観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月 30 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）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　一般社団法人化	
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	７人【常勤３人（正職員１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、地域経済の発展及び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つ星街道観光協議会長等を務めるなど、広く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） 桑原　秀忠「専従」 （出身組織名） 金沢市役所	金沢市オリンピック関連事業推進室長、卸売市場長等を歴任するなど、幅広い分野の経験・知見を生かし、事務局の事業・業務のマネジメントに取り組む。令和７年６月から同職。
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） 深谷　圭美「専従」 （出身組織名） （株）Vivid Creations Japan	オンラインビジネス黎明期に観光とデジタル両軸の知識とスキルを磨くとともに、海外の観光局や海外資本の観光関連企業等との仕事を通じて、世界標準の観光マーケティング・PR の経験を積み、インバウンド誘客等に関する高い知見と能力をもつ。令和７年４月から同職。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 若林　達也「専従」 （出身組織名） 金沢市役所	金沢市職員として、予算編成や執行管理に携わるとともに、長年経済局に在籍し、経済産業省への出向や観光部門で観光振興推進計画の KPI の見直し等を行った。令和６年４月から同職。
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	旅行会社で培った豊富な経験と幅広いネットワークを生かし、関係者と連携・協力しながら、主に国内プロモーションを担っている。令和５年４月から企画・プロモーション担当部長に就任。

様式１

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とした様々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、プロモーション、旅行商品造成、広域連携促進、受入環境整備） 営業戦略室（シティプロモーション、広域連携促進） 企画調整課（重要施策の企画・調整、SDGs ツーリズムの推進） 広報戦略課（シティプロモーション） 地域力再生課（移住・定住の促進） 交通政策課（地域公共交通、公共シェアサイクルの管理運営） 国際交流課（交流都市との連携） デジタル政策課（公衆無線ＬＡＮの整備、ＤＸの推進） 文化政策課（文化・芸術の振興、文化施設の管理運営、文化観光の推進） 歴史都市推進課（金沢町家の活用、重伝建地区の保存活用） スポーツ振興課（スポーツツーリズムの推進） 金沢マラソン推進課（スポーツツーリズムの推進） 産業政策課（食文化の振興、金沢市新産業成長ビジョンの推進） 商工労働課（商店街振興、労働環境の改善） クラフト政策推進課（クラフトツーリズムの推進、伝統工芸の保存・継承） 農業水産振興課（加賀野菜、水産物の振興） 衛生指導課（宿泊施設、民泊の許認可） 環境政策課（グリーン・エコツーリズム） ごみ減量推進課（ごみ対策） 都市計画課（地域まちづくり協定、都市計画マスタープラン） 景観政策課（案内看板の整備、観光地修景） 道路管理課（道路環境整備、金沢駅等の管理） 危機管理課（災害時における観光客の避難対策） 【石川県】 観光戦略課（観光施策全般、首都圏等を中心とした国内誘客、入込等調査） 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（商店街振興） 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（文化施設の管理運営、文化・芸術プログラム） （公財）金沢文化振興財団（文化施設の管理運営、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、プロモーション） 金沢市旅館ホテル協同組合（宿泊施設環境改善、プロモーション） 湯涌温泉観光協会（宿泊施設環境改善、プロモーション） 深谷温泉観光協会（宿泊施設環境改善、プロモーション） （公財）金沢コンベンションビューロー（ＭＩＣＥ誘致、開催支援） 金沢フィルムコミッション（コンテンツ制作支援） （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）	

<table>
<tr><td></td><td>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）
（一社）日本旅行業協会石川県支部（旅行商品販売）
（公社）石川県観光連盟（広域観光、プロモーション）
協同組合兼六園観光協会（着地型旅行商品）
北陸・飛騨・信州３つ星街道観光協議会（広域観光）
金沢・富山県西部広域観光推進協議会（広域観光）</td></tr>
<tr><td>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</td><td>①幅広い分野の関係団体の代表者等 27 名が役員として理事会に参加し、意思決定を行っている。
②観光資源の関係者、宿泊事業者、交通事業者、行政等が参画する金沢版ＤＭＯマーケティング会議を定期的に開催し、取組みの方向性や具体的な方策等について、検討及び情報の共有を図っている。</td></tr>
<tr><td>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</td><td>・当協会内に観光ボランティアガイドの事務局を設置し、（公社）金沢ボランティア大学校の観光コースへの講師派遣や卒業生の受入れ、市民向けツアーの開催等を行っている。
・北陸新幹線の敦賀延伸など、節目ごとに、市民参加型企画やおもてなしイベント等を開催し、機運醸成を図っている。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>DMO マネジメント・マーケティング</td><td>令和６年度金沢版 DMO マネジメント・マーケティング事業
①マネジメント・マーケティング機能強化事業
　外部専門家を交え、宿泊、交通、旅行業などの事業者等が知見やデータを持ち寄り、情報分析を行う会議を定期的に開催するとともに、その内容をレポートとして全会員へ配信
②コト商品充実強化事業
　体験特集サイト「かなざわ自由時間」に掲載するコト商品の充実・磨き上げや商品を紹介する特集記事の充実により、サイトの発信力を強化
③観光データ活用事業
　宿泊データマーケティングのプラットフォームとなる「金沢観光データ分析システム」を稼働し、宿泊データマーケティングを本格化
④ストーリーで繋ぐ地域のコンテンツの連携促進に向けた実証調査事業
　欧米豪の富裕層を対象に、「サムライ」をテーマにした金沢、東京、山形を巡る文化体験コンテンツやモデルコースを造成
⑤訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業（実証事業）
　北陸信越運輸局や金沢市、事業者と連携し、飲食店の受入環境整備、予約システムの導入及び情報発信の強化等により、訪日客の誘客促進と満足度向上を図るための実証実験を実施
⑥地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり事業
　富山県、石川県、福井県、金沢市等と連携し、欧米豪及びシンガポールを重点市場に定め、国内外の旅行社の招聘やガイド研修、各種調査、北陸三県でのフィールドワーク等を実施
⑦食事チケット「金沢美味」販売・運営事業</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

		金沢の食文化を手軽に楽しんでいただくため、定額の食事チケットを販売 ⑧金沢芸妓文化発信事業 金沢の伝統芸能を体感できる特別プログラムを実施し、観光誘客を促進 ⑨金沢新発見・金沢の冬の旅キャンペーン開催事業 金沢の冬ならではの体験プログラムの開発等を行い、冬の旅キャンペーンを実施（11～２月） ⑩金沢百万石まつり関連事業 旅行者の受け入れを促進するため、百間堀園地に有料観覧席を設置し販売
	戦略的プロモーション	令和６年度戦略的プロモーション実施事業 ①欧州重点プロモーション事業 イタリア、スペイン、フランスからの誘客をさらに促進するため、プロモーションを強化 ②米国重点プロモーション事業 富裕旅行者層が多いアメリカでの金沢の認知度を高めるため、プロモーションを展開 ③台湾交流・観光誘客事業 台湾からの誘客を推進するため、文化や工芸を通じた交流事業や誘客プロモーションを展開 ④金沢ホテル懇話会連携プロモーション事業 金沢ホテル懇話会主催の誘客プロモーションに参画 ⑤インバウンド旅行商品造成促進事業 海外誘客を専門とする国内のランドオペレーターや海外の旅行会社に金沢の魅力や情報を広く発信 ⑥インバウンド情報発信強化事業 インバウンド誘客を推進するため、旅マエ情報の発信を強化 ⑦観光インターネット事業 多言語 HP（８言語）、日本語 HP による情報発信 ⑧ツーリズム EXPO ジャパン出展事業 「ツーリズム EXPO ジャパン 2024」に北陸・飛騨・信州３つ星街道の構成団体で合同出展し、広域観光の PR 及び金沢への誘客を推進 ⑨北陸新幹線金沢開業 10 周年記念事業 JR 西日本等と連携し、北陸新幹線金沢開業 10 周年を記念したイベントを開催 ⑩JR 連携誘客プロモーション事業 JR と連携し、相乗的なプロモーションを展開 ⑪魅力発信官民連携プロモーション事業 物産展とのタイアップ等を通じて、金沢の魅力や情報を広く発信 ⑫能登応援・震災復興キャンペーン事業 能登の復興支援を応援するため、能登とタイアップした金沢の魅力を発信する観光キャンペーンを実施 ⑬首都圏文化観光発信強化事業 金沢ゆかりの企業と連携した物産展を開催し、本市の伝統文化の魅力を広く発信 ⑭プロモーション推進事業

		旅行エージェントやメディアへのプロモーション活動を推進 ⑮旅行代理店店頭一斉キャンペーン事業 冬期の誘客を強化するため、首都圏の旅行代理店で店頭PRを実施 ⑯修学旅行誘致事業 県外・市外の中学校等を対象に、修学旅行の誘致に向けたPR活動等を展開 ⑰SDGsツーリズム推進事業 金沢SDGsツーリズムをPRし、ツーリズム推進事業者の増加と取組みの拡大を図るため、モニターツアーを実施 ⑱金沢市消防出初式PR事業 新春を飾る消防出初式と石川県無形民俗文化財である加賀鳶はしご登りの魅力をPRし、観光誘客を推進
	魅力あるコンテンツ創造	令和６年度魅力あるコンテンツ創造事業 ①文化観光推進事業 金沢の魅力となっている質の高い文化を体験できるコンテンツを造成 ②金沢マイクロツーリズム推進事業 地元の親子向けに、歴史・文化・生活様式等の金沢の魅力に触れる観光体験を提供し、ファミリー層のマイクロツーリズムを推進 ③有力広報媒体活用キャンペーン事業 滞在型観光の推進及びリピーターの増加を目指し、各種広報媒体とタイアップした金沢の魅力等の情報を発信 ④四季を通じた茶屋街にぎわい創出事業 ひがし、にし、主計町の三茶屋街において、まちなみを活用した誘客事業を実施 ⑤プレミアムツアーコーディネート事業「金沢一期一会」 国内外の富裕層を主なターゲットに、金沢に受け継がれた伝統工芸文化と作家との触れ合いを組み入れた上質な旅をコーディネート
	広域観光連携推進	令和６年度広域観光連携推進事業 ①北陸・飛騨・信州３つ星街道誘客推進事業 南砺市、白川村、高山市、松本市と連携して国内外からの誘客を推進 ②富裕層向け食文化ツーリズム発信事業 富山市と連携し、富裕層の広域観光を促進するため、食を通じて歴史や文化を体感する食文化ツーリズムを推進 ③長野市連携誘客プロモーション事業 長野市と連携し、日本ならではの伝統文化体験と自然を満喫するアドベンチャールートの造成により、高付加価値層に訴求するアドベンチャーツーリズムを推進 ④ゆかりの地金沢PR事業 金沢ゆかりの地域で、PR活動を展開 ⑤都市間交流プロモーション推進事業 交流都市協定を締結した都市等のイベント等において、観光PRを実施 ⑥提携団体連携誘客推進事業

様式１

		提携登録団体と共同で広域周遊プランを提案すること等により誘客を推進
	受入環境整備	令和６年度受入環境整整備事業 ①観光ボランティアガイド事業 観光ボランティアガイド「まいどさん」による観光案内、イベント等での案内、自主研修などの各種活動の実施に協力 ②通訳ガイド等おもてなし推進事業 外国人旅行者に対する上質な受入環境整備を促進するため、通訳ガイドや市内民間事業者を対象とした研修を実施 ③快適な金沢観光推進事業 旅のマナーを啓発するツールを作成・配布し、快適でスマートな金沢旅行を推進

【定量的な評価】

	2015 年		2020 年		2024 年
・金沢地域の年間入込客数	1,007 万人	→	547 万人	→	1,098 万人
・金沢市の年間延べ宿泊客数	290.5 万人	→	200.8 万人	→	423.6 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	→	84.0 万人
・金沢旅行全般の満足度（とても満足）	38.4%	→	49.4%	→	49.0%
・金沢への再来訪回数（リピート率）	55.4%	→	58.0%	→	62.7%

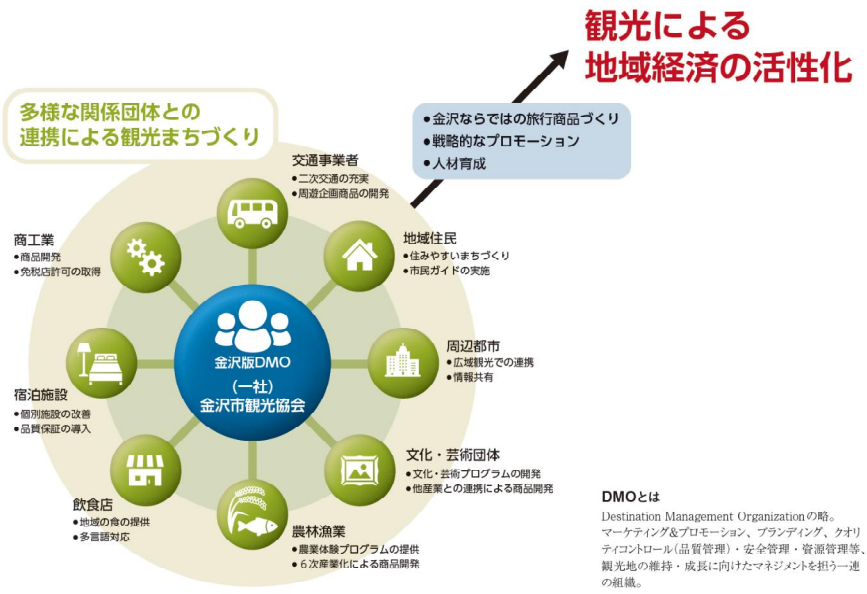
※満足度及び再来訪回数は日本人の調査結果

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】

（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、官民が密接に連携した運営を実施

【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ネジメント・マーケティング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】

〇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〕の年間入込客数が対前年比約 20%増の 1,007 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（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 343 万人（対前年比 3.8%増）と引き続き増加し、北陸新幹線金沢開業効果が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 185 万人と大幅に落ち込んだ。2024 年は年間入込客数 1,098 万人（対前年比 3.9%増、対 2019 年比 2.9%増）、延べ宿泊客数 423.6 万人（対前年比 26.4%増、対 2019 年比 23.5%増）となり、過去最高を記録したところではあるが、延べ宿泊客数については、令和６年能登半島地震の２次避難者等が含まれていることに注意が必要である。

〇外国人旅行者の推移

外国人旅行者についても北陸新幹線金沢開業を契機に増加の一途をたどり、2015 年の外国人延べ宿泊客数 25.6 万人は 2019 年には 61.3 万人と約 2.4 倍となったが、新型コロナウイルス感染症の影響に

より、2021 年の外国人延べ宿泊客数は 0.5 万人（対 2019 年比 99.2%減）と大幅に落ち込んだ。2024 年は円安による旺盛なインバウンド需要などを追い風に、過去最高の 84.0 万人（対前年比 47.6%増、対 2019 年比 37.1%増）となり、国・地域別の上位５カ国は、2019 年の台湾、中国、香港、アメリカ、オーストラリアから台湾、アメリカ、中国、オーストラリア、イタリアに変化し、構成比はアジアの 38.7%に対し欧米豪が 48.9%とほぼ半数を占め、欧米豪構成比の全国平均（24.2%）と比較しても特筆すべき結果となった。

【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】

〇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、金沢箔、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、料亭などが結集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２㎞圏内に多数の観光資源や都市機能が集中しているほか、一歩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当地の魅力を堪能することができる。

〇主な観光資源

（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、懐華楼、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：金沢港クルーズターミナル、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、ヤマト・糀パーク 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）、大乗寺、大乗寺丘陵公園 など

（イベント）
・年間イベント：金沢百万石まつり、ガルガンチュア音楽祭、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 回超）、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】

2024 年 12 月時点の本市内の宿泊施設は 449 軒、客室数は 14,403 室、収容数 29,895 人で、前年と比べると、施設数は 29 軒、収容数は 750 人の増、客室数は 123 室の減となっている。

構成比で見ると、ビジネスホテルが客室数 78.2%及び収容数 72.3%で最もシェアが高いが、施設数では簡易宿所が 70.4%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たが、2024 年は施設数及び収容数は若干の増加傾向となった。

■種類別施設数・客室数・収容数

種類	施設数				客室数				収容数			
	2023年	構成比	2024年	構成比	2023年	構成比	2024年	構成比	2023年	構成比	2024年	構成比
都市ホテル	8	1.9%	8	1.8%	1,312	9.0%	1,305	9.1%	2,572	8.8%	2,572	8.6%
ビジネスホテル	81	19.3%	80	17.8%	11,469	79.0%	11,262	78.2%	21,312	73.1%	21,621	72.3%
旅館(湯涌除く)	37	8.8%	36	8.0%	434	3.0%	427	3.0%	1,303	4.5%	1,275	4.3%
湯涌旅館	9	2.1%	9	2.0%	121	0.8%	121	0.8%	460	1.6%	488	1.6%
簡易宿所	285	67.9%	316	70.4%	1,190	8.2%	1,288	8.9%	3,498	12.0%	3,939	13.2%
合計	420	100.0%	449	100.0%	14,526	100.0%	14,403	100.0%	29,145	100.0%	29,895	100.0%

【利便性：区域までの交通、域内交通】

〇空路（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 35 分（１往復/日）
・福岡－小松　　約１時間 25 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）
・上海（浦東）－小松　　約２～３時間　（４往復/週）
・台北（桃園）－小松　　約２時間 45 分（９往復/週）
・香港－小松　　約４時間　　（３往復/週）
〇鉄路
・東京－金沢（北陸新幹線）　約２時間 25 分
・名古屋－米原－金沢（東海道新幹線、特急しらさぎ、北陸新幹線）　約２時間 10 分
・大阪－金沢（特急サンダーバード、北陸新幹線）　約２時間 10 分
・仙台－大宮－金沢（東北新幹線、北陸新幹線）　約３時間 30 分
〇高速バス

・名古屋－金沢　　約４時間（夜行バス除く）
・大阪－金沢　　約６時間（夜行バス除く）
・仙台－金沢　　約９時間（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

〇車
・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 10 分

〇地域内交通
・「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～18:00 頃まで、右回り・左回り各々15・20 分間隔で、主要観光地 10 箇所程度を周遊）
・「金沢ショッピングバス」（金沢駅を出発・終着地に、土日祝日、年末年始、旧盆期間のみ 9:50 頃～20:00 頃まで、20 分間隔で市内中心部とを周遊）
・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 190 人）
・公共シェアサイクル「まちのり」（ポート数 107 箇所）

【外国人観光客への対応】

〇観光案内所
　金沢駅観光案内所及び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、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（2025 年６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：８箇所

〇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

〇通訳ガイドの充実
　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）、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

〇「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（2025 年６月現在 69 エリア・施設）
・商店街共同免税手続きカウンターの充実（2025 年６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 （一人当たりの単価）	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	旅行者へのアンケート調査 （金沢市実施）
延べ宿泊者数	宿泊者数の把握及び観光消費額の算定のため。	宿泊施設への郵送一斉調査 （金沢市実施）
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	旅行者へのヒアリング調査 （金沢市実施）
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	旅行者へのヒアリング調査 （金沢市実施）
ＷＥＢサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	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。	市民へのアンケート調査 （金沢市実施）
入込客数	入込客数の把握及び観光消費額の算定のため。	観光施設等への調査 （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 2015 年 12 月末でおよそ 8,800 室だったのに対し、2024 年 12 月末の時点でおよそ 14,400 室と 63.6%増加した。また、2019 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 2015 年以降、1,000 万人以上を維持していたが、主要観光地に観光客が集中することでオーバーツーリズムが局地的に発生し、課題となっていた。コロナ禍においては、この課題は自然と解消されたところであったが、コロナ禍を経て、歴史的円安がインバウンド需要を後押しすることとなり、2024 年は延べ宿泊客数が過去最高を記録するなど、特定の時期に局所的ではあるが、オーバーツーリズムが再度発生している。

「金沢市持続可能な観光振興推進計画 2021」において、「市民生活と調和した観光まちづくり」を掲げており、金沢 DMO は「持続可能な観光を推進する上で、市民と旅行者の満足度が高まる観光まちづくりのマネジメント行うこと」を求められている。

また、令和６年能登半島地震や物価高に起因する旅行控え等の影響により、国内旅行者が減少傾向にあり、観光事業者は大きな影響を受けていることから、新たな雇用の創出や人手不足の解消、DX の推進、ネガティブイメージの払拭など、山積する地域課題に対し、金沢 DMO が中心となって観光まちづくりに取り組み、地域経済の活性化及び交流人口の拡大を図ることとしている。

（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？** ・国内におけるブランド力（知名度の高さ） ・歴史・文化など、本物の日本らしさを体感できるコンテンツが豊富 ・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？** ・降水・降雪量（ぐずついた天気）が多い ・冬期の観光入込客数の落ち込み ・平均滞在日数が短い ・海外におけるブランド力（知名度の低さ）

	・タクシーやバス、公共シェアサイクル「まちのり」など、二次交通の充実 ・陸路、海路、空路の選択肢があり、これらの交通結節点である	・娯楽施設等が少なく、多様なニーズに対応しきれない ・着地体験型旅行商品の多様性が不十分 ・ラグジュアリーホテルの不足
外部環境	**機会（Opportunity）** **・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よる首都圏や東北からの時間的距離の短縮 ・北陸新幹線敦賀延伸開業による関西圏や中京圏からの時間的距離の短縮 ・円安等による旺盛なインバウンド需要 ・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 ・生成 AI 等デジタル技術の進化による業務効率化 ・北陸・飛騨・信州３つ星街道観光協議会をはじめ、北陸新幹線沿線都市、交流都市協定締結都市等とのネットワーク ・欧米有力旅行メディアでの露出	**脅威（Threat）** **・自地域にとって逆風となる要素は何か？** ・令和６年能登半島地震の影響による生産年齢人口の減少に伴う人手不足や質の低下、風評被害 ・北陸新幹線敦賀延伸開業による終着駅効果の消滅 ・物価高等による国内旅行需要の減少 ・オーバーツーリズム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 ・大阪・関西万博の開催、ジャングリアの開業など、都市間競争の激化

※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
歴史・伝統、文化の観光資源に親和性の高い欧米豪地域

〇選定の理由
観光庁のインバウンド消費動向調査（2024 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 6.9 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」という問いに「日本の歴史・伝統文化体験」と回答した割合が、全体の約２割に対し、スペインの 71.6%を筆頭に欧米豪各国では 6 割前後と、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。
なお、2024 年の本市の外国人延べ宿泊客数は、欧米豪で 48.9%とほぼ半数を占めており、これまでの成果が出てきていることから、「ほんものの日本」を体験したい中間層から富裕層を中心に、重点的な誘客を継続的に進めていく。

〇取組方針
・コロナ禍前から重点市場であるイタリア、フランス、スペインからの誘客をさらに促進するため、旅行博への出展やメディアを招聘したプロモーション等を実施
・アメリカでの金沢の認知度を高めるため、現地エージェントによる同国メディアに向けた富裕層誘客プロモーションを実施
・冬期の観光需要を底上げするため、豪州のスキー客が来訪する白馬エリアとの連携事業を実施

〇第２ターゲット層
首都圏、中京圏、関西圏の女性及び富裕層

〇選定の理由
2024 年に実施した金沢印象面接調査において、発地別では関東地方 47.9%、中部地方が 22.0%、関西地方が 18.5%と全体の約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。

また、同調査において、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や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から、女性及び富裕層の誘客を推進していく。 ・JR と連携し、中京圏での北陸三都市 PR イベントや関西でのプロモーションを展開 ・首都圏の旅行会社、メディアを対象にした観光セミナーや商談会等を開催 ・首都圏の富裕層を対象に金沢の食材や工芸品等を PR するイベントを開催 ・「ツーリズム EXPO ジャパン」に北陸・飛騨・信州３つ星街道の構成団体で合同出展し、広域観光の PR 及び金沢への誘客を促進 ・伝統文化への関心が高い女性を対象に広報媒体を活用した観光 PR を実施
○第３ターゲット層 台湾を中心とした東・東南アジア地域
○選定の理由 2024 年に兼六園を訪れた外国人入園者数約 53.3 万人のうち、27.3%が台湾から、42.9%が東・東南アジア諸国からの旅行者となっている。 また、地理的優位性等から、2024 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 87.1%が訪日リピーターであり、引き続き入り込みが見込める保持すべき市場であることから、継続的なプロモーションにより誘客を推進する。 ○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　與一氏の縁を礎として、台湾からの誘客を促進するため、食や文化を通じた交流事業や誘客プロモーションを展開 ・富裕層向け現地旅行会社へのセールスを実施 ・台湾誘客コーディネーターを配置

（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	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。 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。

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。	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
	年３回程度の理事会や同１回の総会のほか、行政や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 としての取組みの方向性や具体的な方策についての検討、情報の共有を図っている。
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	観光公式サイト内に、事業者自らが造成した体験プラン、現地ツアー等のコト商品の専用ページを制作し、ログデータの分析結果等をフィードバックしている。 また、事業者同士の交流も兼ねて、体験型観光研修（体験施設視察ツアー）やセミナーを開催し、プラン等の磨き上げと参画事業者の拡大を図っている。
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	前述のとおり、事業者自らが造成した体験プラン等も含め、観光公式サイトで情報を一元化し、多言語（日・英・仏・西・伊・中（繁・簡）・韓・タイ）で発信している。 また、SNS に関しては、ターゲット等に応じてコンテンツ制作や発信を外部専門家に依頼するなど、幅広い層に訴求するよう工夫している。

※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

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
●旅行消費額（百万円）	目標	85,254	95,457	101,167	107,644	－	－
		(9,383)	(17,338)	(20,768)	(24,876)	(－)	(－)
	実績	70,882	105,249	146,426			
		(1,618)	(18,658)	(34,752)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	3,163	3,477	3,618	3,777	－	－
		(344)	(613)	(709)	(821)	(－)	(－)
	実績	2,640	3,352	4,236			
		(67)	(569)	(840)			
●来訪者満足度（%）	目標	95.0以上	95.0以上維持	95.0以上維持	95.0以上維持	－	－
		95.0以上維持	95.0以上維持	95.0以上維持	95.0以上維持	(－)	(－)
	実績	95.3	96.9	93.6			
		(－)	(97.1)	(98.2)			
●リピーター率（%）	目標	60.0以上	60.0以上	60.0以上	60.0以上	60.0以上	60.0以上
		(11.0以上)	(11.0以上)	(11.0以上)	(11.0以上)	(11.0以上)	(11.0以上)
	実績	56.6	58.6	62.7			
		(－)	(5.3)	(8.3)			

※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】

行政や事業者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、同じ目標値とした

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

なお、2026 年度以降の目標値については、現計画終期が 2025 年度であることことから、本計画に直接関連する項目は目標設定せず
（次期計画の項目・目標値を採用予定）

【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、暫定値であった目標値が確定値となったため、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
・コロナ禍で落ち込んだ日本人宿泊者数は、2022 年に 2019 年の水準に戻し、外国人宿泊者数は、2023 年に 2019 年の水準に戻し、その後は 2017 年～2019 年の平均伸び率を乗じて設定

●来訪者満足度
・金沢印象面接調査により、「とても満足」「満足」と回答した割合としており、令和５年度には高い目標値を達成していることから、令和６年度以降はその水準を維持するよう設定

●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よう設定
・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、日本人と同様に 2020 年度の目標値を維持するよう設定

（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
●住民満足度（%）	目標	70.0 以上	70.0 以上	70.0 以上	70.0 以上	－	－
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	70.7	65.1	65.9			
		(－)	(－)	(－)			
●金沢地域の入込客数（千人）	目標	9,810	10,772	10,891	11,011	－	－
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	8,638	10,570	10,981			
		(－)	(－)	(－)			

※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】
行政や事業者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、同じ目標値とした
なお、2026 年度以降の目標値については、現計画終期が 2025 年度であることから、本計画に直接関連する項目は目標設定せず
（次期計画の項目・目標値を採用予定）

【設定にあたっての考え方】
●住民満足度
・2021 年度及び 2022 年度実績（71.1%、70.7%）は、コロナ禍で観光客が少ない中での数値であり、比較的満足度が高い傾向にあると考えられるため、この水準を維持するよう設定

●金沢地域の年間入込客数
・コロナ禍で落ち込んだ日本人入込客数は、2022 年に 2019 年の水準に戻し、外国人入込客数は、2023 年に 2019 年の水準に戻し、その後は 2017 年～2019 年の平均伸び率を乗じて設定

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。

様式１

※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	381,318,520	【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】 4,805,000 円 【雑収入】 9,858 円
2023（Ｒ５）年度	292,370,168	【国県市からの補助金】 82,395,052 円 【収益事業収入等】 205,215,160 円 【会費】 4,745,000 円 【雑収入】 14,956 円
2024（Ｒ６）年度	285,694,299	【国県市からの補助金】 85,371,582 円 【収益事業収入等】 195,397,713 円 【会費】 4,865,000 円 【雑収入】 60,004 円
2025（Ｒ７）年度	227,448,000	【国県市からの補助金】 49,815,000 円 【収益事業収入等】 172,813,000 円 【会費】 4,800,000 円 【雑収入】 20,000 円
2026（Ｒ８）年度	227,448,000	【国県市からの補助金】 49,815,000 円 【収益事業収入等】 172,813,000 円 【会費】 4,800,000 円 【雑収入】 20,000 円
2027（Ｒ９）年度	227,448,000	【国県市からの補助金】 49,815,000 円 【収益事業収入等】 172,813,000 円 【会費】 4,800,000 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）
2022（Ｒ４）年度	358,818,719	【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	300,558,533	【一般管理費】 11,923,411 円 【受託事業費】 171,191,564 円 【旅行商品費】 57,101,604 円 【補助金等事業費】 44,518,429 円 【その他事業費】 15,823,525 円
2024（Ｒ６）年度	288,586,406	【一般管理費】 11,652,389 円 【受託事業費】 178,664,582 円 【旅行商品費】 49,208,722 円 【補助金等事業費】 46,179,805 円 【その他事業費】 2,880,908 円
2025（Ｒ７）年度	227,448,000	【一般管理費】 11,275,000 円 【受託事業費】 177,973,000 円 【旅行商品費】 35,000,000 円 【その他事業費】 3,200,000 円

2026（Ｒ８） 年度	227,448,000	【一般管理費】 【受託事業費】 【旅行商品費】 【その他事業費】	11,275,000 円 177,973,000 円 35,000,000 円 3,200,000 円
2027（Ｒ９） 年度	227,448,000	【一般管理費】 【受託事業費】 【旅行商品費】 【その他事業費】	11,275,000 円 177,973,000 円 35,000,000 円 3,200,000 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

・旅行商品造成につながる商談会やガイド研修、観光セミナーの開催など、会員サービスの一層の充実を図ることで、会費収入の増加を目指す
・宿泊データマーケティングプラットフォーム「金沢観光データ分析システム」の将来的な収益化を検討
・「かなざわ自由時間」のさらなる周知やコンテンツ開発支援等を行い、当該登録料収入の増加を図る
・食事チケット「金沢美味」の売上及び参画事業者の増加を図る
・金沢市と定期的に受託事業の進捗状況報告等を行うほか、予算編成時期に先立ち、組織体制の強化や各種施策について意見交換や事業提案を行い、補助金や受託料を確保

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の（公社）石川県観光連盟とは、同連盟が主催する理事会（年３回）及び金沢地域部会（年２回）に参加し、取組みに対する意見交換や各種調整を行っている。

【区域が重複する背景】

同連盟は石川県全域を区域とするため

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

広域での取組みは主として同連盟が行い、特に能登地区及び加賀地区については、市町や関係団体も多いことから、連携・調整を主導している。同連盟が金沢市内を対象に実施する取組みについては、必要に応じて連携・調整を図り、地元事業者の連絡調整窓口を当協会に、官公庁や県外事業者の調整を同連盟が行うなど、役割分担や棲み分けに留意している。

【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】

選択と集中によって、限られた予算や人員を重点的に配分し、効率的に活動できるほか、責任の所在が明確になり、責任ある観光まちづくりを推進できる。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	若林　達也
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　金沢駅構内
電話番号（直通）	076-232-5555
ＦＡＸ番号	076-232-1170
Ｅ－ｍａｉｌ	wakabayashi@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	塩本　祥之
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	shiomoto@city.kanazawa.lg.jp

（登録）【地域DMO】（一般社団法人金沢市観光協会）

様式２

記入日：　令和７年７月30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】 桑原　秀忠
【マーケティング責任者（CMO）】深谷　圭美
【財務責任者（CFO）】 若林　達也
【職員数】 ７人（常勤３人（正職員１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35百万円、受託事業159百万円（R6年度決算）
【総支出】 事業費277百万円、一般管理費12百万円（R6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、
協同組合兼六園観光協会、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		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	85,254（9,383）	95,457（17,338）	101,167（20,768）	107,644（24,876）	－（－）	－（－）
	実績	70,882（1,618）	105,249（18,658）	146,426（34,752）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	3,163（344）	3,477（613）	3,618（709）	3,777（821）	－（－）	－（－）
	実績	2,640（67）	3,352（569）	4,236（840）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	95.0以上（95.0以上維持）	95.0以上維持（95.0以上維持）	95.0以上維持（95.0以上維持）	95.0以上維持（95.0以上維持）	－（－）	－（－）
	実績	95.3（－）	96.9（97.1）	93.6（98.2）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	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）	60.0以上（11.0以上）
	実績	56.6（－）	58.6（5.3）	62.7（8.3）	—	—	—

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、中京圏、関西圏の女性及び富裕層

【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

【情報発信・プロモーション】
・国内外プロモーションの実施
・メディア、旅行会社等を対象とした観光セミナーの開催
・情報を一元化した観光公式サイトの管理運営

【受入環境整備】
・旅のマナーを啓発するツールの作成
・通訳ガイド研修や地域通訳案内士養成講座の開催
・多言語版観光公式サイトの充実

【その他】
・金沢観光データ分析システムの運用
・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