

**令和3年**  
(2021)

# あわらし観光白書

令和4年5月

あわらし経済産業部観光振興課

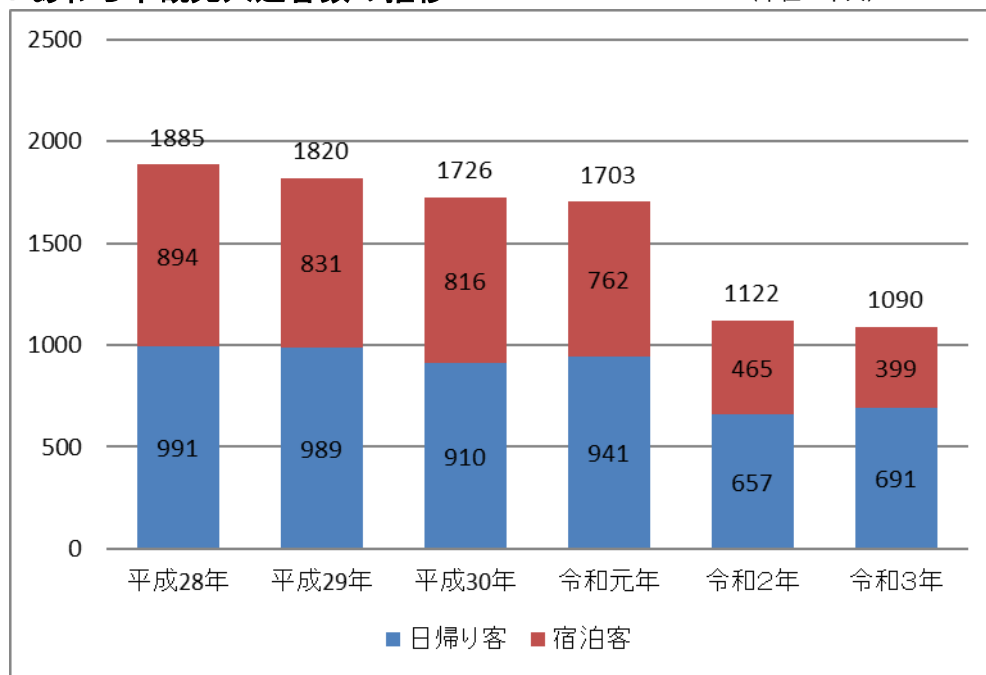
# 令和3年あわら市観光白書

## 1 令和3年実績

令和3年1月から12月までの1年間にあわら市を訪れた観光客は、1,090,300人（対前年増加率▲31,400人、2.8%減）で、このうち宿泊客は398,900人（同▲65,900人、14.2%減）、日帰り客は691,400人（同34,600人、5.3%増）と、全体として減少した。

図1：あわら市観光入込客数の推移

（単位：千人）



### I 観光地別観光客

観光地別では、あわら温泉の387,000人が最も多く、次いで農産物直売所きららの丘の187,200人、ゴルフ場148,600人、芦湯113,800人、金津創作の森72,300人、北潟湖畔64,700人、その他（セントピアあわら、湯けむり横丁、吉崎御坊、aキューブ他）116,700人となった。

半数の地点で前年の入込客数を下回ったが、入込客数が増加した地点もあり、金津創作の森は対前年増加率50.1%と特に大きく増加した。

### II 発地別観光客数

発地別内訳で見ると、県内客は677,700人（対前年増加率29,100人、4.5%増）、県外客は412,600人（同▲60,300人、12.8%減）となり、県内客は増加に転じた。

県外客の内訳をみると、関西地方（※1）からの観光客が167,000人（県外客の40.5%）と最も多く、次いで中京地方（※2）の99,600人（同24.1%）、北陸地方（石川・富山）の70,800人（同17.2%）、関東地方の44,600人（同10.8%）の順となり、関西・中京地方からの観光客が県外客全体の64.6%を占めている。

(※1) 関西地方とは、大阪・京都・兵庫・滋賀・奈良・和歌山の2府4県

(※2) 中京地方とは、愛知・岐阜・三重・静岡の4県

## 2 令和2年との比較

### I あわら温泉宿泊客について

あわら温泉の宿泊客は387,000人で、対前年増加率15.2%減となった。県内客は同6.2%の微増となったものの、県外客は同25.1%減となり、令和2年から続く新型コロナウイルス感染症が大きく影響し、40万人を割り込んだ。

県外客の内訳を見ると、関西地方が対前年増加率26.5%減、中京地方が同22.2%減、関東地方が同23.5%減、北陸地方が同45.8%減、国外を含むその他地方が同0.8%減と、全ての地方が減少し、特に北陸地方はほぼ半減となった。

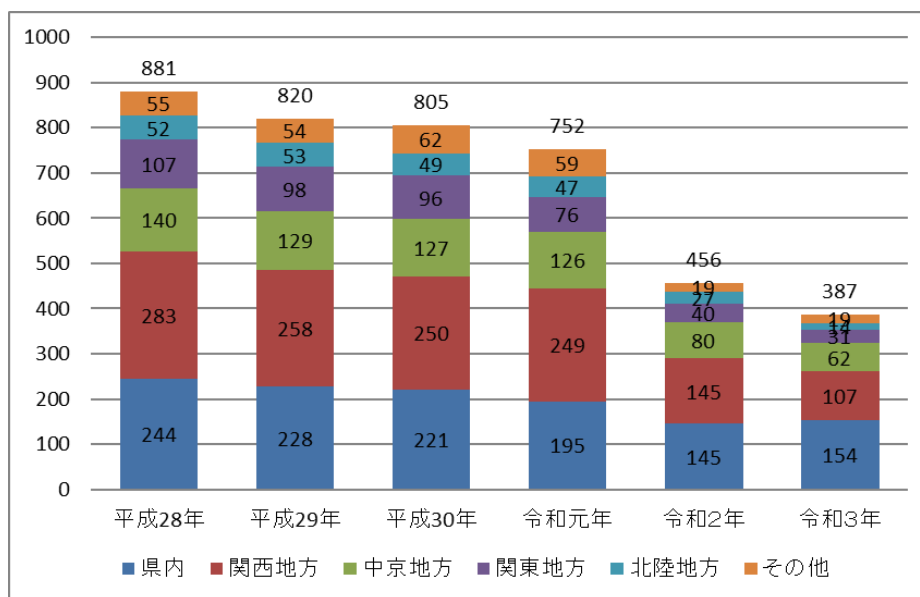
月別で見ると、1月・2月はそれぞれ約80%減となったが、前年同月はまだ新型コロナウイルス感染症の影響が出ていなかったため、他の月と比べて減少幅が大きくなった。4月・5月は400%以上の大幅な増加となっているが、前年同月は宿泊施設が休館していたことの反動によるもので、対令和元年増加率では約70%減となっており、回復には程遠い数値となっている。

旅行需要喚起策として期待されていた、観光庁の「Go To Travel」事業は、令和2年12月の停止から再開されなかったが、都道府県単位での県民向けの宿泊キャンペーン「ふくいdeお得キャンペーン」は年間を通じて実施され、加えて市の「感幸あわら 県民宿泊キャンペーン」が7月から10月にかけて実施された。しかしながら、県独自のコロナ警報等の発令により度々新規予約受付が停止され、キャンペーンの効果は限定的だった。

一方で、教育旅行の宿泊客数については33,900人で、半数以上は県内の小中学校、高校だった。

図2：地域別あわら温泉宿泊者数の推移

(単位：千人)



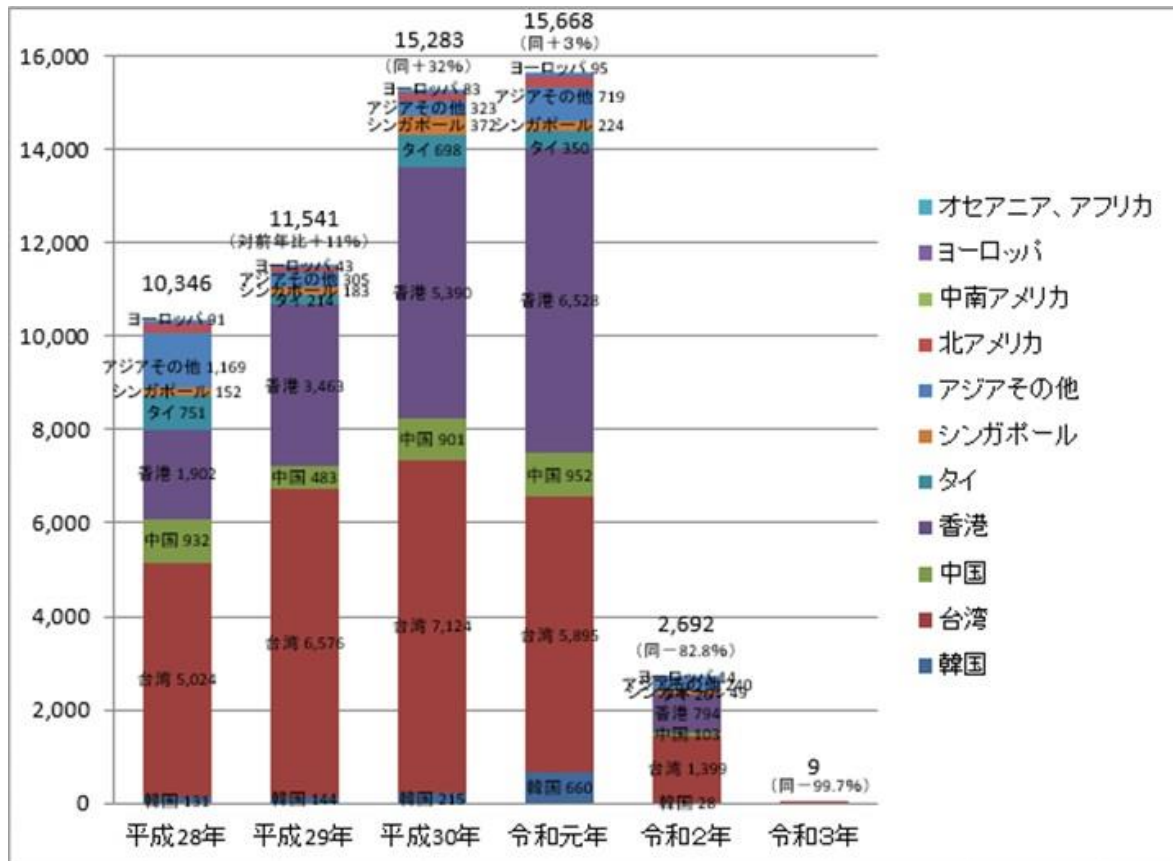
## II 訪日外国人観光客（インバウンド）について

外国人宿泊者数は9人と、対前年増加率99.7%減となった。

令和2年に引き続き、政府による日本への入国制限や、多くの国・地域で取られた海外渡航制限等の措置により、観光目的での日本への入国は不可能となっている。

図3：訪日外国人国別宿泊者数の推移

(単位：人)



## III 主な観光地の状況

各観光地において、入込客数が増加もしくは同程度だった地点があったものの、半分の地点が減少し、最も減少幅が大きかったのはあわら温泉（対前年増加率15.2%減）だった。

金津創作の森（同50.1%増）は2年ぶりの企画展の開催等により大きく増加したものの、対令和元年増加率では48.2%減となっている。また、北潟湖畔やゴルフ場はコロナ禍におけるアウトドアレジャー人気の高まりにより入込客数が増加した。なお、ゴルフ場はコロナ禍前の令和元年を上回り好調だったものの、その他の増加した地点では令和2年に引き続きコロナ禍に伴う旅行控えや「3密」を回避するための入場者数の制限等によりコロナ前の水準への回復には及ばなかった。

## IV 総合的評価

令和3年は、令和2年に引き続き新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受け、観光産業は非常に厳しい状況に置かれている。首都圏等において、1月から9月まで断続的に政府による緊急事態宣言が発令され、全国的な旅行控えや鉄道や航空などの運行数減少といった傾向が続き、集客が見込める主要イベントの中止も相まって、先が見通せない状況が続いている。

コロナ禍での誘客活動としては、あわらへの旅行意欲を高めるオンラインツアーの開催やSNS広告といったWebプロモーションを中心に実施した。

また、国や県の補助制度を積極的に活用し、宿泊施設の魅力向上として、客室の和洋室化やコロナ感染症対策の拡充が行われた。あわせて、ロビーに体験コーナーを設けたり、温泉街の湯めぐりを促したりするなど、あわら温泉全体の活性化を図る実証実験を実施した。他にも、令和2年に引き続き、あわら市感幸創造マイスター育成事業（※1）等の実施を通じて、人材育成や観光素材の磨き上げ、受け入れ体制整備を推進した。

コロナ禍の長期化に伴う旅への欲求の高まりは、「緊急事態宣言慣れ」や「リベンジ消費」と言われる行動につながり、第5波の感染拡大が落ち着いた12月にはあわら温泉の宿泊客数は対令和元年増加率17.0%減まで持ち直した。先の見通しが立たないウィズコロナ時代においても、社会情勢の変化や旅行者が求めるものに応じた旅の提案がいつでもできるように、また、北陸新幹線芦原温泉駅開業を見据えて着実に準備を進めていくことが重要である。

（※1）地域の魅力を磨き上げ、誘客やビジネス創出等に取り組む、地域の中心的人材を育成する事業。

## 3 今後の対応

令和3年12月に新幹線駅舎が姿を現し、芦原温泉駅西口賑わい施設「アフレア」や道の駅「蓮如の里あわら」のオープンもいよいよ1年後に迫っている。あわら温泉開湯140周年や日本女子オープンゴルフといったイベントも控えており、来たる大交流時代に備えて、益々スピード感を持って「あわら市観光振興戦略」に盛り込んだ取組を推進する。

北陸新幹線芦原温泉駅開業に向けて、観光客の受け入れ体制整備はもちろんのことだが、観光関連事業者のみならず、市民一人一人に開業を「自分ごと」として捉えてもらうために機運を醸成していくことも不可欠である。

コロナ禍によって起きた旅行ニーズとして、「サステナブル・ツーリズム（SDGs達成に貢献する持続可能な観光）」が脚光を浴びるようになった。市内には、バイオマスセンターや風力発電施設、循環型農業体験プログラム等があり、これらをアピール材料に、コロナ禍の長期化に伴う方面変更を検討している北陸・中部・関西地方及び、北陸新幹線芦原温泉駅開業を見据えて首都圏からの教育旅行の誘致に引き続き積極的に取り組む。将来的には海外からの教育旅行客獲得も目指す。

また、新型コロナウイルス感染症のワクチンや飲み薬が世界的に普及しつつあり、地域によっては、令和4年以内に海外から日本への旅行が解禁されるという見立てもある。国内においても、国の観光キャンペーン再開や近隣府県をまたぐ観光キャンペーンが見込まれ、旅行需要の大幅な増加が予想されるため、これらを

確実に取り込むための準備を進める。

## I 北陸新幹線芦原温泉駅開業に向けた取組

北陸新幹線芦原温泉駅開業まで残り2年となり、開業半年前（令和5年）には旅行商品を販路にのせる必要がある。令和4年は着地型旅行商品の磨き上げの集大成の年となり、国や県の補助事業等を積極的に活用し、各関係者と緊密に連携を取りながら、「あわらならではの」の魅力あふれる商品を造成する。

また、レンタサイクルやぐるっとタクシー等のオンデマンド交通の拡充、芦原温泉駅から温泉街へのアクセス向上など、観光客の移動の利便性を高め、周遊を促すための二次交通の充実を図る。

さらに、市への誘客の核となる温泉街での賑わいの創出と満足度向上を図るためあわら温泉湯のまち広場等を活用したイベント等を企画するなど、着地型旅行商品・二次交通商品とともに、開業後に予定されているJRグループによる大型観光キャンペーン「北陸デスティネーションキャンペーン」（通称北陸DC）での効果の最大化に向けた最終的な磨き上げを行う。

加えて、市民の機運醸成及びシビックプライドを高める取組みに力を入れていく。関係各課や県、新幹線駅が開業する自治体と連携し、シンポジウムの開催等を通じて、市民に新幹線開業の興味関心を持ってもらい、おもてなし意識の向上を図る。

## II 情報発信の強化、DXの推進

情報発信ツールの多様化が急速に進んでおり、あわら市のプレゼンスの維持及び向上のために、時流に乗ったプロモーションを適時適切に展開していくことが重要である。情報をSNS等にただ掲載するのではなく、各ターゲット層に「刺さる」ように、投稿や広告の内容を工夫し効果的に運用していく。あわせて、市内の土産物店や飲食店など観光関連事業者の情報発信力強化支援を行い、オールあわらでの面的なPR力の向上を図る。

観光DX（※2）の推進は時代の要請であり、コロナ対策や外国人観光客対応の面からも重要である。コロナ禍において、観光地の入込客数が減少する一方で、EC（※3）市場は拡大し続けている。観光地での直接消費に替わる収益の獲得及び潜在的な観光客とのつながりを構築するために有効な手段であるため、ECサイトの構築を検討する。ECサイトとあわせて、既存のあわらファンクラブやふるさと納税等を活用し、あわらファンの輪を広げ、実際に訪れてもらえるよう、取組みを推進する。

（※2）Digital Transformation/デジタルトランスフォーメーション。デジタル技術を活用しながら、観光サービスの変革と新たな観光需要の創出を図る取組み。

（※3）Electronic Commerce/電子商取引。いわゆるインターネット通販やネットショップのこと。

## III 広域連携とインバウンド

観光誘客にあたっては、市単独での取組みには限界があり、近隣市町等との広域連携が不可欠である。

あわら市と坂井市では、あわら温泉と東尋坊を中心としたエリアを「がけっふ

ちリゾート」として位置付け、エリア内をテーマパークのように楽しめ回遊できる滞在型の観光事業を展開している。今年度は、令和3年度に導入したデジタルチケットの周知やレンタサイクルの整備を推進し、新しくできる道の駅「蓮如の里あわら」を含めた域内周遊を促進する。

また、昨年、観光地域づくり法人(DMO) (※4) に正式登録された「福井県観光連盟」との連携により、着地型旅行商品の磨き上げや観光関連事業者間のネットワーク形成、旅行会社等への営業活動強化を促進する。

さらに、石川県加賀市とあわら市、坂井市、勝山市、永平寺町の5市町で構成する「越前加賀インバウンド推進機構」では県境を越えて広域で連携し外国人観光客の誘客に取り組んできたが、新型コロナウイルス感染症の収束の見通しが立たず、外国人の入国も制限されている中、当面の間、従来のような外国人観光客の誘客活動の実施は難しいと考えられる。一方で、日本はコロナ収束後に行きたい国の上位にランクインしており、外国人観光客の入国が解禁されると爆発的な需要が予想されることから、外国人観光客の入国再開を見据えた戦略の練り直しや受け入れ体制整備を推進する。

(※4) Destination Management/Marketing Organization。地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりを行う舵取り役となる法人。