観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年８月２５日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･地域ＤＭＯ	
観光地域づくり法人の名称	（一社）加賀市観光交流機構	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 加賀市	
所在地	石川県加賀市作見町ヲ６番地２	
設立時期	平成２３年１月４日	
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	９人【常勤９人（正職員８人・出向等１人）、非常勤０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） ※必ず記入すること	（氏名） 東野　哲郎 （出身組織名） 加賀商工会議所	加賀商工会議所の会頭、及び（一社）加賀市観光交流機構（以下、機構という）の代表理事（会長）以外にも多くの役職を務め、地元の様々な業界のパイプ役として重責を担っている。
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 ※必ず記入すること	（氏名） 岡澤　利志一「専従」 （出身組織名） 加賀市	Ｒ７年６月１日機構に出向し、事務局長に着任。市観光商工課勤務の経験あり。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 宮永　正人 （出身組織名） 加賀市	市観光商工課、誘客推進課長、産業振興部政策官や機構の常務理事にも就任するなど観光行政に精通しているほか、安定的な財源の確保や運営に関する検討を行っている。
各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 佐野　立子「専従」 （出身組織名）	当機構の前身である加賀市観光協会から観光業務に従事し、加賀市の強みである食や文化への造詣が深く、旅行商品をまとめ上げる高い能力を有する。

様式１

	（一社）加賀市観光交流機構	現在、加賀市観光情報センターの所長として、加賀温泉郷の魅力発信や着地型商品の造成に取り組んでいる。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	加賀市政策企画部企画課（地域公共交通） 加賀市総務部行政まちづくり課（地域間交流） 加賀市産業振興部観光商工課（**マネジメント、マーケティング、インバウンド**） 加賀市産業振興部商工振興課（名産品・工芸品などの開発） 加賀市産業振興部農林水産課（生鮮食品・特産品の提供） 加賀市産業振興部環境課（自然景観の保全） 加賀市建設部（社会資本整備、街並み景観整備及び保全） 加賀市教育委員会（**文化振興、文化的資源の保全、スポーツイベントなどの開催**）	
連携する事業者名及び役割	山中温泉、山代温泉、片山津温泉の各旅館協同組合（宿泊施設環境改善） 加賀商工会議所、山中商工会、加賀特産品協同組合（物産開発） 山中漆器連合協同組合、加賀九谷陶磁器協同組合（物産開発、文化芸術ﾌﾟﾛｸﾞﾗﾑ） 加賀農業協同組合、石川県漁業協同組合加賀支所、加賀特産品協同組合（生鮮食品・特産品提供、体験型旅行商品等の造成） (一社)加賀建設業協会（街並み景観整備） 北鉄加賀バス㈱、日本海観光バス㈱、㈱まちづくり加賀、かがＥＶ推進協議会、京福バス㈱（着地型観光商品の造成、二次交通対策） 加賀市都市交流協議会(海外都市交流、インバウンドの推進) 越前加賀インバウンド推進機構(インバウンドの推進) 加賀地域連携推進会議（広域連携の推進）	
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	【該当する登録要件】 機構の理事には、行政、観光協会、ＪＡ、漁協、伝統工芸、商工業、宿泊業、建設業、製造業の各種団体の代表者ほか交通事業者の代表者など、オール加賀市ともいえる幅広い分野から就任。機構の意思決定機関である理事会では、各分野と合意形成を行いながら、定期的に協議を行っている。 〔参考〕登録要件 ①取締役、理事など観光地域づくり法人の意思決定に関与できる立場で行政、文化、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画 ②観光地域づくり法人が主導して行政や関係団体をメンバーとするワーキンググループなどの委員会等を設置	
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	当機構は、観光地域づくりを地域全体の取り組みとして進めるため、地域住民に対する意識啓発と参画促進を重視している。まず、観光の価値や意義を共有することを目的とし、機構が管理運営する観光情報センターの窓口やWebサイト、SNSなどを通じて情報を発信し、観光が地域経済や暮らしに寄与することをわかりやすく伝えている。また、Webサイトを通じて、地元高校生による観光ガイドの申込みも受け付けており、住民が観光の担い手としての意識を高められる学びの機会を提供している。 これらの取り組みを通じて、住民が観光を自らの暮らしの延長として捉え、共に学び、共感し、参加し、協働する循環を生み出すことを目指している。	
法人のこれまでの活動実績	**【活動の概要】** 事業 / 実施概要	

	情報発信・プロモーション	【平成３０年～】 ①国内に向けた情報発信事業 ・ウェブ、テレビ・ラジオ・新聞・雑誌等を活用した情報発信 ・ＰＲ動画の製作・配信 ・首都圏の大手旅行業者への営業訪問（トップセールス） ・旅行業者やメディア関係の担当者に対するＰＲ会議・交流会の実施 ・新幹線沿線地域や都市圏でのＰＲ ・近隣地域での情報発信事業、旅行商談会への参加 ・都市圏や地元でのイベントを活用した観光ＰＲ ・北陸新幹線開業関連イベントの実施（令和５年度） ・修学旅行前に加賀市を知ってもらうためのワークブックを作成（令和５年度） ②海外に向けた情報発信事業 ・台湾等での物産展や祭事への参加、国際旅行博などへのブース出展 ・海外メディア招聘、ファムトリップの実施、インフルエンサー招聘 ・日本観光ショーケースへの出展 ・ミスインターナショナル世界大会出場者の招聘
	受入環境の整備	【平成３０年～】 ①ＭＩＣＥ誘致促進事業 研修旅行や修学旅行の受け入れを促進するための助成を実施 ②永平寺おでかけ号の運行支援 広域での移動を円滑に行うための交通手段の確保 ③温泉旅館雇用促進プロジェクト事業 若者の旅館への就労を促進するための人材育成や独自サイトの運営 ④外国人観光客（インバウンド）の受け入れ環境整備 ・インバウンドコーディネーターの配置 ・文化施設の英語版ウェブサイトの制作および情報発信 ⑤観光データ分析ツールの作成（令和５年度） ・加賀市旅先納税から得られる旅行者の属性による移動経路や消費行動などを見える化した分析ツールを作成
	観光資源の磨き上げ	【平成３０年～】 ①「加賀温泉郷パスポート」事業 施設めぐりや湯めぐりが楽しめるクーポンの販売 ②「ECO乗りクーポン」事業 **乗り物、施設入館、スイーツをセットしたクーポンの販売及び令和６年度にデジタルクーポンの販売をスタート** ③ＪＲや旅行会社とタイアップした旅行商品の企画造成
	指定管理事業	加賀市から観光情報センターの運営を受託。窓口での案内業務、観光ウェブサイトやＳＮＳ等を活用した情報提供を行った。
	【定量的な評価】	

様式１

① 温泉地宿泊施設利用者（単位：万人）

区　分	2020年（R02年）	2021年（R03年）	2022年（R04年）	2023年（R05年）	2024年（R06年）
宿泊客数	98.1	69.6	99.3	115.6	129.3
日帰客数	7.1	6.1	5.6	6.8	6.6
合　計	105.2	75.7	104.9	122.4	135.9

②着地型旅行商品（単位：枚）

商品名		2020年度（R02年度）	2021年度（R03年度）	2022年度（R04年度）	2023年度（R05年度）	2024年度（R06年度）
加賀温泉郷パスポート	800円	730	897	1,545	1,133	1,499
	1500円	765	463	2,014	1,550	2,312
Eco乗りクーポン	800円	5,410	4,361	8,269	7,167	5,979
	2000円	101	167	販売中止	販売中止	販売中止

③永平寺おでかけ号（単位：枚）

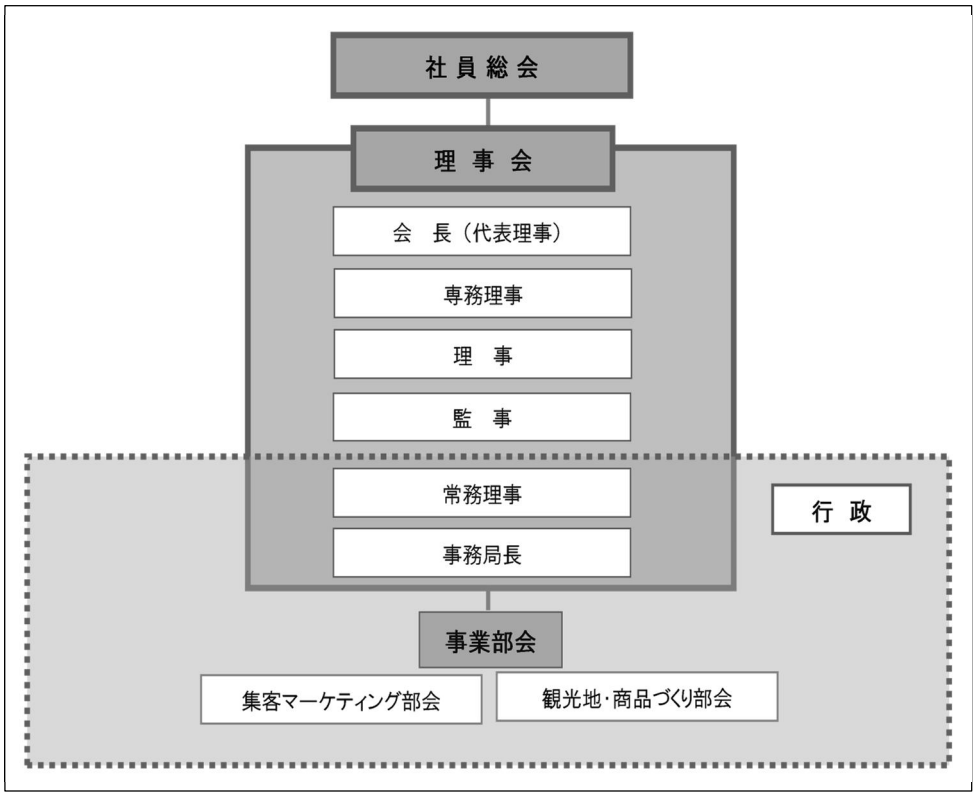
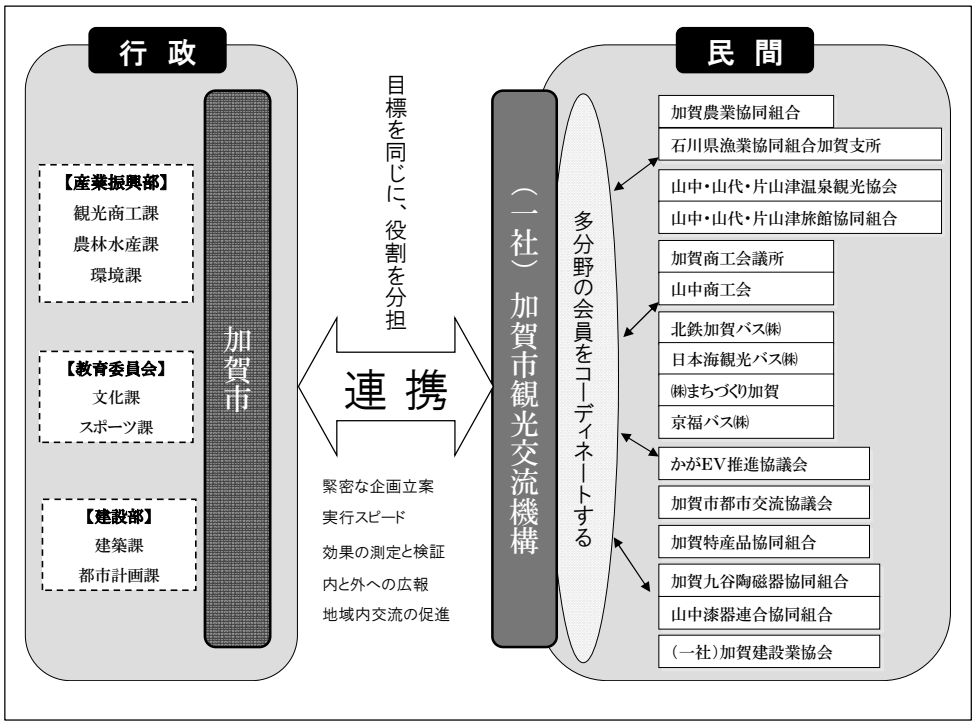
販売ルート		2020年度（R02年度）	2021年度（R03年度）	2022年度（R04年度）	2023年度（R05年度）	2024年度（R06年度）
通常販売	片山津温泉	95	76	76	93	105
	山代温泉	376	505	752	595	771
	山中温泉	501	689	1,093	1,228	1,145
	その他販売所	279	423	635	650	625
クーポン販売		607	390	790	330	585
合　計		**1,858**	**2,083**	**3,482**	2,896	3,231

④観光情報センター利用者数（単位：人）

区分	2020年度（R02年度）	2021年度（R03年度）	2022年度（R04年度）	2023年度（R05年度）	2024年度（R06年度）
窓口利用者数	28,332	26,580	56,121	48,560	44,896
（うち外国人）	214	112	1,078	3,680	3,880

※観光情報センターは2024.3月から2024.11月まで仮駅舎解体のためＪＲ加賀温泉駅に隣接する大型ショッピングセンター内に移転

様式１

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）。	**【実施体制の概要】** 機構が母体となり、理事会や事業部会には、行政、宿泊業者、商工関係者、ＪＡ、漁協、伝統工芸（山中漆器、九谷焼）、交通事業者など多様な関係者が参画し、官民が密接に連携。事業部会で市場分析や事業の実施状況等を踏まえて事業の企画提案・立案を行い、理事会に諮って事業化している。 **【実施体制図】**  

様式１

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

【区域設定の考え方】

機構は、主として加賀市域を対象として事業展開しており、当該エリアの観光素材に精通している。文化施設や観光スポット、各種イベント等を活用した着地型商品の開発や魅力あふれる観光情報の発信を行うためには、当該エリアの地方公共団体である加賀市と連携した区域設定とするのが適切である。

エリア	文化施設・観光スポット	祭事・イベントなど
大聖寺（だいしょうじ）	石川県九谷焼美術館、深田久弥 山の文化館、江沼神社 長流亭、山ノ下寺院群、鴨池観察館	御願神事、大聖寺桜まつり、天神講、十万石まつり
山代（やましろ）	九谷焼窯跡展示館、魯山人寓居跡いろは草庵、はづちを楽堂、山代温泉古総湯、山代温泉総湯	山代温泉菖蒲湯まつり、山代大田楽、八朔祭
山中（やまなか）	鶴仙渓、こおろぎ橋、あやとりはし、ゆげ街道、山中座、芭蕉の館、山中うるし座、山中温泉総湯、加賀東谷重要伝統的建造物群保存地区	山中漆器まつり、古九谷修古祭、こいこい祭、山中節全国コンクール
片山津（かたやまづ）	柴山潟、中谷宇吉郎雪の科学館、片山津温泉総湯、浮御堂、実盛塚、首洗池、手塚山公園	片山津温泉湯のまつり、納涼花火大会
動橋（いぶりはし）	篠生寺、丸八製茶場	ぐず焼まつり
橋立（はしたて）	北前船の里資料館、加賀橋立重要伝統的建造物群保存地区、加佐の岬、尼御前岬、橋立漁港	

【観光客の実態等】

観光入込客数は、かつて 400 万人であった。2015 年は、北陸新幹線金沢開業に併せた情報発信や誘致活動等により増加傾向にあったものの、開業効果に落ち着きが見られ、以降、減少傾向が続き近年は 200 万人を切るまでに減少した。さらに、新型コロナウイルス感染症の影響を受け更に大きく落ち込んだが、令和４年から緩やかに回復し、令和６年はコロナ前の約 73%（R01 年比）となっている。

①入込客数

主要温泉地で新型コロナウイルス感染症の影響を受け過去にない減少となっていたが、緩やかに回復している。

（単位：人）

地　域		2020 年 (R02)	2021 年 (R03)	2022 年 (R04)	2023 年 (R05)	2024 年 (R06)
	山代温泉	468,435	322,586	488,488	544,210	629,023
	山中温泉	259,275	179,410	231,218	287,720	319,530
	片山津温泉	282,459	202,380	282,046	342,388	367,079
温泉地計		1,010,169	704,376	1,001,752	1,174,318	1,315,452
その他の地域		41,406	53,095	46,899	49,639	43,950
合計		1,051,575	757,471	1,048,651	1,223,957	1,359,402

②発地別

入込客数は緩やかに回復してきており、発地別割合もコロナ禍前に近づきつつある。また、インバウンドも回復基調にある。

発　地	2020 年 (R02)	2021 年 (R03)	2022 年 (R04)	2023 年 (R05)	2024 年 (R06)
石川	234,925	201,899	227,547	193,243	339,680
	(23.2%)	(26.7%)	(21.7%)	(15.8%)	(25.0%)
富山	51,329	24,085	40,789	51,505	58,841
	(4.9%)	(3.2%)	(3.9%)	(4.2%)	(4.3%)
福井	50,199	23,526	44,238	54,657	56,431
	(4.8%)	(3.1%)	(4.2%)	(4.5%)	(4.2%)
長野	6,848	6,205	9,318	12,155	13,679
	(0.7%)	(0.8%)	(0.9%)	(1.0%)	(1.0%)
新潟	6,737	5,054	10,177	13,394	12,696
	(0.6%)	(0.7%)	(1.0%)	(1.1%)	(0.9%)
関西	250,549	165,398	237,711	293,545	255,465
	(23.8%)	(21.8%)	(22.7%)	(24.0%)	(18.8%)
中京	132,103	94,173	139,761	141,380	135,391
	(12.6%)	(12.4%)	(13.3%)	(11.6%)	(10.0%)
関東	121,434	85,110	152,479	160872	172,949
	(11.5%)	(11.2%)	(14.5%)	(13.1%)	(12.7%)
その他国内	50,697	43,304	49,648	53,364	56,076
	(4.8%)	(5.7%)	(4.7%)	(4.4%)	(4.1%)
外国	9,776	836	2,862	34,414	47,463
	(0.9%)	(0.1%)	(0.3%)	(2.8%)	(3.5%)
地域不明	127,978	107,881	134,121	215,428	210,731
	(12.2%)	(14.3%)	(12.9%)	(17.6%)	(15.5%)
合　計	1,051,575	757,471	1,048,651	1,223,957	1,359,402

※上段：人数、下段：構成比

② 外国人（山代温泉・山中温泉・片山津温泉）

主要温泉地における外国人観光客はコロナの影響を受け、壊滅状態になっていたが、回復の兆しは見えてきている。欧米からは順調に回復しているが、アジア圏からは伸び悩んでいる。

（単位：人）

発　地	2020年 (R02)	2021年 (R03)	2022年 (R04)	2023年 (R05)	2024年 (R06)
台湾	5,457	2	316	9,009	17,374
	(55.8%)	(0.2%)	(11.0%)	(26.2%)	(36.6%)
韓国	294	5	23	1,215	2,594
	(3.0%)	(0.6%)	(0.8%)	(3.5%)	(5.5%)
中国	1,119	19	186	1,194	2,861
	(11.5%)	(2.3%)	(6.5%)	(3.5%)	(6.0%)
香港	1,331	0	367	3,414	2,991
	(13.6%)	(0.0%)	(12.8%)	(9.9%)	(6.3%)
シンガポール	162	0	353	733	821
	(1.7%)	(0.0%)	(12.3%)	(2.1%)	(1.7%)
タイ	166	75	101	446	458
	(1.7%)	(9.0%)	(3.5%)	(1.3%)	(1.0%)
その他アジア	194	359	172	583	542
	(2.0%)	(42.9%)	(6.0%)	(1.7%)	(1.1%)
アメリカ	414	12	705	6,688	8,442
	(4.2%)	(1.4%)	(24.6%)	(19.4%)	(17.8%)
ヨーロッパ	286	289	327	3,095	4,852
	(2.9%)	(34.6%)	(11.4%)	(9.0%)	(10.2%)
その他	219	13	153	1,744	2,259
	(2.2%)	(1.6%)	(5.3%)	(5.1%)	(4.8%)
地域不明	134	62	162	6,293	4,269
	(1.4%)	(7.4%)	(5.7%)	(18.3%)	(9.0%)
合　計	9,776	836	2,865	34,414	47,463

※上段：人数、下段：構成比

④観光消費額（山代温泉・山中温泉・片山津温泉の宿泊施設での消費額）

Ｒ元年度は日帰り客の一人当たりの消費単価は上がったものの、宿泊客の減少に伴い、全体的に消費額は減少した。また、宿泊にかかる消費単価は宿泊費増の影響もありＲ２に３万円台となったが、その後若干低下傾向にあるものの、今後、宿泊施設が行ってきた国の高付加価値化事業による施設改修により単価増が期待できる。

年	宿泊			日帰り			計	
	人数	消費単価	消費額	人数	消費単価	消費額	人数	消費額
R02	946,399人	31,379円	297.0億円	63,770人	未算出	未算出	1,010,169人	未算出
R03	651,251人	30,364円	197.7億円	53,125人	未算出	未算出	704,376人	未算出
R04	953,575人	30,897円	294.6億円	48,177人	未算出	未算出	1,001,752人	未算出
R05	1,113,862人	32,600円	363.1億円	60,456人	未算出	未算出	1,174,318人	未算出
R06	1,260,266人	算出中	算出中	55,186人	未算出	未算出	1,315,452人	未算出

様式１

【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】

観光素材はあるものの、見せ方や周知にさらなる工夫が必要。ウェブサイトやＳＮＳを活用した発信や、観光素材+宿泊、観光素材+体験といったパッケージ化など、新たな商品づくりを検討していくこととしている。

①市文化施設入館者数　（単位：人）

施設名	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
石川県九谷焼美術館	13,143	10,788	14,518	17,781	20,957
深田久弥山の文化館	1,866	1,865	2,554	2,463	2,277
加賀市鴨池観察館	5,956	4,660	5,008	4,902	4,169
加賀市美術館	18,666	18,774	26,051	27,285	29,557
北前船の里資料館	6,043	5,048	8,374	9,521	9,642
中谷宇吉郎雪の科学館	15,677	13,632	20,987	24,567	23,036
九谷焼窯跡展示館	5,253	3,610	6,248	7,217	7,595
魯山人寓居跡いろは草庵	9,229	6,152	9,201	9,531	9,718
芭蕉の館	4,625	3,646	4,661	3,044	5,967

②市内観光施設入館者数　※温泉地の共同浴場（総湯・古総湯）は、普通利用の数　（単位：人）

施設名	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
ろくろの里	4,526	3,969	4,465	5,226	5,258
はづちを楽堂	25,866	16,185	25,969	31,751	25,801
山中漆器伝統産業会館	4,339	2,629	3,746	3,915	5,161
山代温泉古総湯	32,328	22,573	22,573	39,899	40,906
山代温泉総湯	24,761	22,953	34,098	80,298	39,796
山中温泉総湯　菊の湯　第１・２	49,151	40,129	47,694	59,155	61,361
片山津温泉総湯	55,117	40,969	42,253	56,290	59,078

③イベント　（単位：人）

イベント名	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
御願神事	1,300	300	300	1,200	1,300
山中漆器まつり	開催中止	開催中止	50,000	50,000	50,000
山代温泉菖蒲湯まつり	開催中止	開催中止	20,000	30,000	25,000
ふるさと山中夏まつり	開催中止	開催中止	開催中止	開催中止	開催中止
山代大田楽	開催中止	1,500	3,500	1,600	4,000
片山津湯のまつり	開催中止	開催中止	8,726	12,476	16,024
ぐず焼まつり	開催中止	開催中止	開催中止	3,000	2,000
山中節全国コンクール	開催中止	開催中止	400	300	200
十万石まつり	開催中止	開催中止	3,000	1,500	3,500
山中温泉こいこい祭	開催中止	開催中止	20,000	15,000	18,000

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】
片山津温泉、山代温泉、山中温泉の位置については、加賀市の区域を示す図表にあるとおり。

区　分	山代温泉		山中温泉		片山津温泉 (柴山温泉含む)		その他		合 計	
	施設数	収容定員	施設数	収容定員	施設数	収容定員	施設数	収容定員	施設数	収容定員
令和4年	21	5,818	16	2,707	12	3,005	20	573	69	12,103
令和5年	21	5,818	16	2,707	12	3,005	20	573	69	12,103
令和6年	21	5,818	16	2,707	12	3,005	20	573	69	12,103

【利便性：区域までの交通、域内交通】
空路　小松空港から加賀市へは車で約 20 分と、アクセス性がよい。

（国内）

- 羽田 ～ 小松空港　　1 時間 00 分（10 往復/日）
- 札幌 ～ 小松空港　　1 時間 35 分（1 往復/日）
- 福岡 ～ 小松空港　　1 時間 25 分（6 往復/日）
- 那覇 ～ 小松空港　　2 時間 20 分（1 往復/日）

（海外）

- 台湾桃園国際空港（台湾）～小松空港　　3 時間 00 分（1 往復/日）
  ※木曜、日曜のみ１日２便
- 港国際空港（香港）～小松空港　　4 時間 20 分（1 往復/週）　※運行再開未定

鉄路

- 東京～（北陸新幹線）～ＪＲ加賀温泉駅　　3 時間 20 分
- 名古屋～（東海道本線ほか）～敦賀（北陸新幹線）～ＪＲ加賀温泉駅　2 時間 30 分
- 大阪～（東海道本線ほか）～敦賀（北陸新幹線）～ＪＲ加賀温泉駅　2 時間 10 分

道路

- 東京（練馬）～（関越～上信越～北陸自動車道）～片山津ＩＣ　5 時間 40 分
- 東京～（東名高速道～北陸自動車道）～加賀ＩＣ　5 時間 35 分
- 大阪～（名神高速道～北陸自動車道）～加賀ＩＣ　3 時間 00 分
- 名古屋～（名神高速～北陸自動車道）～加賀ＩＣ　2 時間 30 分
- 米原～(北陸自動車道)～加賀 IC　1 時間 40 分
- 新潟～（北陸自動車道）～片山津 IC　3 時間 40 分
- 長野～（上信越～北陸自動車道）～片山津 IC　3 時間 30 分

【外国人観光客への対応】
環境整備
訪日外国人旅行者がストレスフリーな環境で快適な移動、観光、買い物や飲食ができるようにキャッシュレス化や飲食メニューの多言語化を推進している。
また、加賀市観光情報センターの公式ウェブサイトでのスマホ対応・多言語化や、主な観光施設に設置されている案内板の多言語化等に順次取り組んでいる。
観光情報センターにおいて、多言語に対応したUSディスプレイを導入した。また、公衆無線LANの環境整備を促進し、訪日外国人旅行者の受入環境の整備も進めてきた。

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	インターネットによるアンケート調査・分析（石川県データ参照）
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	観光客向けのアンケート調査（石川県データ参照）
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	宿泊施設への郵送によるアンケート調査及び観光客向けのアンケート調査（石川県データ参照）
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	KAGA旅・まちネットによる集計・分析

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景
加賀市では、年間1,000人ほどの人口減少が近年続いており、石川県の南加賀地域で唯一、「消滅可能性都市」に該当している。市内には大学がないため、大学へ進学する若者は市外転出を余儀なくされることに加え、就職を希望しても事業所の数自体もそれほど多くないこともあり、転出したままとなるケースが多い。市内で最も多いのは第一次産業であるが、最近は第三次産業いわゆるサービス業への就職を希望する若者が多いことから、三つの温泉を有する加賀温泉郷は、若い働き手の受け皿としても大きな可能性を持っている。行ってみたい温泉地として、また働いてみたい温泉地として選ばれることは、ひいては若者の流出を食い止めることにもつながっていくことから、さらなる情報発信と知名度の向上が継続して取り組む課題となっている。
課題解決には、関西に比べて来訪者の割合が少ない首都圏に向けた情報発信が重要なポイントと考えている。北陸新幹線延伸効果を最大限に獲得するため、さらなる情報発信に努める。選ばれた温泉地になることで若者の雇用を促進するとともに地域の活力を高め、人口減少に歯止めをかけたい。

様式１

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・個性の異なる３つの温泉 ・豊かな自然、食材 ・優れた芸術工芸（九谷焼・山中漆器等） ・伝統的建造物群保存地区（北前船、東谷） ・関西の奥座敷「加賀温泉郷」として関西・中京圏では知名度が高い ・加賀ご当地グルメ推進協議会による加賀カニごはんや加賀パフェが好評 ・回遊性を向上させるため、これまでのキャン・バスのほか、「湯めぐりまち巡り事業」で電気自動車「温モビ」を導入し、支援体制を整備	弱み（Weaknesses） ・海外及び関東圏では低い認知度 ・観光スポットが集中していないため回遊性が低い（二次交通が十分でない）。 ・外国人観光客の受入環境が、ソフト・ハードともに十分でない。 ・文化施設・生活文化・芸術的遺産、豊かな自然等など素材はあるが、旅行商品化されておらず、認識されていない。 ・冬季の降雪等の天気の悪さによるマイナスイメージ（関東圏） ・繁忙期と閑散期の差があるため、安定的な従業員の雇用が難しい。
外部環境	機会（Opportunity） ・北陸新幹線敦賀延伸、ＪＲ加賀温泉駅開業 ・台湾～小松空港便のデイリー化、ＬＣＣ就航等に伴う外国人観光客の増加 ・蜜を避けるため、地方への修学旅行が増加 ・近隣には永平寺、恐竜博物館、白川郷など優れた観光資源が点在しており、広域によるインバウンド誘客へ取り組んでいる。 ・平成 30 年に北前船が日本遺産に認定	脅威（Threat） ・人口減少による日本人観光客の減少 ・旅行の形態や目的が多様化、複雑化している。 ・近隣の観光スポットに移動する手段の選択肢が少ない（あるいは無い） ・文化、芸術、食など近隣の金沢とかぶるものも多く差別化が難しい。

※上記に加え、ＰＥＳＴ分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

（３）ターゲット

〇第１ターゲット層
　アクセスが良くなった首都圏

〇選定の理由
　加賀温泉郷の観光入込客数は、北陸新幹線金沢開業後の１年目は大きく増加したが、２年目以降は微減傾向が続いている。
　地域別でみると、首都圏からの来訪客は、新幹線の開業効果によって 2015 年が対前年比 2.4 倍と大きく増加したが、その後は伸び悩んでいる。北陸新幹線敦賀延伸効果を獲得するため、さらにアクセスしやすくなる首都圏及び首都圏沿線都市をターゲットに誘客施策を強化することで、観光入込客数の増加を目指す。

〇取組方針
　金沢と比べて知名度が圧倒的に低いため、旅行会社やメディア等へのＰＲやトップセールスを行い、加賀温泉郷の魅力をアピールし誘客を進める。加えて、北陸新幹線金沢開業によって金沢への観光客が増加している流れを、加賀温泉郷への宿泊とセットにして売り出すことで、金沢プラス加賀温泉郷という旅行スタイルのさらなる普及を目指す。
　また、加賀温泉駅を起点として、福井県や南加賀を周遊観光できる広域での観光ルートを形成することで、北陸新幹線延伸効果を最大限に活かしていく。

様式１

〇第２ターゲット層
　中京圏、関西圏の二大都市圏

〇選定の理由
　関西圏や中京圏からの来訪客は、首都圏の北陸新幹線ブームの影響を受け、2015 年は大きく減少したが、その後は、回復傾向にある。第１ターゲット層だけではなく、加賀温泉郷にとって従来から主要市場である関西圏や中京圏からの観光客を、今後も継続増加させるような取り組みが必要である。
　北陸新幹線敦賀延伸以降は、乗り換えなしでのアクセスから乗り換え有りとなり、アクセス面での不便さが発生する。加賀市の魅力を更に訴求しないと、再度減少してしまう可能性があるため。

〇取組方針
　北陸新幹線敦賀延伸を活かし、ＪＲ西日本やＪＲ東日本との連携を図りながら、首都圏をはじめとした沿線都市に加え、関西圏や中京圏などの都市圏に向けた誘客プロモーション活動やトップセールスを積極的に展開する。この第２ターゲット層へも、加賀温泉郷への宿泊プラス金沢周遊という旅行スタイルを広めることで、新たな観光客の掘り起こしにつなげる。また、加賀温泉駅を起点として、福井県や南加賀を周遊観光できる広域での観光ルートを形成し、北陸新幹線延伸効果を最大限に活かしていく。

〇第３ターゲット層
　台湾・シンガポール等を中心としたアジア圏に加え、欧米諸国　及びマレーシア

〇選定の理由
　コロナ禍前までは、入込客全体に占める割合は低いものの、近年の外国人旅行客の増加には目を見張るものがあったことから、台湾をはじめとするアジア圏に対し継続してアプローチしていくほか、欧米豪及び訪日傾向が顕著になりつつあるマレーシアからの旅行者の誘客を進めていく必要がある。

〇取組方針
　越前加賀インバウンド推進機構との連携を含め、広域での取り組みによる誘客、商品造成の検討、メディアやインフルエンサーを招聘したファムトリップ等を通じて情報発信を行っていく。また、ネイティブライターを活用したウェブサイトや観光パンフレットなどを整備するなど、外国人観光客の受け入れ環境を継続して整えていく。

様式１

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	**「加賀ていねい」なおもてなしと観光 DX による利便性が共存する稼げる観光都市**
②コンセプトの考え方	北陸新幹線敦賀延伸を最大の好機と捉え、加賀温泉郷への経済効果を最大化し、追及された利便性の中にも温かな人情が感じられる魅力的な観光地づくりを推進し、稼げる街・観光で地域が潤う街を目指して、戦略的に施策を実行します。 加賀市は、全国有数の山代温泉･山中温泉･片山津温泉を有し、日本遺産に認定された北前船の歴史ストーリーが根付き、大聖寺十万石の伝統文化、日本を代表する伝統工芸である九谷焼と山中漆器を生み出し伝え、大日山系の山々や国定公園加賀海岸の美しい自然、豊かな土壌に育まれた美味しい食など、多くの文人墨客を魅了した日本の縮図ともいえる地域資源に恵まれた地域です。 これまで取り組んできた「加賀ていねい」のコンセプトを継続するとともに、間近に控える商機を最大限かつ継続的に享受するため、温泉･歴史･伝統･文化･自然･食など、加賀市特有の魅力的な地域資源（テーマ）をストーリー化などにより魅力を高め、情報発信などの施策を戦略的に展開することで、誘客促進を図ります。 また、観光ＤＸを積極的に導入し、観光客へ洗練された利便性を提供するとともに、観光商品の企画開発等によるサービスの高付加価値化や効率化・最適化により地域の稼ぐ力を押し上げ、持続可能な観光地経営を目指す。 さらに、国内に向けては、首都圏に加え関西圏・中京圏を始めとする都市圏からの誘客を強化しながら、海外に向けては、台湾やシンガポールを始めとしたアジア圏に加え欧米諸国及びマレーシアもターゲットとし、誘客戦略を進める。

様式１

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。	当機構では、年間少なくとも理事会は３回、定時社員総会は１回開催し、戦略の共有や事業報告を行っている。また、事業部会は必要に応じ随時（年１～２回）開催し、地域の関連事業者を集めてマーケティング情報の共有・分析や事業方針の協議を行っている。さらに、北陸新幹線延伸を踏まえ、体験観光や特産品の充実を図るため、令和５年度から新たに観光地商品づくり部会を設置した。
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	通年で観光施設に設置しているアンケートや、各種イベントで対面式のアンケートを行い、観光客の評価を調査している。
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	加賀市観光情報センターの公式ホームページでは、市関連のイベントや施設情報、交通情報、文化、芸術、自然等の情報の他、民間の観光スポット、体験リポート、飲食店情報、おすすめルートを一元化して発信している。また、ドローンやインスタグラムなどを活用し、ビジュアル的にもこだわったプロモーションを行っている。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

６．ＫＰＩ（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後３年間における明確な数値目標を記入すること。
※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去３年間の実績も記入すること。

（１）必須ＫＰＩ

項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
旅行消費額（百万円）	目標	未設定	51,500	61,780	65,930	69,220	72,510
		（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）
	実績	30,650（宿泊者のみ）	36,311（宿泊者のみ）	算出中	ー	ー	ー
		（未調査）	（未調査）	（未調査）	（ー）	（ー）	（ー）
延べ宿泊者数（千人）	目標	未設定	1,700	2,000	2,100	2,100	2,100
		（未設定）	（80）	（90）	（110）	（110）	（110）
	実績	992	1,155	1,293	ー	ー	ー
		（3）	（33）	（47）	（ー）	（ー）	（ー）
来訪者満足度（%）	目標	未設定	50	55	55	55	55
		（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）	（今後検討）	（今後検討）
	実績	45	47	算出中	ー	ー	ー
		（未調査）	（未調査）	（未調査）	（ー）	（ー）	（ー）
リピーター率（%）	目標	未設定	50	50	50	50	50
		（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）	（今後検討）	（今後検討）
	実績	42	41	算出中	ー	ー	ー
		（未調査）	（未調査）	（未調査）	（ー）	（ー）	（ー）

※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】
2020（Ｒ2）年には、第３次の観光戦略プランを立てる予定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響で目標数値を設定すべき十分なデータが得られず、加えて世界的に移動制限がある状況でインバウンドの数値目標を立てにくい等の理由から、第３次観光戦略プランの策定が 2021（Ｒ３）年以降に延期された。機構としては、今後も加賀市と連携して観光推進に取り組んでいくこととしているため、今後の数値目標については、Ｒ４年度に策定した加賀市の第３次観光戦略プランに符合させている。

【設定にあたっての考え方】
●旅行消費額
2019（R1）年を基準値とし、北陸新幹線の延伸効果などによる伸び率と、想定される消費者物価指数の上昇率を勘案し設定した。
●延べ宿泊者数
2019（R1）年を基準値とし、北陸新幹線の延伸効果などによる伸び率を勘案し設定した。
●来訪者満足度
第３次観光戦略プランには具体的な数値は盛り込んでいないが、現状と石川県データを参酌して設定した。
●リピーター率
第３次観光戦略プランには具体的な数値は盛り込んでいないが、現状と石川県データを参酌して設定した。

様式１

（２）その他の目標

指標項目		2022 （Ｒ４） 年度	2023 （Ｒ５） 年度	2024 （Ｒ６） 年度	2025 （Ｒ７） 年度	2026 （Ｒ８） 年度	2027 （Ｒ９） 年度
●加賀温泉郷観光ウェブサイトPV数（千PV）	目標	未設定	2,600	2,600	2,600	2,600	2,600
		（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）
	実績	2,335	2,338	2,307			
		（56）	（49）	（64）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
※各指標項目の単位を記入すること。

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】

加賀市と連携した観光地づくりを推進するため、令和４年度の策定した第３次観光戦略プランの考え方に合せ設定する。

加賀市が令和７年度中に第４次観光戦略プランを策定予定。

【設定にあたっての考え方】

●加賀温泉郷 観光情報公式サイトの国外ＰＶ数

国ごとの解析などから、どのような事象に関心があるのかなど、施策に反映させることが可能。

また、目標数については、リニューアル効果も踏まえ過去最大値に並ぶように設定

様式１

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）	
2022（Ｒ４）年度	157,675,034 円	【会費】 【国からの補助金】 【市等からの補助金】 【市からの委託料】 【収益事業】 【指定管理受託】 【その他】	1,630,000 円 12,254,405 円 71,350,540 円 27,152,597 円 12,601,992 円 23,900,000 円 8,785,500 円
2023（Ｒ５）年度	175,527,494 円	【会費】 【国からの補助金】 【市等からの補助金】 【市からの委託料】 【収益事業】 【指定管理受託】 【その他】	3,070,000 円 375,000 円 27,398,681 円 100,169,396 円 11,206,864 円 24,860,000 円 8,447,553 円
2024（Ｒ６）年度	164,380,840 円	【会費】 【国からの補助金】 【市等からの補助金】 【市からの委託料】 【収益事業】 【指定管理受託】 【その他】	3,030,000 円 24,524,500 円 45,955,068 円 39,291,718 円 15,190,579 円 26,400,000 円 9,988,975 円
2025（Ｒ７）年度	110,426,000 円	【会費】 【市等からの補助金】 【市からの委託料】 【収益事業】 【指定管理受託】 【その他】	3,030,000 円 34,985,000 円 18,561,000 円 14,700,000 円 27,280,000 円 11,870,000 円
2026（Ｒ８）年度	110,426,000 円	【会費】 【市等からの補助金】 【市からの委託料】 【収益事業】 【指定管理受託】 【その他】	3,030,000 円 34,985,000 円 18,561,000 円 14,700,000 円 27,280,000 円 11,870,000 円
2027（Ｒ９）年度	110,426,000 円	【会費】 【市等からの補助金】 【市からの委託料】 【収益事業】 【指定管理受託】 【その他】	3,030,000 円 34,985,000 円 18,561,000 円 14,700,000 円 27,280,000 円 11,870,000 円

様式１

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）	
2022（Ｒ４）年度	157,675,034 円	【一般管理費】	18,090,201 円
		【情報発信・プロモーション】	64,171,478 円
		（内、国外）	（3,273,607 円）
		【受入環境整備等の着地整備】	25,537,906 円
		【コンテンツ開発】	2,081,549 円
		【マーケティング】	1,099,010 円
		【観光イベントの開催費】	1,343,425 円
		【コロナ経済対策】	45,351,465 円
2023（Ｒ５）年度	175,527,494 円	【一般管理費】	20,632,289 円
		【情報発信・プロモーション】	59,471,406 円
		（内、国外）	（10,049,654 円）
		【受入環境整備等の着地整備】	17,746,377 円
		【コンテンツ開発】	2,232,408 円
		【マーケティング】	825,760 円
		【観光イベントの開催費】	74,349,254 円
2024（Ｒ６）年度	164,380,840 円	【一般管理費】	36,591,430 円
		【情報発信・プロモーション】	57,806,040 円
		（内、国外）	（17,876,850 円）
		【受入環境整備等の着地整備】	20,044,002 円
		【コンテンツ開発】	24,524,500 円
		【観光イベントの開催費】	25,414,868 円
2025（Ｒ７）年度	110,426,000 円	【一般管理費】	19,300,000 円
		【情報発信・プロモーション】	66,760,000 円
		（内、国外）	（8,750,000 円）
		【受入環境整備等の着地整備】	23,016,000 円
		【コンテンツ開発】	1,350,000 円
2026（Ｒ８）年度	110,426,000 円	【一般管理費】	19,300,000 円
		【情報発信・プロモーション】	66,760,000 円
		（内、国外）	（8,750,000 円）
		【受入環境整備等の着地整備】	23,016,000 円
		【コンテンツ開発】	1,350,000 円
2027（Ｒ９）年度	110,426,000 円	【一般管理費】	19,300,000 円
		【情報発信・プロモーション】	66,760,000 円
		（内、国外）	（8,750,000 円）
		【受入環境整備等の着地整備】	23,016,000 円
		【コンテンツ開発】	1,350,000 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、市からの全面的な支援を受け、機構の活動を推進していく。
●現在販売している Eco 乗りクーポン、加賀温泉郷パスポート等の着地型旅行商品の販路拡大や新たな旅行商品の企画造成・販売、会員の増加によって自主財源の確保に努める。
●令和７年度も、市民・観光客の移動手段を確保するため、市と連携しライドシェア事業にも注力する。

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

石川県加賀市は、（一社）加賀市観光交流機構を当市における地域ＤＭＯとして登録したく、（一社）加賀市観光交流機構とともに申請します。

９．記入担当者連絡先

担当者氏名	岡澤利志一
担当部署名（役職）	一般社団法人　加賀市観光交流機構
郵便番号	922-8622
所在地	石川県加賀市大聖寺南町ニ 41 番地
電話番号（直通）	0761-72-0600
ＦＡＸ番号	0761-72-0609
Ｅ－ｍａｉｌ	kikou@tabimati.net

１０．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	石川県加賀市
担当者氏名	宮永　正人
担当部署名（役職）	加賀市産業振興部政策官
郵便番号	922-8622
所在地	石川県加賀市大聖寺南町ニ 41 番地
電話番号（直通）	0761-72-7900
ＦＡＸ番号	0761-72-7991
Ｅ－ｍａｉｌ	m.miyanaga@city.kaga.lg.jp

（登録）【地域DMO】一般社団法人　加賀市観光交流機構

様式２

記入日：　令和7年8月25日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
　石川県加賀市
【設立時期】　平成23年1月4日
【設立経緯】
　　区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】　東野　哲郎
【マーケティング責任者（CMO）】　岡澤　利志一
【財務責任者（CFO）】　宮永　正人
【職員数】　9人（常勤9人（正職員8人・出向等1人）
【主な収入】
　収益事業　15百万円、委託料・補助金　136百万円（令和6年度決算）
【総支出】
　事業費　142百万円、一般管理費　22百万円（令和6年度決算）
【連携する主な事業者】
　加賀市、加賀商工会議所、山中商工会、山代温泉観光協会、山中温泉観光協会、片山津温泉観光協会、加賀農業協同組合、石川県漁業協同組合加賀支所、加賀九谷陶磁器組合、山中漆器連合協同組合等

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R４）年度	2023（R５）年度	2024（R６）年度	2025（R７）年度	2026（R８）年度	2027（R９）年度
旅行消費額（百万円）	目標	未設定（未設定）	51,500（未設定）	61,780（未設定）	65,930（未設定）	69,220（未設定）	72,510（未設定）
	実績	30,650（宿泊者のみ）（未調査）	36,311（宿泊者のみ）（未調査）	算出中（未調査）	－（－）	－（－）	－（－）
延べ宿泊者数（千人）	目標	未設定（未設定）	1,700（80）	2,000（90）	2,100（110）	2,100（110）	2,100（110）
	実績	992（3）	1,155（33）	1,293（47）	－（－）	－（－）	－（－）
来訪者満足度（%）	目標	未設定（未設定）	50（未設定）	55（未設定）	55（未設定）	55（今後検討）	55（今後検討）
	実績	45（未調査）	47（未調査）	算出中（未調査）	－（－）	－（－）	－（－）
リピーター率（%）	目標	未設定（未設定）	50（未設定）	50（未設定）	50（未設定）	50（今後検討）	50（今後検討）
	実績	42（未調査）	41（未調査）	算出中（未調査）	－（－）	－（－）	－（－）

戦略

【主なターゲット】
・首都圏、関西圏、中京圏　など
・東アジア圏（台湾、中国、韓国）、欧米
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
・JR西日本やJR東日本との連携を図りながら、首都圏をはじめとした沿線地域に加え、関西圏や中京圏などの都市圏に向けた誘客プロモーション活動やトップセールスを積極的に展開
【観光地域づくりのコンセプト】
　追及された利便性の中にも温かな人情が感じられる魅力的な観光地づくりを推進

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・施設めぐりや湯めぐりが楽しめるクーポンの販売
・地域の食、伝統工芸品を活用した商品づくり

【受入環境整備】
・ライドシェア事業の導入
・文化施設の英語版ウェブサイトの制作および情報発信

【情報発信・プロモーション】
・首都圏の大手旅行業者への営業訪問（トップセールス）
・新幹線沿線地域や都市圏でのPR
・PR動画の製作・配信
・近隣地域での情報発信事業、旅行商談会への参加
・新幹線開業関連イベントの実施
・ミスインターナショナルの各国代表の招聘