や転入促進などのためには、地域産業の振興、新規事業の開発などにより雇用機会を創出することが必要である。芦安地区の主要な産業である宿泊業の発展、さらには地域資源の活用などによる新規事業の立上げを進める必要がある。

### 芦安地区の産業別事業所数、従業者数



出典：平成26年経済センサス基礎調査

芦安地区の産業別就業者数



出典：国勢調査

## 2. 芦安住民の暮らしを守る施策

### (1) 芦安住民が暮らし続けることができる体制づくり

#### ①食料品店の確保

芦安地区には生鮮食料品を販売する商店がなく、自動車を運転しない高齢者にとって、日常的な買物は不便な状況にある。

住民アンケート調査では、食料品店の必要性に肯定的な回答割合（「必要である」と「どちらかと言えば必要である」を合計した割合）は約8割、「60歳代以上」に限った回答では、「必要である」が約8割を占めた。また、宿泊施設アンケート調査においても、10施設中7施設から賛意が得られた。

芦安地区の既存ストック（利用していない公共施設等）の活用、小規模商圏人口での出店可能な民間事業者の協力などを通じて、食料品店の確保に取り組む。さらに、買物とともに地域コミュニティの拠点としての活用を図る。

#### ■事業案 共同売店の出店の検討

芦安地区の遊休施設等を活用して、生鮮食料品や日用品などを取り扱う共同売店の出店を検討する。地域住民が主体となった運営組織を設立し、住民有志が交替で店番をする小規模な食料品店の出店に努める。共同売店の出店に際しては、過疎地の集落で「マイクロスーパー」の開設を支援している全日本食品株式会社から商品調達や経営指導を受けられる可能性がある。

#### ■事業案 移動販売車の誘致（共同売店の出店が困難な場合）

中央市に本部を置くスーパーマーケット株式会社いちやまマートでは、徳島県の移動販売コンサルタント会社が開発した「とくしまる」という移動販売の仕組みを導入し、北杜市で移動販売事業を実施している。この移動販売事業は、個人事業主が移動販売車で地域を週2回程度まわり、約400点の食料品等を販売している。共同売店の出店が困難な場合には、株式会社いちやまマートに働きかける。

#### ②居場所づくりや見守り活動の充実

芦安地区では、保健師が地区内の世帯を訪問し見守りする、「芦安健康相談事業」を実施している。また、南アルプス市社会福祉協議会が支援して「ふれあい・いきいきサロン」を実施している。

住民アンケート調査では、高齢者に関する課題として「高齢者の孤立化」「緊急時への不安」などが指摘されている。高齢者単身世帯では、体調急変の対応や要介護状態になった場合への不安がうかがえる。

このため、高齢者の居場所づくり、高齢者に対する見守り活動などを核として、子育て中の親や障害を持った方などの交流を充実させて、住民の孤立や不安の解消を図る。

**■事業案 ひとり暮らし高齢者に対する見守り活動**

芦安中学校の生徒は、手分けをして毎朝新聞配達を実施していることから、芦安中学校、生徒、PTA、ひとり暮らし高齢者の合意のもとに、声かけ活動を行う取り組みを検討する。

**■事業案 ふれあい・いきいきサロンの継続**

高齢者や子育て中の親、障害を持った方などが、地域の仲間づくりや情報交換を行うふれあい・いきいきサロンを継続する。

**■事業案 地域支えあい協議体活動の推進**

住民が主体となり誰もがくらしやすい地域をつくっていくため、地域の課題や、支えあいの仕組みづくりについて話し合い、解決に向けて協議する「地域支えあい協議体」の活動を推進していく。

## (2) 芦安住民のための交通の充実

### ①バスの接続改善

住民アンケート調査で、芦安の活性化に向けて、優先的に取り組むべき施策を尋ねたところ、人口対策に関する施策に次いで、「道路・バスなど交通に関する施策」の割合が高かった。さらに、宿泊客や宿泊施設からも交通の充実を求める指摘がなされている。

芦安住民の生活利便性の向上とともに、旅館・ペンションの宿泊客にも役立つよう、コミュニティバスと路線バスの接続改善を検討する。

**■事業案 コミュニティバスと路線バスとの接続改善**

コミュニティバスは「御勅使」バス停（芦安入口交差点）で、山梨交通の甲府と源地区を結ぶ路線バスに乗り換えることができる。

芦安地区へのコミュニティバスと甲府と源地区を結ぶ路線バスの時間を調整し、芦安住民の甲府方面へのアクセス性を向上させるとともに、甲府駅から芦安に向かう観光客の利便性向上にもつなげる。

### ②通院サービス（病院への送迎）の継続

芦安地区では、交通機関の利用が困難な高齢者を対象として、市内医療機関への送迎（通院サービス）を毎週2回実施している。今後も継続していく。

**■事業案 通院送迎の継続**

交通機関の利用が困難な高齢者が安心して医療を受けられるよう、毎週2回実施している市内医療機関への送迎（通院サービス）を継続する。

### 3. 芦安地区の人口減少抑制に向けた施策

#### (1) 移住や二地域居住の促進

##### ①お試し移住体験施設の提供

住民アンケート調査では、芦安地区の活性化に向けて、優先的に取り組むべき施策を尋ねたところ、「定住促進、都市との交流など人口対策に関する施策」の割合が最も高かった。

自然や登山などを愛好する人にとって、芦安地区は恵まれた条件を備えた地域であり、市外から芦安地区に転入する人もいる。また、都市住民の中には、農山漁村地域への移住願望がうかがえ「田園回帰」の動きが見られると言われている。

こうした動向を踏まえ、芦安地区の暮らしを短期間体験することができる「お試し移住体験施設」を検討し、芦安地区への移住を促すための検討を行う。

##### ■事業案 空き家改修による「お試し移住体験施設」の提供

芦安地区の空き家を、「お試し移住体験施設」として活用できるよう、支援策を検討する。そして、東京有楽町の「ふるさと回帰支援センター」と連携して、山梨県への移住を検討している人々に対して一定期間の利用を働きかける。芦安での生活を体験してもらうことで移住や二地域居住につなげる。

##### ■事業案 市営住宅による「お試し移住体験施設」の提供

芦安地区の市営住宅の一部を「お試し移住体験施設」として検討する。「ふるさと回帰支援センター」と連携して、山梨県への移住を検討している人々に対して一定期間の利用を働きかけ、芦安での生活を体験してもらうことで移住や二地域居住につなげる。

##### ②移住や二地域居住を促すツアー開催

全国各地の移住相談窓口が設置されている「ふるさと回帰支援センター」の「移住希望地域ランキング2016」によれば、山梨県は最も人気の高い移住希望地域となっている。芦安への移住や二地域居住を促すためには、芦安を知ってもらい、生活の一端を体験してもらうことが重要である。このため、山梨県への移住や二地域居住を検討している人々を芦安に招くツアーの開催を検討する。

##### ■事業案 移住や二地域居住に向けた芦安体験ツアーの開催

イベントに合わせて、山梨県への移住を検討している人々が芦安を体験するツアーを企画開催する。芦安の旅館・ペンション等への宿泊（1泊もしくは2泊）費用は南アルプス市が負担し、芦安までの交通費は参加者が負担するといった参加しやすいツアーの開催を検討する。「ふるさと回帰支援センター」と連携して、芦安を巡る「芦安体験ツアー」を募り、芦安の魅力を体験してもらい、移住や二地域居住につなげる。

## (2) 定住や転入の促進

### ①ファミリー層の定住や転入の促進

住民アンケート調査では、「将来にわたり芦安に住み続ける」という回答は 35.8%、子どもについては 14.3%であった。地域を担うべき世代の多くが、芦安から引越す可能性を示しており、芦安地区を維持するためには、転出者の抑制とともに、転入者を積極的に増やすことが必要である。

芦安地区は山間地にありながら、働き場所（事業所）が集積する甲府盆地が通勤圏となっている。さらに、山梨県の平成 28 年度の有効求人倍率は 1.23 であり、近年上昇傾向にある。こうした芦安地区の立地条件や求人ニーズの上昇、芦安地区の地価の安さ、英会話を重視した教育環境の良さなどを活かして、ファミリー層の転入を促すための施策を検討する。

#### ■事業案 市営住宅改修事業

老朽化した市営住宅を改修して、快適な居住空間を提供する。改修後の市営住宅を広報紙やケーブルテレビ等で紹介し、ファミリー層の入居を促す。

#### ■事業案 若者の新築購入に対する支援

ファミリー層が芦安地区に新築・購入をする場合、補助制度を設けて、ファミリー層の転入を促す。

#### ■事業案 転入者等に対する通勤費補助

南アルプス市過疎対策条例では、過疎地域への新たな転入者や、過疎地域の住民で結婚等により新たに世帯を構成した者が過疎地域外に通勤する場合、3年間通勤費を補助している。この制度を継続してファミリー層の転入を促す。

#### ■事業案 結婚祝金の支給

南アルプス市過疎対策条例では、過疎地域の住民が結婚し、夫婦ともに過疎地域で定住する意思を有すると市長が認めた場合、結婚祝金を支給している。この制度を継続し、住民の定住を促す。

## ②空き家や未利用地の利用促進

住民アンケート調査では、芦安に住み続けるために行政に期待したいこととして、「空き家対策」が指摘された。芦安地区には、空き家や未利用地があるが、有効活用がなされていない。

空き家の放置を防ぐため、空き家の改修や片付けに対する補助制度を検討する。

### ■事業案 空き家改修に対する補助

定住のため、芦安地区の空き家を取得し改修する場合、補助制度を設けて、芦安地区の空き家の有効活用と定住を促す。

### ■事業案 空き家片付けに対する補助

定住のため、芦安地区の空き家の片付けをする場合、補助制度を設けて、芦安地区の空き家の有効活用と定住を促す。

### ■事業案 利子補給による空き家・未利用地の活用促進

南アルプス市過疎対策条例では、過疎地域において一般世帯等の持家を新設又は増設して定住した者で、金融機関から融資を受けた場合には、借入金に対して3年の範囲内で利子補給をしている。この制度を継続して空き家や未利用地の活用を促す。

## (3) 芦安に移住したくなる教育環境の提供

### ①外国語教育や体験学習の充実

芦安小中学校では、市で配置した外国語指導助手を活用して、小中学生に対して実践的な英語教育を行い、英会話によるコミュニケーション能力の向上に努めている。また、環境教育の取組みが評価され、ユネスコスクールに加盟している。芦安小中学校の小中一貫教育、スモールメリット、芦安地区の自然環境といった特長を活かし、児童生徒の能力を伸ばす教育を充実させて、市外からの転入や地区外からの入学、転校を促す。

### ■事業案 外国語教育の充実

これまで取り組んできた英会話科や新学習指導要領における外国語教育を充実させるために、市で配置しているALTの勤務時間を増やし、英語によるコミュニケーションの機会を増やす。また、スカイプなどを利用してインターネットで外国の小中学校とつなぎ、交流する機会を持つことも検討していく。

### ■事業案 専門家による自然体験・自然教育

NPO法人芦安ファンクラブや南アルプスガイドクラブの協力を得て、芦安小中学校の児童生徒が南アルプスの動植物などの自然環境を現場で学習する機会を提供する。

## (4) 都市との交流促進

### ①自然体験学習を通じた交流促進

住民アンケート調査では、芦安地区の活性化に向けて活用すべき地域資源として、「温泉」「南アルプスの山々」「新緑・紅葉などの景観」が指摘された。新緑の景観は、登山シーズンが始まる前の時期にあたり、宿泊客が少ない時期である。こうした時期を活用して、自然体験学習などの機会を提供し、交流人口を増やしていく。

#### ■事業案 都市部の青少年を対象とした「自然体験学習」の開催

芦安地区の宿泊施設は、夏季は登山客で混雑するが、新緑の季節は恵まれた自然環境を楽しむことができるにもかかわらず、宿泊施設の稼働率は低い状況にある。こうした時期に、都市の児童生徒を対象とした自然体験学習の開催を旅行代理店に働きかけていく。

### ②サテライトオフィスの誘致

IT企業などを中心として、自然環境に恵まれた山間地などにサテライトオフィスを開設する企業も見られる。また、一団を率いて山頂を目指す登山は、社員を率いて目標に向かう経営と類似しているとも言われており、チーム結束のために登山をする経営者も見られる。こうした背景に基づき、都市部企業のサテライトオフィスの開設を促す。

#### ■事業案 サテライトオフィスの誘致

芦安地区が南アルプス登山の玄関口であることから、一般社団法人日本テレワーク協会の会員等に働きかけて、サテライトオフィスを誘致する。また、空き家などをサテライトオフィスとして活用する際、開設等に係る経費に対して補助する制度を検討する。

## 4. 芦安地区における雇用創出に向けた施策

### (1) 芦安地区での滞留と消費の促進

#### ①カフェの開設

住民アンケート調査では、観光客を対象としたカフェの必要性について、肯定的な回答割合が約5割を占めた。また、宿泊客アンケート調査では、芦安地区にカフェがあった場合、約3割が立ち寄ると回答している。現在の芦安地区には、観光客向けの休憩施設や飲食施設が限られ、特にゆっくりと寛ぐことができるカフェがない。登山客や観光客の滞留と消費を促すため、カフェの開設に努める。

##### ■事業案 空き家等を活用したカフェの開設

ゆっくりと寛げる空間は観光客にも住民にも必要なものである。芦安地区内に存在する空き家等を活用したカフェの開設について、実施を考える個人や団体等の募集や支援策等の検討を行う。

#### ②自然鑑賞・自然体験を楽しむ集客の仕掛けづくり

住民アンケート調査では、芦安地区の活性化に向けて、「ユネスコエコパーク（生物圏保存地域）の自然訴求」「美しい里山づくり」「花の名所」「遊歩道」といった、自然環境を活用した観光振興のアイデアが提案された。

宿泊客アンケート調査では、宿泊地に芦安地区を選択した理由として、「登山に便利」に次いで「優れた自然」が「60歳代以上」から指摘され、芦安地区の自然は宿泊客を引き付けていることがうかがえる。芦安地区は、南アルプス登山の玄関口であり、自然を楽しむ人々が往来しており、自然鑑賞や自然体験による集客にふさわしい地域である。芦安地区の自然環境を活かして、自然鑑賞や自然体験を楽しむツアーを企画・提供していく。

##### ■事業案 自然鑑賞ツアーの企画・開催

芦安温泉への宿泊を組み合わせた自然鑑賞ツアーの企画・開催を大手旅行代理店に対して促していく。自然鑑賞ツアーのコースやガイドの紹介、里山の四季の魅力、宿泊施設の温泉や食事を紹介する写真などを準備し、大手旅行代理店に対して働きかける。

### ③多様な宿泊客の受入れ体制の整備

宿泊客アンケート調査では、宿泊客の増加に向けて取り組むべきこととして、「サイクリストへの対応」「音楽イベント」「雪の活用」などが提案された。サイクリストの受け入れ体制の充実など、芦安地区でのアクティビティや宿泊施設のサービスを充実させて、集客や宿泊につなげる。

#### ■事業案 サイクリストの受入に対する支援

富士川町の自転車愛好団体（NPO法人やまなしサイクルプロジェクト）が、南アルプス市内をコースとした大規模なサイクリングイベントを開催するなど、市内にはサイクリングに適したルートがある。サイクリストは、屋内自転車保管場所、自転車の洗浄・調整場所、空気入れポンプといった設備を宿泊施設に期待しているため、南アルプス市内をサイクリングで楽しむ人々が、安心して芦安温泉に宿泊できるよう、こうした設備の導入を促す。

#### ■事業案 果物狩り観光客の宿泊に向けたパッケージ商品の開発

新緑や紅葉の季節の集客を強化するため、南アルプス市内の観光農園主や芦安温泉の宿泊事業者に、サクランボ狩りやなし・リンゴ狩りと宿泊・温泉入浴を組み合わせたパッケージ商品の提供を促す。

#### ■事業案 乗馬体験客の宿泊に向けたパッケージ商品の開発

新緑や紅葉の季節の集客を強化するため、南アルプス市乗馬センターの指定管理者や芦安温泉の宿泊事業者に、乗馬体験やホースセラピーと宿泊・温泉入浴を組み合わせたパッケージ商品の提供を促す。

#### ■事業案 宿泊者向けサービスの検討

今後確実に増える傾向にあるインバウンド層など、芦安地区に訪れるお客様に対してのおもてなしを一層充実させるため、宿泊事業者を対象とした研修や情報提供の機会を設け、サービスのスキルアップ研修を検討する。

### ④冬季の宿泊促進

宿泊客アンケート調査では、芦安温泉へ冬季に宿泊したいとの回答が約2割見られた。冬季宿泊に対するニーズは少なからずあることが確認できた。芦安地区の気象情報や道路状況の情報発信、送迎等の交通アクセスの改善、スノートレッキングなどの冬季のアクティビティの提供などを通じて、冬季における宿泊を促す。

#### ■事業案 スノートレッキングツアーの企画開催

芦安温泉への宿泊と夜叉神峠でのスノートレッキングを組み合わせたツアーの企画・開催を大手旅行代理店に対して働きかけていく。

## (2) 宿泊促進を通じた雇用機会の創出

### ①簡易宿泊施設の提供

登山客の中には、夜間に芦安地区に入り、車中などでの仮眠後、翌日から登山を開始する人も見られる。登山愛好者に対するアンケート調査によれば、東京圏・関西3府県の芦安地区経由経験者は、芦安地区に簡易宿泊施設を開設した場合、約4割が「利用したい」と回答している。「どちらかと言えば利用したい」を合わせると、東京圏の芦安地区経由経験者は約8割、関西3府県は約9割が利用に肯定的な回答を示している。宿泊施設アンケート調査において、空き家を活用した簡易宿泊施設の導入について尋ねたところ、賛成が反対を上回った。

こうした簡易宿泊施設に対するニーズや既存宿泊施設の賛意を踏まえて、芦安地区の空き家を活用した、簡易宿泊施設の導入を検討する。南アルプス登山は、芦安経由が便利であることを示すとともに、芦安地区における消費を促す。

#### ■事業案 空き家等を活用した簡易宿泊施設や雇用機会の創出

空き家等を活用した、簡易宿泊施設の導入の検討と併せて「高山、低山等のパッケージの提供」「食や行事等の文化の体験」「山の野草や果実、加工品の提供」「農作業の体験、収穫体験」などの提供について検討することで雇用機会が創出されるため、実施を考える個人や団体等の募集や支援策などの検討を行う。

## (3) 消費拡大を通じた雇用機会の創出

### ①物販・飲食機能の充実

芦安地区には、観光客向けの物販施設はなく、一部の宿泊施設などに物販コーナーが併設されているだけである。また、食堂はあるものの観光客や住民がくつろぐことができるカフェもなく、観光客を芦安地区に回遊させる要素が乏しい状況にある。

また、登山愛好者に対するアンケート調査によれば、南アルプスに登山する場合、芦安地区にコンビニエンスストアやカフェがあれば立ち寄りたいたいのニーズがうかがえる。

また、宿泊客アンケート調査では、市内で買物をした人の平均使用金額は約3,000円、市内で飲食をした人の平均使用金額は約2,400円である。

こうした状況を踏まえ、観光客の滞留と消費につながるよう、物販・飲食機能を検討する。

#### ■事業案 空き家等を活用したカフェの開設（再掲）

ゆっくりと寛げる空間は観光客にも住民にも必要なものである。芦安地区内に存在する空き家等を活用したカフェの開設について、実施を考える個人や団体等の募集や支援策等の検討を行う。

## ②芦安地区の特産品の開発

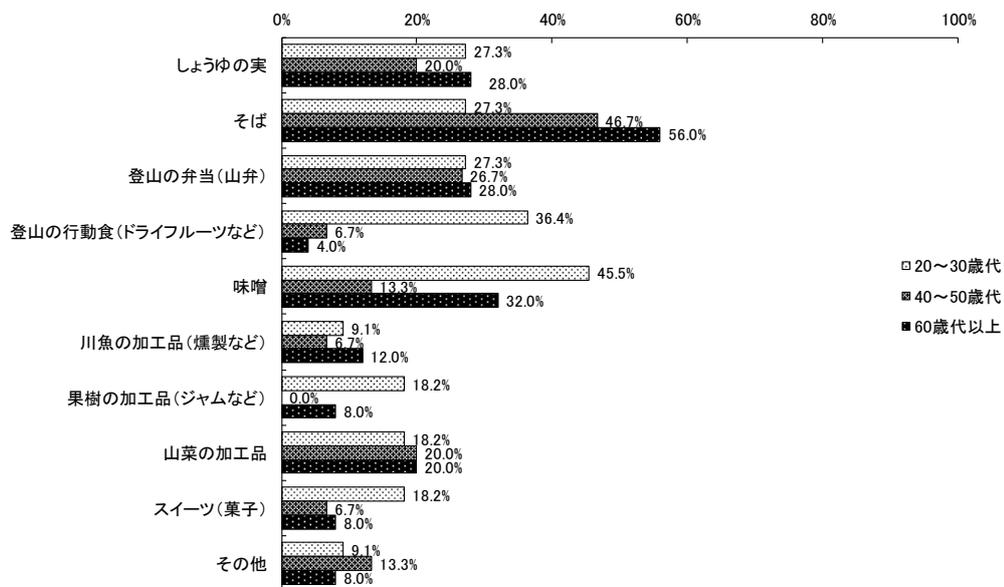
芦安地区には特産品と呼べるものがなく、宿泊施設の土産物販売コーナーの取扱商品は、芦安地区の独自性が乏しい状況にある。宿泊施設に対するアンケート調査で、特産品開発の必要性を尋ねたところ、回答した施設全てが「土産物となる芦安地区の特産品開発が必要である」と回答している。

こうした状況を改善するため、観光客に向けた芦安独自の土産物や、登山客に向けた弁当や携行食の開発を支援する。

### ■事業案 「そば」などによる特産品の開発支援

芦安地区では、これまで「そば」や「しょうゆの実」などの栽培や生産に取り組んできている。こうした実績を踏まえて、「そば」を中心とした「そば稲荷」「そばの焼き菓子」や南アルプス市産の果物を使用した「ドライフルーツ」等の特産品の開発を支援していく。これらの登山客への販売に適した商品開発に向けて、試作品の製造・販売などについて支援する。

### 商品化したい特産品（住民アンケート調査）



## (4) 集客に向けた情報発信

### ①芦安の魅力を発信するポータルサイトの充実

宿泊客アンケート調査では、芦安地区に必要なものとして「情報発信の強化」が指摘された。「温泉」「宿泊施設」「水や食事」「南アルプス芦安山岳館」などの良さは、滞在してはじめて知ったと回答している。

また、宿泊施設アンケート調査では、インターネットを通じたオンライン予約が普及しつつあり、宿泊施設はネット上での情報発信に注力していることがうかがえる。インターネットを通じた芦安の情報発信を強化していく。

#### ■事業案 芦安と南アルプス登山を紹介するポータルサイトの充実（再掲）

芦安地区への宿泊を促すためには、芦安温泉と南アルプス登山の両者について情報発信していくことが重要である。芦安温泉と南アルプス登山をセットにして、南アルプス芦安山岳館が所有している山岳図書・資料などの掲載について検討する。閲覧者の確保に向けて、夜叉神峠のライブ映像の配信やサイトの上位検索対策などを検討していく。

### ②南アルプス芦安山岳館の活用促進と情報発信の強化

南アルプス芦安山岳館は、南アルプスユネスコエコパーク管理事務所も併設され、登山愛好者を引き付ける山岳図書等を収蔵している。建物も世界的な建築家丹下健三氏が設計しており、登山客だけではなく一般観光客が訪れる価値も備えている。ラウンジ（企画展スペース）や語り部コーナーなどがあり、ギャラリーとしても活用できる。南アルプス芦安山岳館の有効活用と情報発信の強化を図り、芦安への集客につなげる。

#### ■事業案 南アルプス芦安山岳館の展示スペースの貸出促進

ラウンジでは企画展が開催されている。この企画展スペースや語り部コーナーを、写真や絵画などの愛好者団体の作品展示会場として貸し出し、芦安への集客につなげる。

#### ■事業案 南アルプスのフォトコンテストの開催

カメラメーカーや登山用品メーカーなどと連携して、南アルプスをテーマとしたフォトコンテストの開催について検討する。入賞作品は、南アルプス芦安山岳館等で展示することで、参加者や写真愛好家の芦安来訪を促す。

#### ■事業案 南アルプス芦安山岳館を拠点としたツアー等の開催

南アルプス芦安山岳館を拠点に、日帰りトレッキングツアーや芦安散歩、自然観察会等を四季を通じて開催することで、南アルプス芦安山岳館の活用促進と登山シーズン以外の宿泊施設の集客にもつなげていく。

**■事業案 講演・講座・フォーラム等の開催**

さまざまな分野による講演、講座等の開催や滞在型のフォーラム等について検討する。滞在型のフォーラム等を開催することで、登山シーズン以外での宿泊施設の集客にもつなげていく。

**■事業案 SNSなどを活用したユネスコエコパークの情報発信の強化**

南アルプス芦安山岳館は、南アルプスユネスコエコパークの管理事務所を併設しており、構成10市町村の情報発信基地として位置付けられている。南アルプスユネスコエコパークの拠点として、SNSなどを活用し、特に夏山情報や気象情報、季節の便り、各種イベント・事業をPRすることで、南アルプスの魅力を発信し、芦安来訪を促す。

**■事業案 収蔵図書や資料等の情報提供**

南アルプス芦安山岳館には、登山や南アルプスに関する貴重な書籍や資料が収蔵されている。情報発信の強化に向けて、南アルプスの自然、芦安の暮らし、登山の歴史などをサイト上で紹介し、立寄客を増やしていく。

## 第7章 その他の活性化策について

### 1. その他の活性化策

#### (1) 地域住民の取組支援

##### ①「しょうゆの実」の提供による集客

住民有志が芦安地区の将来について検討した「芦安みらいサロン」では、芦安地区の活性化に向けて、郷土料理である「しょうゆの実」の商品化を提案している。また、住民有志「TEAM芦安若人」はイベントで「しょうゆの実」を販売している。全国的にも珍しい発酵食品である「しょうゆの実」の知名度を高め、宿泊施設などで提供して集客につなげる。

##### ■事業案 しょうゆの実の提供による知名度向上

芦安地区の宿泊施設の食事で「しょうゆの実」を提供することを働きかけ、登山客や観光客に対する知名度を向上させる。

##### ②アマゴの放流を通じた活性化

芦安地区の住民有志はアマゴを自宅でふ化させ、稚魚を御勅使川に放流する取り組みをしている。環境教育の一環としても取り入れることで、ふ化という共通の目的によって地域の連帯感を強められることから、この取り組みへの支援策を検討し、将来的に成長したアマゴを使った活性化を目指す。

##### ■事業案 アマゴの復活による活性化策の検討

アマゴは駿河湾に下り、再び遡上するとサツキマスとして希少価値が上がり、ブランド力が向上する。治水事業による堰堤の建設などで激減したアマゴが駿河湾まで往来できる環境について専門家と模索し、関係機関に対し魚道の設置について働きかけていく。あわせて、アマゴを活用した活性化策に対する支援を検討する。

## (2) その他の地域活性化策

### ① 県内食品関連企業と連携した行動食の開発

登山者は、登山中のエネルギー補給のために行動食や非常食を備えている。代表的な行動食として、栄養補助食品のほかクッキー、チョコレート、ドライフルーツなどがある。県内の食品関連企業に働きかけて、「南アルプスの行動食」を芦安地区で販売してもらい、知名度と売上げの向上につなげる。

#### ■事業案 南アルプスのご当地行動食の開発促進

芦安地区の宿泊事業者と連携して山梨県内の菓子製造企業、ドライフルーツ製造企業、健康食品製造企業などに対して、「南アルプスの行動食」の開発を打診する。芦安地区の宿泊事業者が、登山者への試作品提供や登山客の評価把握などに協力することで、行動食の商品化を促す。パッケージには、「芦安」の名称や風景を掲載してもらい、知名度の向上につなげる。

### ② 学生ボランティアの参加促進

山梨県内の大学の中には、ボランティア活動をカリキュラムに取り入れている大学や、ボランティアサークルのある大学がある。地域活動やボランティア活動を行う大学生に、芦安地区での地域活性化の取り組みへの参加を呼びかけ、大学生と連携して活動を行う。

#### ■事業案 学生ボランティアと連携した地域活性化

ボランティア活動を単位として認定する大学から、認定要件や大学生がボランティア活動しやすい条件・手続きを把握する。大学生が参加しやすい条件を整えて、大学や大学生に芦安地区での地域活性化の取り組みへの参加を打診し、大学生のマンパワーやアイデアを借りて地域活性化を推進していく。

## 2. 効果的な地域プロモーション

### (1) 企業と連携したプロモーション

#### ①交通事業者と連携した情報発信

交通事業者は、高速バスや路線バスの乗客に向けた地域情報誌を定期的に発行している。この情報誌に、芦安温泉や南アルプス登山に関する記事を毎年掲載してもらうように働きかけて、芦安地区の情報発信と温泉客・登山客の増加につなげる。

##### ■事業案 山梨交通と連携した芦安地区の情報発信

山梨交通は、高速バスや路線バスの乗客に向けて情報誌「Bus Terminal」(バスターミナル)を発行している。山梨交通や情報誌を企画編集している企業に対して、芦安地区の温泉、宿泊施設、イベント、南アルプス芦安山岳館や南アルプス登山に関する情報や写真を提供し、芦安地区に関する記事掲載を促す。

### (2) その他のプロモーション

#### ①観光客の視点による情報発信

芦安地区に毎年宿泊する登山客や温泉客などの常連客に協力を求め、常連客自身のSNSなどを通じて、南アルプスの山々や芦安地区の魅力について情報発信してもらう。観光客としての視点から、芦安地区の魅力を紹介してもらう。

##### ■事業案 観光客の視点による情報発信

ブログやSNSを通じて日常的に情報発信をしている登山客や温泉客に呼びかけ、四季を通じて芦安地区や南アルプスの良さをPRしてもらう。

#### ②既存イベントを活用した集客

芦安地区では毎年5月に「南アルプス市芦安新緑やまぶき祭」を開催している。やまぶき祭りでは、史跡を巡る「やまぶきツアー」や「クライミング体験」など観光客も楽しむことができるイベントを開催している。新緑や紅葉の時期の芦安地区の魅力PRにもつながるよう、「南アルプス市芦安新緑やまぶき祭」などの既存イベントに関する情報発信を強化し来訪者の増加を図る。

##### ■事業案 芦安のイベント情報の配信

南アルプス登山ツアーを販売している大手旅行代理店、登山情報を提供している出版社やサイト運営事業者などに対して、「南アルプス市芦安新緑やまぶき祭」などの既存イベントの情報を配信し、ツアーの企画や情報の掲載を促して集客につなげる。

## 第8章 グランドデザインの実現に向けて

### 1. グランドデザイン実現に向けた財源の確保

グランドデザインを実現するためには、住民ニーズをくみ上げつつ、優先度の高い施策や事業から予算化していくことが必要である。また、次の手法も活用して事業費の確保に努める。

#### (1) 過疎対策事業債の活用

芦安地区は過疎地域に指定されているため、「過疎対策事業債」を活用して財源を確保していく。

#### (2) 国の補助事業の活用

芦安地区は過疎地域に指定されており、総務省の過疎対策関連事業が活用できる可能性があることから、国の補助事業の活用も視野に入れ検討していく。

#### (3) 新たな財源の確保

地方交付税の大幅な減少、社会保障費の増加などにより、今後さらに厳しい財政運営が想定されていることから、新たな財源確保の手段として、クラウドファンディング（インターネットなどを通じて、取組内容に賛同する有志から資金を集めること）等の活用について、研究を進める。

### 2. グランドデザイン実現に向けた組織づくり

前章までに示した事業案は、南アルプス市が事業主体となる事業だけではなく、特産品の開発をはじめとして芦安地区の住民や団体などが事業主体となって取り組むべき事業もある。芦安地区には、全世帯からなる自治組織「芦安地区自治会」があるが、民間事業者と連携して取り組むべき事業では、民間事業者との契約に向けて法人化を求められる可能性がある。グランドデザインの事業化に向け、地域の組織づくりについても研究を進める。

#### (1) 芦安地区の活性化に取り組む団体の法人化

芦安地区の活性化に取り組む団体の一部には、NPO法人も見られるが、多くの団体は任意団体である。活性化の取り組みに対して行政や企業からの補助や助成を受けたり、指定管理者となったり、特産品の販売などの収益事業を行うことも見据えて、法人化を検討する必要がある。芦安地区の活性化に取り組む団体に対して、株式会社、NPO法人などの法人格の取得を促す。

#### (2) 地域おこし協力隊の活用

地域おこし協力隊は芦安地区の活性化に向けて様々な取り組みを行い、活性化の原動力になっている。活性化に向けて、今後も地域おこし協力隊を活用していく。

### 3. 南アルプスユネスコエコパークの3つの区域による地域づくり

---

ユネスコエコパークは、厳格な保護を求める「核心地域」、学術調査や環境教育、レジャー、エコツーリズムに活用する「緩衝地域」、自然や地域資源を活用した経済活動などが行われる「移行地域」の、3つの地域で構成される。芦安地区の地域住民や隣接する南アルプスユネスコエコパークを構成する市町村との横断的な連携により、それぞれの地域の特性を引き出し、理念に基づいてグランドデザインの実現にむけた地域づくりを進めていく。

## 参考資料

## ■芦安グランドデザイン策定までの経過

開催日	開催事業	内容
平成 29 年 1 月 10 日	芦安グランドデザイン策定に係る プロポーザル公募開始	平成 29 年 1 月 10 日から平成 29 年 1 月 18 日まで
平成 29 年 2 月 15 日	公募型プロポーザルによる審査	(株)日本総合研究所、(株)JTB 関東、(株)地域 設計、(株)サーベイサーチセンター 4 社から提案
平成 29 年 3 月 28 日	業務委託契約締結	(株)日本総合研究所と業務委託契約を締結
平成 29 年 4 月 25 日	現地調査	白峰会館、金山沢温泉、芦安山岳館、芦安 交流促進センター等の現地調査
平成 29 年 6 月 1 日	芦安地区自治会協議会	芦安グランドデザイン策定についての説明
	芦安地域おこし協力隊との意見交 換会	芦安地区の活性化策について
平成 29 年 6 月 23 日	旅籠の会との意見交換会	芦安グランドデザイン策定に係る、宿泊施設に対 するアンケート調査について
	南アルプスマウンテンバイク愛好 会との意見交換会	マウンテンバイク愛好者の芦安地区への滞在の可 可能性について
	宿泊施設に対するアンケート調査	調査期間 平成 29 年 8 月 31 日まで
平成 29 年 6 月 30 日	登山愛好者に対するインターネッ トアンケート調査	調査期間 平成 29 年 7 月 5 日まで
平成 29 年 7 月 4 日	現地調査	商店の出店について(山崎製パン(株))
平成 29 年 7 月 25 日	住民に対するアンケート調査	調査期間 平成 29 年 9 月 30 日まで
	宿泊客に対するアンケート調査	調査期間 平成 29 年 9 月 30 日まで
平成 29 年 8 月 3 日	山崎製パン(株)との意見交換会	芦安地区への商店出店の可能性について
平成 29 年 9 月 19 日	市内介護施設との意見交換会	芦安地区への事業所進出について
平成 29 年 10 月 11 日	山崎製パン(株)との意見交換会	芦安地区への商店出店の可能性について
平成 29 年 11 月 2 日	現地調査	商店の出店について(全日本食品(株))
平成 29 年 11 月 28 日	芦安地区自治会協議会	芦安グランドデザインの進捗状況の説明
平成 29 年 12 月 21 日	全日本食品(株)との意見交換会	芦安地域おこし協力隊並びに全日本食品 (株)と現地調査
平成 30 年 2 月 5 日	パブリックコメント実施	募集期間 平成 30 年 3 月 6 日まで
平成 30 年 3 月 28 日	芦安グランドデザイン完成	

## 芦安グランドデザイン

発行日 平成 30 年 3 月 28 日

発 行 南アルプス市役所

〒400-0395 山梨県南アルプス市小笠原 376 番地

TEL 055-282-1111 (代) FAX 055-282-1112

<http://www.city.minami-alps.yamanashi.jp>

編 集 総合政策部 政策推進課