

令和4年
(2022)

あわら市観光白書

令和5年6月

あわら市

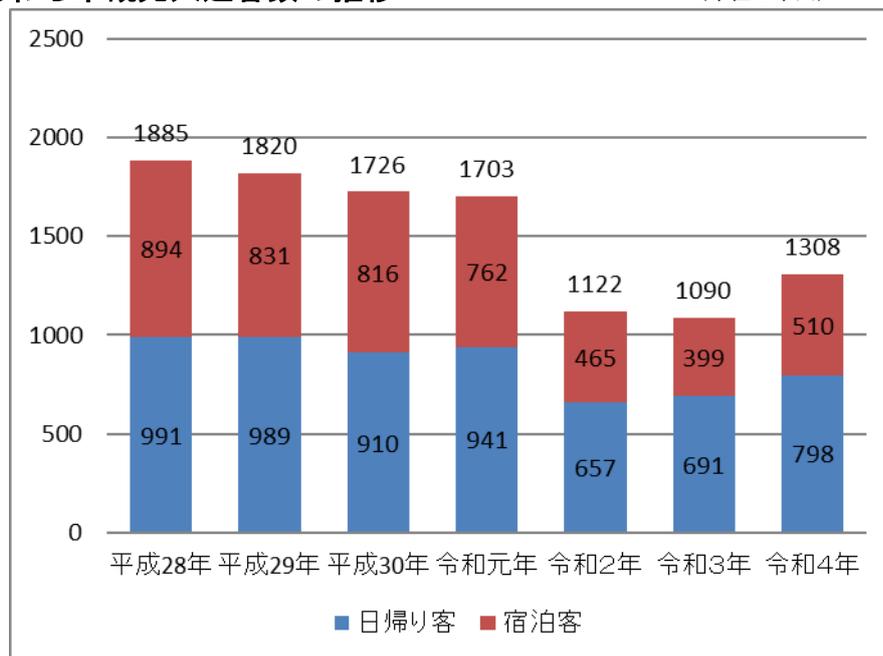
令和4年あわら市観光白書

1 令和4年実績

令和4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、1,308,700人（対前年増減率20.0%、218,400人増）で、このうち宿泊客は509,900人（同27.8% 111,000人増）、日帰り客は798,800人（同15.5%、107,400人増）と、全体として増加した。

図1：あわら市観光入込客数の推移

（単位：千人）



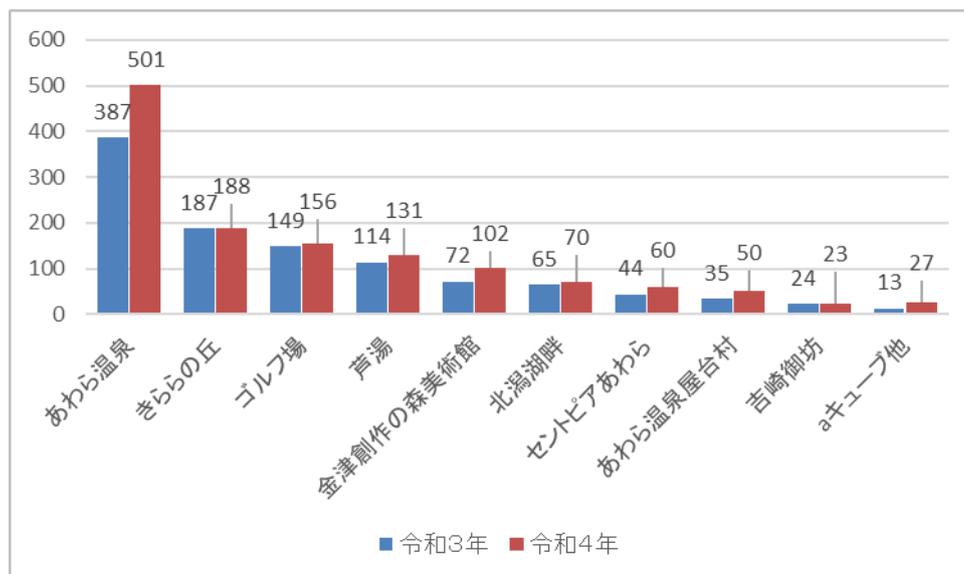
I 観光地別観光客

観光地別では、あわら温泉の501,300人が最も多く、次いで農産物直売所きららの丘の188,200人、ゴルフ場156,700人、芦湯131,000人、金津創作の森美術館101,900人、北潟湖畔69,600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）160,000人となった。

吉崎御坊を除くすべての地点で前年の入込客数を上回った。特に、あわら温泉屋台村「湯けむり横丁」が対前年増減率44.2%で最も大きく増加した。

図2：観光地別観光客推移

(単位：千人)



II 発地別観光客数

発地別内訳で見ると、県内客は680,700人(対前年増減率0.4%、3,000人増)、県外客は628,000人(同52.2%、215,400人増)となり、県内客は前年と比べ微増であったのに対し、県外客は増加に転じるとともに大幅に増加した。

県外客の内訳をみると、関西地方(※1)からの観光客が281,800人(県外客の44.8%)と最も多く、次いで中京地方(※2)の144,600人(同23.1%)、関東地方の85,000人(同13.5%)、北陸地方(石川・富山)の73,700人(同11.7%)の順となり、関西・中京地方からの観光客が県外客全体の67.9%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

図3：発地別観光客の割合

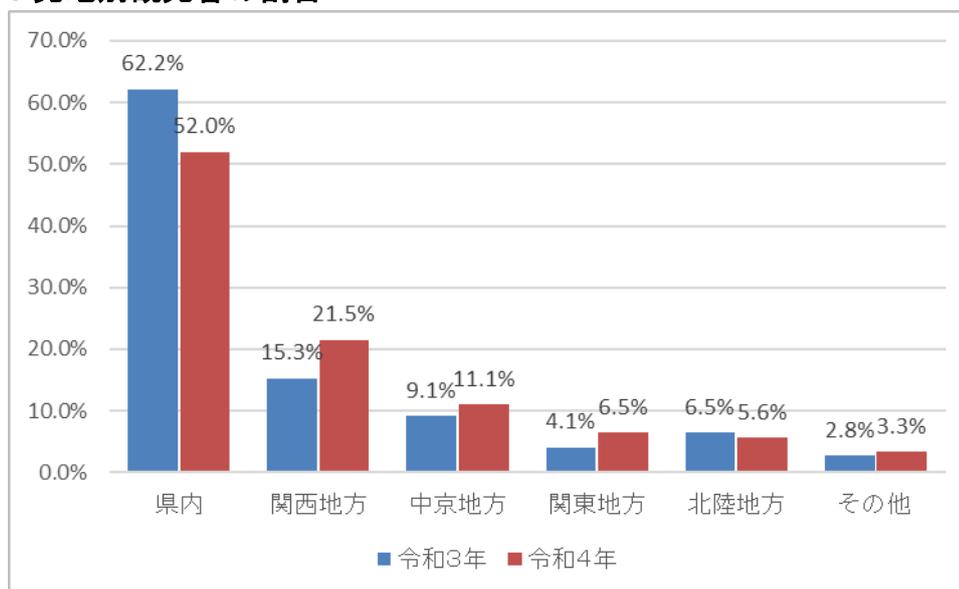
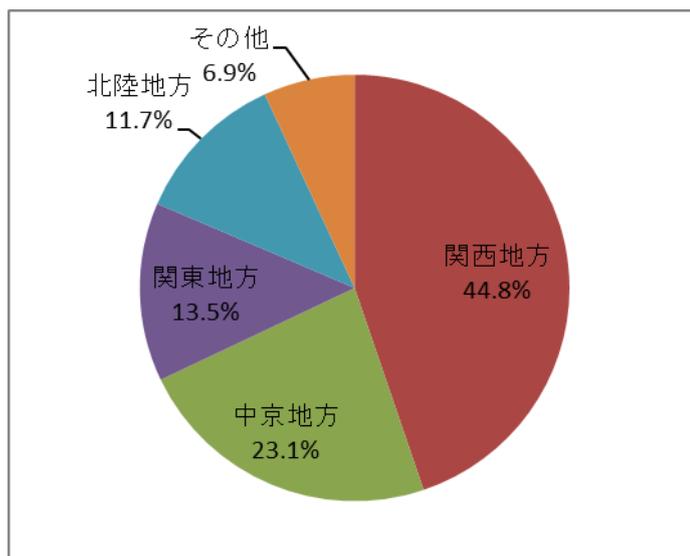


図4：県外観光客の割合



2 令和3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495,100人（県内:139,000人、関西地方:168,400人、中京地方:87,400人、関東地方:49,400人、北陸地方:26,600人、その他:24,300人）で、対前年増減率27.9%増となった。県内客は同9.6%減となったものの、県外客は同52.7%増となり、令和2年から続く新型コロナウイルス感染症が影響してはいるものの、国の各種施策により県外客に回復の傾向が見られた。

県外客の内訳を見ると、関西地方が対前年増減率57.4%増、中京地方が同40.9%増、関東地方が同61.3%増、北陸地方が同83.6%増、国外を含むその他地方が同26.8%増と、全ての地方で増加した。

月別で見ると、1月が対前年増減率462%増と大幅な増加となり、4月が同225%増、5月が同134%増、6月が同51.6%増とこれらの月も増加したが、それ以外の月は同20%減～50%減となり新型コロナウイルス感染症の影響が表れた結果となった。

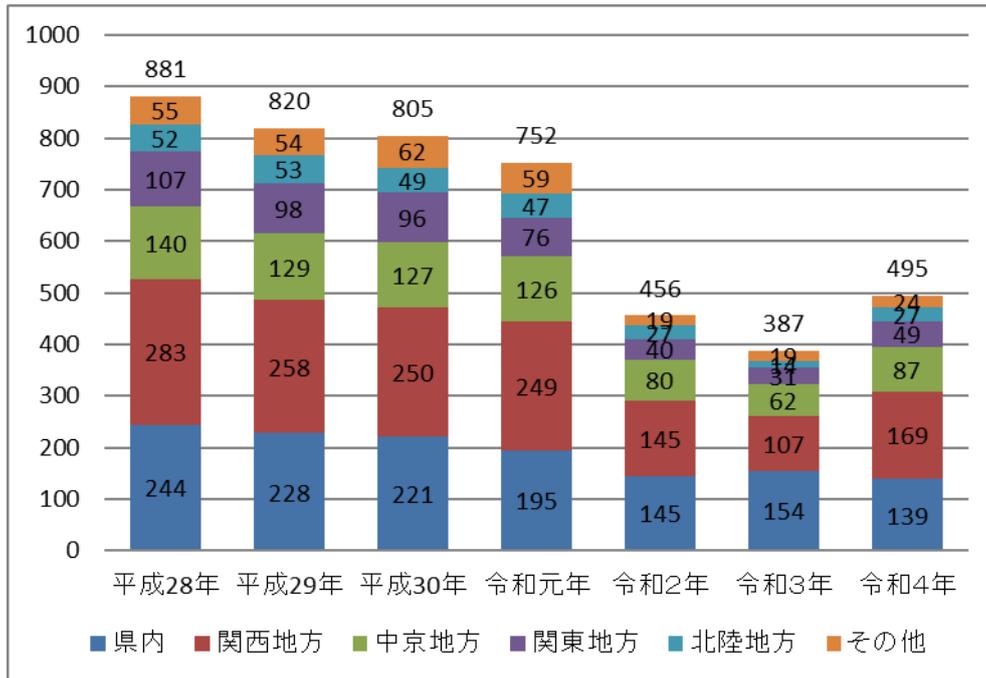
旅行需要喚起策として、県民割の対象に隣接都道府県が追加されたことにより、1月の対前年増減率の増加につながり、その後さらに、同一地域ブロック内の都道府県が追加されたことが4月、5月、6月の増加にもつながったものと考えられる。

しかし、7月以降はコロナ感染者数が急速に拡大したことにより対前年増減率は減少した。10月からはコロナ感染者数が落ち着きをみせたことから対前年増減率の減少幅は小さくなったものの、年末にかけコロナ感染者数が再度増加したことにより、対前年増減率の減少幅が大きくなったと考えられる。

※あわら温泉宿泊客数495,100人：各宿泊施設からの観光庁宿泊統計調査票による

図5：地域別あわら温泉宿泊者数の推移

(単位：千人)



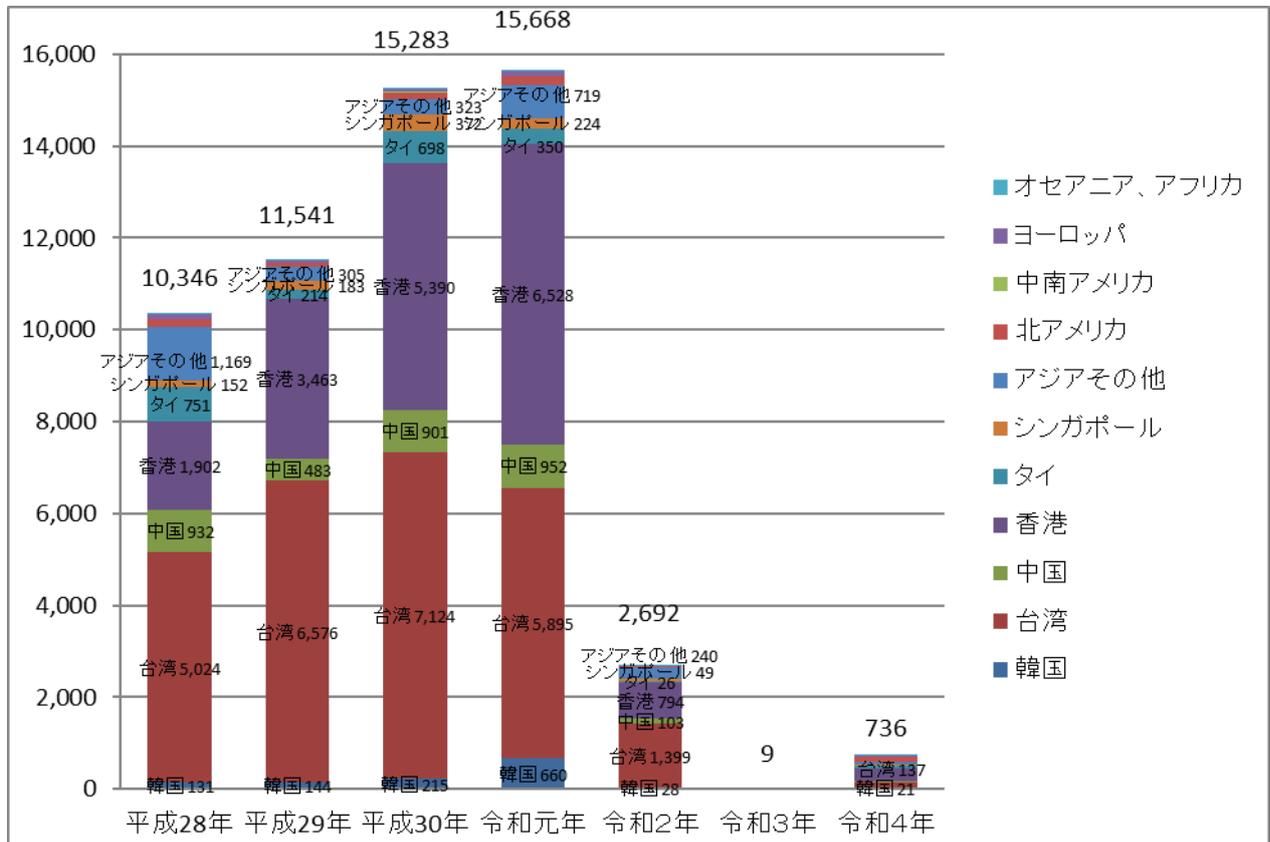
II 訪日外国人観光客（インバウンド）について

訪日外国人観光客数は736人と、対前年増減率817%増となった。

令和3年に比べ外国人観光客数は増加したものの、コロナ禍以前の観光客数にはほど遠いのが現状である。

図6：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、入込客数が減少した地点は吉崎御坊のみであり、最も増加率が大きかったのはあわら温泉屋台村「湯けむり横丁」（対前年増減率44.2%増）であった。

金津創作の森美術館においては、令和3年は未開催であった森のアートフェスタやクラフトマーケットが開催されたこと、また、企画展の開催増により対前年増減率が40.8%増となった。北潟湖畔（同7.7%増）やゴルフ場（同5.5%増）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前年に引き続き入込客数が増加した。なお、総入込客数156,700人のゴルフ場はコロナ禍前の令和元年（139,800人）を上回り好調だったものの、その他の増加した地点であっても令和3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4年は、令和3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ており、旅行需要喚起策が実施されたとはいえ、観光産業は非常に厳しい状況に置かれていた。全国的な旅行控えの傾向が続き、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た。

また、令和3年に引き続き観光庁の補助制度である「地域一体となった観光地の再生・サービスの高付加価値化事業」を活用し魅力向上として、宿泊施設については外観修景や客室の高質化を伴う和洋室化、また、市内店舗については店内の高付加価値化への改修を行った。併せて、旅館の湯めぐりと食の体験を組み合わせたデジタルクーポンを発行するなど、芦原温泉街の周遊促進や満足度向上を図る実証実験を実施した。

コロナ禍の長期化に伴う旅行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、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行商品の提案ができるようにポストコロナや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きた。

3 今後の対応

令和4年9月に北陸新幹線芦原温泉駅舎が完成し、令和5年3月には芦原温泉駅西口賑わい施設「アフレア」、また、同年4月には道の駅「蓮如の里あわら」がオープンした。令和5年はあわら温泉開湯の140周年の年であり、9月には日本女子オープンゴルフといったイベントも予定されている。令和6年春の北陸新幹線芦原温泉駅開業を控え、来たる大交流時代に備えて、益々スピード感を持って取り組みを推進する。

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の醸成を図っていく。

また、コロナ禍によって顕著となっ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、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していく。

また、新型コロナウイルス感染症の分類が令和5年5月8日に緩和され、海外から日本への渡航の水際対策も同年4月29日に解除された。今後は、旅行需要の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なければならない。

I 北陸新幹線芦原温泉駅開業に向けた取組

北陸新幹線金沢・敦賀間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である「北陸デスティネーションキャンペーン」（通称：北陸DC）に向け、全国の旅行会社に対し北陸の魅力ある観光素材コンテンツやDC期間中の取り組みを紹介する「全国宣伝販売促進会議」（プレDC）が今年11月に福井県内で開催される。そこで「あわらならではの」の魅力あふれる商品を紹介し、あわら市への旅行商品の造成や誘客促進を図る。

また、ぐるっとタクシーやレンタサイクル等のオンデマンド交通を拡充させJR芦原温泉駅から芦原温泉街へはもちろんのこと、各観光スポット間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、新たな市のランドマークとなった芦原温泉駅西口賑わい施設「アフレア」を活用した賑わい創出と市への誘客の核となる「あわら温泉」での顧客満足度向上を図るため、様々なイベントを企画するなど、周辺地域と連携した取り組みを推進する。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り組みに力を入れていく。

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（※1）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（※2）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。

（※1）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。

（※2）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、市単独での取り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。

観光地域づくり法人(DMO) (※3) 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。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、現在、新型コロナウイルス感染症も落ち着きをみせ始め、外国人の入国も今後増えていくことが確実とされている中、さらなるインバウンドの受け入れ体制を充実させるためにも、外国人観光客の入国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。

(※3) 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。