

令和 7 年度第 1 回懇談会での意見整理表

(令和 7 年 1 0 月 2 0 日時点)

番号	提案・意見内容	主な 該当施策	令和 8 年度に向けての考え
①	青梅丘陵ハイキングコースについて、矢倉台から宮ノ平へ降りていく途中で景色の良い場所があるが、木が伸びて視野が狭くなってしまっているので整備を進めて欲しい。	戦略 1 施策 3	青梅丘陵を含むハイキングコースでの倒木等が多数発生しているため、優先順位を決めて進めてまいります。景観伐採については、対応可能であれば担当課として実施したいと考えております。
②	御岳、沢井周辺では民泊が 10 件以上ある。利用者の大半はインバウンドという情報もあるので、この辺りを調べるとインバウンドの実態が分かるのではないかと。	戦略 2 施策 1	令和 6 年度に河辺駅、東青梅駅、青梅駅にて Open-Roaming 対応 Wifi を設置しました。また御嶽駅にも同様の Wifi が設置済みのため、まずはそこから得られる属性データの分析を試みたいと考えております。
③	インバウンド向けのガイドはデジタルマップのようなもので作成してはどうか。また単に英訳しただけのガイドではなく、ストーリー性を持たせたガイドを作成すると外国人の方も周遊しやすいのではないかと。	戦略 2 施策 2	多言語対応をの観光デジタルガイドマップを作成したいと考えています。また、アンケート調査などを通して、青梅に来訪される外国人の目的や興味のあることの把握に努めたいと考えております。
④	インバウンドの来訪者は電車でみると横田基地あたりに住まわれている家族の方が多く見受けられる。実際の来訪者の属性について把握することに興味がある。	戦略 2 施策 2	各駅に設置されている Open-Roaming 対応 Wifi から得られる情報の精査に努めて、来訪者の属性について傾向を把握していく予定でございます。
⑤	アンケートで青梅市を来訪された方の目的は圧倒的に自然と触れ合える登山・ハイキングが多い。そういった方達への PR としてインフルエンサーを活用してはどうか。	戦略 3 施策 4	今年度から青梅 PR 大使としてナユタのホリコシ氏が就任されました。まずは PR 大使や PR 隊をインフルエンサーとしてハイキングコースを含め青梅の PR 情報を発信していければと考えております。

⑥	最近の観光のトレンドとして、若い世代を中心にモノ消費からコト消費への移行が見受けられる。今後は観光地情報を発信するだけでなく体験できる場所などを発信するなど工夫が必要ではないか。	戦略4 施策2	観光施策の一つであるファクトリーツーリズムの構築がコト消費の一つのコンテンツになると考えております。令和8年度はそういった活動に協力いただける事業者を探しながら、コンテンツ造成補助金などの制度をはじめ、市がサポートしていける体制を構築していきたいと考えております。
⑦	ファクトリーツーリズムについて青梅じゃないと体験出来ないモノを見つけてPRしていくと、参加する事業者さんも増え、企画も増えてくると思う。	戦略4 施策2	11月にオープンファクトリーが開催されますので、そういったところへ見学に行くなどして、青梅ならではの体験コンテンツを探し出していきたいと考えております。
⑧	青梅には温泉もあり、自然もある。そういった環境を活かして医療ツーリズムを構築していったらどうか。	戦略4 施策2	医療ツーリズムに通ずるものとして、懇談会でも議論に挙げられているウェルネスツーリズムがございます。病気の治療ではなく健康の維持・増進や心身のリフレッシュを目的とした旅行を指し、日本でもすでに導入している観光地もあるようです。癒しの道（仮称）など市独自の基準でウェルネスツーリズムを振興できるような取り組みが可能か、令和8年度も引き続き検討したいと考えております。