

3 類型	観光資源	通巻番号	5-26-009
地域資源名	但馬牧場公園 湯村温泉・夢千代像	認定日	平成26年10月15日
地 域	兵庫県新温泉町	所管省庁	経済産業省、国土交通省

事業名：但馬牧場公園を活かした自然と湯村温泉と食で訴求する外国人観光客向け
アクティビティーの開発・提供

会社名：株式会社湯村温泉愛宕山観光
連絡先：TEL：0796-92-1005
FAX：0796-92-1006

所在地：兵庫県美方郡新温泉町丹土1033
HP：http://www.bokujyo.com

事業概要（新たな活用の視点）

海外では知られていない兵庫県の雪や四季折々の自然、癒しの湯として歴史ある湯村温泉も楽しめるなど、アクティブかつゆったりとした但馬の魅力を満喫出来るプログラムである。

- 但馬地域の食文化を楽しむ「但馬美食メニュー」と「食文化体験プログラム」の開発・提供
- アウトドアスポーツ・ウィンタースポーツ教室ほか「自然アクティビティー」の開発・提供
- 湯村温泉 湯めぐりとレトロな街並み散策コースの開発・提供
- 本事業にちなんだ「但馬牧場公園オリジナル土産品」の開発・販売
- a～cを組み合わせた宿泊プランと旅行商品の企画・開発・提供

【但馬牧場公園スキー場】



【但馬ビーフ】



【湯村温泉風景】



売れる商品づくり（競争力、市場性、販路）

◆競争力

- 外国人旅行者が望む体験や宿泊、温泉、四季折々のオプションプログラムを多く揃えているほか、比較的リーズナブルな料金設定で、利用者、旅行会社ともに満足度が高い。
- 但馬の強みであり世界ブランドでもある食の魅力を加えた多彩な滞在プランの設定が可能。

◆市場性

- 2020年の東京五輪開催決定やビザの緩和などから訪日外国人旅行者が増加傾向にある。
- 東南アジアなど雪の降らない国から日本での雪遊びや自然、温泉などを目的に訪れる旅行者が増えており、当地も高速道路の延長やJRの外客優遇措置等から市場性が高まっている。

◆販路

- 個人客は主にインターネットなどのメディア販売を中心とし、インセンティブ旅行や団体客が多い国では、現地旅行会社との契約を伸ばすといった販売戦略となっている。
- ターゲットとなる国や地域の連休やバカンスなど対象国の旅行ニーズに沿ったPRおよび販売戦略となっている。

地域資源における関係事業者との連携

- インバウンド事業の専門家から指導を受け事業化を図るほか、地域行政、観光協会、地元商工会からも協力を得て、湯村温泉の新たな顧客創造と新温泉町ならびに但馬広域の観光振興を果たす。