

<b>3類型</b>	文化財、自然の風景地、温泉 その他の地域の観光資源	<b>通巻番号</b>	4-26-023
<b>地域資源名</b>	猪の倉温泉	<b>認定日</b>	平成27年2月2日
<b>地域</b>	津市	<b>所管省庁</b>	国土交通省、農林水産省、 経済産業省

**事業名** : 猪の倉温泉においてノルディックウォーキングを取り入れた  
健康体験型プログラムの提供販売事業

**会社名** : 株式会社猪の倉

**所在地** : 三重県津市白山町佐田2562番地1

**連絡先** : TEL : 059-262-5888

FAX : 059-262-5887

**HP** : <http://inokuraonsen.jp/>

### 事業概要(新たな活用の視点)

・当社は、青山高原のふもとに位置し、昼間は大自然を、夜は満天の星空を見ながら、リラックスできる露天風呂を中心とした温浴施設“猪の倉温泉”を運営する事業者である。元々、猪の倉温泉は、国の「ふるさと創生事業」を契機に建設され、1988年にしらさぎ苑(左写真)がオープンした。その後、1990年には、三重県が老人保養施設を建設し、ふよう荘(右写真)がオープンした。

・2005年、近隣温泉地との競合で顧客の減少に歯止めがかからない状況と施設の老朽化から民営化されることが決定し、公共の施設が、コンペにより民間に払い下げられるのは、全国的に見ても非常に珍しいケースであった。

・本事業では、今注目を浴びるスポーツ“ノルディックウォーキング”のコースを当施設内に設定

(宿泊施設内にコース設定を行ったのは当地域内では当社が初めてとなる)、手軽な運動効果と温泉入浴やブルーベリーなどの健康志向の観光農園体験などを組み合わせた新しい宿泊プログラムなどを開発し、さらなる集客を狙うこととした。



### 売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

#### ◆競争力

・山歩きなどのブームと温泉という組み合わせで健康などを同時にアピールできるのは競争力につながる。

#### ◆市場性

・高齢者から若い女性まで気軽に楽しめるスポーツ市場はさらに高まるものとなる。

#### ◆販路

・チラシなどで告知、旅行サイトを通じてのPR、連携事業者との共同出展などで販路開拓を行う。

### 地域における関係事業者との連携

・地域の同業旅館事業者と密接に連携している。