

令和8年度あわら市インバウンド推進事業委託業務 ～「あわらを世界へ 撮り歩く湯の街 ローカルアテンド」販路拡大事業～

事業概要書

概要

金沢に集中するインバウンド需要を関西の奥座敷「あわら温泉」に分散させるため、台湾・香港FITリピーター向けに造成した4商品を販路拡大・情報発信する。

観光コンテンツの概要

(1) ターゲット

台湾・香港在住の20～40代FITリピーター（訪日4回以上）、友人恋人グループおよびそのファミリー層

(2) 活用する地域資源

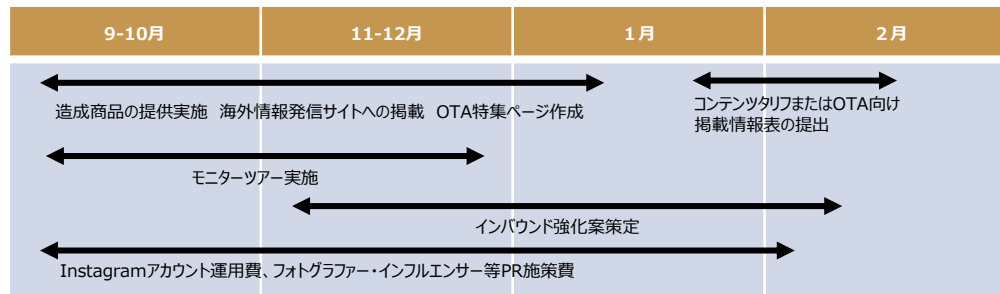
①あわら温泉街 ②あわら芸妓 ③よるもうで・三薬師・芦湯 ④宮谷石切場跡

(3) 造成や販路開拓を行う予定の観光コンテンツの概要および想定価格

- ①提灯片手にガイドと巡る「よるもうで」浴衣街歩き 【15,000円】
 - ②温泉街キュレーターと浴衣で巡る地元民しか知らない温泉街の食べ歩き【25,000円】
 - ③「温泉文化」温泉街で芸妓フォト体験 【50,000円】
 - ④「神秘体験」非公開の石切場で撮る、ここにしかない出会い 【70,000円】
- ※組み合わせで、1日滞在する動機を作り宿泊需要の創出と消費単価の向上を図る。

スケジュール概要

(1) 事業スケジュール



(2) 補助事業終了後に予定している主な取組

販売実績や利用者レビュー、閲覧データ等を基にコンテンツ内容および価格設定を改善するとともに、販売コンテンツの拡充と高付加価値化を進め、販路拡大を図る。

過年度の取組概要

令和7年度「地域観光魅力向上事業」（新創出型）

事業名：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

成果・課題：ワークショップや体験会に通訳案内士・地域事業者を巻き込み、現場目線の対話と「販売」という出口の提示をセットで行ったことで、事業者の主体性とOTA登録への意欲を引き出し、「顔の見える連携基盤」を構築できた。一方、アンケート等からこの地域の認知不足が明確となり、また造成した3コンテンツは品質評価を得たものの、戦略的プロモーションの欠如により一般販売での予約獲得には至っていない。「金沢に隣接しながら需要を取り込めていない」という構造課題と、インバウンド強化への地元事業者の巻き込みが課題である。

地域の課題と現状

北陸新幹線敦賀延伸により金沢市とあわら市は約30分で結ばれたが、外国人宿泊者数は金沢約116万人泊に対し、あわら温泉は約1万人泊と約100倍の格差が生じ、需要は金沢に集中している。背景にはあわら温泉の価値の未発信と商品化不足、また分散先としての認知不足がある。

情報発信の概要

台湾・香港の20～40代FITリピーターの購買行動（SNS・KOLで情報収集し、OTAで予約）を踏まえ、「認知→興味→予約完結」の一体導線を構築する。認知段階ではインフルエンサーの投稿とMeta広告でLPへの流入を創出し、検討段階ではWEBメディア記事と繁体字LPで情報補完する。予約はKKDayで完結させ、旅行博出展によりBtoB送客も補完する。

アピールポイント

金沢の文化的優位性と混雑を前提に、本事業は「金沢にない価値」で差別化を図る。あわら温泉は人の少なさを活かし、夜の温泉街や芸妓、石切場跡での独占的な体験を提供できる点が強みである。「静けさ」を価値とし、「金沢の先にある、あなただけの奥座敷」と位置づけ、台湾・香港市場をターゲットに、需要分散の必然的な受け皿としての地位を確立する。



【実施主体】あわら市
（役割）事業総括

【連携先①】あわら市観光協会
（役割）事業連携協力、事業者協力
依頼手配、情報発信、アドバイザー

【連携先②】 契約事業者
（役割）販路整備・情報発信、観光コンテンツブラッシュアップ、事業者協力依頼・手配協力

事業実施体制

【販売事業者】 契約事業者
【催行事業者】 契約事業者
【運営責任者】 契約事業者
【連携協力】 あわら市観光協会
【全体統括】 あわら市

販売後の体制

契約事業者を中心に運営統括し、OTAで予約・決済・顧客管理を一元化する。KKDayを活用した予約一元管理とAI翻訳・共有カレンダーにより業務効率化を図る。人材は複数確保とマニュアル化で品質を標準化し、広告・LP・OTAのデータ分析に基づくPDCAにより導線最適化を行う。