

「富士山麓エリア」における高付加価値なインバウンド観光地づくり
WG活動報告書
【WG5 アシ】
2026年4月

— PART 01

ウリと2次交通との接続に 関する調査

01

2次交通調査

1. 事業概要

- a: 本調査の目的
- b: 調査対象
- c: 調査日程
- d: 調査項目

2. 調査結果

(1) エリア別特性

- a: 東京地区（羽田空港または都内からのハイヤータクシー利用）
- b: 成田地区（成田空港エリア利用のハイヤータクシー利用）
- c: 富士山麓エリア 山梨県・静岡県（タクシー会社）
- d: 中部地区（中国際空港利用のハイヤータクシー会社）
- e: ヘリコプター運航会社

(2) エリア別特性から見えた課題

(3) -1. 課題へのアプローチ

- 2. 観光二次交通の課題整理と打ち手（2026年度以降）
- 3. 戦略的提言とロードマップ

(4) -1. 富士山麓エリア・高付加価値移動サービス コスト想定案

- 2. 地域コンテンツ連動型モデル案（シミュレーション）

(5) 海路及び次世代モビリティ

- a: 次世代交通手段 エアーマビリティ事業概要
- b: 調査内容
- c: 考察

1. 事業概要

2023年に世界文化遺産登録10周年を迎えた富士山は、世界中から多くの観光客（訪日客）が訪れており日本を代表とする観光地である。しかし、現状では多くの観光客（訪日客）が訪れる一方、富士山での写真撮影・景観を確認した後は他のエリア・地域へと移動しているため、富士山麓エリアにおける普遍的価値まで届けてられていない状況である。

インバウンド高付加価値旅行者が求めているストレスフリーな交通手段を把握すること、それらを現状の交通インフラと重ねて把握することが必要である。

本調査では富士山麓エリアでの観光コンテンツとお宿をご利用いただくために接続状況と利用ルートの確認ならびに利用動向を整理し、インバウンド高付加価値者向けの課題を検討する。特に地域事業者との連携・巻き込みを重視し、実態調査や意見交換を通じて課題を明確化する。

a: 調査目的

富士山麓エリアにおける人流、特に地上交通インフラ（=アクセス方法）に関する訪日客の利用動向を把握する。また、富士山麓エリアにおける交通インフラに係る課題点も併せて抽出することを目的とする。調査対象は、羽田空港・成田空港へ乗り入れる交通事業者ならびに静岡県・山梨県内の地域交通事業者及び空輸事業者とする。未来を見据え、次世代交通手段（エアーマビリティ）導入の可能性についても視野に入れ、交通事情の実態調査をすることを目的とする。

b: 調査対象

■ 訪日客の陸路交通利用調査

- a: 東京地区（羽田空港または都内からのハイヤータクシー利用）
- b: 成田地区（成田空港エリア利用のハイヤータクシー利用）
- c: 富士山麓エリア 山梨県（タクシー会社）
- d: 富士山麓エリア 静岡県（タクシー会社）
- e: 中部地区（中国際空港利用のハイヤータクシー会社）

■ 訪日客の空路交通利用調査

- a: ヘリコプター運航会社

■ 次世代交通手段（エアーマビリティ事業）の導入可能性

- a: 日本航空株式会社による静岡・山梨県運航の候補地調査

2次交通調査

c: 調査期間

2025年7月～2026年1月

d: 調査項目

地域の交通事業者に対し、以下、22の設問をアンケート形式で実施。調査手法は電話ならびに直接訪問によるヒアリング形式で実施した。

主な調査項目:

予約リードタイム、手配チャネル、需要ピーク、ニーズ、国籍、事業者が抱える課題等

利用 国籍	利用 層	空 港 から 観 光 地	宿 泊 地 から 観 光 地	主 な 目 的 地	利 用	形 態	荷 物 数	荷 物 業 者	予 約 時 期	予 約 手 段	24 H 体 制	そ の 他	言 語	利 用 件 数	利 用 車 種	所 有 台 数	台 数 変 更	所 有 車 種	現 状 の 意 見 ・ 問 題 点
----------	---------	-----------------------------	----------------------------------	-----------------------	--------	--------	-------------	------------------	------------------	------------------	-------------------	-------------	--------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	---

●アンケート項目

■設問に関する確認内容

・利用に関する質問

どのように利用されているか。また、利用層・手配手段・時期を調査。

・目的形態

目的地までどのように向かうか。荷物などはどのように運搬するのかを調査。

・利用する観光客エリア

どのエリアからの観光客なのか調査。

・各事業者さまに所有台数

インバウンド高付加価値層のお客さまが利用する車種等の設備状況等を調査。

2. 調査結果

調査の結果、以下に挙げる地域特性や課題が浮き彫りとなった。

(1) エリア別特性

【エリア別 特性比較一覧】

	東京地区	成田地区	山梨県	静岡県	中部地区
手配 チャネル	旅行会社・ メールが中心	旅行会社・ メールが中心	アプリ・宿・電 話	アプリ・電話 (事業者により 異なる)	旅行会社経由が 中心
予約時期	直前～1カ月前	直前～1カ月 前	直前～1カ月前	直前～1カ月前	直前～1カ月前
主な顧客層	ファミリー	ファミリー	ファミリー	ファミリー	ファミリー
共通課題	ドライバー不足・英語対応人材不足				

2次交通調査

エリア別特性と現状分析

手配チャネルや予約パターンには、地域ごとに差異が確認できた。

エリア	主な手配チャネル	特有の課題
東京都・成田	海外旅行会社・メール中心	高需要・競争激化、白タク問題の深刻化
山梨県	アプリ・電話・宿経由	小規模事業者が多数点在
静岡県	事業者ごとの個別アプリ	予約システムの断片化
中部地区	旅行会社経由中心	広域移動ニーズへの対応

移動ルートの全体像と現状

インバウンド高付加価値層の移動は、羽田・都内からの直行ルートが主流ですが、地域内ではボトルネックが発生。

ルート区分	特徴・現状	課題（ボトルネック）
主要ルート1	羽田空港/都内 ⇄ 箱根・河口湖・山中湖	ハイヤー不足：3ヶ月前の予約が必要

ルート区分	特徴・現状	課題（ボトルネック）
主要ルート2	三島・新富士 ⇄ 河口湖・山中湖	高需要：双方向の移動が多い。通過地点。
ゲートウェイ	成田空港	低利用：白タク問題により正規利用が低迷

2次交通調査

エリア別特性と現状分析

手配チャネルや予約パターンには、地域ごとに差異が確認できた。

エリア	主な手配チャネル	特有の課題
東京都・成田	海外旅行会社・メール中心	高需要・競争激化、白タク問題の深刻化
山梨県	アプリ・電話・宿経由	小規模事業者が多数点在
静岡県	事業者ごとの個別アプリ	予約システムの断片化
中部地区	旅行会社経由中心	広域移動ニーズへの対応

移動ルートの全体像と現状

インバウンド高付加価値層の移動は、羽田・都内からの直行ルートが主流ですが、地域内ではボトルネックが発生。

ルート区分	特徴・現状	課題（ボトルネック）
主要ルート1	羽田空港/都内 ⇄ 箱根・河口湖・山中湖	ハイヤー不足：3ヶ月前の予約が必要

ルート区分	特徴・現状	課題（ボトルネック）
主要ルート2	三島・新富士 ⇄ 河口湖・山中湖	高需要：双方向の移動が多い。通過地点。
ゲートウェイ	成田空港	低利用：白タク問題により正規利用が低迷

2次交通調査

(2)エリア別特性から見た課題点

- ・**致命的課題:**「ドライバー不足」「英語対応人材の不足」が全エリア共通の優先課題。
ドライバー確保費用の確保が問題。各社 50-70%程度の稼働。
- ・**供給能力:**一部の事業者が既に廃業しており、過疎化、供給キャパシティの減少が進行。
エリアごとによる訪日客の利用頻度が明確。
(例) 静岡県 利用率低 沼津・裾野・函南エリア 対象事業 7社 7社回答
利用率高 三島・新富士エリア 対象事業者 14社 14社回答
- ・**その他の論点:** アルファード等の高級車両の入手困難
リースによる車両確保においても納車時間・費用の問題を要する。
タクシーの運行営業エリアによる制限。
成田エリアを中心とした「白タク問題」が正規事業者の脅威。
(例) 山梨県 河口湖・山中湖周辺までの白タク車の乗り入れ。

差別化戦略の柱

1. **移動の付加価値化:** 移動そのものを「体験」に変えるコンテンツの組み込み。
2. **地域連携の強化:** 地域事業者と密に連携し、サービスを統合。
3. **商品化の推進:** 報告書の一提言として、地点から地点への移動に関して可能な限りシームレスに訪日客を送客実施するため、エリア横断的な事業者間の繋がりを強化することが肝要と考えられる。
そのために、観光商品の販売主体を決め、各事業者に説明・連携強化を図ることが第一歩である。
特に、三島・新富士駅からの山梨県方面（河口湖・山中湖）への移動と河口湖・山中湖周辺よりの静岡県移動については双方向での利用が多く、地域コンテンツを取り入れたルート設計をすることで差別化を図ることができるのではないか。当該エリアにおける地域事業者との密な連携が不可欠であり、2026年度以降は地域事業者との二次交通強化に関する協議・検討が必要であると考察する。

次世代モビリティ調査

5-1. 調査概要

a. 調査背景

空飛ぶクルマは機動性が高く、移動中の眺望性の高い新たな交通モードとして期待されており、本調査では高付加価値旅行者の二次交通での活用を検討する。特に自律飛行型の空飛ぶクルマでは、地方でパイロット等の人手不足の障壁がないため、持続可能な観光地づくりに交通モードとして貢献が可能である。

【自律飛行型の空飛ぶクルマの優位性】

- ・地方での運航に適した省人化技術
- ・既存交通に比べた高い機動性
- ・空からの眺望、高いプライベート性



米国 Wisk Aero 社が開発する自律飛行型の空飛ぶクルマ
(パイロットが搭乗せず、遠隔操縦も行わない)

b. 調査内容

本調査では、高付加価値旅行者の二次交通としての空飛ぶクルマの実現可能性について調査すべく、高付加価値旅行者の「来訪」の促進を主眼として、山梨県・静岡県の交通結節点・観光目的地として離着陸場候補地を選定し、各離着陸場の接続に関して調査を実施した。調査内容及び離着陸場候補地は下記の通り。

候補地離着陸場の選定及び現地調査

- 3次元点群を活用した経路設計(エアロトヨタ株式会社に発注)
- 飛行経路に基づく導入効果の考察
- 実装に向けた課題の整理

c. 離着陸場候補地

- 山梨県交通結節点：リニア山梨県駅
- 山梨県観光目的地：富士北麓駐車場
- 静岡県観光目的地：御殿場アウトレット HP
- 静岡県交通結節点：清水港 日の出埠頭



富士山麓 山梨県・静岡県の交通結節点及び観光目的地の離着陸場候補地

次世代モビリティ調査

2. 調査結果に対する考察と今後の展望

a. 飛行経路に基づく導入効果の考察

1. 移動時間短縮

離着陸場 4 地点を選定の上、3 次元点群データを基に空飛ぶクルマの飛行経路を設計した。作成した飛行経路に基づき、空飛ぶクルマが運航した場合の移動時間を算定し、既存の二次交通の移動時間と比較することで、導入効果の算出を行った。

区間ごとの既存交通手段と比較した導入効果

区間	直線距離	経路距離	既存交通移動時間	空飛ぶクルマ移動時間	導入効果
リニア山梨県駅 ＝富士北麓駐車場	23.4km	35.1km	65分	13分	52分時間短縮
富士北麓駐車場＝ 御殿場アウトレット	25.8km	35.3km	45分	13分	32分時間短縮
御殿場アウトレット ＝清水港日の出埠頭	54.0km	63.8km	75分	21分	54分時間短縮

※空飛ぶクルマの移動時間算定に於いて下記を前提条件とした。

- ・巡航速度：220km/h
- ・巡航高度：1,700 ft（対地高度）
- ・上昇/下降速度：110km/h
- ・上昇/下降率：10%

※既存交通移動時間として陸路（ハイカー）を想定、当該区間所要時間の中央値を記載。

算出結果として「リニア山梨県駅＝富士北麓駐車場」「御殿場アウトレット＝清水港日の出埠頭」の 2 区間で 50 分以上の時間短縮効果が確認された。また、「富士北麓駐車場＝御殿場アウトレット」区間でも 30 分以上の時間短縮効果を確認した。

一方で、陸路と比較して搭乗前・降機後の待機時間も含めて、顧客体験として具体的にどのような移動価値とつながるかはモニターツアーにて検証が必要であると考えます。

今年度調査のまとめと次年度以降の実施計画

<今年度の調査状況>

検証領域	調査項目	整理状況
技術的実現性	離着陸場選定/離着陸場調査/飛行経路調査	◎ 実現可能性を確認済み
観光商品成立性	顧客体験価値・導線の設計/検証	△ 初期化設計段階 (シミュレーションによる導入効果確認済み)
事業持続性	収支・制度・運営体制	未検証

<次年度以降の実施計画>

R8 年度以降は「観光交通インフラ」に留まらず、エアモビリティが「観光商品の一部」として成立し得るかについて、下記の「需要」「顧客体験」「収支」「運営主体」「制度」の観点から調査・検証を行う。

特に次年度は需要について整理をしながら、他 WG（ウリ WG・ヤド WG・アシ WG）と連携した顧客体験の設計を進める。次年度内にモニターツアーによる検証を実施し、R9 年度以降の商品造成及び収支・運営主体の設計に繋げる。R10 年度までに販売検証・採算検証まで進め、制度上の観点を含むリスク評価との整合を図りながら観光事業としての確率を図る。

需要	顧客体験	
<ul style="list-style-type: none"> ■ ターゲット市場別利用意向 ■ 支払許容額(WTP) ■ 既存交通比較優位性 ■ 利用シーン 来訪/周遊/体験 等 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 観光コンテンツ接続 ■ 宿泊コンテンツ接続 ■ 地上交通連携 ■ 顧客導線設計 ■ VIPハンドリング ■ 代替導線確保 等 	
収支	運営主体	リスク評価
<ul style="list-style-type: none"> ■ 機材導入費 ■ 運航コスト ■ 搭乗率・就航率 ■ 運賃設定 ■ 損益分岐点 ■ インフラ整備 等 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 運航主体 ■ 販売主体 ■ 地上支援 ■ 離着陸場管理 ■ 保険・責任分界 等 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 法制度対応 ■ 環境アセスメント ■ 安全基準 ■ 土地所有者合意 ■ 周辺関係者合意 等