

かなや明恵峡温泉リニューアル基本計画書

令和5年度策定

有田川町



かなや明恵峡温泉 リニューアル基本計画策定業務

－ ご 報 告 書 －

0. サマリー	・ ・ ・ ・ ・	3
1. 基本コンセプト	・ ・ ・ ・ ・	10
2. 営業基本方針	・ ・ ・ ・ ・	12
・ 部門構成/導入機能		
・ 料金体系/営業時間		
3. 施設基本プラン	・ ・ ・ ・ ・	20
・ 配置計画、施設リニューアルイメージ		
・ 施設配置、動線、平面ゾーニング、イメージ写真コラージュ、イメージパース		
・ リニューアル概算投資額		
・ 既存設備更新額		
4. 事業収支計画	・ ・ ・ ・ ・	25
・ 事業収支シミュレーション		
5. リニューアル基本計画の方向性	・ ・ ・ ・ ・	27
参考資料	・ ・ ・ ・ ・	28
・ 日帰り温浴競合		
・ 宿泊競合調査		

0. サマリー



立地

大阪圏から高速道路でのアクセスは90~120分と良好。山、川に加え近隣に海もあり自然環境が良いため観光誘客を狙える。



市場

マーケット人口は、通常温浴施設が成立しない規模である。



競合

行政運営施設が多い。競合環境は厳しくはないが、差別化は必要。

開発の考え方

足元商圈・日帰り観光客の獲得＋宿泊機能の追加リニューアル

開発の方向性

商品力の磨き込み/宿泊施設としての機能・サービス付加

商圈

大阪から行ける
気軽な旅行先としての
選択肢になること

価格

ADR4万円～

ターゲット

1~3名の少人数旅行
女性グループ
既存顧客

差別化要素

【独自固有の長所】
温泉や借景など、
「静」の強みを伸ばす。
山、川の周辺環境を活かした
滞在サービスの検討。

投資金額

3.5億(税抜)

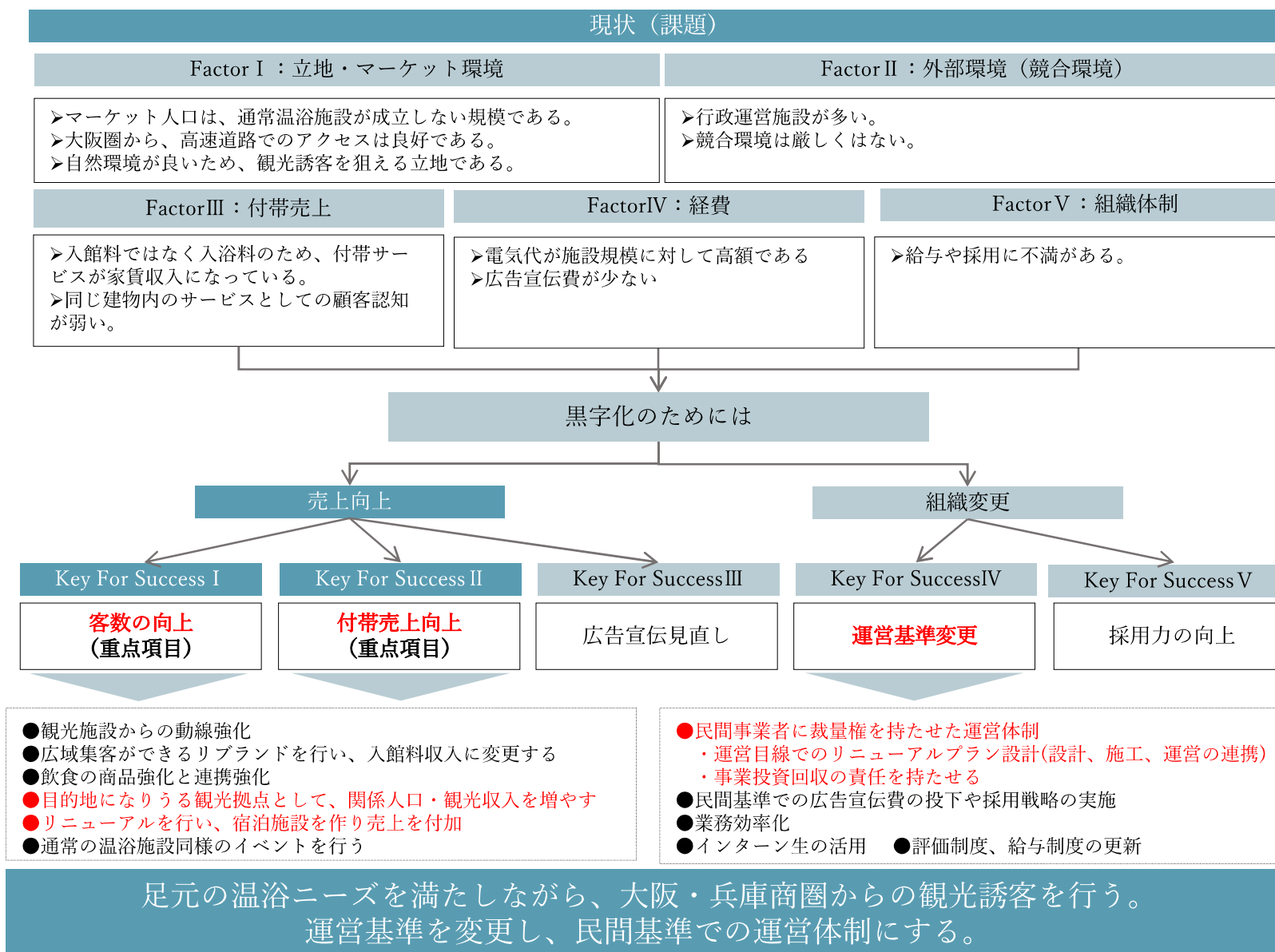
温浴売上(目標)

8,800万円(税抜)

ホテル売上(目標)

5,300万円(税抜)

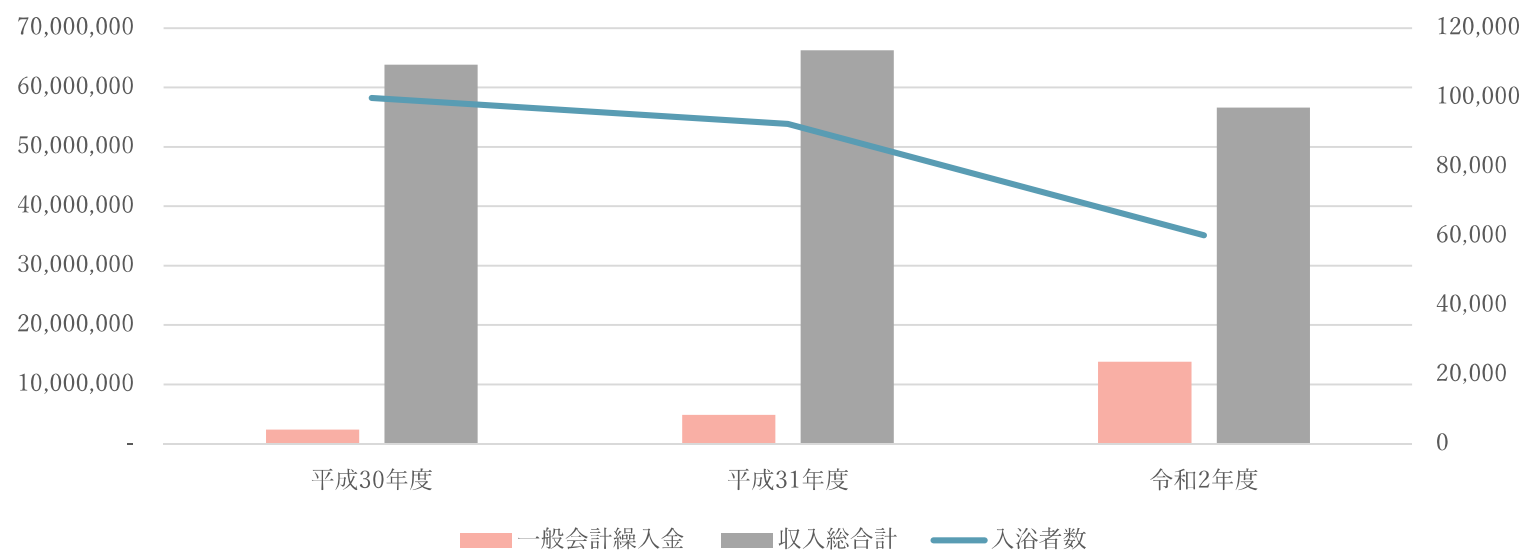
0. サマリー



0. サマリー | 計数分析（3ヵ年損益計算書・部門別売上分析）

損益サマリ

	入館者数	昨対	事業収入計	一般会計繰入金	収入総合計	昨対	事業所営業利益	利益率 (%)
令和2年度	60,153	65%	¥42,812,014	¥13,818,855	¥56,630,869	85%	-¥13,818,855	-32.3%
平成31年度	92,262	93%	¥61,427,452	¥4,862,660	¥66,290,112	104%	-¥4,830,900	-7.7%
平成30年度	99,743		¥61,428,577	¥2,393,271	¥63,821,848		-¥2,393,271	-3.9%



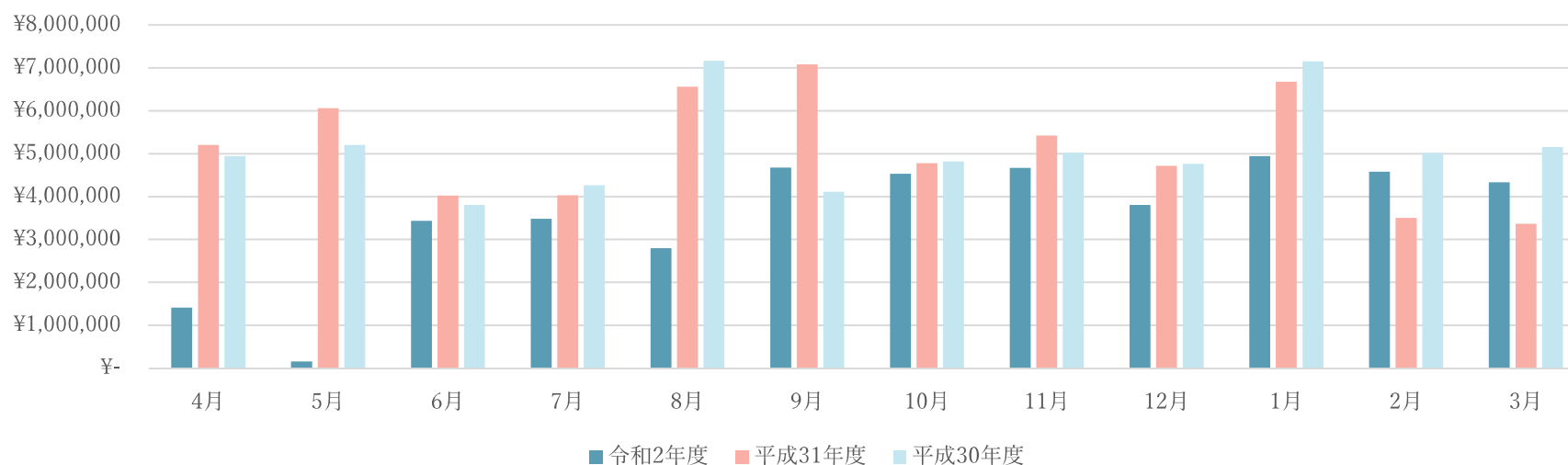
- 令和2年度はコロナウイルス感染拡大による大幅な入館者数減
- 平成31年度の事業収入計が前年からの入館者減に反して増加しているのは、10月に実施した入浴料値上げによる
- 一般会計繰入金が年々増加傾向にある

0. サマリー | 計数分析（3ヵ年損益計算書・部門別売上分析）

収益事業売上（月別比較）

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
令和2年度	¥ 1,414,563	¥ 159,659	¥ 3,436,383	¥ 3,481,647	¥ 2,793,641	¥ 4,673,285	¥ 4,532,214	¥ 4,665,511	¥ 3,805,488	¥ 4,939,647	¥ 4,578,007	¥ 4,331,969
平成31年度	¥ 5,203,148	¥ 6,061,491	¥ 4,021,458	¥ 4,032,959	¥ 6,558,883	¥ 7,080,646	¥ 4,777,234	¥ 5,420,641	¥ 4,719,641	¥ 6,680,817	¥ 3,505,352	¥ 3,365,182
平成30年度	¥ 4,940,792	¥ 5,203,374	¥ 3,807,610	¥ 4,262,816	¥ 7,167,228	¥ 4,115,208	¥ 4,818,926	¥ 5,022,912	¥ 4,761,489	¥ 7,151,230	¥ 5,019,929	¥ 5,157,063

月別売上



- 売上高が比較的高いのは、**5月・8月・1月**である。
- 大型連休での大阪南部からの川遊び、キャンプ需要のファミリーでの利用が多い。
- 1月は3が日に京阪神、和歌山市よりの広域利用と、帰省客の温泉利用が一定数見られる（初詣等で集客力のある寺社仏閣はない）。

0. サマリー | 計数分析（3ヵ年損益計算書・部門別売上分析）

収益事業売上（部門別比較）

売上内訳	平成30年度		平成31年度		令和2年度	
	金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比
入浴料収入	49,794,848	-	50,890,940	102.2%	35,585,030	69.9%
食堂・売店収入	2,063,827	-	1,622,453	80.6%	945,779	58.3%
物品収入	1,415,326	-	1,317,500	93.1%	1,056,400	80.2%
リラクゼーション収入	1,761,690	-	1,775,670	100.8%	1,011,600	57.0%
販売手数料	2,457,251	-	2,302,233	93.7%	1,491,273	64.8%
その他収入	3,935,635	-	3,550,416	90.2%	2,721,932	76.7%
売上合計	61,428,577	-	61,459,212	100.0%	42,812,014	69.7%

●平成31年度は入館料値上げにより他の部門の売り上げ減をカバー。リラクゼーションは前年比100%超えと健闘。

●令和2年度はコロナウイルス感染拡大による入館者数減、宴会需要の減少により各部門とも大幅に収入が減少。

0. サマリー | 計数分析（経費構成分析・主要コスト）

主な費用 | 経年比較

主な費用		平成30年度決算		平成31年度決算		令和2年度決算		適正値	適正値との差
種別	費目	年間合計	月平均	年間合計	月平均	年間合計	月平均		
人件費	給料手当	13,993,760	1,166,147	13,384,966	1,115,414	14,932,426	1,244,369		
	賞与(社員)	0	0	0	0	1,058,482	88,206		
	法定福利費	2,161,891	180,158	2,225,795	185,483	2,352,891	196,074		
	売上高人件費率	20.6%		19.0%		25.1%		20%~30%	
材料費	消耗品費	2,220,893	185,074	2,330,662	194,222	1,972,228	164,352		
売店原価	売店売り上げ	1,415,326	117,944	1,317,500	109,792	1,056,400	88,033		
	売店仕入れ	650,822	54,235	572,810	47,734	564,133	47,011		
	売店原価率	46.0%		43.5%		53.4%		70%~75%	低い
販管費	広告宣伝費	213,600	17,800	214,000	17,833	42,000	3,500	売上の5%	低い
	委託費	6,467,398	538,950	6,359,071	529,923	4,316,773	359,731	内容による	
	修繕費	4,835,656	402,971	6,336,338	528,028	3,868,888	322,407	30万円/月	高い ※利益相殺による
	水道光熱費	18,872,661	1,572,722	18,529,771	1,544,148	15,786,637	1,315,553		高い
	租税公課	11,524,800	960,400	11,342,050	945,171	9,309,700	775,808		
	諸手数料	1,602,031	133,502	18,716,944	131,936	1,742,643	145,220	内容による	

- 広告宣伝費が極端に少ない
- 売店原価率が非常に高いので、仕入れ先や商品展開を検討
- 水光熱費の中でも電気代が高い

0. サマリー

温浴市場性調査

■物件名

かなや明恵峡温泉

■温浴マーケットサイズ

8,241 円

※株式会社船井総合研究所算出データから引用
※左記算出データを元に株式会社温泉道場指数を加えて、加工。

■マーケット

1次商圏人口（20分圏）	19,596 人
2次商圏人口（30分圏）	55,786 人
3次商圏人口（60分圏）	304,034 人
合計商圏人口	379,416 人

■競合環境と自店の位置付け

1次商圏（15分圏）	
2次商圏（30分圏）	有田川温泉光の湯 二の丸温泉 湯浅温泉湯浅城 ほたるの湯（40分圏）
3次商圏（60分圏）	
商圏全体	一般的な温浴施設の商圏は車で20分であり、足元人口的に、スーパー銭湯が成立するマーケットではない。 昼間夜間人口差が少なく、仕事帰りの入浴や会食需要が見込みづらい。 車で60～120分商圏からでも集客できる目的来店型の施設、コンセプトに特化した商業施設にする必要がある。 観光資源、産物など関係人口創出のポテンシャルは高いので、和歌山市内、大阪南部からの誘致施策を検討。

■シェア別売上予測シミュレーション

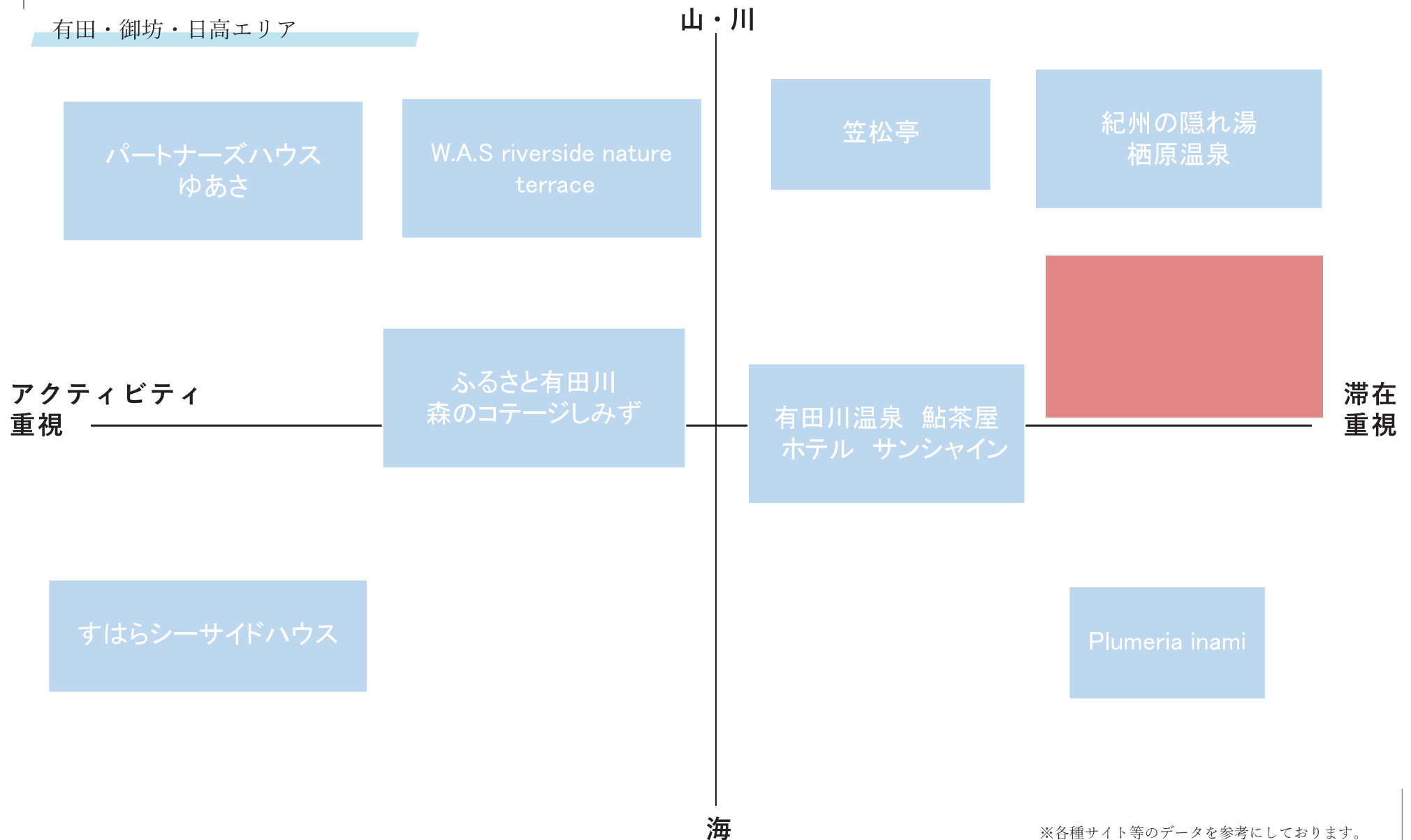
商圏	市場規模 (千円)	シェア別売上高（千円）										
		1%	3%	7%	9%	11%	15%	19%	26%	31%	42%	55%
1次商圏（20分圏）	161,487	1,615	4,845	11,304	14,534	17,764	24,223	30,682	41,987	50,061	67,824	88,818
2次商圏（30分圏）	459,721	4,597	13,792	32,180	41,375	50,569	68,958	87,347	119,528	142,514	193,083	252,847
3次商圏（60分圏）	2,505,483	25,055	75,165	175,384	225,494	275,603	375,823	476,042	651,426	776,700	1,052,303	1,378,016

■価格設定条件

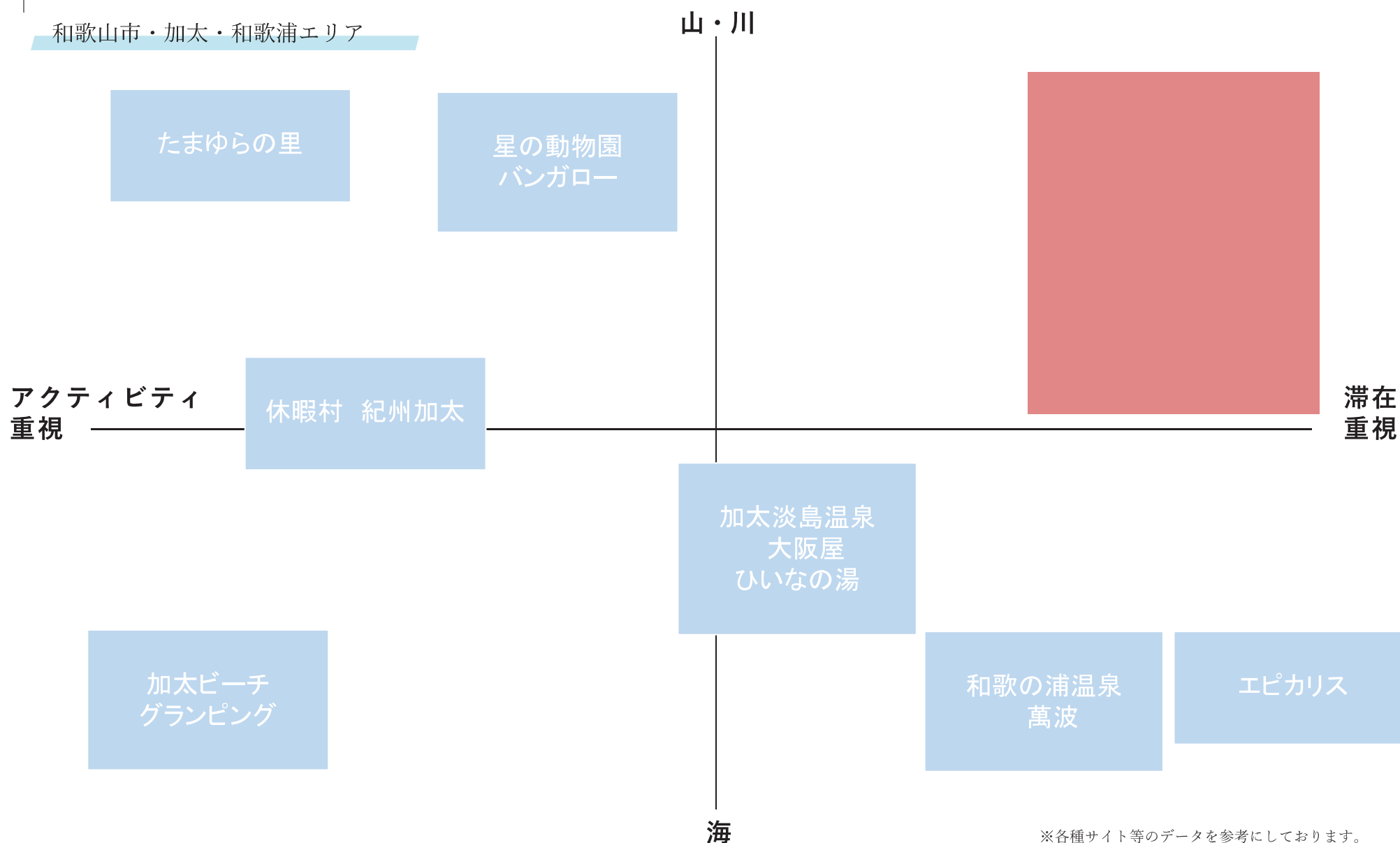
大人入館料（休日）	880円
大人入館料（平日）	780円
小人入館料（休日）	400円
小人入館料（平日）	400円

■ 当該物件における推定入浴料売上高は、	53,380 千円／年～	134,303 千円／年
■ 付帯収入（入浴料比率70%）を合計した推定年間売上高は、	76,258 千円／年～	191,861 千円／年
■ 平均入浴料単価 792円としたときの年間客数は	67,399 人／年～	169,574 人／年

1. 基本コンセプト | 周辺調査 ポジショニングマップ



1. 基本コンセプト | 周辺調査 ポジショニングマップ



2. 営業基本方針

ブランド立ち位置の整理

	既存客/団体客	新規客層/宿泊利用/日帰り利用
	 かなや明恵峡温泉	 明恵峡温泉 まきとみかん(飯)
主たる目的	日帰り温泉	日帰り温泉・温泉付宿泊
PR手段	パンフレット 町のHP	SNS導線 周辺観光,レジャー施設との連携 施設webページ
コアターゲット	日帰り温泉客 アウトドア客 (キャンプ/川遊び/釣り) 団体利用客 年齢層高め	おひとり様女性(30代、40代) 少人数旅行 アウトドア客
サービス方針/求めているもの	用意された空間サービス 温泉/地元食材を使った食事 リラックスごろ寝スペース 地域向け無料交流スペース	用意された空間サービス 温泉/食 落ち着いた空間 付加サービス サウナ/本/雑誌 宿泊棟/レストラン

2. 営業基本方針

リニューアル計画の基本方針

ハードに頼らない集客力、運営力

温浴施設の付帯コンテンツと宿泊施設の造成により売上UPが可能な施設投資を行う。

リニューアル案

1. 広域集客をターゲットとした宿泊機能の追加

目的

- ・ 宿泊施設
(DX 1部屋、コンセプト2部屋、カジュアル 10部屋)を増設し売上UP
- ・ ターゲット、宿泊用途に合わせたサービスで稼働率を上げる。

2. 有田郡およびその周辺地域の食文化×健康をテーマにした高付加価値な飲食の提供

目的

- ・ 特産品を活用したこだわり料理で満足度UP
- ・ 飲食の稼働率を上げて、客単価を上げる。
- ・ 季節の食材を活かしたシーズンメニュー提供でリピート率UP

3. 借景の強化と露天風呂の魅力UP

目的

- ・ 日帰り利用客数UPとリピート率の向上
- ・ 周辺温浴施設との差別化/商品力の磨き込み

4. 人を介したサウナサービスの追加で満足度UP

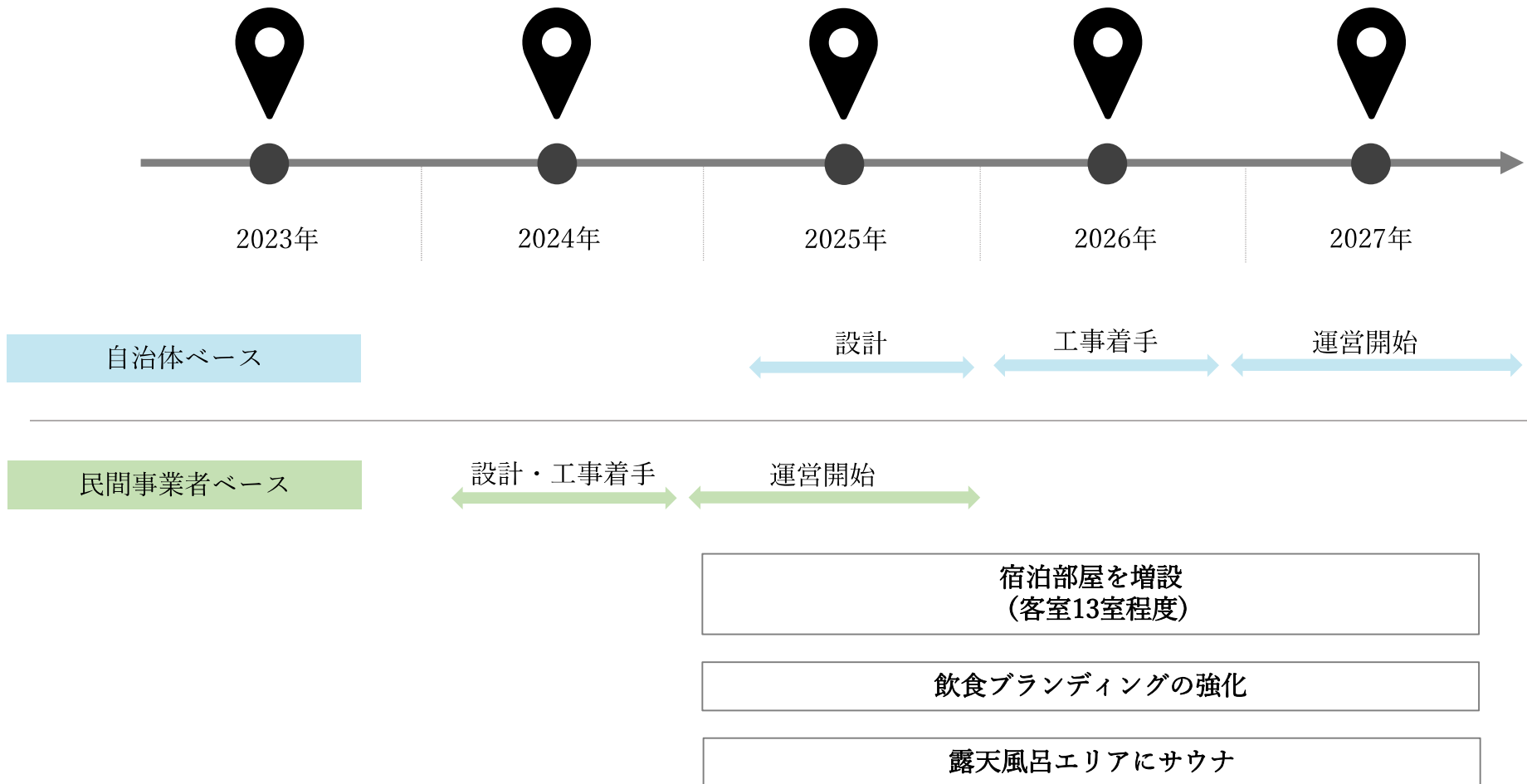
目的

- ・ サウナによる健康増進でおふろ客の満足度・リピート率向上
- ・ サウナコンテンツによるエンタメの追求

柑橘を使った
ウィスキング/アウフグース
ロウリュなど

2. 営業基本方針

スケジュールイメージ



2. 営業基本方針

ターゲット(収入別)

※各種サイト等のデータを参考にしております。

アッパークラス	2,000万円～	3億円～	100,000円～200,000円	アマン アマネム ブルガリホテル
アッパーミドル	800万円～2000万円	5000万円～3億円	50,000円～100,000円	星のや ザ・リッツ・カールトン
ミドルクラス	500万円～800万円	1000万円～5000万円	20,000円～50,000円	星野リゾート 界 リゾナーレ
ロウアーミドルクラス	300万円～500万円	300万円～1000万円	10,000円～20,000円	ドーミーイン 鬼怒川金谷ホテル
ロウアークラス	～300万円	300万円以下	10,000円	伊東園ホテル 湯快リゾート



今後のターゲットの考え方として、現状のロウアーミドルクラスのお客様に加えて、一人あたり宿泊費の高いミドルクラスのお客様を獲得できるような開発が望ましい。

2. 営業基本方針

ターゲット

デラックスルームイメージ

■アクティブユーザー

年齢：40歳～60代後半

旅行予算：5万/組(素泊まり)～8万円/組(食事つき)

目的：健康的な観光と温泉をメインとした夫婦/少人数旅行

利用頻度：年1～2回

過ごし方：和歌山観光→夕方チェックイン→おふろ→夕食→お部屋で談話→翌日朝風呂

認知方法：メディア/WEB→OTAサイト

販促方法：/季節性、温泉・お酒・料理などのコンテンツ

コンセプトルームイメージ

■アクティブユーザー

年齢：30歳～60代後半

旅行予算：3万/組(素泊まり)～6.0万円/組(食事つき)

目的：健康的な観光と温泉をメインとした夫婦/女性グループの少人数旅行

利用頻度：年1～2回

過ごし方：和歌山観光→夕方チェックイン→おふろ→夕食→お部屋で談話→翌日朝風呂

認知方法：メディア/WEB→OTAサイト

販促方法：/季節性、温泉・お酒・料理などのコンテンツ

カジュアルルームイメージ

■アクティブユーザー

年齢：30歳～50代後半/社会人

旅行予算：2.5万円/組(素泊まり)～4.5万円/組(食事つき)

目的：週末・季節休暇での1泊2日旅行利用

利用頻度：年2回

過ごし方：観光→チェックイン→おふろ→夕食→ラウンジスペースでゆったり

認知方法：メディア/WEB→OTAサイト

販促方法：周辺観光情報も踏まえた、1泊2日の滞在観光提案・過ごし方ページの情報拡充

2. 営業基本方針

イメージ

お風呂エリア

借景の良さを活かした露天風呂、温泉の提供
営業時間案 10:00～22:00
(宿泊者は終日利用可能)



サウナ小屋



※各種画像はイメージです。

キューゲル



アウフグース/ロウリュ



2. 営業基本方針

営業収支計画

<収入計画>							(単位：千円)		
部 門	売上算出式						原価率	原価	年間粗利額
宿泊売上	1室最低単価	売上	平均稼働率	ADR	RevPAR	1室売上/年間			
デラックスルーム	@50,000円×	7,080	36%	×52,000円	=19,000円	1室売上7,080,100円	5%	354	6,726
コンセプトルーム	@30,000円×	9,036	36%	×35,000円	=12,000円	1室売上4,517,750円	5%	452	8,584
カジュアルルーム	@25,000円×	37,434	36%	×29,000円	=10,000円	1室売上3,743,400円	5%	1,872	35,562
	平均客単価								
飲食売上	@3,000円×	8,144	3,393	人×喫食率 80.0%			30%	2,443	5,701
売店	@500円×	1,697	客数×売店売上単価				70%	1,188	509
日帰り収入		88,669					20%	17,734	70,935
合 計		152,059						24,042	128,017

年間売上高合計 **152,059** 千円

※部門別の標準客単価および利用率、原価率は株式会社温泉道場のコンサルティング事例より設定した。

投資採算計画			
		初年度	
		金額	構成比
売上	入館料収入	60,560	40.2%
	食堂収入	25,925	17.2%
	売店収入	2,989	2.0%
	販売手数料	3,369	2.2%
	宿泊収入	53,103	35.2%
	ボディケア	1,761	1.2%
	その他収入	3,108	2.1%
	収入計	150,816	100.0%
販売原価	食堂仕入	18,481	
	食堂原価率	90.0%	
	売店仕入	2,690	
	売店原価率	90.0%	
	販売原価計	21,171	13.5%
運営費用	広告宣伝費	2,400	1.5%
	販売促進費	800	0.5%
	採用広告費	600	0.4%
	社員給与	10,320	6.6%
	パート給与	23,800	15.2%
	業務委託費	0	0.0%
	法定福利費	2,236	1.4%
	厚生費	600	0.4%
	旅費交通費	600	0.4%
	修繕費	0	0.0%
	消耗品費	8,330	5.3%
	水道光熱費	15,095	9.6%
	手数料	10,621	6.8%
	通信費	600	0.4%
	車両費	240	0.2%
	図書印刷費	600	0.4%
	保守管理費	9,600	6.1%
	テナント費	0	0.0%
	雑費	0	0.0%
投資費用	家賃地代	0	0.0%
	リース・レンタル料	9,000	5.7%
	減価償却費	25,200	16.1%
	保険料	0	0.0%
	租税公課	11,342	7.2%
	全社経費	3,600	2.3%
	運営管理費	135,584	86.5%
	一般管理費計	156,754	100.0%
	営業利益	(5,938)	
	利益率	-3.9%	

2. 営業基本方針

レベニューマネジメント案

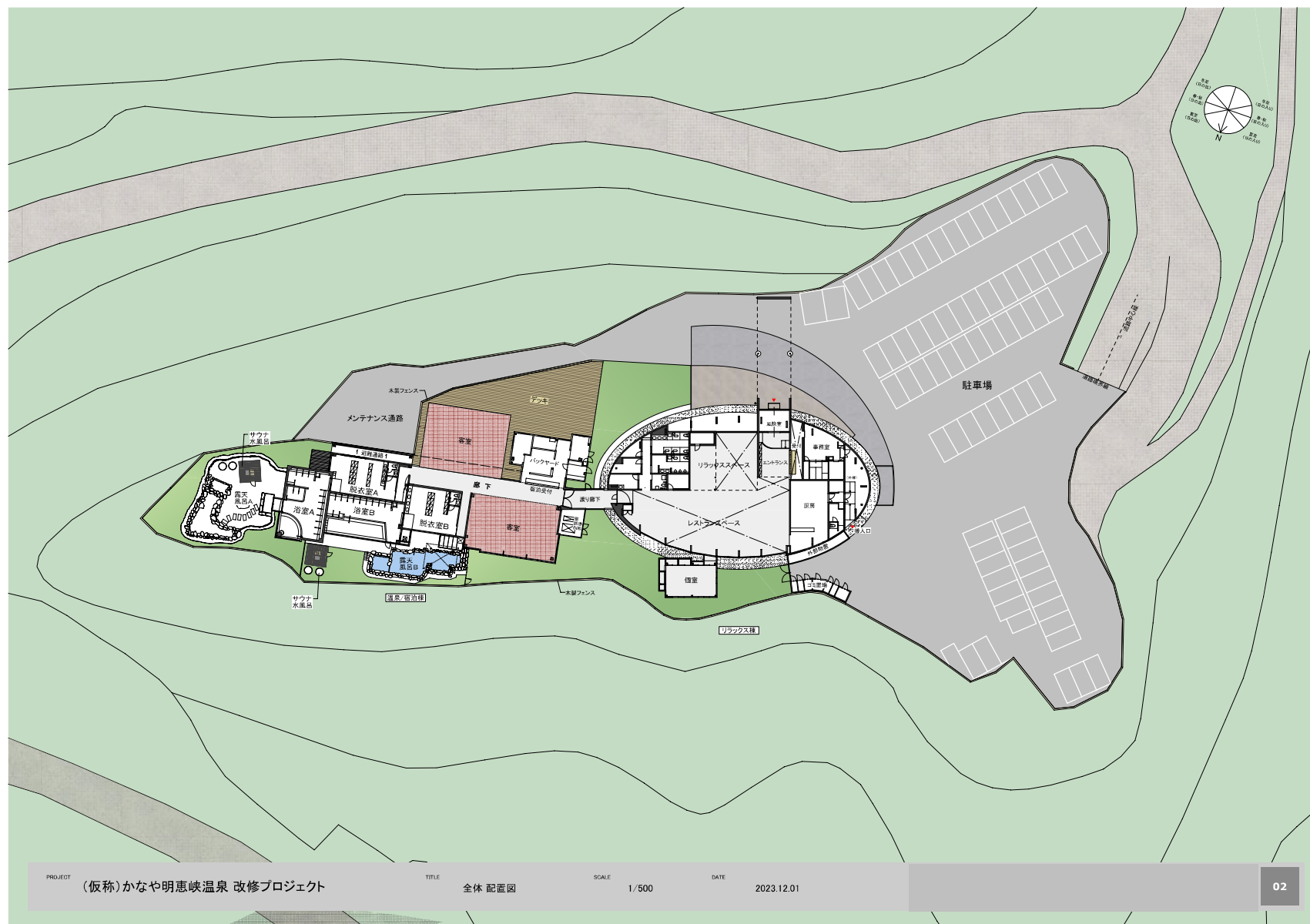
■宿泊売上

	デラックスルーム	コンセプトルーム	カジュアルルーム	合計	客数
4月	375,500	458,000	1,937,500	2,771,000	200
5月	645,200	851,200	3,468,000	4,964,400	272
6月	300,800	358,800	1,522,000	2,181,600	200
7月	403,400	498,000	2,060,000	2,961,400	257
8月	1,502,400	1,969,000	8,077,000	11,548,400	504
9月	920,500	1,205,900	4,910,500	7,036,900	434
10月	617,300	804,000	3,314,000	4,735,300	297
11月	618,800	774,200	3,249,000	4,642,000	288
12月	515,600	659,400	2,743,000	3,918,000	267
1月	526,100	663,500	2,810,500	4,000,100	267
2月	315,000	382,500	1,610,000	2,307,500	187
3月	339,500	411,000	1,732,500	2,483,000	222
売上	7,080,100	9,035,500	37,434,000	53,549,600	3,393
287日Ver	5,567,092	7,104,626	29,434,405	42,106,124	2,668

■レベニュー

客室タイプ	客室数	ラックレート	A	B	C	D	E	F	G	H
デラックスルーム	1	56,000	50,000	56,000	56,000	62,000	64,000	70,000	75,000	78,000
コンセプトルーム	2	37,000	30,000	33,000	37,000	39,000	41,000	46,000	50,000	54,000
カジュアルルーム	10	30,000	25,000	29,000	30,000	31,000	33,000	40,000	42,000	45,000

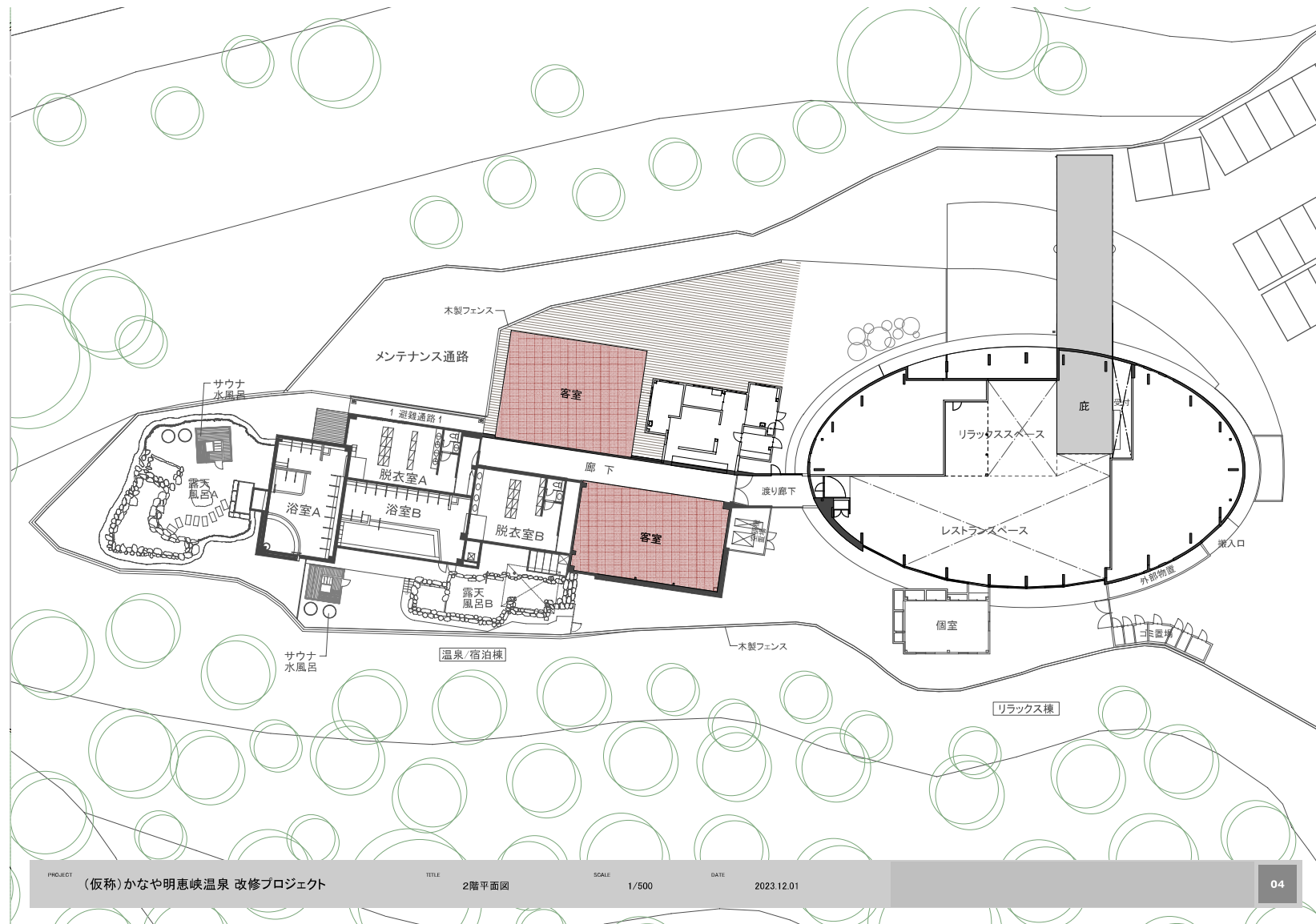
3. 施設基本プラン案



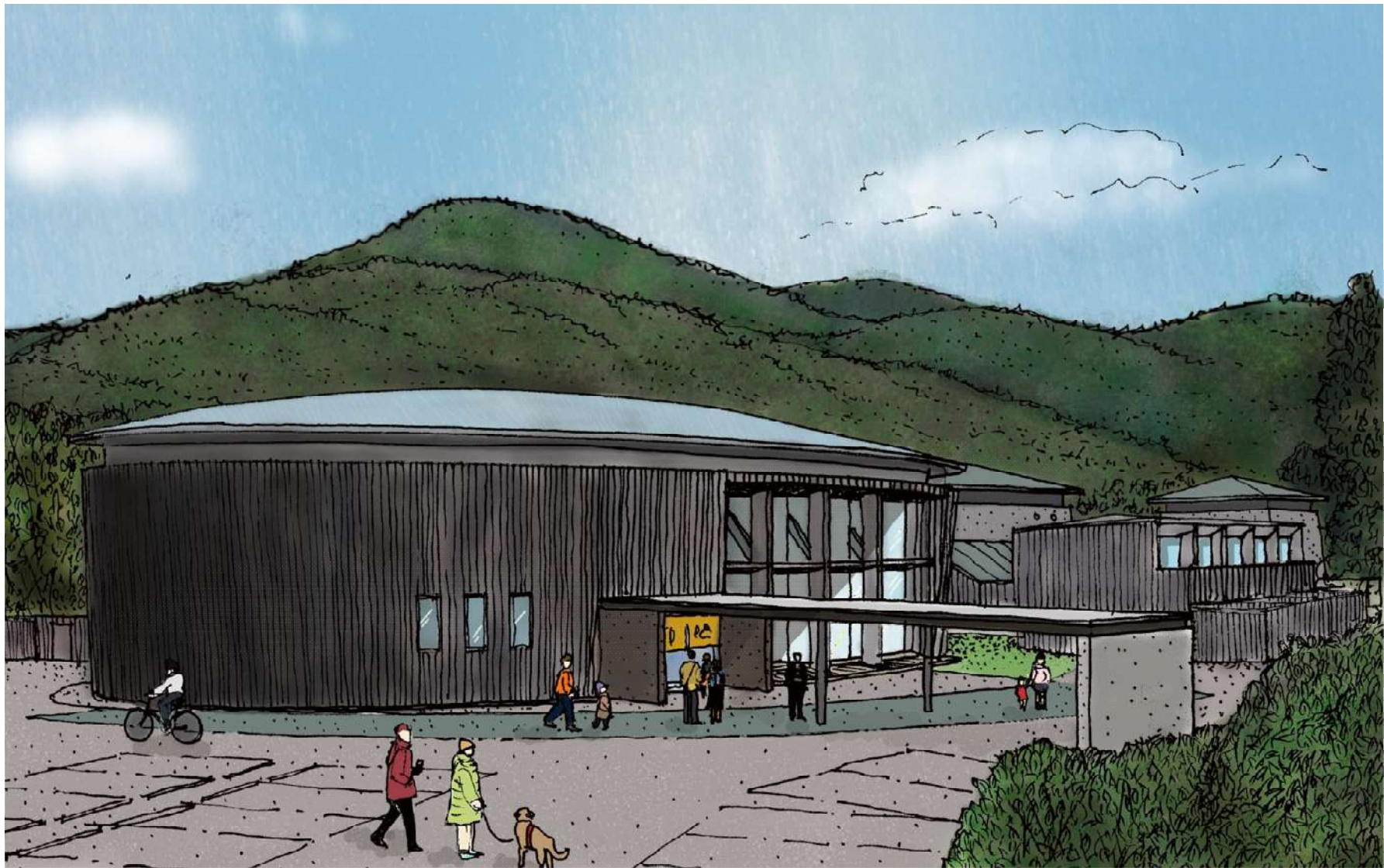
3. 施設基本プラン案



3. 施設基本プラン案



3. 施設基本プラン案 | イメージパース



PROJECT (仮称)かなや明恵峡温泉 改修プロジェクト

TITLE イメージスケッチ(外観)

SCALE no scale

DATE 2023.12.01

04

3. 施設基本プラン案 | イメージパース



PROJECT (仮称) かなや明恵峡温泉 改修プロジェクト

TITLE イメージスケッチ(内観)

SCALE no scale

DATE 2023.12.01

05

4. 事業収支計画

■ 長期投資損益シミュレーション

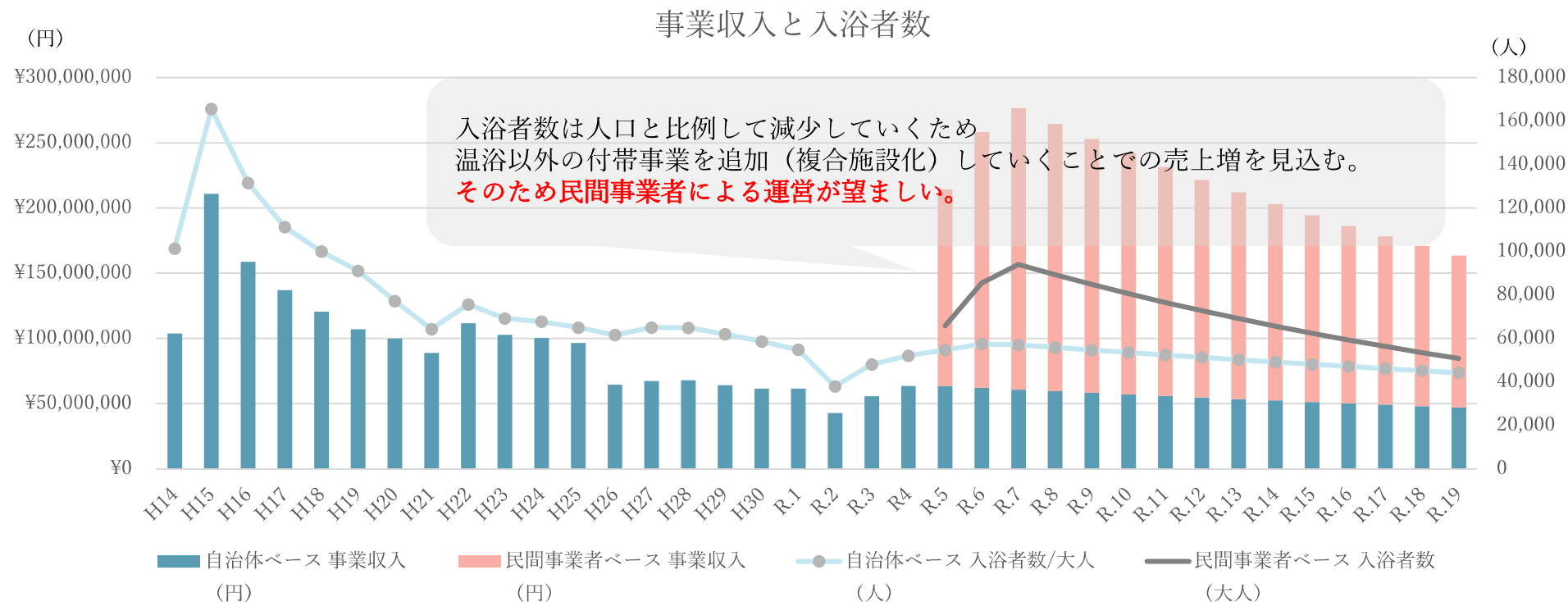
<単位：千円>

区分	資金項目	1年度	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度	9年度	10年度	11年度	12年度	13年度	14年度	15年度
損 益	年間売上高	150,816	196,061	215,667	204,884	194,639	184,907	175,662	166,879	158,535	150,608	143,078	135,924	129,128	122,671	116,538
	売上高伸び率		130%	110%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%
	売上原価	21,171	27,522	30,274	28,760	27,322	25,956	24,658	23,426	22,254	21,142	20,084	19,080	18,126	17,220	16,359
	粗利計	129,645	168,539	185,393	176,123	167,317	158,951	151,004	143,453	136,281	129,467	122,993	116,844	111,002	105,451	100,179
	人件費	34,120	37,532	36,781	36,413	36,049	35,689	35,332	34,978	34,629	33,936	33,597	33,261	32,928	32,599	32,273
	水道光熱費	15,095	17,359	18,227	18,045	17,684	17,330	16,984	16,304	15,652	15,026	14,425	13,848	13,294	12,762	12,252
	その他販売管理費	40,827	41,643	42,476	42,051	41,631	41,506	41,340	41,175	41,010	40,805	40,601	40,398	40,196	39,995	39,795
	地代・公租公課	11,342	11,569	11,453	11,339	11,225	11,203	11,180	11,158	11,136	11,113	11,091	11,069	11,047	11,025	11,003
	リース料	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	3,600	3,600	3,600
	減価償却費	25,200	23,436	21,795	20,270	18,851	17,531	16,304	15,163	14,101	13,114	12,196	11,343	10,549	9,810	9,124
	支出計	135,584	140,539	139,733	137,118	134,440	132,259	130,140	127,778	125,528	122,995	120,910	118,918	111,613	109,791	108,046
	営業利益	(5,938)	28,000	45,660	39,005	32,877	26,692	20,864	15,675	10,753	6,472	2,083	(2,074)	(612)	(4,339)	(7,867)
	営業利益率	-4%	14%	21%	19%	17%	14%	12%	9%	7%	4%	1%	-2%	0%	-4%	-7%

- ・一般的に、商業施設はリニューアルを行なっても売上を維持することは難しい。
- ・リニューアルを行うことで、3年度までは130%前後までの売上の伸び率を期待できるが、追加投資をしなければ4年度以降は売上が低下していく傾向になる。
- ・損益シミュレーションに基づく、赤字転換する12年度までには追加投資や営業形態変更の検討が必要。

4. 事業収支計画

自治体ベースと民間事業者ベースでの運営イメージを、事業収入軸と入浴者数（大人）軸でグラフ化。



○ 自治体ベース

事業収入：平成14年度から令和4年までは実数値。令和5年度以降は、想定の入浴者数に客単価をかけた概算とする。

入浴者数：令和4年までは実数値。令和5・6年度はコロナ禍の跳ね返りを想定、令和7年度以降は有田川町の人口減少率に合わせて試算。

※人口減少率は「有田川町ビジョン」を参照（2040年には2010年の78%まで減少のデータより毎年約0.7%減と仮定）

○ 民間事業者ベース

P25の長期投資損益シミュレーションを令和5年度を初年度として設定した場合のパターン。

温浴売上および付帯事業となるホテル売上の合算数値とする。

5. リニューアル基本計画の方向性

地域から支持される日帰り温泉と有田川町の自然と食が まるごと体感できる宿を有する観光拠点施設へ

開発の論点

- ・地元客を中心とした入浴客が集客のメインの現状では、人口と比例して減少していく傾向である。温浴以外の付帯事業を追加して集客方法の改善が必要である。
- ・機械設備の修繕や、施設内装のリニューアルだけでは、新しい広域集客が望めないため、事業採算性は厳しい。
- ・事業投資回収の責任を持たせた運営体制を検討する必要がある。
民間企業の施設運営目線でのリニューアルプランの検討（設計、施工、運営の連携型）
- ・大阪圏からの高速道路でのアクセスは良好である。観光拠点となる交流施設/付帯サービスで、足元商圈および観光客の誘致を図ることでの事業性は高いと考えられる。
- ・地域住民・観光客双方を誘致する観光交流施設を目指し、専門知識のある民間に任せたい。
- ・増加傾向にある施設管理に関わる費用（定期的な機械設備の更新や修繕など）は、中長期的な計画に基づく予算措置が必要となる。

基本計画における方向性のポイント

- ・通常、温浴施設が成立しない規模である。足元商圈だけではなく、さらに広い商圈からの観光客の獲得が必要となる。
- ・ハードに頼らない集客・運営力の強化、商品の磨き込み、高付加価値の飲食提供を行い、利用客数UP、リピート率の向上を図る。
- ・広域集客をターゲットに周辺環境を活かした滞在サービスの検討、宿泊施設としての機能・サービス付加により売上・収益性の向上を狙う。
- ・施設の魅力を付加することで観光拠点として目的地となる施設へ変化する。
- ・新たな観光集客が町の関係人口を創出し、有田川町の地方創生の起爆剤となる。

参考資料 1 主要競合店(日帰り温浴)

1. 外部環境調査（商圏人口およびマーケットについて）

■ 主要競合店分布状況図（時分圏40分）



No	店舗名	住所	電話番号	商圏	業態
1	有田川温泉光の湯	有田市星尾37	0737-88-7543	30分	スーパー銭湯/宿泊
2	二の丸温泉	有田郡湯浅町山田1638-1	0737-64-1826	30分	日帰り温泉/宿泊
3	ほたるの湯	有田郡広川町下津木1539	0737-67-2641	40分	日帰り温泉/宿泊
4	湯浅温泉湯浅城	有田郡湯浅町青木75	0737-63-6688	30分	温泉旅館

※各種サイト等のデータを参考にしております。

参考資料 2 周辺競合店(宿泊)

有田・御坊・日高エリア

施設名		①紀州の隠れ湯 栖原温泉	②すはらシーサイド ハウス	③パートナーズ ハウスゆあさ	④Plumeria INAMI	⑤笠松亭	⑥W.A.S riverside nature terrace 星降るテラス	⑦有田川温泉 鮎茶屋 ホテルサンシャイン	⑧ふるさと有田川 森のコテージしみず
業態		小規模宿泊施設	一棟貸切	一棟貸切	一棟貸切/ヴィラ	一棟貸し/古民家宿	コテージ/ グランピング	一棟貸切	コテージ
エリア		湯浅	湯浅	湯浅	日高	湯浅	清水	湯浅	清水
距離		30分	30分	30分	20分	40分	45分	30分	45分
客層		カップル/ファミリー	ファミリー/広域客	ファミリー/広域客	ファミリー/広域客	カップル/ファミリー	ファミリー/広域客	ファミリー/広域客	ファミリー/広域客
価格	ベース (人/泊)	22,400~	26,000~	22,000~	90,000~	30,000~	33,000~	6,000~	17,600~
	想定価格帯	25,000	26,000	25,000	100,000~	30,000	35,000~	7,000~	20,000~
客室	客室数	5	1	11	2	1	4	26	4
	ツイン/ダブル	○	○	○	○	○	○	○	○
	スイート(50㎡~)				○	○			
	ファミリー		○	○	○	○	○		○
	コンセプト		○	○	○	○	○		
	ペット			○	○		○		
風呂/スパ	大浴場	○			○			○	
	露天風呂							○	
	サウナ室							○	
	水着風呂								
	家族/貸切風呂	○	○	○	○	○	○		○
	客室露天/バス						○		
飲食スベック	カフェ								
	レストラン	○		○			○	○	○
	バー			○					
付加価値要素	ウェルカムラウンジ				○				
	ブック&カフェ							○	
	テラス/デッキ	○	○	○	○	○	○		○
	キッズエリア						○		
	スパ				○		○	○	
	アクティビティ		○	○	○	○	○		○
	送迎	○			○				
	備考			ペット可	ペット可			日帰り温泉併設	日帰り温泉利用可

※各種サイト等のデータを参考にしております。

参考資料 3 周辺競合店(宿泊)

和歌山市・加太・和歌浦エリア

施設名		①加太淡島温泉 大阪屋ひいの湯	②休暇村 紀州加太	③和歌の浦温泉 萬波	④Wakanoura Nature resort エビカリス	⑤星の動物園 バンガロー	⑥たまゆらの里	⑦加太ビーチ グランピング resora RAINBOW
業態		リゾートホテル	リゾート	リゾートホテル	リゾートホテル	一棟貸切	一棟貸切	グランピング
エリア		加太	加太	和歌の浦	和歌の浦	紀美野町松ヶ峯	紀美野町長谷宮	加太
距離		70分	70分	50分	50分	60分	70分	70分
客層		カップル/ファミリー	ファミリー/広域客	ファミリー/カップル	ファミリー/広域客	ファミリー/広域客	ファミリー/広域客	ファミリー/広域客
価格	ベース（人/泊）	14,300~	15,000~	10,000~	13,700~	22,000~	19,300~	5,0000~
	想定価格帯	20,000~	20,000~	12,000~	16,000~	22,000	22,000~	55,000~
客室	客室数	20	72	36	25	3	32	3
	ツイン/ダブル	○	○	○	○	○	○	○
	スイート(50㎡~)	○	○	○				
	ファミリー	○	○	○	○	○	○	○
	コンセプト	○	○	○	○			
	ベット					○	○	○
風呂/スパ	大浴場	○	○	○				
	露天風呂	○	○	○				
	サウナ室		○					
	水着風呂							
	家族/貸切風呂	○				○	○	
	客室露天/バス	○	○	○	○		○	
飲食スベック	カフェ		○	○	○			
	レストラン	○	○	○	○		○	
	バー	○		○				
付加価値要素	ウェルカムラウンジ	○		○	○			
	ブック&カフェ	○	○					
	テラス/デッキ	○	○	○	○	○	○	
	キッズエリア		○					
	スパ							
	アクティビティ	○	○	○	○	○	○	○
	送迎	○						
	備考					ベット可	ベット可	ベット可/ 近隣施設で入浴可

※各種サイト等のデータを参考にしております。