

3類型	観光資源	通巻番号	2-22-007
地域資源名	蔦温泉	認定日	平成23年2月8日
地域	青森県十和田市	所管省庁	経済産業省、国土交通省

事業名:南八甲田「蔦温泉」と「蔦の森」による新しい「“TOUJI”(湯治)」プログラムの開発

会社名:有限会社蔦温泉旅館

所在地:青森県十和田市大字奥瀬字蔦野湯1番地

連絡先:TEL:0176-74-2311

URL:http://www.thuta.co.jp/index_p.cgi

事業概要(新たな活用の視点)

- ・「蔦温泉」という地域資源を活用し、「温泉」と「体験」を組み合わせた新しい体験型・滞在型「アクティブ“TOUJI(湯治)”プログラム」を開発する。
- ・「春夏秋冬を楽しむ蔦温泉のファンを増やす」というコンセプトの下、アウトドアTOUJI、ヘルスTOUJI、食TOUJI、芸術TOUJIの4つのメニューを開発し、季節や曜日を考慮しながら時期を重点化して実施する。
- ・本プログラムの実施により、夫婦及びリタイア層の平日宿泊への移行による集客の最適化(平準化)と、週末における若い年齢層やファミリーといった新規顧客、リピーターの獲得を図る。

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

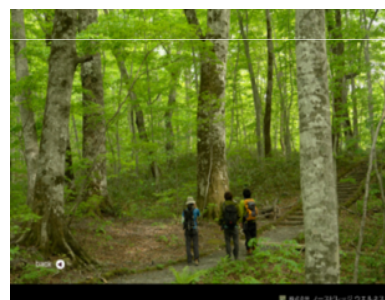
- ・蔦温泉の周辺には、「蔦の森」と呼ばれる世界遺産「白神」と二分するブナの森、写真家を魅了する「蔦沼」、「蔦の七沼」湖沼群などがあり、雄大な自然が魅力である。
- ・地域内の他事業者との連携により、初心者が満足する「体験プログラム」から上級者が満足する「専門家プログラム」といった、リピートを喚起するプログラムの開発が可能である。

◆市場性

- ・新緑や紅葉以外の時期の楽しみ方や湯治の方法、体験の希望など顧客からのニーズが増加している。また、大手旅行エージェントでは近年、「手配型旅行商品」から「滞在型旅行商品」へ販売商品をシフトしており、観光地域での体験型商品等にニーズがでている。

◆販路

- ・ターゲットは、個人客や家族などの少人数グループ。
- ・プロモーションは、利用者などの口コミを主に、地元および大手エージェントとの連携、旅行雑誌などのメディアの活用を考えている。



蔦の森



蔦温泉

地域資源における関係事業者との連携

- ・有志による地域企業連携体(蔦温泉@南八甲田地域ブランドプロジェクト)に参画している事業者と連携・協力の下、事業を実施する。蔦温泉旅館と連携事業者が共同で、新メニューの企画立案・パッケージ化を図りながら、宿泊オプションと異なる、宿泊と各体験メニューをパッケージする新しい商品を開発する。
- ・地域の観光協議会と連携し、地域としての集客向上と、雇用創出を図る。