

目的

多摩地域は、豊かな自然や多くの観光資源が存在しているものの、1箇所ですべて旅行者等を集客できる観光資源は少なく、都心からの移動時間を有効に使える観光ルートも少ない。そのため、旅行者等が多摩の魅力を感じ、リピーターとして再び多摩地域を訪れたいような観光資源の発掘と観光ルート開発を行い、国内旅行者等の誘致を促進する。

実施内容

1.観光ルート開発(モニターツアー)

(1)西多摩地域モニターツアー行程

実施日	10月10日(日)	参加者数	15名	移動手段	マイクロバス 1台
行程	8:00 立川駅==9:25-10:30 奥多摩町文化会館でジビエ講義==11:00-12:10 氷川国際ます釣場でニジマス釣り体験==12:10-14:00 押し寿司体験とBBQ==14:20-16:00 WASABI EXPERIENCE でワサビ収穫体験==17:45 立川駅				
					

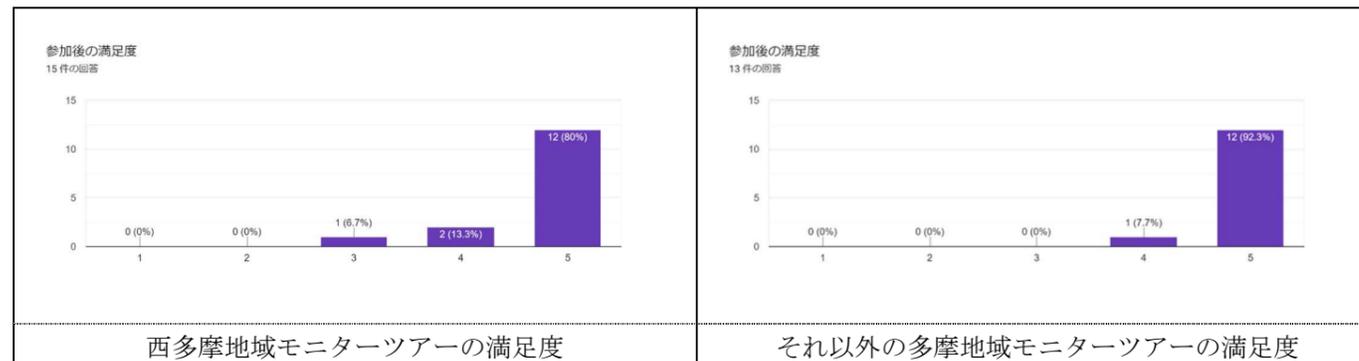
(2)それ以外の多摩地域モニターツアー行程

実施日	11月6日(土)	参加者数	15名	移動手段	中型バス 1台
行程	8:45 東小金井駅==9:30-10:30 大堀ファームで江戸東京野菜収穫体験==11:15-12:00 POMONA 農園でキウイもぎ取り体験==13:30-14:45 タヤけ小こけふれあいの里で東京ビーフ等のBBQ==15:15-17:00 磯沼ミルクファームで乳搾り・バター作り体験==17:30 JR 八王子駅				
					

実施結果

アンケート集計結果におけるモニターツアーの満足度

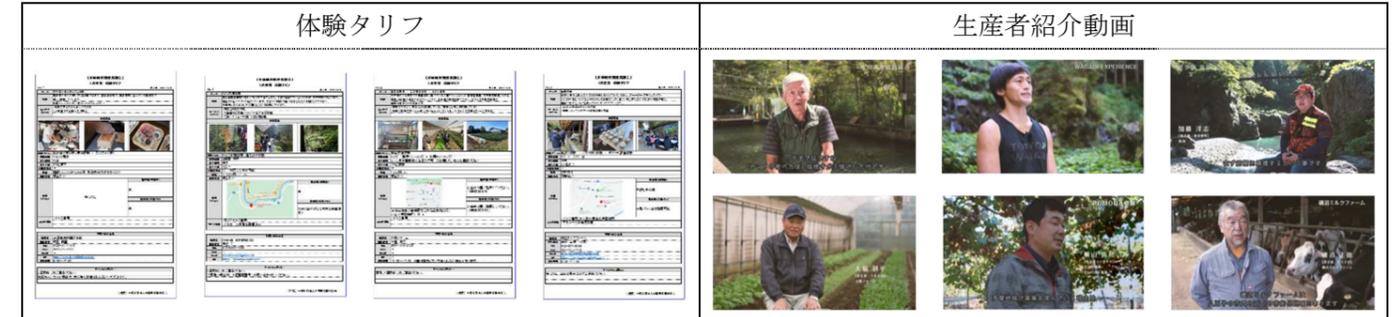
西多摩地域15名・それ以外の地域13名(取材の為、途中離脱者あり)から集計を行った。モニターツアーに関する満足度や体験内容、提供食材についての今後の活用方法について回答してもらった。西多摩93.3%・それ以外の多摩100%の満足度(「5:大変満足」「4:満足」を合わせた回答数)を得る事が出来た。



事業成果

1.協力事業者に向けての体験タリフの作成・プロモーション動画の制作

ヒアリング調査を行い体験タリフにまとめたほか、生産者紹介と食材を収めた動画を制作した。



2.ターゲット層に向けた情報発信(地域イベント・SNS投稿・マスメディア発信)

情報発信 JA東京アグリパークでの地域イベント、弊会・参加者によるSNS投稿、アグリ・リサーチへの記事掲載、地域広報誌(TAMA BALL.)への広告掲載等多方面から多摩地域に関する情報発信を行った。



課題

1.首都圏・近郊からの人流増加によるオーバーツーリズム

コロナ禍の影響により、近距離での旅行が増えた。その為、23区から多摩地域へ多くの人々が訪れたが渋滞問題・ゴミの問題が発生した。今後多摩地域においては、1年間を通して均一に人が訪れることが出来るような体験プログラムを考えていくことが課題である。

2.食材供給の安定化

食材の認知拡大をしていく中で生産者の少なさから、供給量の不安定さが課題となる。畑や養殖場で生産出来る食材は拡大していくことで安定化を図ることが出来るが、ジビエは自然が相手となり供給量が予測できないのが課題である。

今後の展開

1.公共交通機関・歩きを活用したマイクロツーリズム造成

多摩地域の1次産業は都市部の中に存在しており、駅やバス停から徒歩で移動出来る利点がある。この点を活用することで、自家用車を持っている家族層など限定的な層だけではなく、より幅広い年齢層に向けた新しい企画造成をしていきたい。

2.「多摩地域の1次産業」から「地方の1次産業」へ発信

協力事業者を地方の1次産業者が体験プログラム造成するときの目標や指導者として発信していけると考える。

3.生産量と供給量のバランス

生産数が決まっている食材は、今後販売先を選定していくことが必要となる。販売先によっては食材の特徴を活かしながら付加価値を付けて販売することが可能であると考えられる。