

令和7年  
(2025)

# あわら市観光白書

令和8年5月

あわら市

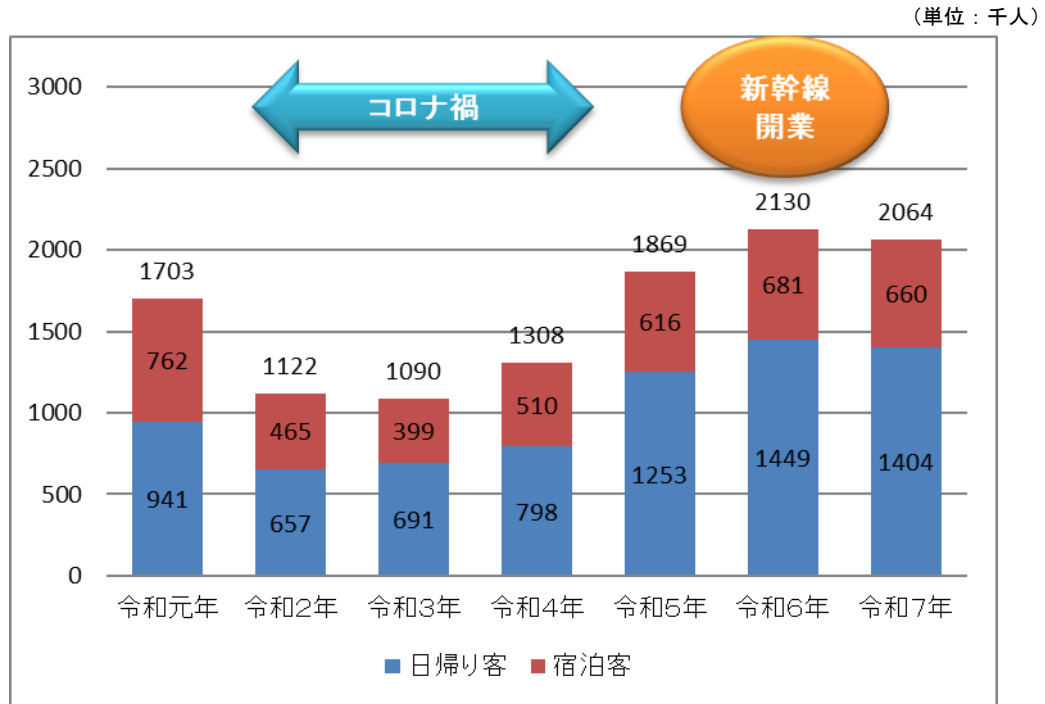
# 令和7年あわら市観光白書

## 1 令和7年実績

### I 観光入込客数

令和7年1月から12月までの1年間に本市を訪れた観光客は、2,063,700人(対前年増減率3.1%減、65,900人減)で、このうち宿泊客は659,800人(同3.1%減、21,300人減)、日帰り客は1,403,900人(同3.1%減、44,600人減)となり、北陸新幹線芦原温泉駅開業年である令和6年と比較して減少したものの、開業前年である令和5年と比較してともに増加していることから、開業効果は維持している。【図1】

図1：あわら市観光入込客数の推移



## II 観光地別観光客数

観光地別では、あわら温泉（※1）の621,000人（対前年増減率4.0%減、25,900人減）が最も多く、次いで吉崎エリアが433,500人（同1.2%増、5,100人増）、芦湯が207,500人（同2.3%増、4,800人増）、農産物直売所「きららの丘」が176,200人（同4.3%減、8,000人減）、芦原温泉駅周辺（※2）が171,100人（同12.5%減、24,400人減）、ゴルフ場が158,700人（同0.8%増、1,300人増）、金津創作の森美術館が132,000人（同16.9%増、19,100人増）、セントピアあわらが69,700人（同3.9%増、2,600人増）、北潟湖畔が55,100人（同40.2%減、37,100人減）、あわら温泉屋台村「湯けむり横丁」が38,900人（同7.9%減、3,400人減）となった。

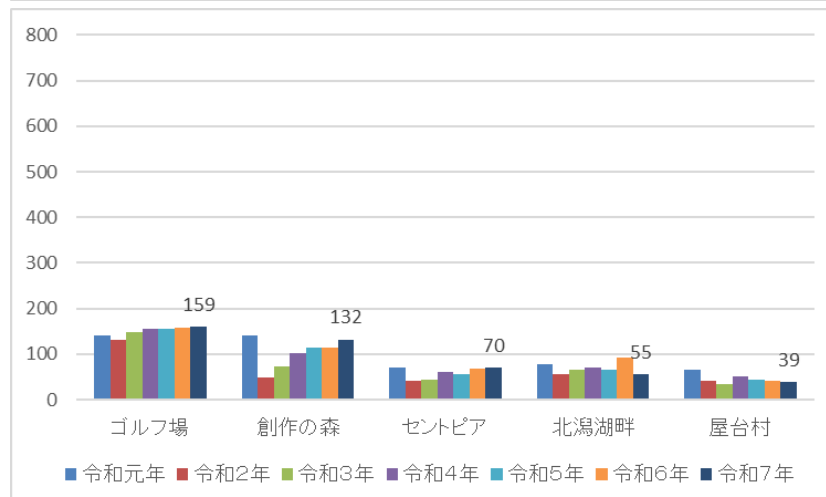
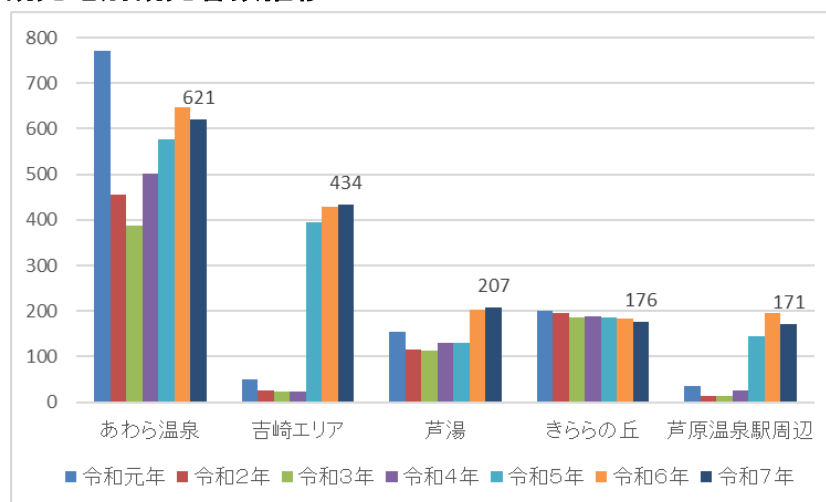
### 【図2】

（※1）あわら温泉：あわら温泉宿泊者、芦原温泉春まつり、あわら灯源郷、あわら湯けむり映画祭、あわら湯かけまつり、小倉百人一首競技かるた第57回全国女流選手権大会

（※2）芦原温泉駅周辺：芦原温泉駅西口賑わい施設「アフレア」（指定イベントのみ）、ホテルプライムイン福井あわら、aキューブ

図2：観光地別観光客数推移

（単位：千人）



### Ⅲ あわら温泉宿泊客について

あわら温泉の宿泊客は605,200人（県内:111,100人、関西地方:190,800人、中京地方:103,300人、関東地方:100,800人、北陸地方:46,400人、その他:52,800人（国内その他42,600人、国外10,200人）で、対前年増減率2.9%減となった。県内客は減少（同13.3%減）した一方、県外客はほぼ同水準（同0.2%減）となった。【図3】

県外客の内訳を見ると、中京地方が対前年増減率7.3%増、国外を含むその他地方が同8.1%増となった一方、県内が対前年増減率13.3%減、関西地方が同1.0%減、関東地方が同5.7%減、北陸地方が同9.8%減となった。【図4】

月別で見ると、3月までは前年比増であった一方、4月以降は前年比減に転じている。【図5】

図3：地域別あわら温泉宿泊者数の推移

（単位：千人）

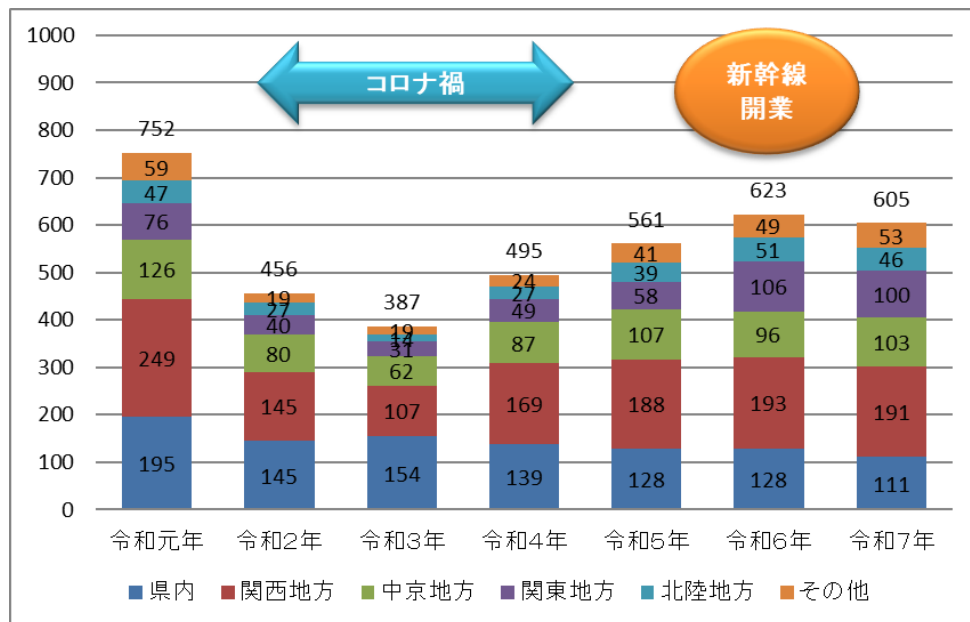


図4：あわら温泉における令和7年県外宿泊客(494,000人)の割合

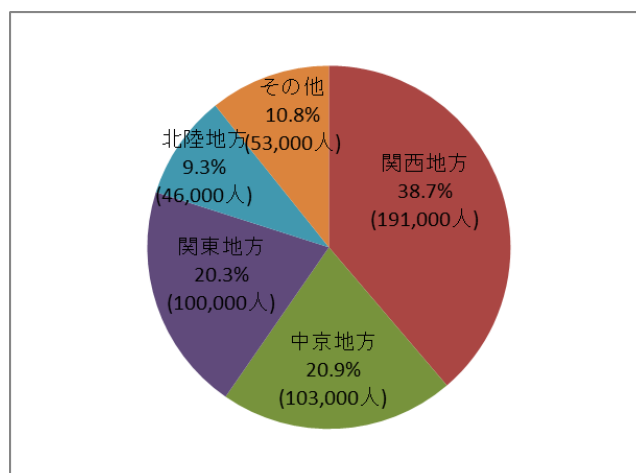


図5：あわら温泉宿泊者数（月別）

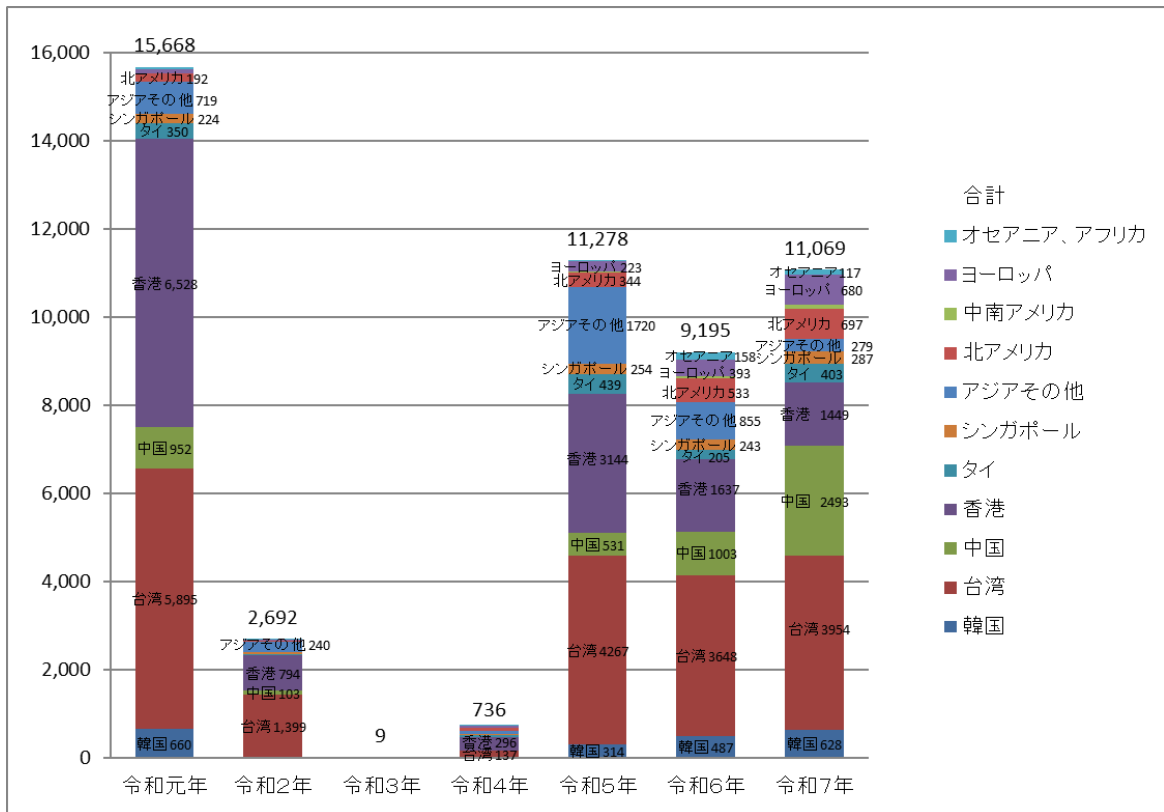
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計
令和7年	42,207	40,039	58,414	44,746	45,274	36,634	51,007	76,624	45,506	51,729	60,649	52,322	605,151
令和6年	28,028	33,092	54,346	54,325	47,523	43,607	54,114	82,250	52,150	54,101	64,377	55,477	623,390
対前年増加率	50.6%	21.0%	7.5%	-17.6%	-4.7%	-16.0%	-5.7%	-6.8%	-12.7%	-4.4%	-5.8%	-5.7%	-2.9%

#### IV 外国人観光客（インバウンド）について

本市における外国人宿泊客数は11,069人（対前年増減率20.4%増、1,900人増）と令和6年よりも増加した。国別で見ると、欧米（ヨーロッパ：同73.0%増、287人増、北アメリカ：同30.8%増、164人増）が令和6年に続き順調に増加している。また、台湾（同8.4%増、306人増）が令和6年の減少から再び増加に転じ、中国（同148.6%増、1,490人増）が大幅に増加、韓国（同29.0%増、141人増）も増加傾向にある一方で、香港（同11.5%減、188人減）が減少している。【図6】

図6：外国人国別宿泊者数の推移

（単位：人）



## VI 総合的評価

観光入込客数について、令和7年は、4月から10月まで開催された「大阪・関西万博」の影響もあり、北陸新幹線芦原温泉駅が開業した令和6年と比較すると減少したものの、開業前の令和5年と比較して増加しており、新幹線開業の効果が維持されていると考え、あわら温泉宿泊客についても、関東地方および関西地方では依然として高い水準を維持している。また、令和6年に唯一減少した中京地方については、増加に転じている。一方で、福井県内および北陸地方からの観光客が減少しており、コロナ禍を経て忘新年会等の機会が減少したことに加え、近年の物価高騰に伴う宿泊単価の上昇が影響している可能性がある。今後は、近隣エリアからの需要創出に向けた施策の検討が求められる。

外国人宿泊客数については、令和6年より増加したことに加え、欧米の比率が増加傾向であり、従来の基盤のアジア地域が大多数を占める内訳の構造も変化しつつあることがわかる。新幹線が開通したことで、欧米の観光客にも少しずつあわら温泉の認知度が向上しつつあることがうかがえる。また、中国については令和6年12月から小松－上海便が週2便から4便に増便されたこともあり、大きく増加していると考えられる。韓国についても近年増加傾向であり、令和8年3月には小松－ソウル便が週3便から毎日運行に増便されたことから、今後の入込客数増が期待される。一方、香港については、4月に約5年半ぶりに小松－香港便が再開したものの、一時的な日本への旅行自粛などの影響もあり減少した。

イベントについては、3月には、芦原温泉駅西口賑わい施設「アフレア」にて新幹線開業1周年記念イベント「オンセンバ！サンバ！フェスティバル」を開催し、15,000人の観光客を動員し、新幹線開業1周年を祝った。10月には、2期連続となる将棋界最高位のタイトル戦「第38期竜王戦七番勝負第2局あわら対局」を開催し、前期（令和6年）よりもさらに充実した内容で将棋イベントや宿泊関連企画を実施し、将棋ファンはもとより一般客や市民の関心も高まり、あわら市の知名度向上に寄与した。

また、令和7年は、主に旅行業界関係者の投票により毎年行われる観光経済新聞社「にっぽんの温泉100選」であわら温泉が第7位となり、前年の23位から大幅に上昇した。今後は、トップ10を継続するため、より認知度や満足度向上に向けた観光事業を推進する。

## 2 今後の方針

現在、国内観光の活況、インバウンド需要の回復など、観光を取り巻く環境は大きく変化している。あわら市においても、北陸新幹線芦原温泉駅開業により、多くの観光客が来訪しており、発地別観光客の構造も変化しつつある。これらの変化に対応し、開業効果を持続させるために、今後はこれらのデータを活用し、新幹線による波及効果や来訪者の属性変化を丁寧に分析した上で、よりの確にターゲットを定め、効果的な誘客プロモーションを実施していく。また、「第2期あわら市観光振興戦略」や、「あわら市観光まちづくりビジョン」に示す施策を着実に推進していくことで、地域の本質的な魅力向上を図っていくとともに、県や周辺自治体との連携をさらに強化し、エリアとしての価値向上を図っていく。

### I 地域の魅力向上と消費の活性化

「第2期あわら市観光振興戦略」の数値目標として、観光入込客数を令和11年に240万人（うち宿泊者数80万人）と設定した。これは、宿泊施設の高付加価値化の取り組みや従業員不足等の課題といった実態に合わせて、単に観光客を増加させるだけではなく、サービスの向上により観光客一人あたりの消費単価の増加や市内における消費機会の創出を目指すためである。一方で、物価高騰等による宿泊単価の増加等により、県内観光客の宿泊が減少していることが懸念されることから、宿泊促進の喚起策も検討していく。

あわら温泉エリアについては、「あわら市観光まちづくりビジョン」に基づき、観光客だけでなく、住民や働き手も滞在したくなる空間づくりを行っていくとともに、まちなかの消費につながるような機能やコンテンツづくりを行っていく。

あわら温泉エリア以外にも、雄大な北潟湖に面した北潟エリアや蓮如上人の文化が息づく吉崎エリア、金津創作の森の芸術や宮谷石切場跡の神秘的な遺構を体感できる細呂木エリアなど、それぞれに特色ある自然や資源が存在する。これらの地域資源を磨き上げ、多様な観光ニーズに応えることで、あわら市全体への来訪と消費の拡大を図る。

また、地域の消費の活性化という観点から、域内調達率の向上も重要である。市内の宿泊施設や飲食店の地産地消等を促進し、域内調達率の向上を目指す。

### II 持続可能な観光まちづくりの推進

「あわら市観光まちづくりビジョン」は、“来たい、住みたい、おすすめしたい、世界に愛されるまち AWARA”を掲げ、地域住民にも観光客にも笑顔が巡るまちを目指す、あわら温泉を軸とした観光まちづくりの将来ビジョンである。令和7年は、9月～11月に温泉街の滞在性や回遊性の向上に向けた社会実験を実施した。夜間景観やポップアップショップの出店等、地域住民の日常使いと観光客が温泉街をまち歩きしたくなるような仕掛けづくりを行い、地域のにぎわいを創出した。令和8年5月には、本ビジョンに基づき「あわら温泉街再整備基本計

画」を策定する。今後は、本計画の実現に向け、地域の事業者や住民、ならびに「地域活性化連携協定」を締結している星野リゾートと連携しながら、必要な機能やコンテンツの造成、併せてハード整備を段階的に推進していく。

また、より一層地域や民間事業者等との関係性を持ち、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成し、持続可能な地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔の役割を持つ組織として、観光地域づくり法人(DMO)等(※3)の設立とその財源を検討していく。

(※3) Destination Management 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

### Ⅲ 観光DXの推進と情報発信の強化

情報発信の強化や観光DXの推進は、情報化社会の現代において重要な取り組みであり、移動・宿泊・購買等のデータ分析や、国内観光客だけでなく外国人観光客対応の面からも重要である。

情報発信については、市公式Instagramや(一社)あわら市観光協会Instagramなど、SNSを中心にリアルタイムに魅力発信を行う。出向宣伝についても、目的やターゲットを定め、効果的なプロモーション活動を行う。

観光DXについては、(公社)福井県観光連盟のマーケティングシステム「FTAS(エフタス)」や人流データ等のビッグデータを分析し、今後の観光推進に活用する。また、(一社)あわら市観光協会では、「あわらファンクラブ」の会員拡大を進め、会員への情報提供やニーズ調査を通じて、観光プログラムの改善と満足度向上を図る。

### Ⅳ 二次交通の充実

観光タクシー「あわらぐるっとタクシー」については、芦原温泉駅とあわら温泉街との移動手段としての役割に加え、観光スポット間のアクセス向上を図ることで、市内周遊を促進し、経済波及効果の拡大を目指す。また、令和5年度からJR西日本「WESTER」アプリ内において、あわら市内で使用できる二次交通やアクティビティ等の電子チケットを掲載した。今後も、チケットの拡充等により、旅マエにワンストップで移動からアクティビティまで手配できる観光型Maasの構築を目指す。

レンタサイクル「あわらぐるっとレンタル」については、令和8年4月からワンウェイ(乗り捨て)サービスを導入し、利便性の向上を図るとともに、移動とアクティビティを同時に楽しめる観光コンテンツとしての定着を目指す。

また、あわら温泉と県立恐竜博物館を結ぶ直通バス「あわら恐竜号」は、令和8年4月から従来の1日1往復から2往復へ増便した。今後も運行の継続と内容を充実させ、県内有数の観光地へのアクセス向上を図ることで、あわら市への誘客促進につなげる。

## V インバウンドの推進

国の「観光立国推進基本計画（第5次）」によると、目標値としてインバウンド消費は令和12年までに年間15兆円（令和7年速報値：年間9.5兆円）を掲げており、訪日外国人旅行者の地方部における延べ宿泊者数は、同年までに1.3億人泊（令和7年速報値：5,873万人泊）を掲げている。目標達成のためには地方部での長期滞在や高単価化が重要となる。

インバウンド誘客にあたっては、市単独での取り組みには限界があり、（一社）あわら市観光協会や芦原温泉旅館協同組合はもちろんのこと、近隣市町等との広域連携が不可欠であることから、坂井市、勝山市、永平寺町及び石川県加賀市の5市町で構成する「越前加賀インバウンド推進機構」を通じて広域的に外国人観光客の誘致を行う。令和7年は越前加賀の歴史や伝統を、制作体験を通して肌で感じる体験型観光「越前加賀の歴史伝統、職人技を味わうKAGA ECHIZEN THE CRAFT」を造成し、香港・台湾向けを中心に発信してきた。令和8年は観光庁の補助事業を活用し、「越前加賀の歴史伝統、職人技を味わうTHE CRAFT TOURISM」をコンセプトとし、周遊施策やプロモーションを展開していく。

また、市独自の取り組みとして、令和7年は宮谷石切場跡やフルーツ狩り、芸妓なりきり体験等を組み合わせ、3種の体験プログラムを造成した。また、地元事業者向けにワークショップやガイド育成講座などを開催し、受け入れ体制の構築を図った。令和8年は造成した体験プログラムをインフルエンサーや海外OTA等を活用し、欧米や台湾・香港向けに効果的に発信する。