

# 関西の奥座敷「あわら温泉」で見つけた 日本伝統の浴衣・和傘で楽しむ「あわら」でまちあるき

<p><b>事業概要</b></p>	<p>福井県を代表する温泉地「あわら温泉」は、国内外から多くの宿泊客が訪れていたが、コロナ渦以降、宿泊施設では人手不足のため、稼働を抑えているところがある。特に宿泊者の夕食準備が大きな負担となっている一方で、温泉地の中心街にある飲食店は稼働に空きがあるため、旅館や飲食店と連携し、泊食分離を目指すとともに、宿泊施設の稼働率向上とあわら温泉エリア全体で消費を促し、地域の活性化を狙う。日本の伝統的な浴衣と温泉情緒を組み合わせることで、日本文化を強く感じる独自性の強いコンテンツと周遊促進の仕組みを検討し、ナイトタイムエコノミーを進めていく。</p>		
<p><b>事業を実施する地域の課題</b></p>	<p>■浴衣レンタルの状況 宿泊客や日帰客に浴衣をレンタルできる環境・仕組み</p> <p>■インバウンド誘客数 訪日旅行者に向けたコンテンツ造成</p> <p>■認知度の向上 知ってもらうためのプロモーション戦略</p>	<p><b>地域の課題の解決に向けた本事業の貢献</b></p>	<p>■周辺温泉街との差別化をした独自のコンテンツ造成 日本の伝統的な和傘・浴衣と「あわら」らしい夜間景観との組み合わせ</p> <p>■テーマ別モデルコースの造成 既存のコンテンツを最大限活かし、ターゲット層が好むモデルコースを構築</p>
<p><b>地域の課題に對するこれまでの取組</b></p>	<p>■観光スポットや体験コンテンツをタクシーで周遊するプランを造成し、二次交通の問題解消と周遊する仕組みを構築</p> <p>■和傘やスポットライトで映えスポットの整備 ■色浴衣を着用し、温泉街の飲食店で特典が得られる仕組みを構築</p> <p>→既存のコンテンツや整備体制について、他との差別化を図り、専門家によるブラッシュアップを行ったうえで、選択肢を増やし、ニーズを把握した上で、ターゲット層へダイレクトに伝えることが重要である。</p>		
<p><b>造成する観光コンテンツの具体的内容及び本事業の取組方針</b></p>	<p>■浴衣・和傘で楽しむ「あわら」でまちあるき テーマ別にモデルコースを設定し、飲食店等の連携キャンペーンを付けることで選択肢を増やします。色浴衣・和傘をレンタルし、あわら温泉を周遊することで、付加価値が生まれ日本の文化を肌で感じることができる。もちろん、好きな場所を組み合わせることも可能。時間や趣味、趣向に合わせたひとときを提供します。</p> <p>「美食巡り」コース：参加者は、温泉街にある人気のレストランやカフェで、地元の新鮮な食材を使った料理やスイーツを楽しむ。例えば、地元の名物料理を食べ歩きしたり、和のデザート堪能したりします。自由に食事を楽しむ時間を提供します。</p> <p>「温泉文化体験」コース：参加者は、温泉街に点在する芦湯（足湯）や公衆浴場を巡り、温泉文化を体験します。途中、温泉を使った美容や健康法についての情報を学び、地元の温泉を試すことができます。</p> <p>「写真映えスポット巡り」コース：温泉街に点在する薬師堂を巡るほか、芦湯（足湯）や湯へわくDORI（メイン通り）であわら温泉ならではの思い出づくりができます。小腹が空いたら知る人ぞ知る温泉街の名店で一休み。</p>		
<p><b>ターゲット</b></p>	<p>【国外】日本文化に興味がある欧米のミドル層（特に食・お酒、癒し、リラクゼーション）、リピート率が高いアジア圏</p> <p>【国内】福井県、あわら温泉リピーター層</p>		
<p><b>アピールポイント</b> (独自性・新規性等)</p>	<p>・旅館のみならず、飲食店や浴衣貸出事業者など、あわらの人と人とのつながりを感じてもらい、おもてなしの心をお届けする。</p> <p>・あわら温泉の周遊しやすい立地を活かし、旅行者の幅広いニーズに対応する。</p> <p>・周遊促進として周辺飲食店と連携し、特典やインスタ映えするスポットを設定。モデルコースを提示することで、選択肢を増やし、滞在時間の増加につなげる。</p> <p>→<u>既存のコンテンツを活かし、地域全体でのナイトエコノミーのコンテンツを作ることで収容力増加/宿泊数増加を狙う。</u></p> <p>→<u>一人のつながりを意識し、リピーター確保に努め、消費額増加を狙う。</u></p>		
<p><b>実施体制</b></p>	<p>実施主体：あわら市</p> <p>連携先：一般社団法人あわら市観光協会 公益社団法人福井県観光連盟</p>	<p><b>スケジュール</b></p>	<p>6~9月：コンテンツ開発・事業者調整</p> <p>9~10月：ファムツアー・モニターツアー</p> <p>9~11月：販売整備、販促ツール作成、プロモーション</p> <p>11月～：販売開始、プロモーション</p> <p>2月：事業納品、報告書作成、精算</p>
<p><b>販路開拓計画及び情報発信計画</b></p>	<p>■連携先事業者との販売。旅館や市内事業者との連携。</p> <p>目標・ターゲットに合わせたサイトの活用</p> <p>■KOLや旅行メディアを招聘した情報発信。SNS等の広告宣伝</p>	<p><b>事業の目標</b> (KPI)</p>	<p>KPI：外国人観光客数 13,000人 (R8)</p> <p>まちあるき参加率 20% (R8)</p> <p>参加者満足度調査 80% (R8)</p>
<p><b>事業の将来性</b> (令和8年度以降の取組、持続可能な観光地域づくりへの寄与)</p>	<p>地域全体でのブランド価値向上のため、福井県、JNTO、DMO、DMC、各旅行会社などと連携し、海外旅行博やデジタルマーケティングを実施。造成・ブラッシュアップを図り、販売機会を拡大させることで、継続的な情報発信、販売、受入、次の再発信へと繋げる。インバウンド市場への参入、FITも視野に入れ、商品を磨き上げることで関係事業者の収益UPを目指す。宿泊事業者の稼働制限がある中、地域全体としてコンテンツのすそ野を広げ、収益性を高めることで地域としての観光事業者の雇用創出を実現する。</p>		

