

今後の国内観光振興および インバウンド誘客に向けた取組について

資料2-3



株式会社宝川温泉汪泉閣
代表取締役 小野 与志雄

宝川温泉
汪泉閣
おうせんかく

1.宝川温泉「汪泉閣」について

1923年（大正12年）開業

群馬県北部・みなかみ町の険しい山に囲まれた豪雪地域に位置し、清流の宝川のほとりにある源泉かけ流しの露天風呂などが人気



昭和60年代の「温泉ブーム」の時には、日帰り客が連日1千人を超え、周辺の道路は大渋滞、露天風呂はいつも混雑していた

2.これまでのインバウンド集客の取組と実績

◇「温泉ブーム」が去って宿泊客が激減したことを受け、「日本人だけでなく、外国人も呼び込もう」と、2000年頃からインバウンド集客に取り組む。

- ・英語サイトの立ち上げ
- ・案内サインの英語表記追加
- ・「湯あみ着」の導入



<川沿いに広がる「摩耶の湯」>

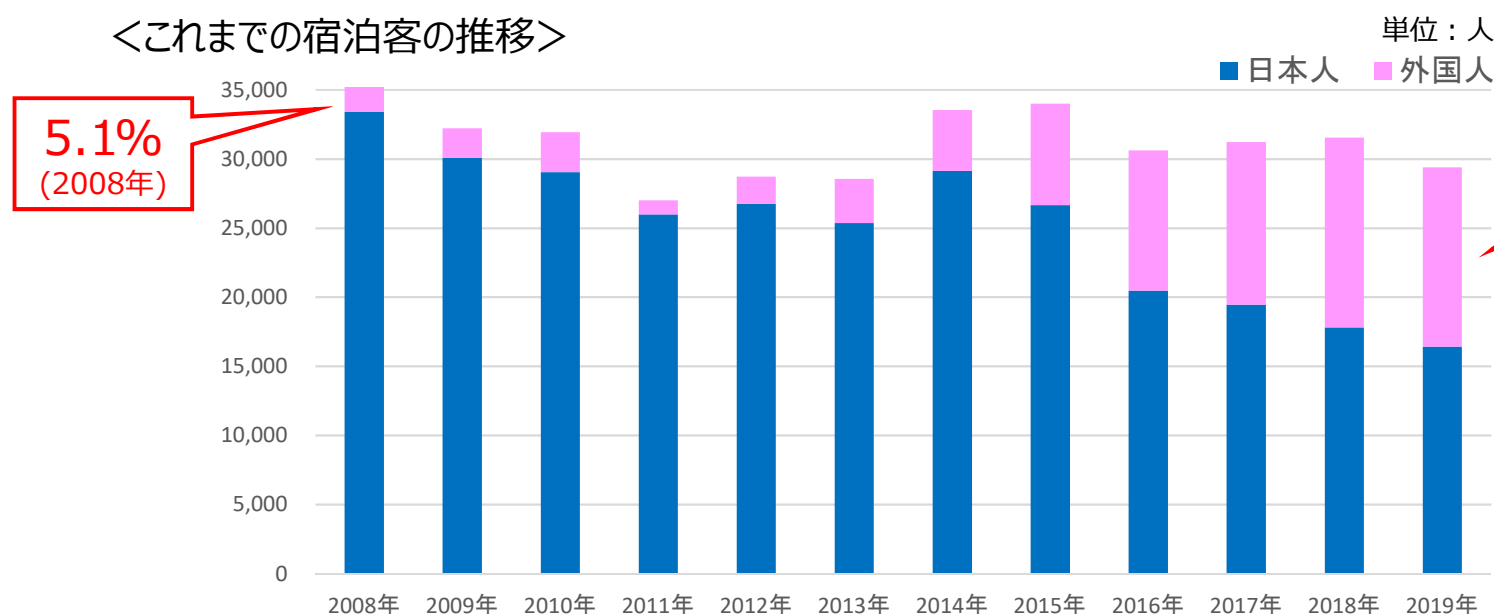
→ 川沿いに広がる露天風呂がSNS映えして評判に！

ロイター社やロンリープラネット(※)での掲載を契機に、人気が爆発！！

※英語の世界的な旅行ガイドブック

◇年間宿泊客 2.9万人(2019年)のうち、インバウンドは 44%

<これまでの宿泊客の推移>

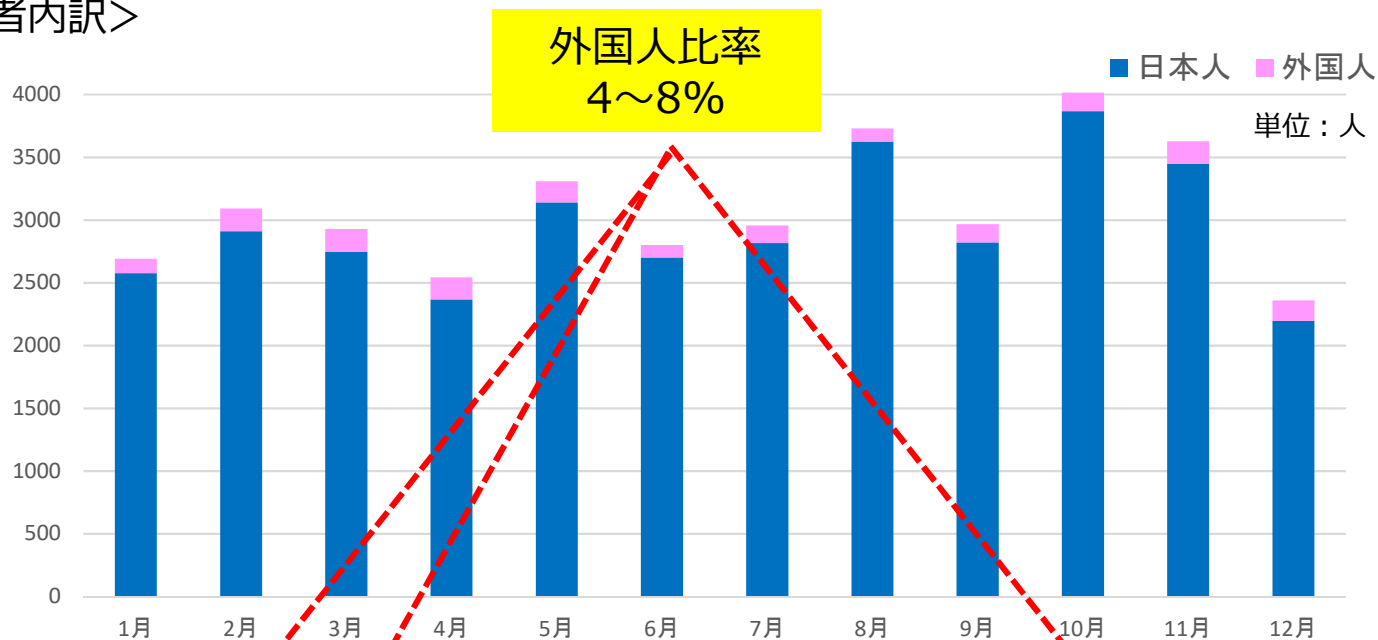


※ほとんどが個人客で、直近2年間では世界150ヶ国から来訪

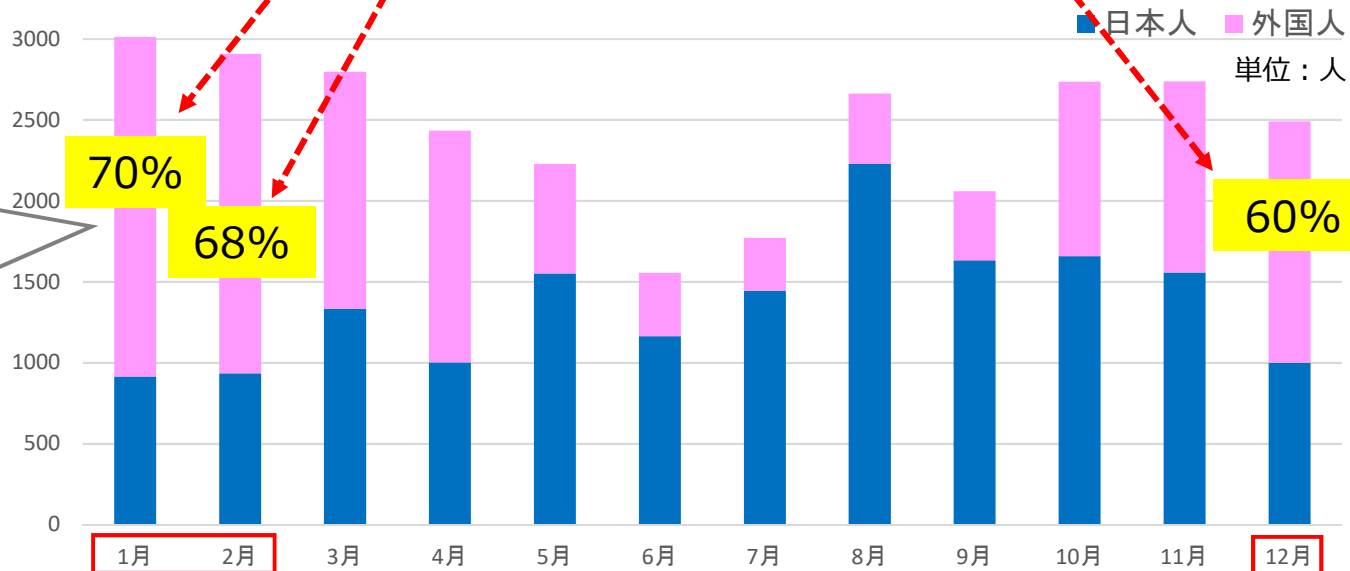
夏は欧米からの宿泊客で賑わう一方、冬は豪雪と温泉を求めてタイなどからの宿泊客でにぎわい、閑散期だった冬が「**稼ぎ時**」に！

<月別の宿泊者内訳>

【2008年】



【2019年】



3. GoToトラベルキャンペーンの効果

コロナ後の経営状況

- ・3月頃からキャンセルが相次ぎ、約2ヶ月間(4/5～6/12)にわたって休業
- ・6/13から営業再開するも、6月は週末のみ営業
客室稼働率は20%程度（前年比60%減）
- ・7月より群馬県のキャンペーンで持ち直したものの、雇用調整助成金も活用して、現状をしのぐ状況・・・

GoToスタート後

- ・キャンペーンにあわせて、旬の地元食材を使った宿泊プランを販売。
平均単価は3000円UP
- ・7月は一部客室を減らしたが、前年並みの売上を確保。
- ・東京復活発表を契機に、10・11月の週末は予約で「満室」になる。
- ・ただ、12月以降は、もともと日本人客が少ない閑散期であり、キャンペーンも年度内に終了するので、先々は見通せない状況・・・

4. 国への提言

①現在のところは、GoToキャンペーンによって国内の観光需要が下支えされているが、インバウンドも当分見込めない状況では、将来のインバウンドの受け皿となる中小の観光事業者が生き延びられない。

→ **GoTo後においても、継続的な支援をお願いしたい。**
(特に、GoToの終了タイミングが閑散期の冬にあたる)

②地方では、旅館をはじめインバウンド対応はまだまだ不十分なレベル。群馬県はポテンシャルがあるのに、地元の観光案内所でさえも英語対応できるスタッフが不足している状況。

→ **英語対応が可能なスタッフの採用やスキルアップなどについて、サポートをしてほしい。**

③インバウンドが再開したときに、地域住民や日本人観光客が心理的に外国人を受け入れられるかどうか心配。

→ **国には地域住民の不安を取り除き、安心感を醸成してほしい。**