

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和5年7月27日

令和6年1月18日追記

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の名称	一般社団法人金沢市観光協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	石川県金沢市	
所在地	石川県金沢市木ノ新保町1-1 金沢駅構内	
設立時期	昭和24年5月 金沢市観光協会（任意団体）設立 平成26年5月 一般社団法人金沢市観光協会	
事業年度	4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	8人【常勤4人（正職員2人・出向等2人）、非常勤4人】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者）	（氏名） 安宅 建樹 （出身組織名） 金沢商工会議所	金沢商工会議所会頭として、地域経済の発展、産業振興に寄与している。（公財）金沢コンベンションビューロー理事長、北陸・飛騨・信州3つ星街道誘客協議会会長等を務めるなど、広く各種関係団体のまとめ役を担っている。
最高経営責任者（CEO）	（氏名） 中坂 暢江「専従」 （出身組織名） 金沢市役所	金沢市生涯学習部長、会計管理者等を歴任するなど幅広い分野の経験、知見を活かし、事務局の事業・業務の総括責任者として取り組む。令和4年6月に専務理事兼事務局長に就任。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー）	（氏名） 遠藤 由理子「専従」 （出身組織名） （株）JTBグローバルマーケティング&トラベル	JTBグローバルマーケティング&トラベルにて仕入・オペレーションセンター長を務めた後、2020年に京都大学大学院（観光MBA）修了。欧米富裕旅行事業に関する経験が豊富で、高い知見と能力を持つ。2021年7月にCMOに就任。
財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 宮川 里美「専従」 （出身組織名） 金沢市役所	金沢市職員として、各種事業の企画・実施や予算業務など、経済部局を中心に様々な部署での経験を有する。令和3年4月に金沢市より派遣、事務局次長に就任。
プロモーションの責任者（専門人材）	（氏名） 児玉 早苗「専従」 （出身組織名） （株）JTB	旅行会社での勤務経験を活かした、地域の魅力ある素材を発掘・提案するプロモーションに高い能力を持っている。令和5年4月より企画・プロモーション担当部長。

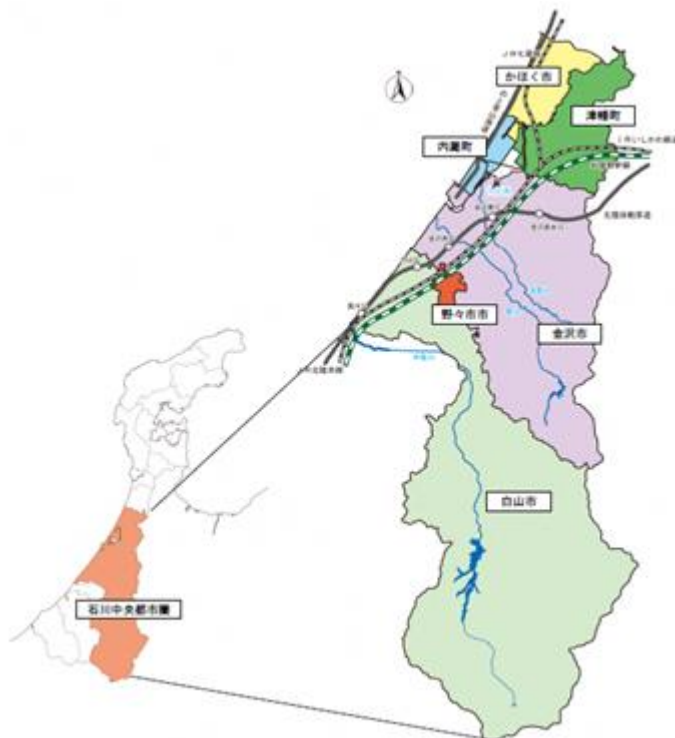
旅行商品の造成・販売の責任者（専門人材）	（氏名） 田代 真佐子「専従」 （出身組織名） 金沢市旅館ホテル協同組合	企画・事業担当マネージャーとして、地元観光事業者等と連携しながら、金沢の強みである食や文化を中心にさまざまな旅行商品をまとめ上げる高い能力を有する。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	金沢市観光政策課（ブランディング、マーケティング、海外プロモーション、国内プロモーション、旅行商品造成促進） 金沢市企画調整課（重要施策の企画・調整） 金沢市広報広聴課（シティプロモーション） 金沢市交通政策課（地域公共交通、レンタサイクル「まちなり」運営） 金沢市国際交流課（交流都市との連携） 金沢市デジタル行政戦略課（公衆Wi-Fi整備） 金沢市文化政策課（文化・芸術の振興、文化施設の管理運営） 金沢市歴史都市推進課（金澤町家の活用、重伝建地区の保存活用） 金沢市スポーツ振興課、金沢マラソン推進課（スポーツツーリズム） 金沢市産業政策課（食文化の振興、クリエイティブ人材育成） 金沢市商工業振興課（商店街連携） 金沢市クラフト政策推進課（クラフトツーリズム） 金沢市農業水産振興課（加賀野菜、水産物の振興） 金沢市保健所衛生指導課（宿泊施設、民泊対応） 金沢市環境政策課（グリーン・エコツーリズム） 金沢市都市計画課（地域まちづくり協定、高さ規制、容積率） 金沢市景観政策課（案内看板の整備、観光地修景） 金沢市道路管理課（道路環境整備） 金沢市危機管理課（災害時における観光客の避難対策） 石川県観光企画課（観光施策全般） 石川県誘客戦略課（首都圏等を中心とした国内誘客） 石川県国際観光課（海外誘客）	
連携する事業者名及び役割	金沢商工会議所（商環境改善） 金沢市商店街連盟（商環境改善） 金沢市工芸協会（着地型旅行商品、物産開発） （一社）金沢クラフトビジネス創造機構（着地型旅行商品、物産開発） （一社）石川県物産協会（着地型旅行商品、物産開発） （公財）金沢芸術創造財団（文化施設の管理、文化・芸術プログラム） （公財）金沢文化振興財団（文化施設の管理、文化・芸術プログラム） 金沢市料理業組合（着地型旅行商品、食文化の発信） 石川県社交料飲生活衛生同業組合（着地型旅行商品） 金沢ホテル懇話会（宿泊施設環境改善） 金沢市旅館ホテル協同組合（宿泊施設環境改善） 湯涌温泉観光協会（宿泊施設環境改善） 深谷温泉観光協会（宿泊施設環境改善） （公財）金沢コンベンションビューロー（MICE誘致） （公社）石川県バス協会（2次交通の充実） （一社）石川県タクシー協会（2次交通の充実） 西日本旅客鉄道（株）金沢支社（関西圏誘客、1次交通の充実） 東日本旅客鉄道（株）北陸営業センター（首都圏誘客、1次交通の充実） 日本航空（株）北陸支店（小松空港を活用した誘客） 全日本空輸（株）金沢支店（小松空港を活用した誘客） JATA中部支部石川地区委員会（旅行商品販売） （公社）石川県観光連盟（広域観光）	

	(協) 兼六園観光協会 (着地型旅行商品) (一社) 中央日本総合観光機構 (広域連携)								
官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	①幅広い分野の関係団体の代表者等 26 名が理事として理事会に参画し、意思決定を行っている。 ②行政や協会会員の中心メンバーによる戦略的運営推進会議を年数回開催するほか、多様な業種の実務者等によるマーケティング会議を月 1 回程度開催し、DMO としての取組の方向性や具体的な方策等についての検討や情報の共有化を行っている。								
地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組	本協会事務局内に観光ボランティアガイド「まいどさん」の事務局を有し、(公社) 金沢ボランティア大学校における観光コースへの講師派遣、卒業生の「まいどさん」への受入、自主研修などの各種活動に支援・協力している。 また、市民・事業者を対象としたインバウンドの受入れに関するセミナーを開催するなど、地域一丸となったおもてなしの機運醸成に取り組んでいる。								
法人のこれまでの活動実績	<p>【活動の概要】</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>事業</th> <th>実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>情報発信・プロモーション</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ○令和 4 年度海外誘客推進事業 <ul style="list-style-type: none"> ・欧州の現地旅行会社や誘客コーディネーターと連携した現地プロモーション (FITUR2023 への出展等) ・米国現地エージェントを活用したプロモーション ・海外の旅行会社、メディア等を招請したファムトリップ ・台湾での現地プロモーション、その他各種交流・誘客事業 ・インバウンド向け観光セミナー (東京) ・観光情報ウェブサイト (海外 8 言語) の管理運営 ○令和 4 年度国内誘客推進事業 <ul style="list-style-type: none"> ・JR や旅行会社、周辺都市等と連携した、三大都市圏向けの誘客キャンペーン ・有カメディアを活用した情報発信 ・モニターツアーの実施 ・旅行博 (ツーリズム EXPO ジャパン 2022) への合同出展 ・国内旅行会社、メディア向け観光セミナー (東京) ・観光情報ウェブサイト (日本語) の管理運営 </td> </tr> <tr> <td>受入環境の整備</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ○令和 4 年度受入環境整備事業 <ul style="list-style-type: none"> ・観光ボランティアガイド「まいどさん」による観光案内 ・市内通訳ガイドの検索サイトの管理運営 ○令和 4 年度観光人材育成事業 <ul style="list-style-type: none"> ・観光ボランティアガイド「まいどさん」の管理運営 ・通訳ガイドのスキルアップ研修 ○令和 4 年度観光事業促進事業 <ul style="list-style-type: none"> ・市内大学生等、若い世代への本市伝統文化の理解促進 ○観光振興促進活動 ○本協会会員等の意見交換会、セミナー等の開催 </td> </tr> <tr> <td>観光資源の磨き上げ</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ○旅行商品企画発信事業 <ul style="list-style-type: none"> ・民間主導による体験プラン、現地ツアー、イベント等の「コト」商品の開発促進及び情報発信ウェブサイトの管理運営 </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ○令和 4 年度海外誘客推進事業 <ul style="list-style-type: none"> ・欧州の現地旅行会社や誘客コーディネーターと連携した現地プロモーション (FITUR2023 への出展等) ・米国現地エージェントを活用したプロモーション ・海外の旅行会社、メディア等を招請したファムトリップ ・台湾での現地プロモーション、その他各種交流・誘客事業 ・インバウンド向け観光セミナー (東京) ・観光情報ウェブサイト (海外 8 言語) の管理運営 ○令和 4 年度国内誘客推進事業 <ul style="list-style-type: none"> ・JR や旅行会社、周辺都市等と連携した、三大都市圏向けの誘客キャンペーン ・有カメディアを活用した情報発信 ・モニターツアーの実施 ・旅行博 (ツーリズム EXPO ジャパン 2022) への合同出展 ・国内旅行会社、メディア向け観光セミナー (東京) ・観光情報ウェブサイト (日本語) の管理運営 	受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ○令和 4 年度受入環境整備事業 <ul style="list-style-type: none"> ・観光ボランティアガイド「まいどさん」による観光案内 ・市内通訳ガイドの検索サイトの管理運営 ○令和 4 年度観光人材育成事業 <ul style="list-style-type: none"> ・観光ボランティアガイド「まいどさん」の管理運営 ・通訳ガイドのスキルアップ研修 ○令和 4 年度観光事業促進事業 <ul style="list-style-type: none"> ・市内大学生等、若い世代への本市伝統文化の理解促進 ○観光振興促進活動 ○本協会会員等の意見交換会、セミナー等の開催 	観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> ○旅行商品企画発信事業 <ul style="list-style-type: none"> ・民間主導による体験プラン、現地ツアー、イベント等の「コト」商品の開発促進及び情報発信ウェブサイトの管理運営
事業	実施概要								
情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ○令和 4 年度海外誘客推進事業 <ul style="list-style-type: none"> ・欧州の現地旅行会社や誘客コーディネーターと連携した現地プロモーション (FITUR2023 への出展等) ・米国現地エージェントを活用したプロモーション ・海外の旅行会社、メディア等を招請したファムトリップ ・台湾での現地プロモーション、その他各種交流・誘客事業 ・インバウンド向け観光セミナー (東京) ・観光情報ウェブサイト (海外 8 言語) の管理運営 ○令和 4 年度国内誘客推進事業 <ul style="list-style-type: none"> ・JR や旅行会社、周辺都市等と連携した、三大都市圏向けの誘客キャンペーン ・有カメディアを活用した情報発信 ・モニターツアーの実施 ・旅行博 (ツーリズム EXPO ジャパン 2022) への合同出展 ・国内旅行会社、メディア向け観光セミナー (東京) ・観光情報ウェブサイト (日本語) の管理運営 								
受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ○令和 4 年度受入環境整備事業 <ul style="list-style-type: none"> ・観光ボランティアガイド「まいどさん」による観光案内 ・市内通訳ガイドの検索サイトの管理運営 ○令和 4 年度観光人材育成事業 <ul style="list-style-type: none"> ・観光ボランティアガイド「まいどさん」の管理運営 ・通訳ガイドのスキルアップ研修 ○令和 4 年度観光事業促進事業 <ul style="list-style-type: none"> ・市内大学生等、若い世代への本市伝統文化の理解促進 ○観光振興促進活動 ○本協会会員等の意見交換会、セミナー等の開催 								
観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> ○旅行商品企画発信事業 <ul style="list-style-type: none"> ・民間主導による体験プラン、現地ツアー、イベント等の「コト」商品の開発促進及び情報発信ウェブサイトの管理運営 								

	<ul style="list-style-type: none"> ・ 食事・体験クーポンの企画・販売 ・ 伝統芸能の体験プログラムの企画・販売 ・ 富裕層向けプレミアムツアーのコーディネート ・ 各種地域資源を活用したモデルコースの企画・発信 <p>○広域観光連携推進事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光連携協定締結都市と連携した周遊ツアーの企画 ・ 交流都市協定締結都市の各種イベントにおける観光PR <p>【定量的な評価】</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2015年</th> <th>2020年</th> <th>2022年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>・ 金沢地域の年間入り込み客数</td> <td>1,006万人</td> <td>→ 547万人</td> <td>→ 864万人</td> </tr> <tr> <td>・ 金沢市の年間延べ宿泊客数</td> <td>290.5万人</td> <td>→ 200.8万人</td> <td>→ 264.0万人</td> </tr> <tr> <td>・ 金沢市の年間外国人延べ宿泊客数</td> <td>25.6万人</td> <td>→ 7.6万人</td> <td>→ 6.7万人</td> </tr> <tr> <td>・ 金沢旅行全般の満足度（とても満足）</td> <td>38.4%</td> <td>→ 49.4%</td> <td>→ 46.3%</td> </tr> <tr> <td>・ 金沢への再来訪回数（リピート率）</td> <td>55.4%</td> <td>→ 58.0%</td> <td>→ 56.6%</td> </tr> </tbody> </table>		2015年	2020年	2022年	・ 金沢地域の年間入り込み客数	1,006万人	→ 547万人	→ 864万人	・ 金沢市の年間延べ宿泊客数	290.5万人	→ 200.8万人	→ 264.0万人	・ 金沢市の年間外国人延べ宿泊客数	25.6万人	→ 7.6万人	→ 6.7万人	・ 金沢旅行全般の満足度（とても満足）	38.4%	→ 49.4%	→ 46.3%	・ 金沢への再来訪回数（リピート率）	55.4%	→ 58.0%	→ 56.6%
	2015年	2020年	2022年																						
・ 金沢地域の年間入り込み客数	1,006万人	→ 547万人	→ 864万人																						
・ 金沢市の年間延べ宿泊客数	290.5万人	→ 200.8万人	→ 264.0万人																						
・ 金沢市の年間外国人延べ宿泊客数	25.6万人	→ 7.6万人	→ 6.7万人																						
・ 金沢旅行全般の満足度（とても満足）	38.4%	→ 49.4%	→ 46.3%																						
・ 金沢への再来訪回数（リピート率）	55.4%	→ 58.0%	→ 56.6%																						
<p>実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。</p>	<p>【実施体制の概要】 （一社）金沢市観光協会が母体となり、行政のほか、経済、観光、交通、宿泊、飲食、物産、伝統工芸、伝統文化などの多様な分野の団体・事業者が参画し、市民が密接に連携した運営を実施。</p> <p>【実施体制図】</p> <p>観光による地域経済の活性化</p> <p>多様な関係団体との連携による観光まちづくり</p> <ul style="list-style-type: none"> 交通事業者 <ul style="list-style-type: none"> ・ 二次交通の充実 ・ 周遊企画商品の開発 地域住民 <ul style="list-style-type: none"> ・ 住みやすいまちづくり ・ 市民ガイドの実施 周辺都市 <ul style="list-style-type: none"> ・ 広域観光での連携 ・ 情報共有 文化・芸術団体 <ul style="list-style-type: none"> ・ 文化・芸術プログラムの開発 ・ 他産業との連携による商品開発 農林漁業 <ul style="list-style-type: none"> ・ 農業体験プログラムの提供 ・ 6次産業化による商品開発 飲食店 <ul style="list-style-type: none"> ・ 地域の食の提供 ・ 多言語対応 宿泊施設 <ul style="list-style-type: none"> ・ 個別施設の改善 ・ 品質保証の導入 商工業 <ul style="list-style-type: none"> ・ 商品開発 ・ 免税店許可の取得 <p>● 金沢ならではの旅行商品づくり ● 戦略的なプロモーション ● 人材育成</p> <p>DMOとは Destination Management Organizationの略。 マーケティング&プロモーション、ブランディング、クオリティコントロール(品質管理)、安全管理・資源管理等、観光地の維持・成長に向けたマネジメントを担う一連の組織。</p>																								

2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

金沢市は、藩政時代に培われた歴史・文化を背景に、北陸地方における経済・文化等の高い拠点性を有し、観光資源も豊富であることから、当該市域を観光地域づくりのマーケティング・マネジメントの区域として設定するのが妥当である。

また、2015年3月の北陸新幹線金沢開業により、交通結節点としての機能が飛躍的に高まったことから、北陸地方のハブとして当該区域の拠点性を一層向上させることで、周辺地域への経済波及効果が期待できる。

【観光客の実態等】

○北陸新幹線金沢開業後の観光客の推移

2015年3月の北陸新幹線金沢開業を契機に、2015年の金沢地域〔金沢市、白山市、野々市市、かほく市、津幡町、内灘町〕の年間入り込み客数が対前年比約20%増の1,006万人と大きく増加したほか、市内の主要観光地である兼六園（約290万人、対前年比46.4%増）、金沢城公園（約230万人、対前年比82.3%増）、金沢21世紀美術館（同年約220万人、対前年比31.9%増）においても入場者数が急増した。

2019年は金沢地域の年間入込客数が1,068万人（対前年比2.2%増）、市内延べ宿泊客数が約343万人（対前年比約3.8%増）と引き続き増加し、北陸新幹線金沢開業効果が依然として持続されていることがうかがえたが、新型コロナウイルス感染拡大の影響から、2021年には年間入込客数が519万人、延べ宿泊客数が約185万人と落ち込んだが、2022年は年間入込客数864万人（対前年比166.5%、対2019年比80.9%）、延べ宿泊客数264万人（対前年比143.1%、対2019年比76.9%）となった。

○外国人旅行者の推移

市内の外国人延べ宿泊客数は4年で約2.4倍（2015年：約25万6千人→2019年：約61万3千人）、また、同年次における発地域別の外国人延べ宿泊客数の増加率をみると、アジア約1.5倍（2015年：約13万7千人→2019年：約31万9千人）に対し欧米豪が約2.3倍（2015年：約8万9千人→2019年：約20万6千人）と欧米豪地域からの増加が著しい。新型コロナウイルス感染症の影響で、2021年は外国人延べ宿泊客数4,638人（対2019年比99.2%減）と大きく落ち込んだが、2022年は外国人延べ宿泊客数66,699人（対前年比1438.1%、対2019年比10.9%）となった。国別の上位5カ国は2019年の台湾、中国本土、香港、アメリカ、オーストラリアから、2022年はアメリカ、シンガポール、中国本土、香港、台湾に変化した。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

○金沢市の観光資源の概要

金沢市は、日本海に面し、市街地を流れる犀川、浅野川の二つの清流は寺町台、小立野台、卯辰山の3つの台地の間を流れ、緑濃い周辺の山々に囲まれた豊かな自然環境に恵まれているとともに、春の桜、夏の緑陰、秋の紅葉、冬の雪景色など、四季折々に変化する自然を身近に感じることができるまちである。

また、藩政時代に確立された城下町のまちなみを今も色濃く残すとともに、加賀藩前田家の歴代藩主が「武」よりも「文」を奨励し、学術、文化、工芸の振興に力を注いだ歴史的背景から、金箔、加賀友禅、九谷焼、金沢漆器などの伝統工芸や、加賀宝生能、金沢素囃子、金沢芸妓による唄、踊りなどの伝統芸能のほか、豊かな地元食材、食器、作法、しつらえ、料理人の技術、料亭などが集結した固有の食文化等が市民の暮らしに息づき、本物の日本たる金沢の個性を形づくっている。

加えて、このような文化的秩序を重んじつつも新しいものを取り入れて時代を重ねてきた、金沢駅もてなしドーム、金沢21世紀美術館等に代表される、創造的で革新的な気風や刺激的でクリエイティブな雰囲気をも併せ持っていることが、まちの魅力を一層際立たせている。

まちの構造としては、金沢城公園の半径2km圏内に多数の観光資源や都市機能が集中しているほか、一步裏通りに入れば城下町特有の小路や用水の流れ等、歴史的風情が感じられるまちなみを楽しむことができる。

また、伝統芸能から音楽、スポーツ、プロジェクションマッピングまで、多種多様なイベントが市内で開催されているほか、100を超える官民の施設・店舗等で、伝統工芸や伝統芸能、食文化等の体験プログラムがあり、国内外の旅行者が五感で金沢の魅力を堪能することができる。

○主な観光資源

（観光施設等）

- ・東山周辺：ひがし茶屋街（重要伝統的建造物群保存地区）、主計町茶屋街（重要伝統的建造物群保存地区）、志摩、懐華樓、お茶屋美術館、金沢文芸館、泉鏡花記念館、金沢蓄音器館、大樋美術館／大樋長左衛門窯、安江金箔工芸館、徳田秋聲記念館、寺島蔵人邸 など
- ・卯辰山周辺：卯辰山山麓寺院群（重要伝統的建造物群保存地区）、卯辰山公園 など
- ・兼六園周辺：兼六園、金沢城公園、金沢21世紀美術館、国立工芸館、鈴木大拙館、成巽閣、石川県立美術館、加賀本多博物館、石川県立歴史博物館、石川県立伝統産業工芸館、西田家庭園「玉泉園」、金沢能楽美術館、金沢くらしの博物館、中村記念美術館、金沢ふるさと偉人館、加賀友禅会館 など
- ・長町周辺：長町武家屋敷跡界隈、尾山神社、鞍月用水・大野庄用水、武家屋敷跡 野村家、金沢市老舗記念館、前田土佐守家資料館、旧加賀藩士高田家跡、金沢市足軽資料館、石川四高記念文化交流館、金沢市民芸術村 など
- ・寺町周辺：にし茶屋街、金沢市西茶屋資料館、寺町寺院群（重要伝統的建造物群保存地区）、妙立寺、伏見寺、香林寺、雨宝院、室生犀星記念館、谷口吉郎・吉生記念金沢建築館 など
- ・金沢駅・近江町周辺：金沢駅もてなしドーム、近江町市場、町民文化館、尾張町老舗交流館 など
- ・金石・大野周辺：金沢港、金沢港いきいき魚市、大野からくり記念館、石川県銭屋五兵衛記念館・銭五の館 など
- ・湯涌周辺：湯涌温泉、金沢湯涌江戸村、金沢湯涌夢二館、金沢湯涌創作の森、湯涌温泉総湯「白鷺の湯」、白鷺の足湯 など

- ・小立野周辺：小立野寺院群、天徳院 など
- ・野田山周辺：前田家墓所（国史跡指定）、大乘寺、大乘寺丘陵公園 など
（イベント）
- ・年間イベント：金沢百万石まつり、いしかわ・金沢 風と緑の楽都音楽祭、金沢ジャズストリート、金沢アカペラ・タウン、大野湊神社夏季大祭、フードピア金沢、湯涌ぼんぼり祭り ほか多数
- ・夜間イベント：金沢城・兼六園ライトアップ、金沢ナイト・ミュージアム、金澤月見光路ほか多数
- ・伝統芸能イベント：金沢おどり、金沢芸妓のほんものの芸にふれる旅（年間 40 回程度）、金沢芸妓「お稽古風景」見学会、金沢能楽会定期能（毎月 1 回） ほか多数
- ・スポーツイベント：金沢マラソン、地元プロスポーツチーム（野球、サッカー、バスケットボール）ホームゲーム ほか多数
- ・その他、40 超の市内文化施設等によるイベント等が年間を通じて多数開催

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

2022 年 12 月時点の本市内の宿泊施設は 411 軒、客室数は 13,778 室、収容数 27,447 人で、前年と比べると、施設数は 1 軒減、客室数 235 室増、収容数 677 人増となっている。

構成比で見ると、ビジネスホテルが客室数 79.9%及び収容数 73.2%で最もシェアが高いが、施設数では簡易宿所が 67.6%とビジネスホテルを上回っている。

コロナ禍の 2020 年以降は、施設数、客室数、収容数とも伸びが鈍化している。

■種類別施設数・客室数・収容数

種類	施設数				客室数				収容数			
	2021年	構成比	2022年	構成比	2021年	構成比	2022年	構成比	2021年	構成比	2022年	構成比
都市ホテル	9	2.2%	8	1.9%	1,516	11.2%	1,309	9.5%	2,817	10.5%	2,436	8.9%
ビジネスホテル	74	18.0%	79	19.2%	10,549	77.9%	11,010	79.9%	19,057	71.2%	20,083	73.2%
旅館（湯涌除く）	35	8.5%	37	9.0%	431	3.2%	437	3.2%	1,276	4.8%	1,296	4.7%
湯涌旅館	9	2.2%	9	2.2%	122	0.9%	122	0.9%	461	1.7%	461	1.7%
簡易宿所	285	69.2%	278	67.6%	925	6.8%	900	6.5%	3,159	11.8%	3,171	11.6%
合計	412	100.0%	411	100.0%	13,543	100.0%	13,778	100.0%	26,770	100.0%	27,447	100.0%

【利便性：区域までの交通、域内交通】

○空路（小松空港：金沢市内まで特急バスにて約 40 分）
（国内線）

- ・東京（羽田）－小松 約 1 時間 （10 往復/日）
- ・札幌（新千歳）－小松 約 1 時間 30 分 （1 往復/日）
- ・福岡－小松 約 1 時間 20 分 （4 往復/日）
- ・那覇－小松 約 2 時間 10 分 （1 往復/日）

（国際線）

- ・ソウル（仁川）－小松 約 1 時間 45 分 （3 往復/週） ※運休中
- ・上海（浦東）－小松 約 2～3 時間 （6 往復/週） ※運休中
- ・台北（桃園）－小松 約 2 時間 45 分 （9 往復/週）

○鉄路

- ・東京－金沢（北陸新幹線） 約 2 時間 30 分
- ・名古屋－米原－金沢（東海道新幹線、特急しらさぎ） 約 2 時間 30 分
- ・大阪－金沢（特急サンダーバード） 約 2 時間 30 分
- ・仙台－大宮－金沢（東北新幹線、北陸新幹線） 約 3 時間 30 分

○高速バス

- ・東京－金沢 約 8 時間
- ・名古屋－金沢 約 4 時間
- ・大阪－金沢 約 4 時間 30 分～ 5 時間 45 分（夜行バス除く）
- ・仙台－金沢 約 9 時間 20 分（夜行バスのみ）
- ・高山－白川郷－五箇山－金沢 約 2 時間 15 分
- ・新潟－金沢 約 4 時間 40 分

○車

- ・東京（練馬 IC）－金沢（金沢森本 IC） 約 5 時間 15 分
- ・名古屋（一宮 IC）－金沢（金沢西 IC） 約 2 時間 30 分
- ・大阪（吹田 IC）－金沢（金沢西 IC） 約 3 時間 20 分

○地域内交通

- ・「城下まち金沢周遊」バス（金沢駅を出発・終着地に、毎日 8:30 頃～19:00 頃まで、右回り・左回り各々 15 分間隔で、主要観光地 15 箇所程度を周遊）
- ・金沢ショッピングライナー「まちバス」（金沢駅を出発・終着地に、土・日・祝日のみ 9:30 頃～20:30 頃まで、20～30 分間隔で、市内中心部とを往復）
- ・その他路線バス多数（主要バス事業者が観光客向けの 1 日フリー乗車券を発行）
- ・観光ガイドタクシー（認定乗務員約 290 人）
- ・公共レンタサイクル「まちなり」（ポート数 75 箇所）

【外国人観光客への対応】

○外国人観光案内所

金沢駅観光案内所及び 2020 年 6 月に開設した金沢中央観光案内所（いずれも JNTO 認定外国人観光案内所（カテゴリー2））にて、外国語での総合的な観光案内のほか、当日宿泊予約の受付、宿泊先への手荷物配送サービスの受付、市内同行ガイド・通訳の派遣等を実施。

<金沢市内の JNTO 認定外国人観光案内所（2023 年 3 月現在）>

カテゴリー2：2 箇所、カテゴリー1：2 箇所、パートナー施設：3 箇所

○観光ホームページの多言語化

英語、フランス語、スペイン語、イタリア語、中国語（繁体字）、中国語（簡体字）、韓国語、タイ語の 8 カ国語に対応。

○通訳ガイドの充実

2016 年 6 月に金沢市が「金沢市特例通訳案内士特区」の認定を受け、当該特例通訳案内士（現：地域通訳案内士）の養成を開始。

2017 年 4 月より、金沢市特例通訳案内士（現 地域通訳案内士）のほか、金沢地域で活動する通訳案内士（現 全国通訳案内士）や、ボランティア通訳ガイド「金沢グッドウィルガイドネットワーク（KGGN）」へ問い合わせやガイド依頼できる検索サイトの運用を開始。

その他、市内の通訳ガイド人材のスキルアップ研修等を実施している。

○「金沢市持続可能な観光振興計画 2021」に基づく外国人観光客の受入環境整備

- ・民間の観光施設、宿泊施設、飲食店、商店街等が行う外国人旅行者の受入環境整備（食事メニュー、看板、パンフレット等の多言語化、トイレ洋式化、Wi-Fi 整備、クレジットカード決済機器の導入等）へ金沢市が補助
- ・公衆無線 LAN「KANAZAWA FREE Wi-Fi」の整備推進（2023 年 7 月現在 69 エリア）
- ・商店街共同免税手続きカウンターの充実（2019 年 12 月現在 2 箇所）
- ・外国人向けの地図や公的サイン、二次交通の案内充実
- ・文化施設における多言語対応の普及促進

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	マーケティング、商品造成、ブランディングのための基礎資料	旅行者向けのアンケート調査 (金沢市 実施)
旅行消費額 (一人当たり単価)	観光消費額の算定、経済波及効果の分析	旅行者へのヒアリング調査
延べ宿泊者数	観光消費額の算定、経済波及効果の分析	宿泊施設への郵送によるアンケート調査
来訪者満足度	マーケティング、商品造成、ブランディングのための基礎資料	旅行者へのヒアリング調査
リピーター率	マーケティング、商品造成、ブランディングのための基礎資料	旅行者へのヒアリング調査
WEBサイトのアクセス状況	マーケティング、商品造成、ブランディングのための基礎資料	Google アナリティクスを活用して実施
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため	市民 2000 人無作為アンケート調査
年間入り込み客数	観光消費額の算定、経済波及効果の分析	観光施設等へのアンケート調査 (石川県実施)

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

全国的に人口減少が進んでおり、金沢市も定住人口の減少に伴う地域経済の縮小が懸念される中、日本人旅行者や外国人旅行者の来訪による観光交流人口拡大に伴う地域経済の活性化が期待されている。

北陸新幹線金沢開業後、旅行者の増加に伴い、宿泊施設も大幅に増加し、市内の宿泊施設の客室数は平成 27 年 12 月末でおよそ 8,800 室だったのに対し、令和 4 年 12 月末の時点でおよそ 13,778 室と 56.6%増加した。また、令和元年の金沢地域の観光入込客数は 1,068 万人と、北陸新幹線金沢開業年である平成 27 年以降、旅行者数は 1,000 万人以上を維持していたが、観光客が主要観光地に集中することによるオーバーツーリズムが一部で発生し、課題となっていた。観光振興は地域経済の活性化、雇用の創出等のメリットもあり、市民と旅行者が共に金沢の魅力を再発見し、より金沢を好きになれるような取り組みを進めていくことが求められている。

こうした地域の現状・課題から金沢DMOが中心となって、市民と旅行者の満足度が高まる観光まちづくりを図り、地域経済の活性化、雇用の創出につなげることにしている。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) ・自地域で積極的に活用できる強みは何か？ ・国内における「金沢」という都市ブランドの知名度の高さ ・歴史、伝統文化、まちなみ、工芸、芸術、食文化など、日本らしさを感じられるコンテンツが豊富 ・金沢城公園を中心に主要観光スポットがコンパクトに集積	弱み (Weaknesses) ・自地域で改善を必要とする弱みは何か？ ・冬期の観光客数の落ち込み ・数日あれば、主要な観光地や観光施設をまわることができる ・文化施設の多さに対し、娯楽施設等が少なく、多様な世代・ニーズの受け入れ幅が狭い ・着地体験型旅行商品の多様性が不十分 ・地域内における外国人旅行消費単価が低い

	<ul style="list-style-type: none"> ・地域内交通において、バス路線網やレンタサイクル等多様な移動手段がある ・金沢へのアクセスにおいて、陸路、海路、空路の交通の選択肢があり、これらの交通結節点である 	
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自地域にとって追い風となる要素は何か？ ・北陸新幹線金沢開業に伴う首都圏や東北からのアクセス向上 ・北陸新幹線の終着駅効果 ・欧米豪地域を中心とする訪日外国人旅行者の増加 ・インターナショナルブランドホテルの開業 ・民間によるホテル等開発投資の増加 ・ミシュラン・グリーンガイド・ジャポンで「3つ星」に紹介された高山、松本（松本城）、「世界遺産」の五箇山と白川郷など、国内屈指の観光名所が近接 ・石川中央都市圏、北陸新幹線沿線都市、その他交流都市協定締結都市との連携協力体制がある 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自地域にとって逆風となる要素は何か？ ・人手不足 ・北陸新幹線敦賀延伸に伴う終着駅効果の減少（2023年度末予定） ・観光ニーズの多様化や、メディア等の多様化等による情報発信手段の変化への対応 ・特定の季節・時期、時間、場所への観光客の集中による観光客及び住民の満足度低下 ・観光資源の大衆化に伴う金沢らしさの喪失

(3) ターゲット

<p>○第1ターゲット層 歴史・伝統、文化の観光資源に親和性の高い欧米豪地域</p>
<p>○選定の理由 観光庁の訪日外国人消費動向調査結果（2018年）によると、観光・レジャーを目的とした訪日外国人の平均泊数は5.9泊であるのに対し、欧米豪各国においては10泊以上と長期滞在型の旅行を好む傾向にある。 また、同調査によると、「訪日前に期待していたこと」という問いへ「日本の歴史・伝統文化体験」と回答した割合が、全国籍では約2割であるのに対し、スペインの71.8%を筆頭に欧米豪各国では6割前後と高く、金沢の主要な観光資源である歴史、伝統文化との親和性が高い。 加えて、近5年における発地域別の外国人延べ宿泊客数の増加率をみると、アジア約3.2倍（2013年：約10万5千人→2019年：約32万2千人）に対し欧米豪が約4.2倍（2013年：約4万2千人→2019年：約17万6千人）となっており、結果2019年の構成比はアジア約52%、欧米豪約29%となるなど、欧米豪地域からの増加が著しいことから、「ほんものの日本」を体験したい欧米豪の中間層から富裕層を中心に、重点的な誘客を進めていく。</p>
<p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当面は、欧州等のアウトバウンドのトレンドリーダーであるフランスのほか、特に金沢への旅行者数の伸び率が高いイタリア、スペインを中心に、現地旅行会社と連携した現地プロモーションや、国内ランドオペレーターとの商談会等を通して誘客を推進する。 ・ほんものの日本を体感できる広域観光ルート「北陸・飛騨・信州3つ星街道」の連携のもと、ストーリー性のある魅力高い観光資源を一体的にPRすることで、訴求力を高めるとともに、広域での滞在観光を推進する。 ・金沢が有する日本らしい歴史、伝統文化等の素材を、満足度の高い特別感のある体験型商品へと磨き上げ、販売を促進する。

<p>○第2ターゲット層 首都圏の女性及び富裕層、中京圏、関西圏の三大都市圏</p>	
<p>○選定の理由 2019年に実施した金沢印象面接調査において、発地の別では関東地方43.2%、中部地方が23.4%、関西地方が19.9%となり、これら地域で観光客全体の約9割を占める重要市場であることから、三大都市圏をターゲットに国内誘客を推進する。 北陸新幹線敦賀延伸により時間短縮効果が見込まれる中京圏、関西圏の誘客も推進する。 2019年に実施した金沢印象面接調査において、金沢の強みである「食の体験」、「伝統文化の体験」等への満足度が男性に比して女性が大きく上回っていること、消費単価向上を目指すうえで富裕層誘致は不可欠であること等から、女性及び富裕層の誘客を推進していく。</p>	
<p>○取組方針 ・JR主催の観光キャンペーンに併せた金沢の観光素材の発信、JRとの共同による情報誌の発行、北陸新幹線沿線都市と連携した広域観光の推進を通して、JR各社との連携による相乗的かつ効率的なプロモーションを展開する。 ・その他、旅行会社やメディア等とタイアップした観光セミナーや販促キャンペーンの実施、出向宣伝等を通して誘客を推進する。</p>	
<p>○第3ターゲット層 台湾を中心とした東・東南アジア地域</p>	
<p>○選定の理由 2019年に兼六園を訪れた訪日外国人旅行者約47万5千人の内、約35%が台湾から、約62%が東・東南アジア諸国からの旅行者となっている。 また、距離的に近い地理的優位性等から、2019年に実施した金沢印象面接調査において、金沢市を訪れるアジアからの旅行者の約9割が訪日リピーターであり、継続した入り込みが見込める重要市場であることから、引き続きプロモーション活動を推進する必要がある。</p>	
<p>○取組方針 ・金沢市出身で台湾の治水事業に多大な貢献をした偉人 八田與一の縁を礎として、台湾との双方向の交流事業や誘客プロモーションを推進する。 ・アジアからの訪日旅行者に人気のある広域観光ルート 昇龍道の関係自治体や民間観光関連事業者と連携し、メディアやインフルエンサーを招聘したファミトリップ等を通じて情報発信を行う。</p>	

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	市民と旅行者が共感を深め、「ほんもの」を未来へと紡いでいくまち
②コンセプトの考え方	<p>金沢は藩政期からの伝統文化や生活様式が今に受け継がれ、市民の心の拠りどころとして、また世界に誇れる日本文化として光を放っている。北陸新幹線開業後の金沢には多くの旅行者が訪れており、市民生活を尊重することで、こうした光が失われることなくさらに輝きを増し、未来へ持続していくようなアプローチが、これからの観光振興の要となる。</p> <p>鼓門や金沢21世紀美術館に代表される新たなまちのシンボルが、歴史的な文脈を踏まえて誕生したように、金沢はまちの重層性を大切にしながら「由緒あるほんもの (Authenticity & Quintessence)」を未来へと紡いでいる。こうした考え方をベースに、SDGsの理念に沿って経済・社会・環境の調和を図りつつ、市民と旅行者が金沢の価値を共有し、将来にわたって共に高めていける観光のあり方を推進する。</p>

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	<p>総会、理事会、戦略的運営推進会議、金沢版DMOマーケティング会議</p> <p>(一社)金沢市観光協会を構成する多様な会員団体・事業者が参画する年数回の理事会や年1回の総会のほか、行政や協会会員の中心メンバーによる戦略的運営推進会議(不定期)、多様な業種の実務者等によるマーケティング会議(11回程度)の開催を通して、DMOとしての取組の方向性や具体的な方策等についての検討や情報の共有化を行っている。</p>
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	<p>2018年2月より、観光協会の公式ウェブサイト内に、協会会員等の民間団体や事業者が自ら造成した体験プラン、現地ツアー、イベント等の「コト」商品を掲載・発信するページを新たに設け、当該ページのログデータ等のフィードバックを通じて、サービスの維持・向上・評価を行っている。</p> <p>その他、地域主導型の「コト」商品づくりやマーケティング等に関する会員意見交換会、セミナー等を開催し、一層幅広い団体・事業者等の参画を促しつつ、戦略等の共有化も図っていく。</p>
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	<p>現在、金沢市観光協会の公式ウェブサイトにおいて、多言語で市内の観光情報を一元的に発信しているほか、上記の通り、民間事業者等が自ら企画開発した「コト」商品を掲載・発信していくページを当該サイト内に設けている。</p> <p>また、金沢市観光協会が中心となって、適宜、民間事業者等とタイアップしながら、各種データに基づく効率的かつ効果的なプロモーションを展開していく。</p> <p>その他、FacebookやInstagramといったSNSを通じ、地域をより身近に感じてもらえるよう情報発信を工夫している。</p>

6. KPI (実績・目標)

(1) 必須KPI

指標項目		2020	2021	2022	2023	2024	2025
		(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	52,357 (1,920)	67,261 (4,334)	85,254 (9,383)	95,457 (17,338)	101,167 (20,768)	107,644 (24,876)
	実績	51,888 (1,832)	45,899 (112)	70,882 (1,618)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	2,006 (76)	2,539 (165)	3,163 (344)	3,477 (613)	3,618 (709)	3,777 (821)
	実績	2,008 (76)	1,845 (5)	2,640 (67)			
●来訪者満足度 (%)	目標	95.0以上 (95)	95.0以上 (-)	95.0以上 (-)	95.0以上 (95.0以上)	95.0以上 (95.0以上)	95.0以上 (95.0以上)
	実績	96.3 (-)	95.9 (-)	95.3 (-)			

●リピーター率 (%)	目標	58 (11.0 以上)	60.0 以上 (11.0 以上)	60.0 以上 (11.0 以上)	60.0 以上 (11.0 以上)	60.0 以上 (11.0 以上)	60.0 以上 (11.0 以上)
	実績	58 (-)	62 (-)	56.6 (-)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

行政との連携による一体的な観光まちづくりを推進するため、2021年3月に金沢市が策定した「金沢市持続可能な観光振興計画 2021」（計画期間：2021年度～2025年度）に合わせ、延べ宿泊者数、来訪者満足度については、同じ目標数値を採用。

なお、新型コロナウイルス感染症による影響を考慮し、数値目標を暫定としているため、見直しを行うことにしている。（令和5年11月予定）

旅行消費額、リピーター率については、「金沢市観光戦略プラン 2016」（計画期間：2016年度～2020年度）を基に設定した数値目標を引き続き採用し、「金沢市持続可能な観光振興計画 2021」の数値目標に合わせ、見直しを行う。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

- 令和5年度金沢市持続可能な観光振興推進会議において、一人あたりの観光消費額及び年間宿泊者数の令和7年目標値が設定されたことから見直し、2019年（令和元年）を基準値として、金沢印象面接調査における一人あたりの観光消費額に年間宿泊者数を乗じた値を観光消費額として設定。

●延べ宿泊者数

- 新型コロナウイルス感染症の影響により、落ち込んだ宿泊者数を日本人は、2022年に2019年の水準に戻し、外国人は、2023年に2019年の水準に戻し、それぞれ、その後は2017年～2019年の平均伸び率と同様の伸びで設定。

●来訪者満足度

- 来訪者へのアンケート調査により、「とても満足」「満足」と回答した割合として、高い評価を得ており、日本人は95%以上、外国人は95%以上の維持を目標に設定。

●リピーター率

- 2015年を基準値とし、毎年1.0%増を目指してきたが、リピーターだけでなく新規の旅行者を増やしていくことも重要であることから2020年度以降は前計画（金沢市観光戦略プラン 2016）の2020年度目標値を維持することを目標として設定。
- 海外は同年のデータがないため、2017年度実績値を目標に毎年1.0%増を目指して設定してきたが、上記日本人リピーター率と同様に2020年度の目標値を維持することを目標として設定。

(2) その他の目標

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
●住民満足度 (%)	目標	20 以上 (-)	20 以上 (-)	20 以上 (-)	20 以上 (-)	20 以上 (-)	20 以上 (-)
	実績	12.6 (-)	20.9 (-)	20.8 (-)			
●金沢地域の 入り込み客数	目標	11,000 (-)	7,061 (-)	9,810 (-)	10,772 (-)	10,891 (-)	11,011 (-)

(千人)	実績	5,471	5,187	8,638			
		(-)	(-)	(-)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

行政との連携による一体的な観光まちづくりを推進するため、2021年3月に金沢市が策定した「金沢市持続可能な観光振興計画2021」（計画期間：2021年度～2025年度）に合わせ、延べ宿泊者数、来訪者満足度については、同じ目標数値を採用。

なお、新型コロナウイルス感染症による影響を考慮し、数値目標を暫定としているため、見直しを行っていくこととしている。

【設定にあたっての考え方】

●金沢地域の年間入り込み客数

- ・新型コロナウイルス感染症の影響により、落ち込んだ観光入込客数を日本人は、2022年に2019年の水準に戻し、外国人は、2023年に2019年の水準に戻し、その後は2017年～2019年の平均伸び率と同様の伸びで設定。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後3年間について、計画年度毎に（1）収入、（2）支出を記入すること。

※現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

（1）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2020（R2） 年度	221,440,366（円）	【国県市からの補助金】 69,953,513円 【収益事業収入等】 151,129,018円 【会費収入】 290,000円 【雑収入】 67,835円
2021（R3） 年度	249,599,753（円）	【国県市からの補助金】 67,549,469円 【収益事業収入等】 177,273,882円 【会費収入】 4,751,000円 【雑収入】 25,402円
2022（R4） 年度	381,318,520（円）	【国県市からの補助金】 72,382,337円 【収益事業収入等】 304,121,325円 【会費収入】 4,805,000円 【雑収入】 9,858円
2023（R5） 年度	206,853,000（円）	【国県市からの補助金】 50,393,000円 【収益事業収入等】 151,940,000円 【会費収入】 4,500,000円 【雑収入】 20,000円
2024（R6） 年度	206,853,000（円）	【国県市からの補助金】 50,393,000円 【収益事業収入等】 151,940,000円 【会費収入】 4,500,000円 【雑収入】 20,000円
2025（R7） 年度	206,853,000（円）	【国県市からの補助金】 50,393,000円 【収益事業収入等】 151,940,000円 【会費収入】 4,500,000円 【雑収入】 20,000円

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳(具体的に記入すること)
2020(R2) 年度	215,483,717(円)	【一般管理費】 9,822,750円 【受託事業費】 121,705,774円 【旅行商品費】 47,821,575円 【補助金等事業費】 34,861,701円 【その他事業費】 1,271,917円
2021(R3) 年度	246,130,988(円)	【一般管理費】 11,107,141円 【受託事業費】 125,496,826円 【旅行商品費】 75,272,153円 【補助金等事業費】 33,584,622円 【その他事業費】 670,246円
2022(R4) 年度	358,818,719(円)	【一般管理費】 12,195,542円 【受託事業費】 141,522,070円 【旅行商品費】 168,241,716円 【補助金等事業費】 33,951,130円 【その他事業費】 2,908,261円
2023(R5) 年度	206,853,000(円)	【一般管理費】 8,470,000円 【受託事業費】 158,582,000円 【旅行商品費】 22,000,000円 【その他事業費】 17,801,000円
2024(R6) 年度	206,853,000(円)	【一般管理費】 8,470,000円 【受託事業費】 158,582,000円 【旅行商品費】 22,000,000円 【その他事業費】 17,801,000円
2025(R7) 年度	206,853,000(円)	【一般管理費】 8,470,000円 【受託事業費】 158,582,000円 【旅行商品費】 22,000,000円 【その他事業費】 17,801,000円

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

- ・安定的な運営が図られるよう、金沢市の全面的なバックアップのもと金沢版DMOの取り組みを推進する。
- ・協会会員を対象として、旅行商品造成につながる意見交換会(マッチング)やマーケティング等に関するセミナーを開催するほか、自ら造成した旅行商品を観光協会公式ウェブサイトへ掲載できる仕組みを構築するなど、会員サービスの一層の充実を通じた新たな会員の獲得等による会費収入の増加を図る。
- ・クーポン事業の内容充実により、利益の確保をめざす。

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

金沢市は、一般社団法人金沢市観光協会を本市における地域DMOとして登録したいので、一般社団法人金沢市観光協会とともに申請します。

9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）や地域DMOと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

エリアが重複する地域連携DMO（公社）石川県観光連盟とは、連盟が実施する理事会（年3回）、金沢地域部会（年2回）に参加し、意見調整をしている。

【区域が重複する背景】

石川県観光連盟は石川県内を区域とし、金沢市を中心とする当DMOは当然その区域に入る。

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

広域での取り組みは主として石川県観光連盟が行う。特に能登地区、加賀地区については市町数も多く、石川県観光連盟が主導して連携、調整を進めている。当協会は原則、金沢市エリアを中心に事業を実施しており、石川県観光連盟が市内を対象にする事業についても、連携、調整を図っている。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

限られた財源の中、その事業を棲み分けし、重点的に活動することにより、相乗効果が期待できる。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	宮川 里美
担当部署名（役職）	事務局次長
郵便番号	920-0858
所在地	石川県金沢市木ノ新保町1-1
電話番号（直通）	076-232-5555
FAX番号	076-232-1170
E-mail	miyakawa@kanazawa-kankoukyoukai.or.jp

11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	金沢市
担当者氏名	齊藤 哲朗
担当部署名（役職）	経済局 観光政策課 企画係長
郵便番号	920-8577
所在地	石川県金沢市広坂1-1-1
電話番号（直通）	076-220-2194
FAX番号	076-260-7191
E-mail	saitoh_te@city.kanazawa.lg.jp

記入日：令和5年7月27日
令和6年1月18日追記

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

石川県金沢市

【設立時期】平成26年5月26日

【設立経緯】③区域の観光協会がDMOに移行

【代表者】安宅 建樹

【CEO】中坂 暢江

【マーケティング責任者(CMO)】遠藤 由理子

【財務責任者(CFO)】宮川 里美

【職員数】8人(常勤4人(正職員2人・出向等2人)、非常勤4人)

【主な収入】

収益事業(旅行商品販売192百万円、委託事業110百万円(R4年度決算))

【総支出】事業費1,343百万円、一般管理費 12百万円(R4年度決算)

【連携する主な事業者】

金沢商工会議所、金沢ホテル懇話会、金沢市旅館ホテル協同組合、(協)兼六園観光協会、湯涌温泉観光協会、深谷温泉観光協会、(公財)金沢コンベンションビューロー、(一社)金沢クラフトビジネス創造機構、(公社)石川県観光連盟など

KPI(実績・目標)

※()内は外国人に関するもの。

項目		2020 (R2)年	2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年
旅行消費額 (百万円)	目標	52,357 (1,920)	67,261 (4,334)	85,254 (9,383)	95,457 (17,338)	101,167 (20,768)	107,644 (24,876)
	実績	51,888 (1,832)	45,899 (112)	70,882 (1,618)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	2,006 (76)	2,539 (165)	3,163 (344)	3,477 (613)	3,618 (709)	3,777 (821)
	実績	2,008 (76)	1,845 (5)	2,640 (67)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	95.0以上 (95)	95.0以上 (-)	95.0以上 (-)	95.0以上 (95.0以上)	95.0以上 (95.0以上)	95.0以上 (95.0以上)
	実績	96.3 (-)	95.9 (-)	95.3 (-)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	58 (11.0以上)	60.0以上 (11.0以上)	60.0以上 (11.0以上)	60.0以上 (11.0以上)	60.0以上 (11.0以上)	60.0以上 (11.0以上)
	実績	58 (-)	62 (-)	56.6 (-)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

歴史・伝統、文化の観光資源に親和性の高い欧米豪地域、首都圏の女性及び富裕層、中京圏、関西圏の三大都市圏

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

金沢の歴史、伝統文化等を、満足度の高い特別感のある体験型商品へと磨き上げ、販売を促進。旅行会社やメディア等とタイアップしたキャンペーンの実施等により、誘客を推進。

【観光地域づくりのコンセプト】

市民と旅行者が共感を深め、「ほんもの」を未来へと紡いでいくまち

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・着地型旅行商品の造成
- ・文化体験プログラムづくり
- ・高付加価値な滞在型コンテンツの造成

【受入環境整備】

- ・観光人材のスキルアップ
- ・地域通訳案内士等を対象にした研修会の開催
- ・多言語版公式観光サイトの充実

【情報発信・プロモーション】

- ・海外におけるプロモーションを実施、商談会へ参加
- ・メディア、旅行会社等を対象にした観光セミナーの開催
- ・観光情報を一元化した公式観光ウェブサイトの管理運営

【その他】

- ・金沢版DMOマーケティング会議の開催



兼六園



ひがし茶屋街