

特集 多摩のうごきを知る

高尾山観光の現在と未来

「高尾山薬王院参道」© Hachioji City (licensed under CC BY 4.0)

2007年にミシュラン三つ星を獲得した高尾山が、昨年、東京都で唯一の日本遺産に認定された。ピーク時の年間登山者は約300万人ともいわれた高尾山だが、新型コロナウイルスの流行によって、現在は地域全体が非常に大きな打撃を受けている。そのような状況の中でも観光地として発展し続けるため、それぞれの立場から高尾山を支える各所に、現在の取り組みや今後の展望について話を聞いた。

発展とともに受け継がれてきた自然環境

高尾山は今から1,200年以上も前に開山したと伝えられる高尾山薬王院とともに発展を続けてきた。中腹には薬王院のほか、さる園・野草園、飲食店や土産物店が軒を連ね、麓には京王線高尾山口駅から続く商店街や温泉、高尾の自然を学べる高尾599ミュージアムなど、幅広い年齢層が楽しむことのできる観光スポットも充実している。

高尾山の大きな特徴は、都心からのアクセスの良さと、緑豊かな自然である。戦国時代には八王子城城主・北条氏照が竹木伐採を禁止し高尾山の環境を守り、江戸時代に入ってから山林保護や植林が行われた。現在の高尾山では四季折々の植物や多様な生き物に出会うことができる。中でも昆虫は数千もの種が生息しており、^{みのおやま}箕面山(大阪府)、^{きぶねやま}貴船山(京都府)と並んで昆虫の日本三大生息地と呼ばれているという。

また、高尾山は「ゴミ持ち帰り運動」発祥の地としても知られ、観光地におけるゴミ問題に早くから取り組んでいる。1960年代に観光客の増加とともにゴミ問題が深刻化し、薬王院やケーブルカーを運行する高尾登山電鉄、

そして高尾山商店会の人々などが中心となり、山の清掃活動を行うとともにゴミの持ち帰り運動を始めた。長年の努力が実って高尾山はゴミの落ちていないきれいな山となり、2007年のミシュラン三つ星の獲得に際しても、その点が評価されたといわれている。

2020年6月には「霊気満山 高尾山 ～人々の祈りが紡ぐ桑都物語～」として、東京都で初めてとなる日本遺産の認定を受けた。文化庁が認定する日本遺産は、地域の歴史的魅力や文化・伝統などの特色を地域全体のストーリーとしてパッケージ化し、活用・発信することによって地域活性化を図る目的がある。高尾山では、戦国時代に城下町が築かれ、信仰とともに山の環境が守られてきた。また、江戸時代には八王子の絹産業とも深く結びつき、桑都の興隆により高尾山への信仰もさらに広まっていったという。八王子に育まれてきた文化や自然環境が日本遺産となったのである。現在の高尾山の姿は、長きにわたり地域の人々が地道に重ねてきた努力の賜物といえるだろう。

新型コロナウイルスがもたらした影響

新型コロナウイルスの流行以降は、都内や関東近郊からのバスツアーをはじめとした団体客が一気に減少し、麓から山頂にある計49店舗が加入する高尾山商店会では、特に土産物店の売上が激減した。飲食店についても、店舗に入らず屋外で食事を済ませる人が増えたため、客の入りは以前と比べると半分程度になっているという。

また、国や都からの要請により、毎年開催しているお祭りや各種イベント・キャンペーンは中止や縮小、もしくはオンライン開催などの措置がとられている。

ケーブルカーやリフト、高尾山中腹の飲食店や土産物店、さる園・野草園などを運営する高尾登山電鉄の代表取締役社長・^{ふなええいじ}船江栄次氏によると、同社の経営する食堂



高尾登山電鉄 代表取締役社長 船江栄次氏

の売上は前年度と比べて約40%の減少となった。高尾山ケーブルカーの乗降客数も、飲食部門と同様におよそ40%減少しているという。また、新型コロナウイルスの感染対策は徹底して行っている。「お客さまに安心してご乗車いただけるよう、ケーブルカーは定員を削減し、換気

用のファンを新たに導入して、着発の都度車内消毒を行っています。リフトは1台おきの利用とし、消毒を徹底しています」と船江氏。

高尾山の玄関口である京王線高尾山口駅の1日の乗降客数についても減少がみられ、京王電鉄によると2019年度には1万431人/日だったが、2020年度は約30%減の6,966人/日となっている。これらのデータから、年間登山者数についても30～40%程度減少していることが推測できる。徐々にワクチンの接種が進んでいるとはいえ、依然として新型コロナウイルスは収束の見通しが立たない。観光地や事業者にとっては先の見えない苦しい状況が続いている。

地域の魅力を伝える新たな取組み

それでも、今こそ高尾山周辺地域に溢れる魅力を再発見しようと、各事業者は様々な取組みを始めている。

高尾山のTVCMやポスター、WEBの展開や高尾山口駅に直結した京王高尾山温泉／極楽湯など、高尾山周辺地域の活性化に力を入れてきた京王電鉄では、2021年7月17日に高尾山口駅前に宿泊施設「タカオネ」をオープンした。宿泊を通して、日帰り登山では味わうことのできない高尾山の奥深い魅力や楽しみ方を提案する、地域の新たなアクティビティ拠点となる。同社では、個人や家族連れでの利用はもちろんのこと、企業や大学のサークルなど様々な集まりでの利用を想定している。また、宿泊客でなくても気軽に立ち寄ることができる場とすることで、他の観光施設などへの誘客につなげる狙いもある。コロナ禍での開業準備について、同社の開発事業本部開発企画部の十河信介^{じゅうかわのぶすけ}企画担当課長に尋ねると、「大きなイベントはできませんでしたが、地域の方々とながりを作りながらSNSで発信するなど、地道な活動を重ねてPRをしました。コロナ禍だからこそそのやり方でした

が、シェアサイクルで高尾地区を周遊したり、川遊びをしたりといった登山以外の高尾山の楽しみ方を地元の人に教えてもらい、結果として、この地域の魅力を改めて発見することができました」と、困難な状況の中にも新たな収



大本山高尾山薬王院 法務課長 上村公昭氏 穫があったことを教えてくれた。

また昨年の夏には、高尾山口観光案内所を運営する八王子観光コンベンション協会と高尾山商店会が主となり夏の閑散期対策として「夏の高尾山“清涼”体感めぐり」を企画した。新型コロナウイルス感染拡大防止のガイドラインを定め、涼風そばキャンペーン、江戸風鈴の設置、薬王院のライトアップを行い、訪れた観光客は夏の高尾山を満喫したという。毎年11月に開催される「高尾山もみじまつり」では、新たな取組みとしてYouTubeで「日本遺産認定記念事業 デジタル版 高尾山もみじまつり」が公開された。

さらに薬王院でも、毎年7月に開催している写経大会において、昨年「在宅写経」を導入している。同院法務部法務課課長であり僧侶でもある上村公昭氏^{かみむらこうしょう}によると、自宅にいながら参加が叶う在宅写経は好評を博しているようで、「様々な事情で山上に来ることが難しい方もいるので、このような方法は一つの選択肢として今後も必要かもしれません」と新たなニーズを捉えていた。



地域の魅力を発信し、新たな楽しみ方を提案するタカオネ

高尾山観光の未来

現在、八王子観光コンベンション協会では、高尾山周辺地域で初めてとなる大規模なマーケティング調査の計画を進めている。東京観光財団とともに行う同調査は、鉄道の乗降客数や入山者数だけでなく観光客のニーズや動線を測り、さらに高尾山を訪れた観光客を八王子市街地へ誘致する仕組みづくりも視野に入れた幅広いマーケティング調査となる。同協会会長の^{おのおのあきら}大野彰氏は、「現在は事業者が大変厳しい状況にあります。日本遺産の認定をきっかけとして、地域の事業者のV字回復につなげていけるように、コミュニケーションをとりながらコロナ収束後に向けて準備を行いたい」としている。このマーケティング調査は、先が見えない状況の中でも高尾山観光事業の未来を考える各事業者にとって、重要な手がかりとなりそうだ。高尾山商店会会長の^{まつむらたかお}松村高雄氏は、「高尾山は、新しいお客様が圧倒的に多い観光地です。調査結果の活用によってお客様のニーズを捉え、商店会として前向きな変化を遂げていきたいと思っています」と期待を寄せる。

高尾山がこれまで抱えてきた課題の一つに、繁閑差の平準化がある。高尾山を訪れる観光客は、例年5月の連休と10～11月の紅葉シーズンに集中している。閑散期である梅雨から夏、そして冬の時期にもその季節だけの魅力や楽しみ方があり、それらを各所でアピールする取組みが今後は必要になるだろう。また、ハイシーズンにおける対策として、時間帯をずらした早朝の登山推奨が挙げられる。これを実現するためには、飲食店や土産物店の営業時間の調整や、ケーブルカー・リフトの運行時間の拡大なども必要となる。「タカオネ」のオープンによっても、早朝登山のニーズはますます拡大することが予想され、地域における協力体制の強化が求められる。これ



高尾山商店会 会長 松村高雄氏

までも様々な事業において関係各所が連携を重ねてきた高尾山周辺地域だが、更なる発展のためには地域に関わる人や組織がますます協力し連携することが必要不可欠である。

ただし、以前のように遠方からの観光客

を呼び込むことができるようになるまでは、マイクロツーリズムとして近隣の観光客に向けた誘致に力を入れ、アフターコロナにおける観光地の基盤を整備したうえで段階的にインバウンドの回復につなげることが求められる。

高尾登山電鉄の船

江氏は「高尾山は当社の開業当時から心身の健康維持に役立つ場所として認識されていました。まずは、原点回歸して近隣地域の方に訪れてもらいたいです。山の清澄な空気ですっきりして、さらに観光施設を利用して一日お楽しみいただくと嬉しいです」と話す。同社に保管されている、ケーブルカー開通当時の新聞記事には、『まことに適当な市外公園とも言い得る地で清冷なる大気、闊達なる眺望はどんなにか都会生活者の慰安、保健の糧となる事であろう』（1927年2月28日付読売新聞記事より抜粋）とあった。高尾山にある豊かな自然と澄んだ空気は、時代や周囲の環境の変化に関わらずそこに存在し、訪れる人に安らぎを与え続けている。高尾山が観光地として今後も発展を続けていくには、近隣地域の人々が高尾山の魅力に改めて触れ、地域に愛着をもった経済活動を増やしていくことが必要だ。新型コロナウイルスの流行によって今も不安定な状況が続いているが、高尾山周辺地域の人々は、刻一刻と変わる情勢の変化に立ち向かい日々邁進している。高尾山観光事業の未来を明るくものにするために、地域一体となってこの危機を乗り越え、数年後には今まで以上の賑わいをみせる観光地となっていることを願って止まない。(畑山若菜／編集：野村智子)

※今回取材させていただいた各事業者の詳細なインタビュー内容は以下のURLからご覧いただけます。

https://www.web-tamashin.jp/rire/tama-keizai/article/097/097_tama_no_ugoki.php



八王子観光コンベンション協会
会長 大野彰氏

たましん中小企業景況調査報告

たましん地域経済研究所
ホームページでは、さらに詳細な
データを掲載しています。

多摩信用金庫では、多摩地域で事業を営む約 1,100 先の企業にご協力をいただき、事業の動向に関するアンケート調査を実施しています。今回は、2021 年 6 月期の景況についてご報告します。

調査概要

1. 調査実施日 2021 年 5 月 7 日～6 月 1 日
2. 調査方法 調査員による聞き取り調査
3. 調査対象 多摩信用金庫のお取引先 1,123 先
4. 回答先数 1,118 先 (回答率 99.6%)
5. 回答先内訳 右表のとおり

	全業種		製造業		卸売業		小売業		サービス業		建設業		不動産業	
	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率
1～4人	355	32%	53	17%	28	30%	106	58%	76	30%	45	25%	47	54%
5～9人	248	22%	65	20%	24	26%	37	20%	41	16%	57	31%	24	28%
10～19人	186	17%	80	25%	19	20%	9	5%	28	11%	41	22%	9	10%
20～29人	84	8%	32	10%	7	8%	7	4%	19	8%	16	9%	3	3%
30～39人	51	5%	20	6%	1	1%	5	3%	18	7%	6	3%	1	1%
40～49人	40	4%	17	5%	1	1%	4	2%	11	4%	6	3%	1	1%
50～99人	97	9%	32	10%	7	8%	15	8%	33	13%	9	5%	1	1%
100人～	57	5%	20	6%	6	6%	0	0%	27	11%	3	2%	1	1%
合計	1,118	100%	319	100%	93	100%	183	100%	253	100%	183	100%	87	100%

業況DI

業況DIとは、自社の業況が「良い」と回答した企業の割合から、「悪い」と回答した企業の割合を引いた値である。プラスであれば、現在の業況を「良い」と認識している企業が多いことを意味している。(ただし、「季節調整法」という手法を用いて、DIの季節的な傾向を除いている。)

今期の全業種業況DIは、前期より16ポイント増のマイナス16となった。全体として新型コロナウイルスの感染拡大の影響は緩和されつつあり、業況は持ち直しているが、飲食業、観光業をはじめとする一部業種では、依然非常に厳しい状況が続いている。

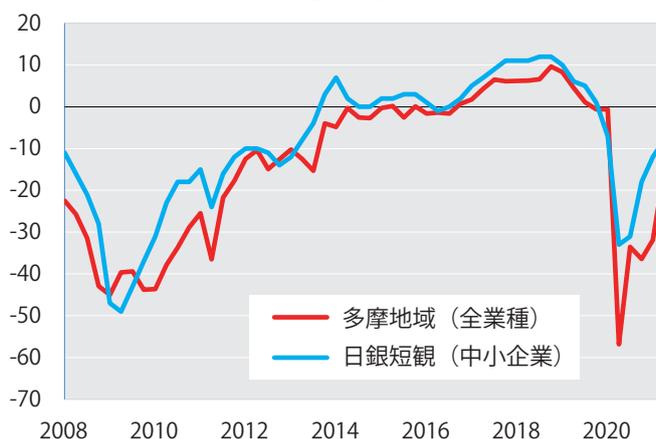
業種別に見ると、建設業や不動産業で業況DIが水面下を脱し、プラス圏となっている。業況DIがプラス圏となるのは、建設業では、2020年3月期以来、不動産業では2019年9月期以来となる。一方、右表では掲載がないものの、飲食業の業況DIはマイナス66となっており、回復が見通せていない。

規模別の業況DIでは、中規模企業、小規模企業ともに改善となった。特に中規模企業では、前期より20ポイント増のマイナス6となり、改善幅が大きい。

※本調査では、製造業・建設業は従業員20人以上の企業を中規模企業、卸売業・小売業・サービス業・不動産業は従業員5人以上の企業を中規模企業と定義している。

	2020年 12月期	2021年 3月期	2021年 6月期	変化幅	2021年 9月期 (見通し)	変化幅
全業種	-36	-32	-16	+16	-12	+4
中規模	-27	-26	-6	+20	-4	+2
小規模	-45	-37	-24	+13	-17	+7
製造業	-39	-38	-24	+14	-15	+9
中規模	-31	-27	-13	+14	-7	+6
小規模	-43	-45	-30	+15	-20	+10
卸売業	-43	-39	-17	+22	-15	+2
中規模	-42	-43	-9	+34	-10	-1
小規模	-47	-31	-34	-3	-25	+9
小売業	-47	-41	-32	+9	-26	+6
中規模	-29	-35	-23	+12	-21	+2
小規模	-63	-45	-38	+7	-29	+9
サービス業	-36	-25	-11	+14	-7	+4
中規模	-28	-19	-3	+16	3	+6
小規模	-53	-39	-31	+8	-28	+3
建設業	-28	-28	1	+29	-2	-3
中規模	6	-16	20	+36	11	-9
小規模	-38	-31	-4	+27	-6	-2
不動産業	-17	-13	5	+18	4	-1
中規模	-13	-17	18	+35	3	-15
小規模	-20	-10	-6	+4	4	+10
日銀短観(中小)	-18	-12	-8	+4	-10	-2

業況DIの推移



お客さまのコメント

製造業

- ・ コロナ禍でキャンピングカーの需要が増えているように感じる。(武蔵村山市、キャンピングカー製造業)
- ・ 各方面の専門家を巻き込み、新規案件の獲得に繋げていきたい。(八王子市、電子部品製造業)
- ・ 災害時に備え、技術や情報のバックアップ・取引先との協議が必要と感じている。(昭島市、自動車電子機器部品製造業)
- ・ 研究開発費の削減を行っているため、各企業の勢いがなくなっている。(八王子市、工業用モデル製造業)

卸売業

- ・ コロナ禍で事業の見直しを図ることができた。今後は外部環境が改善するまで自社の体制を整備していく。(府中市、青果物卸売業)
- ・ 仕入品の品質が低下している。事業を再構築して新たに飲食店を始める計画を立てている。(国分寺市、食肉卸売業)
- ・ 受注が小ロット化し手間が増え、利益幅は縮小している。(八王子市、珍味海苔卸売業)

小売業

- ・ 地域商品券により、売上が増加した。(武蔵野市、果物小売業)
- ・ 通勤でバイクを利用する人が増えている印象がある。(八王子市、オートバイ販売業)
- ・ 行事やイベントが相次いで中止となっているため、店舗ごとのセールを毎週開催し、売上高の維持に努めている。(府中市、和菓子製造販売業)
- ・ 物流の停止を懸念している。災害時ほど必要な業種であり、ある程度のストックは確保するようにしている。(調布市、薬局)

サービス業

- ・ エコ分野に新たな販路を広げ、安定した収益確保を行いたい。(八王子市、一般産業廃棄物処理業)
- ・ 同業者間で協定を結び、コロナのクラスター感染が自社内で発生した場合でも、他社がバックアップしてくれる体制を構築している。(日野市、葬祭業)
- ・ 飲食店のメニュー総額表示への切り替えにより、一時的に売上が増加した。(日野市、広告企画業)
- ・ 固定客がメインだが、来店スパンが長くなってきている。(立川市、理容業)

建設業

- ・ ダイレクトメールにより、新規顧客が大幅に増え、売上も上がった。(国分寺市、室内装飾業)
- ・ リモートワーク等の工事のニーズが高まっている。併せてセキュリティ機械整備のニーズも高まると思われ、一緒に提案していきたい。(八王子市、防犯防災設備販売工事業)
- ・ 事業承継に向け分社化を検討している。(立川市、一般土木建築業)
- ・ 作業場・資材置場の集約により業務効率化が図れたが、コロナ禍により外国人労働者の確保に苦慮している。(あきる野市、足場工事業)

不動産業

- ・ コロナの影響から現地販売は減少し、オンライン及び事務所で商談が増えている。(多摩市、土地売買業)
- ・ 大手同業他社の仕入れが安価なため、価格競争で勝てない。(東大和市、不動産業)
- ・ 建設資材の高騰により建売住宅が割高になり、販売するのが厳しくなるのではと懸念している。(東村山市、不動産仲介業)

お客さま

景気動向 インタビュー



コロナ禍でも精力的に活動を続ける間氏

株式会社寺子屋 はざまみつお 代表取締役 間光男氏

小金井市の高級フレンチレストラン“TERAKOYA”を経営する株式会社寺子屋。現在、3代目のオーナーシェフ・間光男氏のもと、レストラン4店舗のほか、スイーツやオードブル、ギフトセットなどを販売する物販店3店舗を運営している。コロナ禍で甚大な影響を受けている飲食業界であるが、昨年打ち出した「三方よしプラン」が評判を呼んだ。

—— 事業の概要と特徴について

創業者である私の祖父が1954年に小金井の自宅を開放して飲食業を開業したのが始まりです。私は1991年に3代目として店を引き継ぎました。多摩地域に豊かな食文化を根付かせる、ということを社としており、現在事業の柱は大きく分けると2本立てになっています。メインとなる飲食業では、小金井の本店のほか、立川と吉祥寺には気軽にフレンチを楽しめるよう価格設定を抑えた店舗があります。また、2020年8月には港区の商業施設“ウォーターズ竹芝”に新店舗をオープンし、レストランは4店舗となりました。事業のもう一方の柱は、3店舗ある物販店舗です。コロナ禍による巣ごもり需要の影響から、物販事業の売上は増加しており、現在は全体の3割程度が物販の売上となっています。

—— コロナ禍における取組みについて

多くの飲食店と同様に、当社も新型コロナウイルス流行による影響を受けています。特に昨年は、前年比で売上が20%を下回った月もありました。取引先からは、東京オリンピックを見据えて何年もかけて準備した高級な

肉や魚が売れないという悲痛な声が聞こえてきます。そのような状況下でも、当社にできることを考え、コロナ禍で需要が激減した高級食材を使ったフルコースを破格の1万円で提供する「三方よしプラン」を、昨年5月から期間限定で行いました。三方とはお客様、生産者、そして当社です。実は採算度外視で利益は二の次でしたが、SNSや口コミで評判が広がり、メディアにも取り上げていただいた結果、月によっては前年比180%の売上となるほど大きな反響を呼びました。現在はオンラインショップで三方よしプランのディナーセットを販売しています。

—— 飲食業界の復興に向けた動きについて

今回のような危機的状況に見舞われたことで、通常通りの営業ができることのありがたみを強く感じています。また、レストランである私たちが頑張ることで、食材だけでなく様々なサプライヤーがまわっていくということも、改めて実感しました。飲食業界はまだまだ厳しい状況が続いています。人間が一人ひとり違った人格であるように、飲食店も店ごとに特徴があり、それぞれ異なるものです。画一的な補償ではなく、店ごとの実情に合わせた支援策が必要不可欠です。それを訴えるため、料理人の仲間と会議を重ね、感染防止策を点数化する仕組み作りに関するレポートや、飲食業界の復興試案を作成し、政策提言を行っています。業界全体が力を合わせて協力し、支え合い、この危機を乗り越えていきたいです。



2020年8月にオープンした新店舗 SUD Restaurant

会社名：株式会社寺子屋
代表取締役：間光男
本社所在地：東京都小金井前原町3-33-32
業種：飲食業
インタビュー：2021年6月25日

特別調査 中小企業の事業継続について

今回の特別調査では、中小企業の事業継続についてアンケート調査を実施しました。

事業継続についてどう感じているかについて尋ねたところ、全業種では「危機を感じている」と回答した企業が併せて48%となった一方、飲食店では57%となりました(図1)。そのうち、「強く危機を感じている」と回答した企業は全業種の7%に対し、飲食店では22%と3倍以上の割合となっています。

次に、事業継続上のリスク要因について尋ねたところ、事業継続に危機感を感じている企業ほど、様々なリスクを強く認識している結果となりました。最も多かった回答は、「仕入や調達の困難化」であり、以下「物流の停止」、「販売先の倒産」と続いています(図2)。

図1. 事業継続に対する危機感について

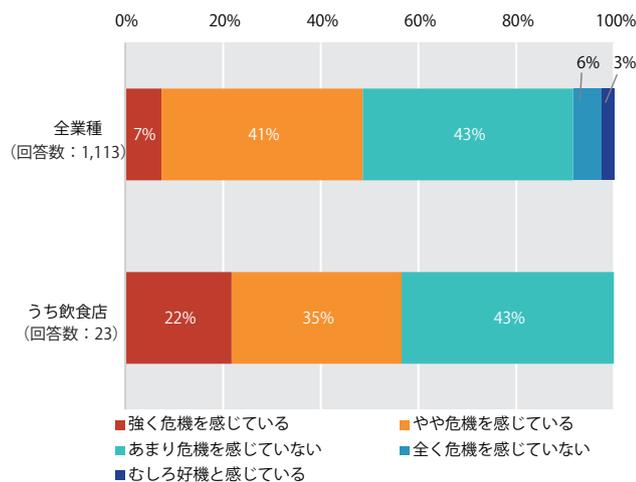
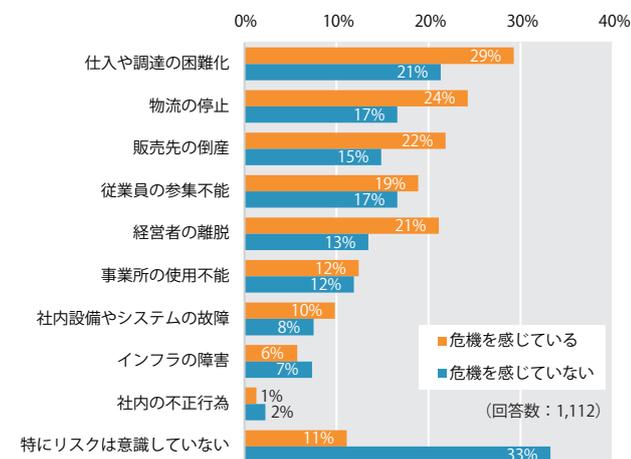


図2. 事業継続上のリスク×事業継続への危機感 (3つ以内)



また、災害に備え、どのような対策を取っているかについて尋ねたところ、全体のうち、33%の企業が「社内の連絡体制の整備」と回答しました(図3)。その反面、「特に対策は取っていない」と答えた企業も多い結果となりました。

最後に、事業継続計画(BCP)を作成(または予定)しているかについて尋ねたところ、従業員数が50人以上の企業では「実施している」と回答した企業が32%となり、規模が小さくなるに従って割合が低くなっていることがわかります(図4)。

図3. 災害対策について (3つ以内)

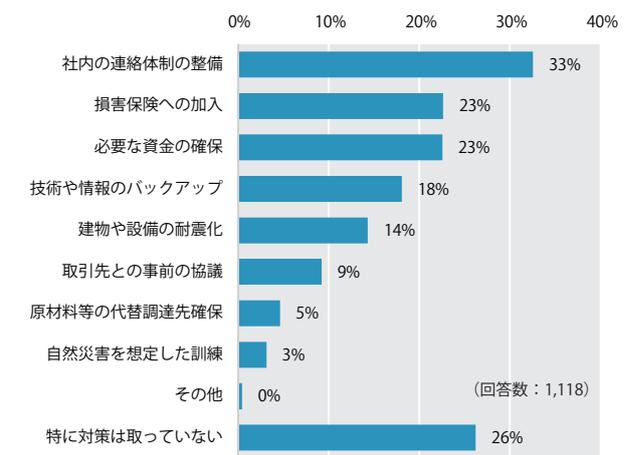
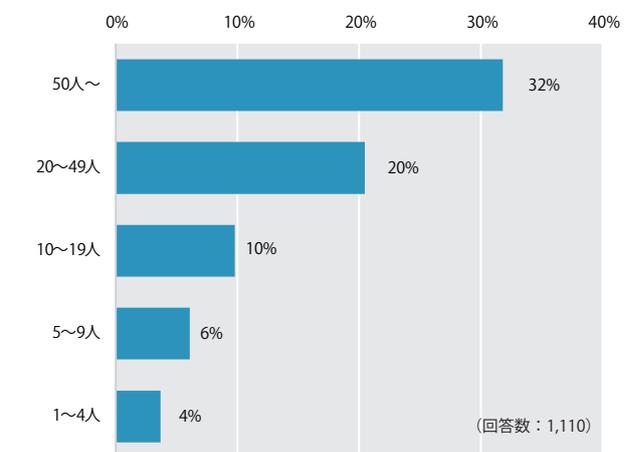


図4. 企業規模別 BCP 作成 (予定を含む) 状況

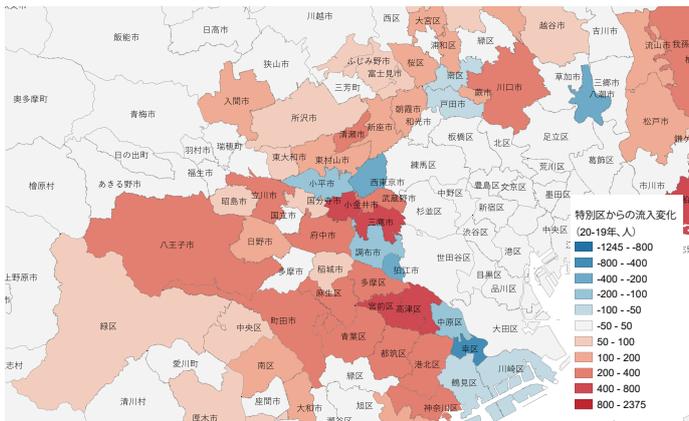


総評

多摩地域の景気は回復が見られるが、一部業種で依然厳しい。

多摩地域の景況は、全体としては回復の兆しが見られるものの、業種・業態による好不調の差が大きく、特に飲食業や観光業などは依然として非常に厳しい経営環境にある。雇用や所得の減少が今後の地域経済に長期的な影響を与えることが憂慮される。

今月の指標



特別区からの人口流入数の変化 (2020-2019年)

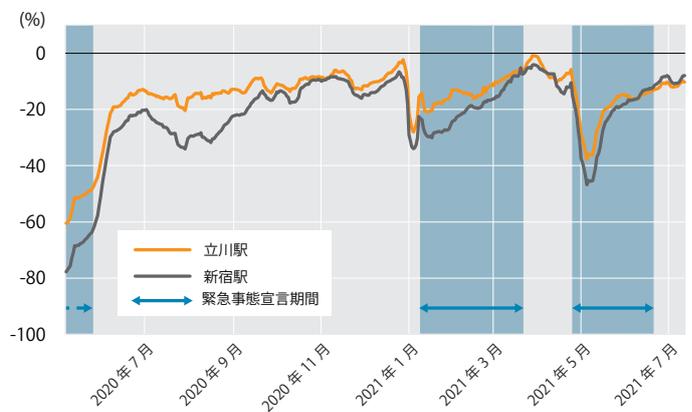
2020年の人口移動の傾向はそれまでとは大きく変化しました。対前年で特別区からの転入者が増加しているのは、比較的都心近郊の郊外に偏っているが、近郊であっても転入者が減少している市区町村も見られる。

出所) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」より当研究所作成

立川駅周辺の流動人口増減率 (新型コロナ感染拡大前比、7日間移動平均)

立川駅周辺の流動人口増減率は、7月現在で新型コロナ感染拡大前より10%程度減少しているが、増加傾向で推移している。なお、東京都では7月12日より、流動人口抑制のため、4度目の緊急事態宣言が発令されている。

出所) NTTドコモ「モバイル空間統計」より当研究所作成



本誌に対するご意見・ご感想をお寄せください。

発行日 2021年7月30日
 発行 多摩信用金庫 経営戦略室 地域経済研究所
 〒190-8681 東京都立川市緑町3-4
 TEL 042-526-7737 FAX 042-526-6161
 URL <https://www.web-tamashin.jp/rire/>



『多摩けいざい』は、WEBと併せてご覧いただくのがお勧めです。本誌には載せきれない様々なデータやレポートのほか、バックナンバーもご覧いただけます。