

「ハッ場地域振興施設 経営安定化検討業務」

これまでの業務実施内容

令和 4 年度業務実施概要

①フィールドワーク（ヒアリング調査、拠点指導）

ハッ場エリアの対象施設を訪問し、施設ニーズや要望、困りごとなどのヒアリングを行った。
ヒアリング調査を通して得られた施設の現状、課題やニーズ、それらに対して本事業で実施した支援内容は下記のとおり。

【自転車型トロッコアガッタン】

（1）業務開始時の現状分析結果

- ・コロナ禍にスタートしたサービスで初期投資が多く、かつ売り上げが低い
- ・東吾妻町直営の施設であるため、営業目標の最大化計画がない
- ・他に類がないサービスである

（2）課題

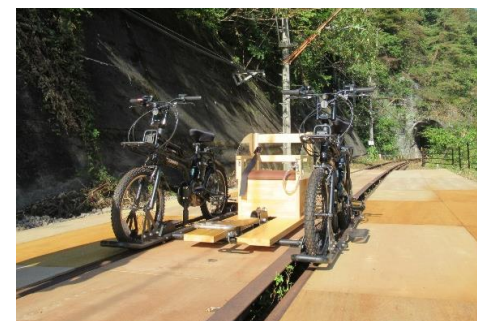
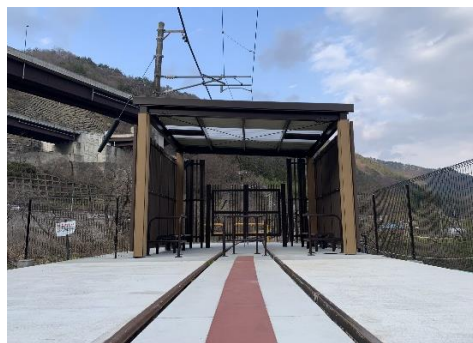
- ・稼働率×客単価の最大化を図ること
- ・基本的な経営知識を身に着けること（経営計画の作成）
- ・サービスの強みを明確化すること
- ・第2キャッシュポイントの構築（⇒R5年度に支援実施）

（3）ニーズ

- ・基本的な経営知識の習得（経営計画書の作り方など）
- ・効果的なプロモーション（町の広報誌などに掲載しているが効果的かどうか分からない状態）

（4）本事業による支援内容

- ・スタッフへの経営セミナー実施（経営の考え方指導（ビジョン、セールスポイント、ターゲット等の明確化）
- ・経営計画書作成支援（収支構造分析、課題の整理）
- ・ハッ場エリアのプロモーション支援（旅行サイトへの広告掲示及びバスへの販促物設置）



①フィールドワーク（ヒアリング調査、拠点指導）

【あそびの基地NOA/川原湯温泉駅キャンプ場】

（１）業務開始時の現状分析結果

- ・施設運営者である株式会社NOAから運営委託を受けるイノーバー社は経営に関して経験豊富でノウハウがある
- ・クラフトビールの開発やイベント企画など、積極的に自ら動いている
- ・競合他社が多い中、自社の強みを模索し明確化している

（２）課題

- ・稼働率（集客）を最大化すること

（３）ニーズ

- ・効果的な送客手段の構築
- ・ハッ場エリアのプロモーション、販促
- ・ハッ場エリア全体の顧客受入態勢整備（各施設事業者の意識改革）
- ・施設間の連携構築
- ・川原湯温泉パッケージツアー化並びにその販売

（４）本事業による支援内容

- ・ハッ場エリアのプロモーション支援（旅行サイトへの広告掲示及びバスへの販促物設置）
- ・観光研究会の開催（各施設同士の連携を構築するための場の創出）



①フィールドワーク（ヒアリング調査、拠点指導）

【やんば茶屋】

（１）業務開始時の現状分析結果

- ・立地条件がよく、集客ができている
- ・客層に合わせて、商品や価格設定の主導権を持っている
- ・経営能力が十分に発揮されている
- ・令和４年度は黒字であった

（２）課題

- ・特になし

（３）ニーズ

- ・地場産名物品（こんにゃく）の開発
- ・冬季（閑散期）の提供メニューのアイデア

（４）本事業による支援内容

- ・地域の特産品を使った商品開発について他事例などを調査し情報提供
- ・冬季の提供メニューについて他事例などを調査し情報提供



②ハッ場エリアプロモーション

フィールドワークによるヒアリング調査を通して、ハッ場エリアのプロモーションのニーズが判明したため、下記のプロモーションを行った。

【バスポケットシート広告媒体活用】



【旅行系サイトへのWEB広告配信】



配信先イメージ



【観光冊子「ハッ場ダムの歩き方」制作】



③観光研究会

フィールドワークによるヒアリング調査を通して、ハッ場エリアへの顧客受入態勢の構築には、施設同士が連携して、エリアの総合力底上げが大切であると同時に、エリアを引っ張っていく人材の発掘、育成の必要性も判明した。

そのため、未来のハッ場エリアを担う次世代層の育成及び事業者同士の連携構築を目的とした観光研究会を下記のとおり実施した。

【次世代観光研究会（参加者：延べ13名）】

- (1) 第1回
 - ・参加者の自己紹介
 - ・各自の業務の棚卸し
- (2) 第2回
 - ・経営セミナー（脱どんぶり経営に向けて）
 - ・ビジョン経営の考え方講義
- (3) 第3回
 - ・カンパニースピリッツの考案
 - ・取扱商品、セールスポイント、販売ターゲットの整理、明確化
- (4) 第4回
 - ・販売戦略について参加者による合同企画考案
 - ・効率的なプロモーションセミナー
 - ・自社のビジョン、カンパニースピリッツ、ミッション発表会



【観光研究会『どうする？ハッ場』（参加者：延べ52名）】

- (1) 第1回
 - ・地域活性化講演会
 - ・意見交換会
(参加者自己紹介、ハッ場エリア活性化に向けたワーク)
- (2) 第2回
 - ・地元食材を使った地域おこし講演会
 - ・意見交換会
- (3) 第3回
 - ・効果的なプロモーション講演会
 - ・意見交換会



令和 5 年度業務実施概要

①アンケート調査

ハッ場エリアへの来訪のきっかけや目的、来訪場所など、ハッ場エリアを訪れる観光客の実態を把握するためのアンケート調査を実施した。アンケート調査および分析の結果、ハッ場エリアを訪れる来訪者の大まかな特性（輪郭）が以下の通りであることが明らかとなった。

【アンケート調査実施概要】

（1）調査期間

2023年10月23日（月）～2023年12月3日（日）
※最も観光客が多い紅葉の時期に実施

（2）実施場所

- ・道の駅ハッ場ふるさと館
- ・吾妻峡レールバイク「アガッタン」

（3）実施方法

- ・Googleフォームへの回答（QRコードを読み取りアンケート画面へ遷移）
- ・上記方法が難しい方はアンケート用紙による回答

（4）アンケート回収数

計233名（道の駅：165名、アガッタン：58名）



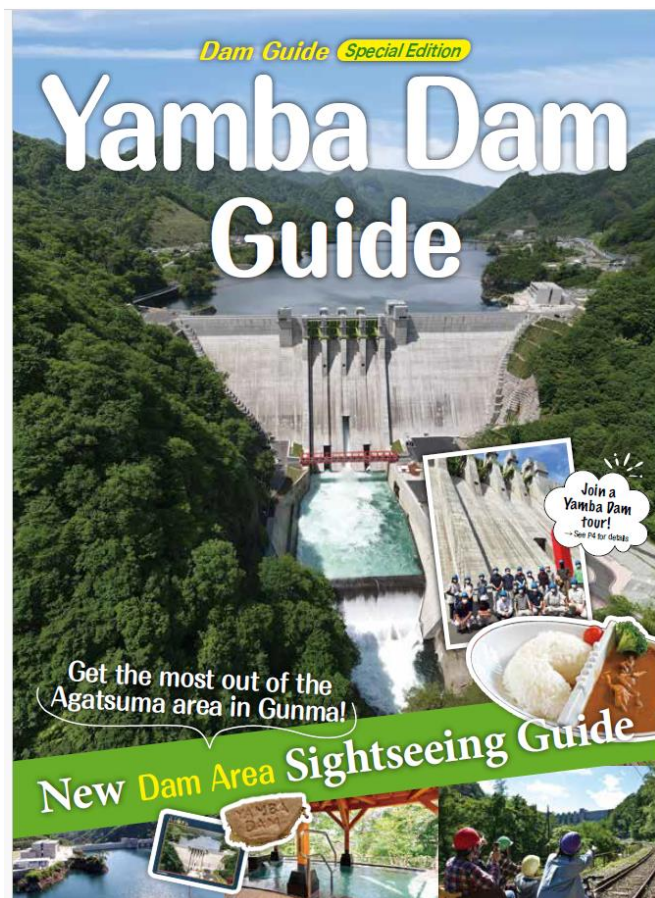
【アンケート結果から得られた来訪者のイメージ】

- ・来訪の目的は「豊かな自然」や「美しい景色」がベースにあり、加えて「アクティビティ」や「温泉」、「地場産の野菜などの買い物」等、ハッ場の各地域や男女の差によって様々な楽しみがあるから。
- ・それらが「リフレッシュ」や「癒し」など、“心身ともにくつろげる”というベネフィットを生んでいる。
- ・来訪体験による「ハッ場の魅力」が口コミやSNSなどで伝わったことが来訪のきっかけになっている。
- ・「群馬県」居住者は「日帰り」でリピーターが多く。「夫婦」や「親子」などの“ファミリー”が中心。
- ・「群馬県」以外で来訪者数が多い「埼玉県」や「東京都」居住者は半数が新規訪問者で「50歳以上の夫婦」が中心。
- ・「東京都」居住者は「30歳代までの若年層」も多い。

②ハッ場エリアプロモーション

訪日外国人へのアプローチを図るため、過年度制作した観光冊子「ハッ場ダム歩き方」の英語翻訳版を制作した。

【観光冊子「ハッ場ダムの歩き方」英語翻訳版の制作】



③個別課題への支援（自転車型トロッコアガッタンへの支援）

各施設へのヒアリングの結果から明らかとなった個別課題に対する支援を実施した。

R5年度は、自転車型トロッコアガッタンにおける個別課題「第2キャッシュポイントの構築」を解消するため、新商品開発の支援を行った。

【アガッタンにおける個別課題とその解消に向けた支援】

（1）課題

- ・第2キャッシュポイントの構築（現状は乗車料金と限定販売のカットレールの売上げのみ）

（2）支援の内容

- ・アガッタンを運営する東吾妻町が観光のコンテンツとして“忍者”を推していること、またアガッタンを運行している地域が“忍者”にゆかりがあることから、忍者をテーマとした新商品の開発を提案。
- ・戦国時代に忍者が携帯食として持ち歩いていたといわれる「兵糧丸」に着目した新商品開発プロジェクトを企画。
- ・「兵糧丸」の商品化に向けた各種プロセス（メニュー開発や製造元の確保など）を支援。

【兵糧丸試食会の開催状況】



令和 6 年度業務実施概要

①個別課題への支援（自転車型トロッコアガッタンへの支援）

各施設へのヒアリングの結果から明らかとなった個別課題に対する支援を実施した。
R6年度は、R5年度に実施したアガッタンへの支援を引継ぎ、新商品開発の支援を実施した。

【アガッタンにおける個別課題とその解消に向けた支援】

（1）課題

- ・第2キャッシュポイントの構築（現状は乗車料金と限定販売のカットレールの売上げのみ）

（2）支援の内容

- ・過年度に実施した新商品開発（「兵糧丸」に着目）の継続した支援（試作の作成、ワークショップの開催等）
- ・新商品の販売に向けた支援（製造元の確保、販促物の制作等）

【新商品（兵糧丸葛バー）の開発支援】



【販促物の制作】



②ハッ場エリアの現状分析（インタビュー調査）

令和5年度に実施したアンケート調査の結果より、ハッ場エリアへの来訪者が多かった「群馬県」、「埼玉県」、「東京都」の在住者の中から、ハッ場エリアに繰り返し訪れている方を抽出し、オンラインによるインタビュー調査を実施した。

【調査実施概要】

(1) 調査期間

令和6年10月12日（木）～令和6年10月16日（月）

※最も観光客が多い紅葉の時期に実施

(2) 実施方法

・オンラインによるデプスインタビュー

(3) 調査対象者

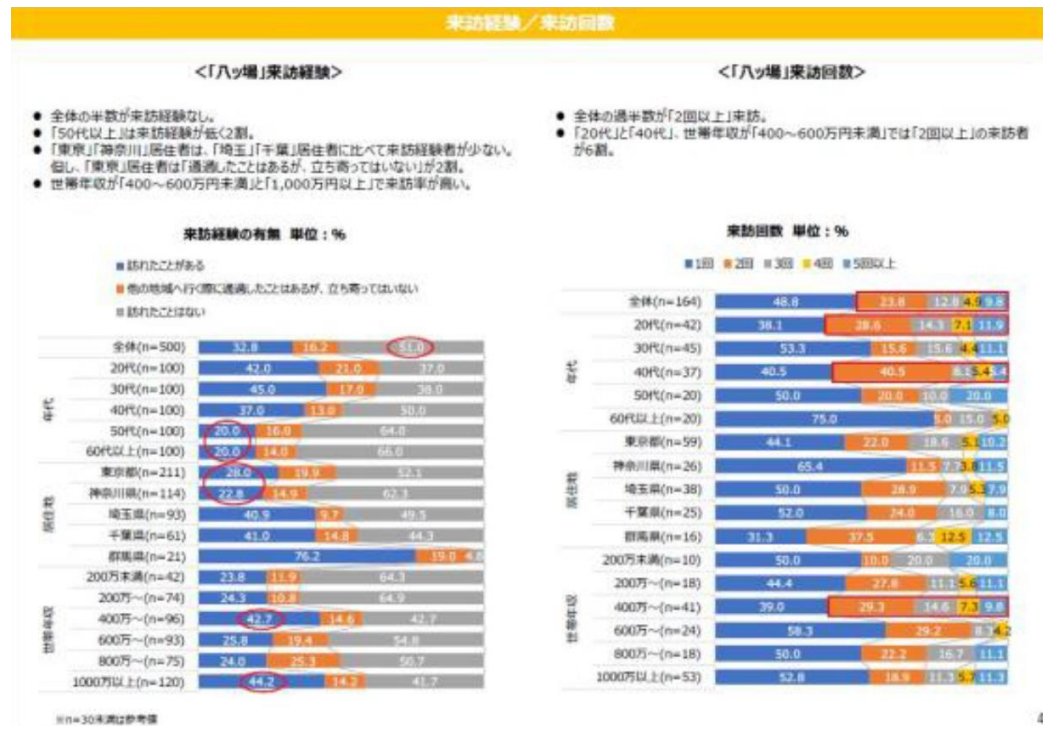
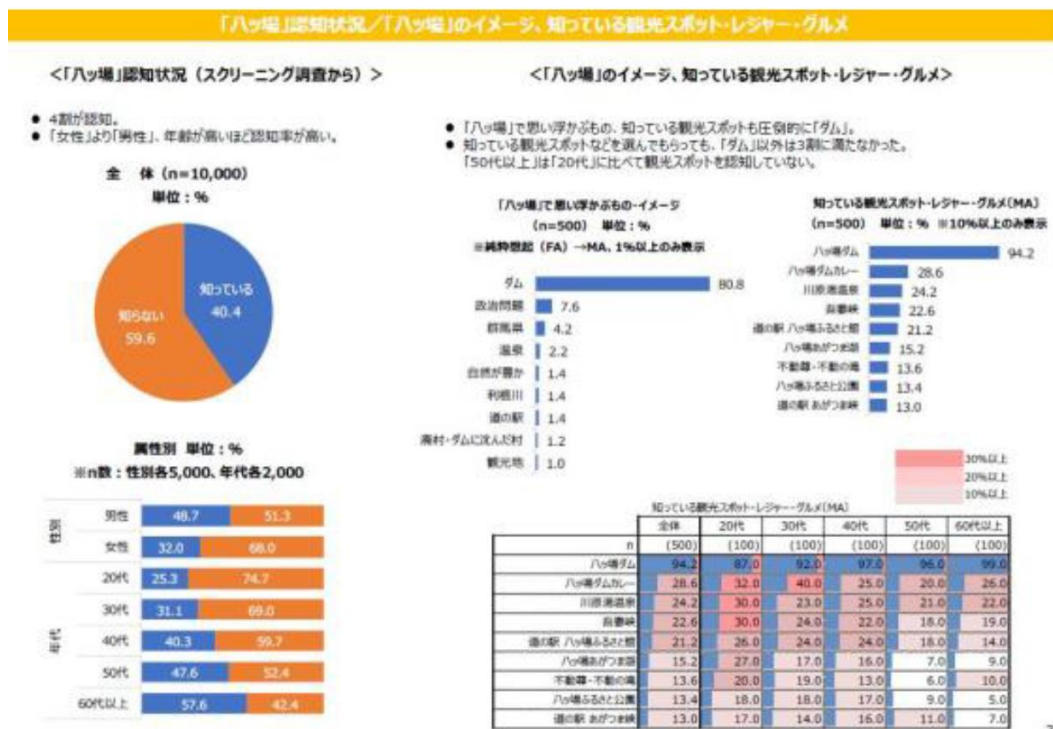
・ハッ場への再来訪意向が高く、直近1年間（埼玉県居住者と東京都居住者は直近2年間）で2回以上来訪した方

①群馬県居住者 男性3名、女性3名 計6名

②埼玉県居住者 男性4名、女性3名 計7名

③東京都居住者 男性2名、女性2名 計4名

(4) 調査結果（一部抜粋）

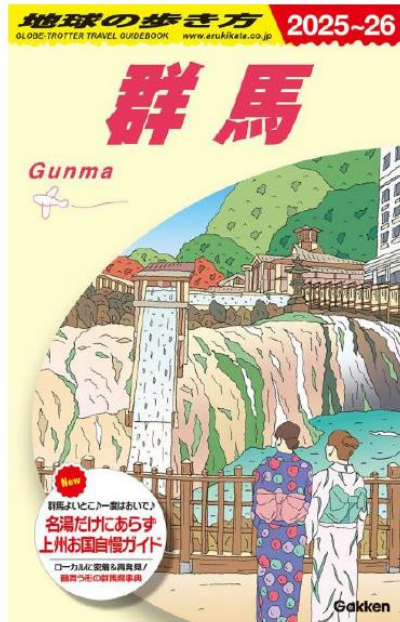


③ハッ場エリアプロモーション

ハッ場エリアの各種プロモーション支援を実施した。

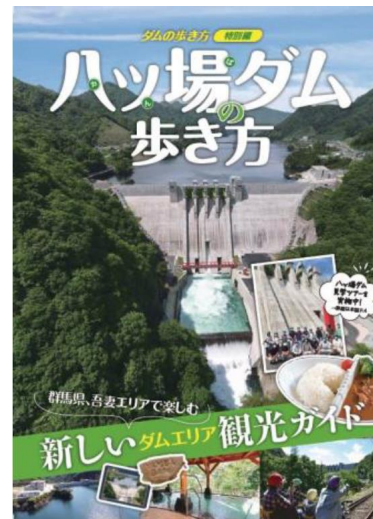
【実施内容】

①「地球の歩き方 群馬」への広告掲載。



②ノベルティ製作（ウェットティッシュ）

③特急草津・四万の座席ポケットへのチラシ搭載



ハッ場エリアおよび対象施設の概要

ハッ場エリア観光マップ

参考

長野原・草津・六合ステーション



- ・長野原草津口駅のすぐ隣で営業する
大正ロマン風建物の売店と食堂。

やんば天明泥流ミュージアム



- ・ダム水没地で発掘された文化財を展示。
天明3年浅間山大噴火を期に発生した天明
泥流被害について実物展示や模型、映像な
どで紹介する博物館。

道の駅『ハツ場ふるさと館』



- ・ハツ場あがつま湖畔にある道の駅。
地元産品はもちろん、ダムカレーパン
や豆大福も人気。
ダム湖を見ながら足湯も楽しめます。

やんば茶屋

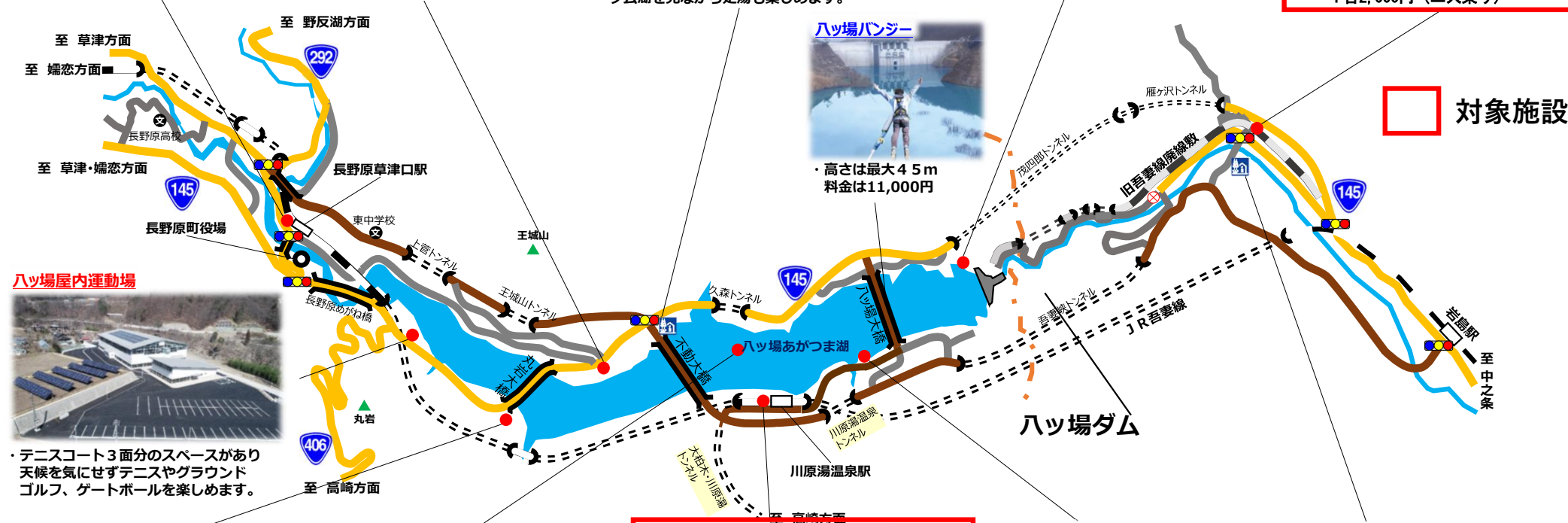


- ・ダム管理所のとなり
軽食（ラーメン、ダムカレー、ソフトクリームなど）、お土産販売など。

自転車型トロツコ



- ・吾妻溪谷の廃線路を自転車で走るアトラクション。
1台2,000円（二人乗り）



八ッ場屋内運動場



- ・テニスコート3面分のスペースがあり
天候を気にせずテニスやグラウンド
ゴルフ、ゲートボールを楽しめます。

ハツ場湖の駅 丸岩



- ・旧長野原町役場をモチーフにしたレトロな外観の建物。お土産販売・食事、水陸両用バスの受付等。

水陸両用バス<ハッ場にやがてん号>



- ・群馬県初の水陸両用バスでハツ場あがつま湖を周遊
定員 40人（※コロナ対策で制限して運航）
ツアー時間 80分（5便/日）
料金 大人 3,500円、水曜日運休

川原湯温泉あそびの基地 NOA



- ・川原湯温泉駅から徒歩2分。BBQやキャンプも楽しめます。
日帰り温泉、カフェ、キャンプ（オートキャンプ可）、BBQサイト、レンタサイクル、カヌー・カヤック・SUPのレンタル・ツアー

王湯（日帰り温泉）



- ・川原湯温泉が気軽に楽しめる
共同浴場。
10:00～17:30 大人500円／2時間
定休日は1/1、1/20、毎月第3木曜日

道の駅『あがつま峡』



- ・名称吾妻峡の入口にある道の駅。
広いドッグランや日帰り温泉施設
「天狗の湯」も人気です。

①自転車型トロツコ「A-Gat tan（アガッタン）」（東吾妻町）

参 考

1 運営方法・運営組織

- （1）所有者：東吾妻町
- （2）運営方式：東吾妻町直営
- （3）運営者：東吾妻町まちづくり推進課

2 施設概要

- （1）営業時間：8時30分～17時15分
- （2）定休日：水曜日、第2及び第4木曜日、冬期（12月下旬～3月末）
- （3）運行便数：溪谷コース9便／日
（夏休み期間は10便／日）
（田園コースは通常運行廃止（校外学習等イベント時に利用可））

3 運営状況

- （1）オープン日：令和2年9月12日
- （2）令和6年度来場者数：累計2.4万人（溪谷コースのみ）



②川原湯温泉あそびの基地N O A /川原湯温泉駅キャンプ場（長野原町川原湯地区）

1 運営方法・運営組織

- (1) 所有者 : 長野原町
- (2) 運営方式 : 指定管理者制度
- (3) 運営者 : 株式会社N O A（川原湯地区住民が平成31年4月に設立）

参 考

2 施設概要

- (1) 営業時間 : 10時00分～17時30分
- (2) 定休日 : 月曜日、年末年始
- (3) 営業内容 : テナント事業（カフェ、温浴施設、キャンプ場、日帰りBBQ、湖面ツアー）
レンタサイクル事業

3 運営状況

- (1) オープン日 : 令和2年8月1日
- (2) 令和5年度来場者数 : 累計1.0万人（カフェ・温浴施設等 : 0.7万人、キャンプ・BBQ : 0.3万人）



③やんば茶屋（長野原町川原畑地区）

参 考

1 運営方法・運営組織

- (1) 所有者 : 長野原町
- (2) 運営方式 : 指定管理者制度
- (3) 運営者 : 株式会社やんば（川原畑地区住民が令和2年3月に設立）

2 施設概要

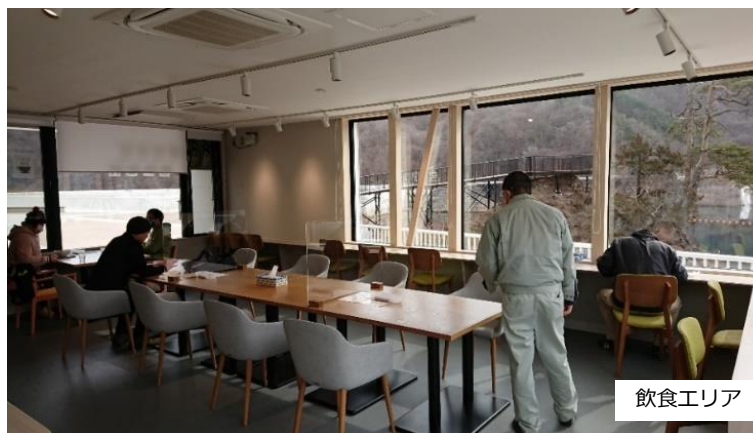
- (1) 営業時間 : 10時00分～16時00分
- (2) 定休日 : 水曜日
- (3) 営業内容 : ラーメンを中心とした飲食、土産物販売

3 運営状況

- (1) オープン日 : 令和2年10月22日
- (2) 令和5年度来場者数 : 累計6.5万人（飲食 : 3.7万人、物販 : 2.8万人）



外観



飲食エリア



ラーメン



物販エリア