



金沢市持続可能な観光振興推進計画 2021

Kanazawa City Sustainable Tourism Promotion Plan 2021

はじめに

金沢市民が待ち望んだ北陸新幹線金沢開業以後、それまで以上に多くの旅行者が金沢を訪れるようになりました。これは、藩政期の面影を色濃く残すまちなみや市民生活の中に息づく伝統文化等、我々の先人たちが長い年月の中で受け継ぎ、磨き上げてきた金沢の個性や魅力を、新幹線開業を契機に、広く国内外の皆様に理解していただけた証左であると思っています。まちなかに活気や賑わいがもたらされるとともに、旅行者の視点を意識することで市民が金沢の魅力を再発見・再認識するといった多くのプラス効果が生じた一方で、一部の地域では旅行者が集中したことで、交通混雑やごみのポイ捨て等、住民の生活にマイナスの影響がみられる状況になりました。

こうした状況の中で、2016年3月に策定した「金沢市観光戦略プラン2016」の終了年度を迎えた今後の本市観光施策の方向を示すマスタープランとなる「金沢市持続可能な観光振興推進計画2021」策定に着手しようとする矢先に、新型コロナウイルスの世界的な感染拡大が起きました。それまで順調に増加していた外国人旅行者の姿がまちから消え、多くの観光事業者が深刻な影響を受けることとなりました。コロナ禍が収束し、旅行者が戻ってくる時期が予測できない状況下で、本市の観光のめざす姿やそれを実現するためのロードマップを描くことは、大変難しい作業となりましたが、そのような時期であるからこそ、アフターコロナを見据え、多様な関係者の皆様と、金沢のまちにとっての観光の意義や取り組むべき課題について議論できたことは、大変意義のあることであったと思っています。

観光は、農業、水産業、飲食、小売り、交通等その裾野は広く、地域経済全体に波及効果を及ぼすことに止まらず、金沢固有の歴史、伝統・文化の魅力向上や活用、そこに暮らす市民の誇りの醸成にもつながります。市民、観光事業者、観光マネジメントを担う金沢DMO、そして行政が協働して、本計画を推進する取組を進めて行くことを通して、旅行者の満足度だけでなく、まちの魅力や市民の幸福度の向上につながる、市民生活と調和した、持続可能な観光振興を図ってまいります。

結びに、本計画の策定にあたり、熱心なご議論をいただき、様々なご提案をいただいた金沢市持続可能な観光振興推進会議委員の方々をはじめ、貴重なご意見やアイデアをいただいた市民や観光関連団体の皆様に対し、厚くお礼を申し上げますとともに、計画の推進に、引き続きお力添えを賜りますようお願い申し上げます。

令和3年3月

金沢市長 山野之義

目次

1 章 金沢市持続可能な観光振興推進計画 2021 の策定について	1
2 章 金沢市の観光の現状	2
1. 金沢の観光に関する現状	2
2. 金沢を取り巻く環境の変化	10
3. 金沢市観光戦略プラン 2016 の成果と課題	15
4. 観光関係者との意見交換	19
5. 市民生活と観光	21
6. 求められる動き	23
3 章 基本的な考え方	25
1. 金沢の観光がめざす姿	25
2. 本計画における各主体の役割	27
3. 戦略テーマ	28
4 章 数値目標	29
1. 数値目標の考え方	29
2. 数値目標の設定	32
5 章 基本戦略と施策の推進	34
1. 基本戦略	34
2. 計画推進の視点	50
参考資料	51

1章 金沢市持続可能な観光振興推進計画 2021 の策定について

（1）計画策定の目的と計画期間

金沢市では、『金沢市観光戦略プラン 2016』に基づき、北陸新幹線金沢開業（平成 27 年 3 月）以来、増加する訪日外国人旅行者の受入環境の整備や 2020 年東京オリンピック・パラリンピックに向けた海外誘客の推進等、様々な観光施策を展開してきました。その結果、国内外から多くの旅行者が訪れ、企業活動の活発化等により、まちなかが活気づく一方で、旅行者の集中による混雑や交通渋滞の発生等、市民生活への影響も生じていることから、市民生活と調和した観光まちづくりが求められています。

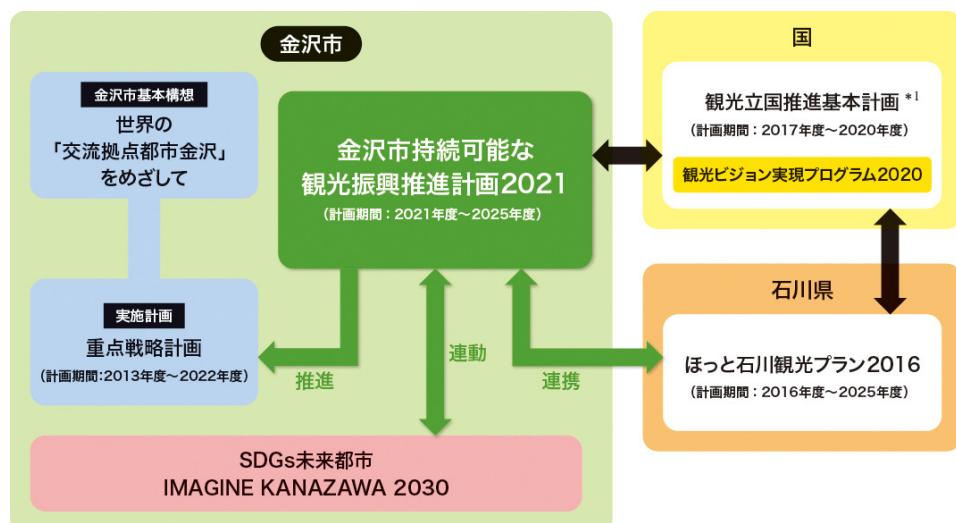
また、新型コロナウイルス感染症の影響により世界的に観光のあり方が変化し、今後、北陸新幹線敦賀延伸も控えていることから、本市を取り巻く環境や情勢は変わり続けると見込まれ、これまで以上に戦略的な施策を展開していく必要があります。

このため、令和 3 年度（2021 年度）から令和 7 年度（2025 年度）までの 5 年間に本市が取り組むべき観光戦略を策定し、市民生活と調和した持続可能な観光振興の推進を目的とします。なお、進捗状況を踏まえながら毎年検証を行い、より効果的な施策の実践に努めます。

（2）計画の位置付け

本計画は、国の「観光立国推進基本計画」^{*1}や石川県の「ほっと石川観光プラン 2016」との連携、整合性を図るとともに、金沢市の基本構想である『世界の「交流拠点都市金沢」をめざして』（平成 25 年（2013 年）3 月策定）を実現するため、実施すべき施策を実施計画としてとりまとめた上位計画「世界の交流拠点都市金沢 重点戦略計画」（平成 25 年度（2013 年度）～令和 4 年度（2022 年度）の 10 カ年計画）を推進するためのプランとして位置づけ、第 2 次金沢交通戦略やまちづくり関連の計画、市民や事業者の取組等との整合性を図ります。

また、市民生活と調和した持続可能な観光の実現にあたり、SDGs の考え方に基づいて取組を進めていく必要があります。そのため、本市における SDGs 未来都市の動きと連動させながら、金沢の観光のあるべき姿を構築していきます。



1 令和 3 年 3 月時点では、観光立国推進基本計画は更新されていない。

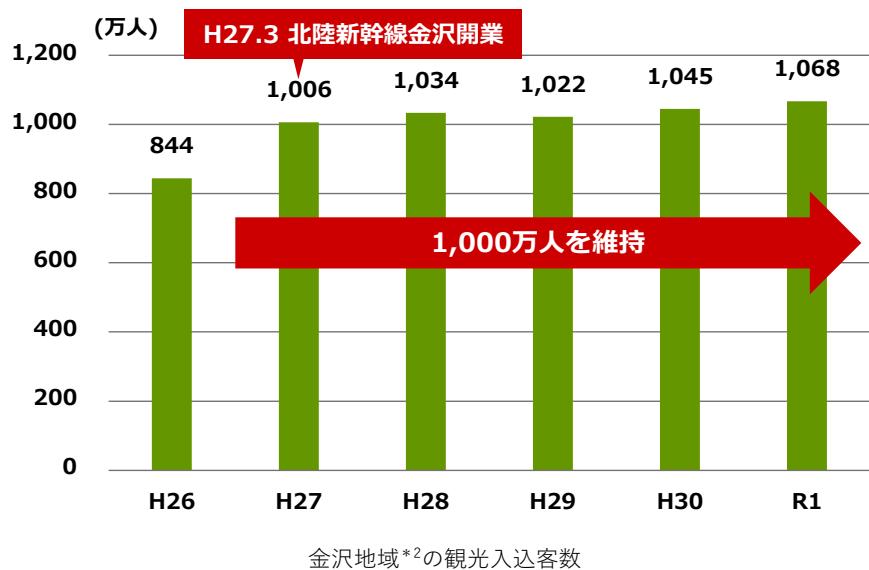
2章 金沢市の観光の現状

1. 金沢の観光に関する現状

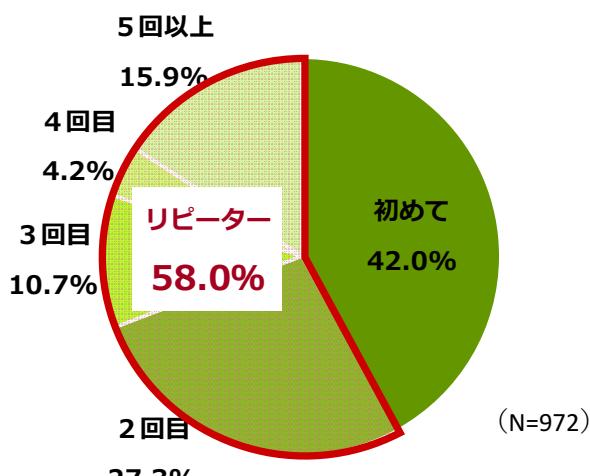
(1) 金沢を訪れる旅行者の特徴

① 観光入込客数と再来訪回数

令和元年の金沢地域²の観光入込客数は1,068万人となっています。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おり、北陸新幹線金沢開業の効果が持続していると考えられます。また、令和2年の日本人の金沢への再来訪回数（リピート率）は58.0%となっています。



出典：「統計からみた石川県の観光」（石川県）



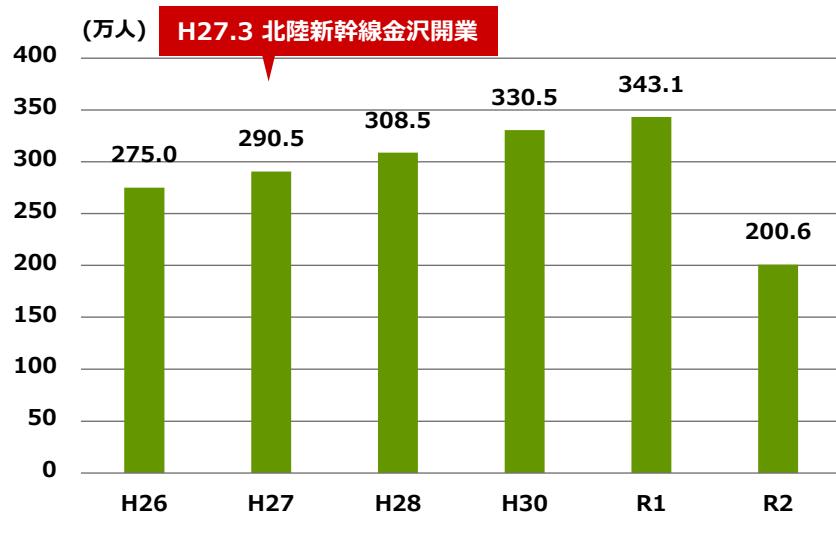
出典：金沢市観光調査結果報告書「金沢印象面接調査」（令和2年）

2 金沢地域にはかほく市、白山市の一一部、野々市市、津幡町、内灘町を含む

②宿泊者数の動向

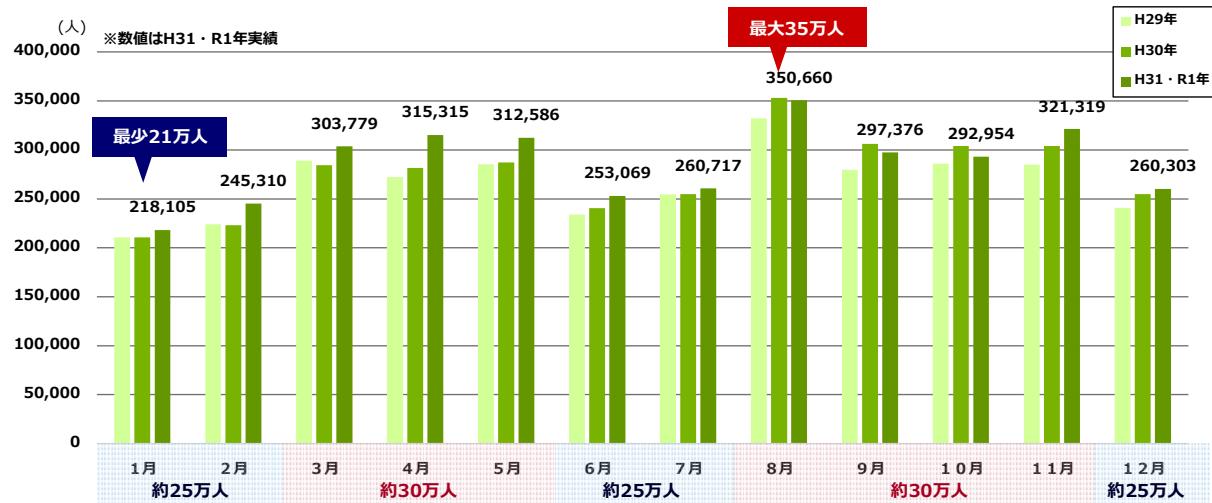
金沢市内の宿泊者数は年々増加傾向にあり、令和元年には343.1万人となりましたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年は200.6万人となっています。

旅行者の多い時期をみると、春（3～5月）と秋（8～11月）であり、冬（12～2月）と夏休み前（6～7月）は来訪者がやや少ない状況です。



金沢市内の宿泊者数

出典：金沢市観光調査結果報告書「金沢市内宿泊施設動向調査」

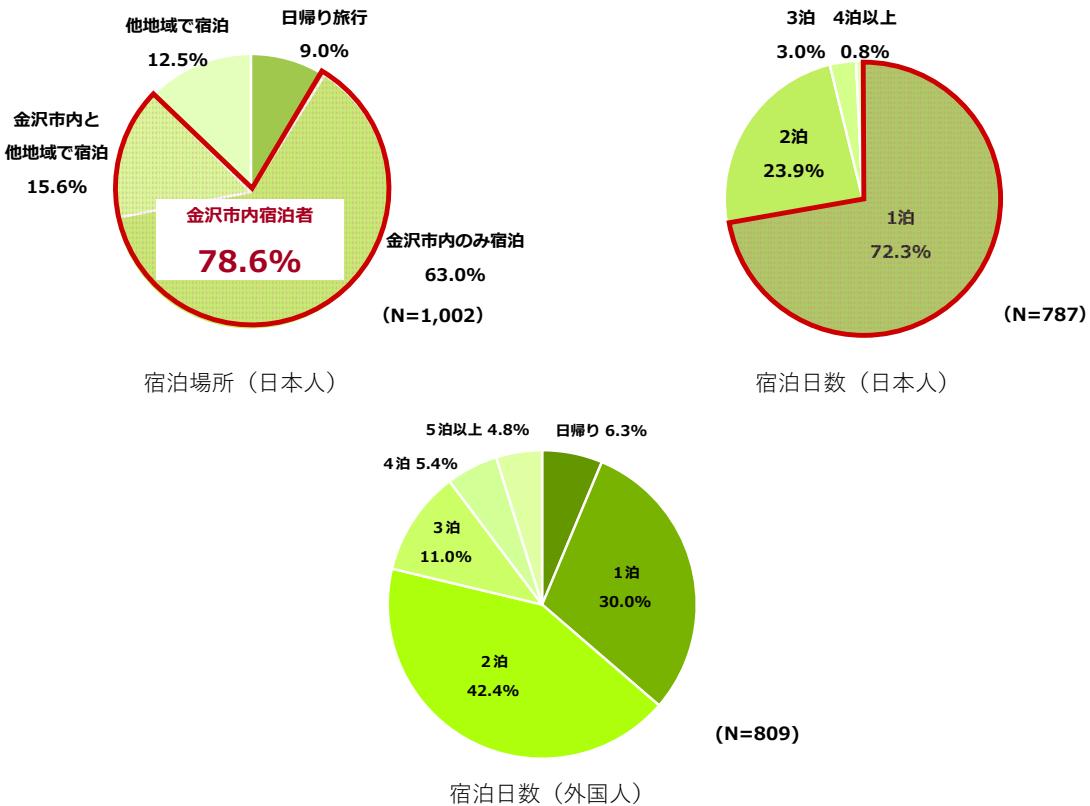


金沢市内の宿泊者数 月ごとの推移（平成29年～令和元年）

出典：金沢市観光調査結果報告書「金沢市内宿泊施設動向調査」

③宿泊日数

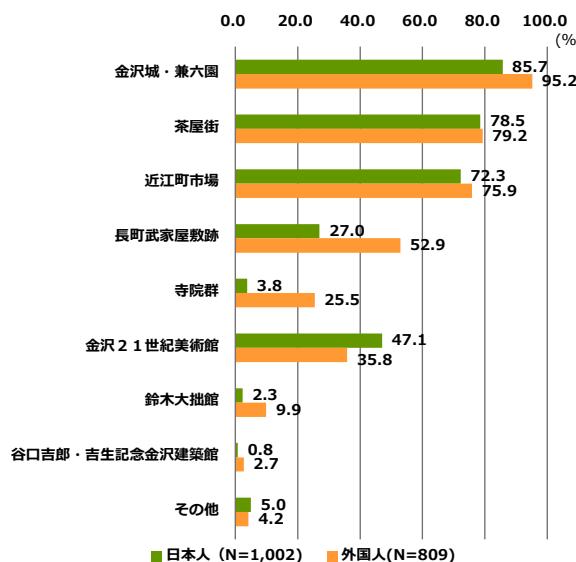
日本人旅行者の8割が市内で宿泊していますが、そのうち「1泊」が7割を占めています。外国人旅行者は約4割が「2泊」、3割が「1泊」の滞在となっています。



出典：金沢市観光調査結果報告書「金沢印象面接調査」（平成31年・令和元年）

④主要観光地での滞在状況

旅行者は近江町市場、兼六園、金沢21世紀美術館、ひがし茶屋街に集中しています。外国人旅行者に関しては長町武家屋敷跡や寺院群にも多く訪れています。

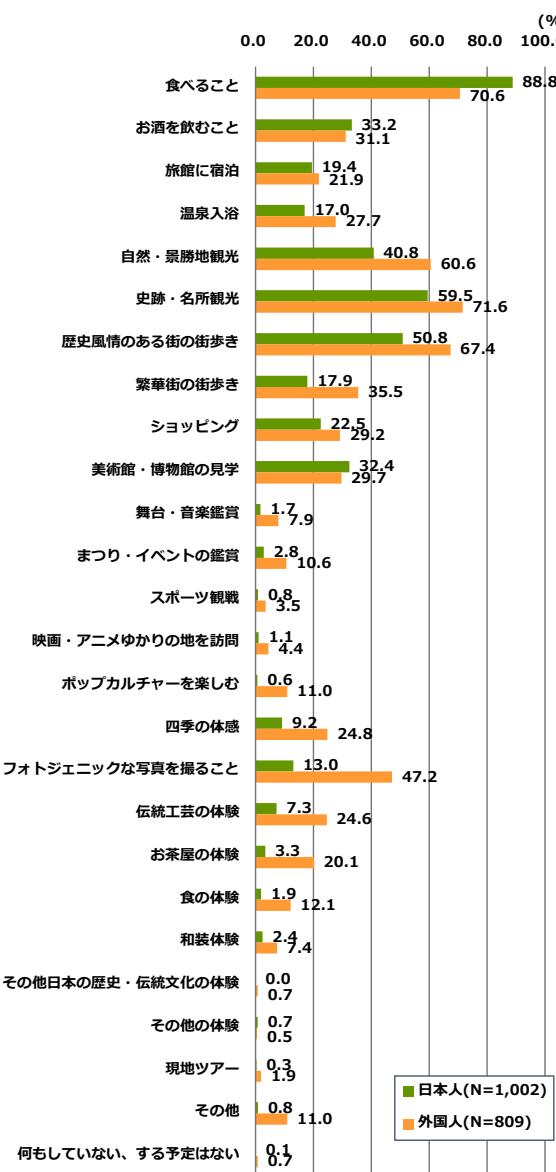


主要観光地での滞在状況

出典：金沢市観光調査結果報告書「金沢印象面接調査」（平成31年・令和元年）

⑤ 金沢に期待していること

日本人旅行者・外国人旅行者とともに、「食べること」や「史跡・名所観光」への期待度が高く、金沢の「食」、「歴史・文化」、「景観」への注目度が高いといえます。一方で、旅行者自身が金沢の伝統文化等に触れられる各種「体験」については「食」、「歴史・文化」、「景観」と比較すると期待度が低く、観光消費額の向上のためには、体験コンテンツの期待度を高めていく必要があります。



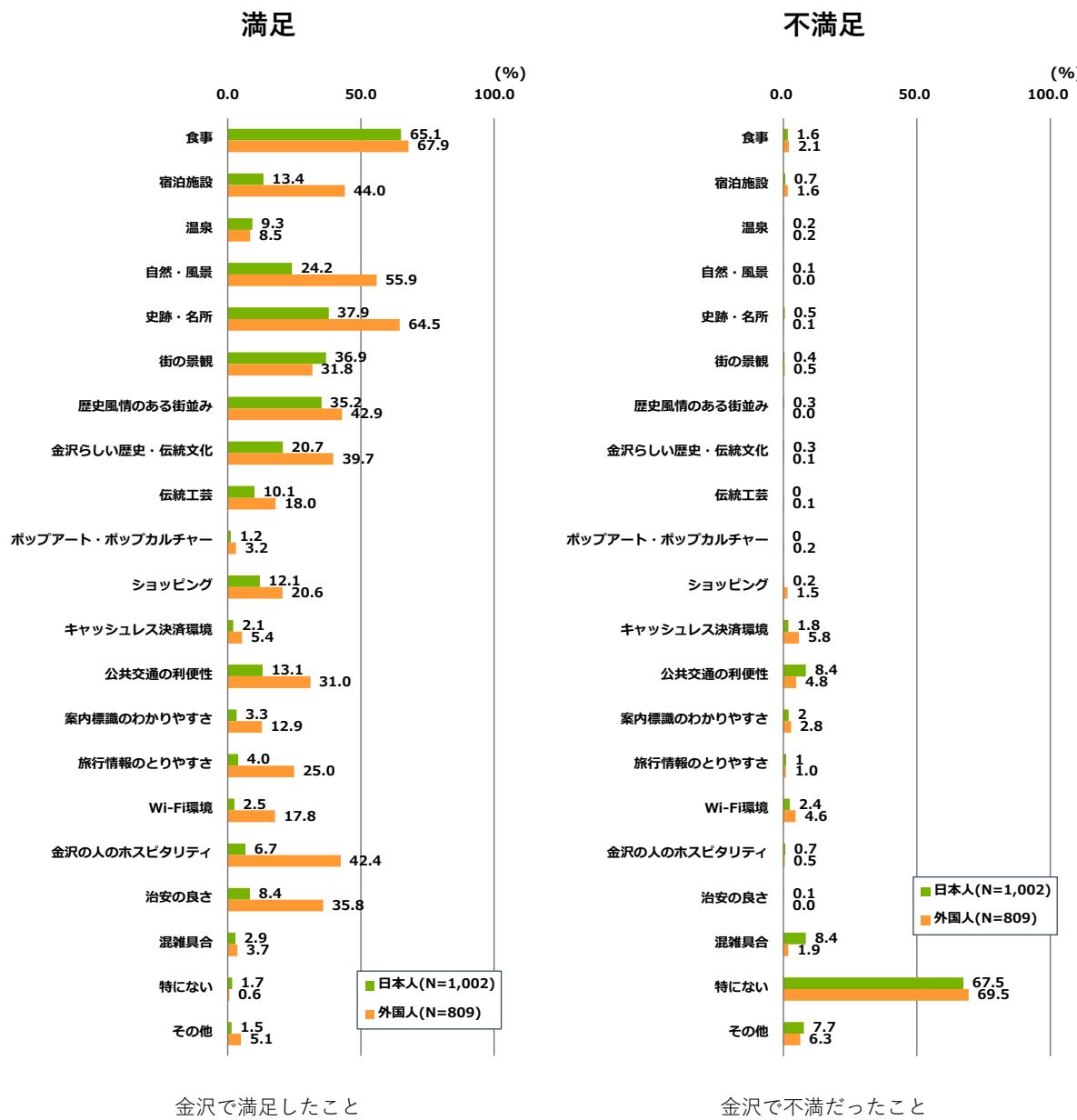
金沢に期待していること

出典：金沢市観光調査結果報告書「金沢印象面接調査」（平成31年・令和元年）

⑥ 金沢で満足したこと

日本人旅行者・外国人旅行者ともに「食事」に対する満足度が非常に高いです。また、外国人旅行者に関しては、「自然・風景」「史跡・名所」に関しても回答者の半数以上が満足しています。

一方で、日本人旅行者は「公共交通の利便性」と「混雑具合」、外国人旅行者は「キャッシュレス決済環境」「公共交通の利便性」「Wi-Fi環境」が不満足であると回答しています。



金沢で満足したこと

金沢で不満だったこと

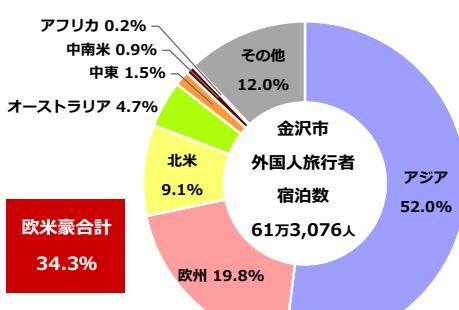
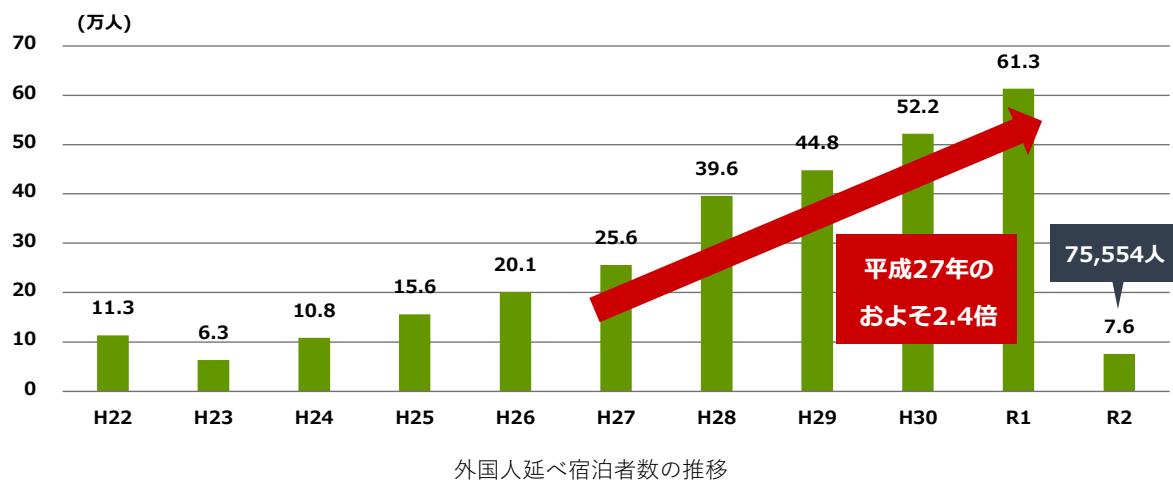
出典：金沢市観光調査結果報告書「金沢印象面接調査」（平成31年・令和元年）

(2) 金沢を訪れる外国人旅行者の特徴

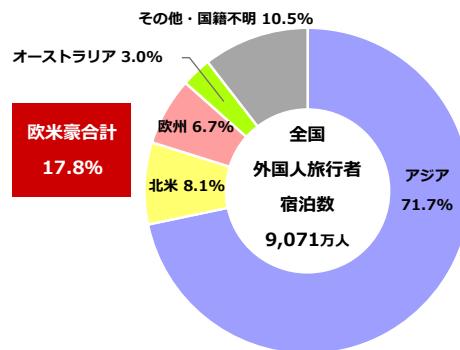
① 金沢を訪れる外国人旅行者の傾向

令和元年の外国人延べ宿泊者数は 61.3 万人で、平成 27 年（25.6 万人）のおよそ 2.4 倍に増加しました。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和 2 年の外国人延べ宿泊者数は 75,554 人と大きく落ち込んでいます。

令和元年に訪れた外国人宿泊者の国・地域の傾向をみると、日本全体の傾向と比べて欧米豪の割合が高いといえます。



金沢の外国人旅行者宿泊数の出身国・地域 (R1)



日本全体の外国人旅行者宿泊数の出身国・地域 (R1)

出典：金沢市観光調査結果報告書「金沢市内宿泊施設動向調査」（平成 31 年・令和元年）

宿泊旅行統計調査（観光庁）※従業員数 10 人以上の施設に対する調査

② 外国人旅行者の市内観光消費額

金沢市内における外国人旅行者の1人あたりの観光消費単価は約2.4万円となっています。内訳をみると、宿泊と飲食が消費の中心であり、買物や娯楽・サービスの消費額が低いといえます。

	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽・サービス費	買物代	その他	合計
全体	10,229	6,893	1,507	1,537	3,548	538	24,252
アジア	11,156	7,332	2,417	1,409	5,051	632	27,996
台湾	6,234	5,289	2,527	1,087	4,549	1,255	20,942
香港	8,038	6,895	1,069	990	3,915	882	21,790
中国	19,024	12,141	4,794	2,573	9,822	0	48,354
シンガポール	13,314	3,550	1,617	863	1,485	36	20,865
ヨーロッパ	7,098	6,087	599	1,603	2,971	742	19,100
イギリス	9,073	6,460	1,177	5,234	5,054	0	26,997
フランス	7,537	4,451	679	1,317	1,564	0	15,548
ドイツ	9,932	5,079	604	1,022	1,073	2,481	20,190
スペイン	6,882	4,649	640	483	388	1,043	14,085
イタリア	4,404	5,963	288	747	12,802	0	24,204
北米	18,262	8,626	3,258	2,441	4,327	191	37,104
アメリカ	19,986	8,785	3,653	2,737	4,720	216	40,098
オーストラリア	14,729	9,828	1,322	1,045	2,427	0	29,350
その他	7,830	4,615	905	800	889	0	15,037

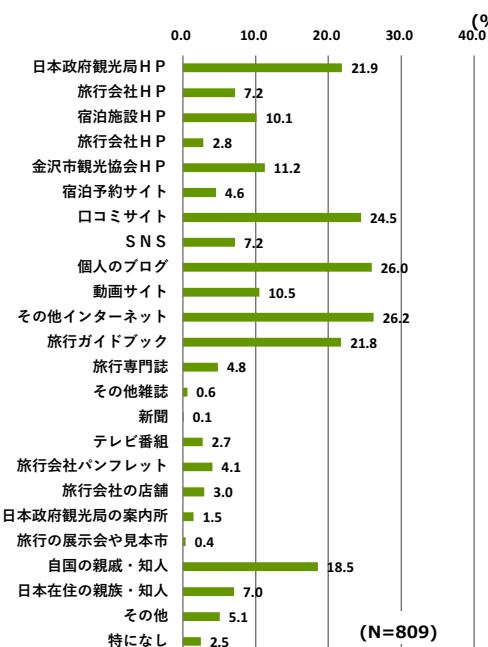
外国人旅行者の市内観光消費額

出典：金沢市観光調査結果報告書「金沢印象面接調査（外国人）」（平成31年・令和元年）

③ 金沢に関する情報の収集手段

旅行前における金沢に関する情報収集手段は、「その他インターネット」「個人のブログ」「口コミサイト」等、主にインターネットが用いられています。また、「口コミサイト」「自国の親戚・知人」といった口コミを情報収集手段とする方も多くみられます。

なお、金沢市観光公式サイトである「金沢市観光協会HP」を情報収集手段とする方は1割程度に留まっています。



金沢に関する情報の収集手段

出典：金沢市観光調査結果報告書「金沢印象面接調査（外国人）」（平成31年・令和元年）

(3) 市内の環境変化

① 北陸新幹線金沢開業後の経済効果

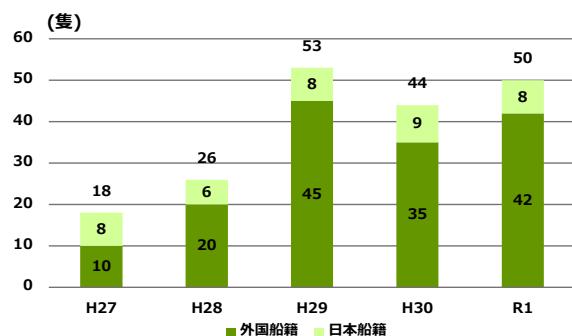
北陸新幹線金沢開業後、旅行者の増加に伴い、宿泊業や飲食業において業績が向上しました。また、企業の支店・営業所の増加、オフィスの空室率低下、商業地の地価上昇等が見られました。

宿泊施設も大幅に増加しています。金沢市内の宿泊施設の客室数は平成27年12月末でおよそ9,800室だったのに対し、令和2年12月末の時点でおよそ12,600室と28.6%増加しました。また、ラグジュアリーホテルや民泊等、施設の多様化が進んでいます。

一方で、宿泊施設の増加や企業進出の加速化に伴い、宿泊業等、観光事業における人材の確保が課題となっています。

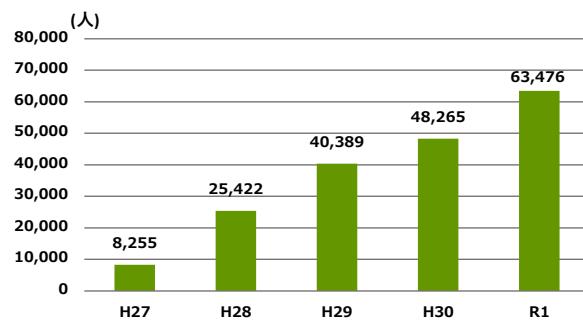
② クルーズ旅行の動向

金沢港において、クルーズ船の寄港が平成29年以降大きく増加し、特に外国船籍のクルーズ船の増加がみられます。乗客数も年々増加し、令和元年には過去最高の63,476人となりました。



クルーズ船の金沢港寄港数

出典：一般社団法人金沢港振興協会「金沢港客船寄港実績」

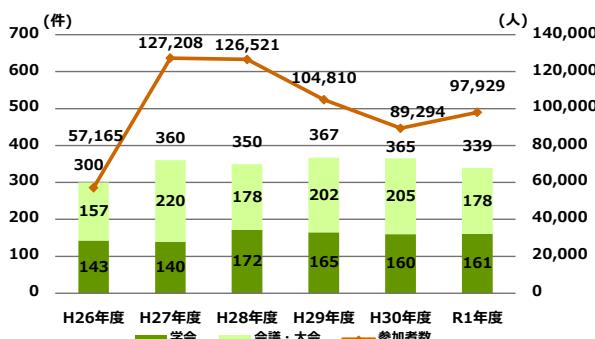


クルーズ船の乗客数

出典：石川県

③ MICE^{*3}の動向

北陸新幹線開業後、MICE開催件数と参加者数が大幅に増加しました。開催件数は350件前後、参加者数は10万人前後で推移しています。



金沢地区[※]のコンベンション件数と参加者数の推移

出典：(公財) 金沢コンベンションピューロー

※金沢地区には野々市市・内灘町を含む

³ Meeting (会議・研修・セミナー) Incentive tour (報奨・招待旅行)、Convention または Conference (大会・学会・国際会議)、Exhibition (展示会) の頭文字をとった造語。

2. 金沢を取り巻く環境の変化

(1) 日本への注目と国別観光に関する取り組み方針

世界的に国際旅行者数は増加傾向となっており、令和元年の世界全体の国際旅行者数は14.6億人と過去最大となりました。しかし、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う旅行規制と需要の大幅な減少により、令和2年（2020年）は前年比74%減（約10億人減）となり、国際観光収入もおよそ1.3兆米ドル（およそ136兆円）損失したといわれています。UNWTO（国連世界観光機関）の調査によると、国際旅行者数が新型コロナウイルス感染症拡大前の令和元年の水準に戻るのは令和5から6年ごろと見通しを立てている観光の専門家が多く、数年かかるものの、国際旅行者数は回復すると見込まれています。

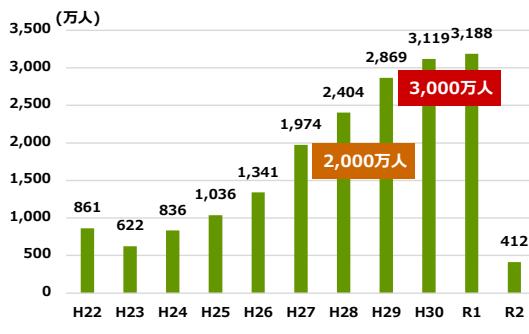
日本を訪れる外国人旅行者数も平成23年（2011年）以降増加傾向にあり、平成28年には2,000万人、平成30年には3,000万人を突破しました。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響で令和2年（2020年）は大きく落ち込みました。国では、新型コロナウイルス感染症の収束を見据えつつ、令和12年（2030年）に訪日外国人旅行者数を6,000万人、訪日外国人観光消費額を15兆円にすることを目標に、官民を挙げて「観光先進国」の実現をめざすこととしています。

また、全国的に人口減少が進んでおり、金沢市も2010年に約46万人だった人口が、2040年に約41万7千人に減少すると推計されています⁴。定住人口の減少に伴う地域経済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ます。



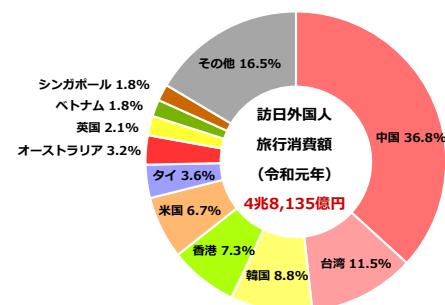
出典：UNWTO：「International Tourism Highlights2020」（2000年～2019年データ）

「世界観光指標（World Tourism Barometer）2021年1月号について」



訪日外国人旅行者数の推移

出典：日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」



訪日外国人旅行消費額（令和元年）

出典：訪日外国人消費動向調査（観光庁）

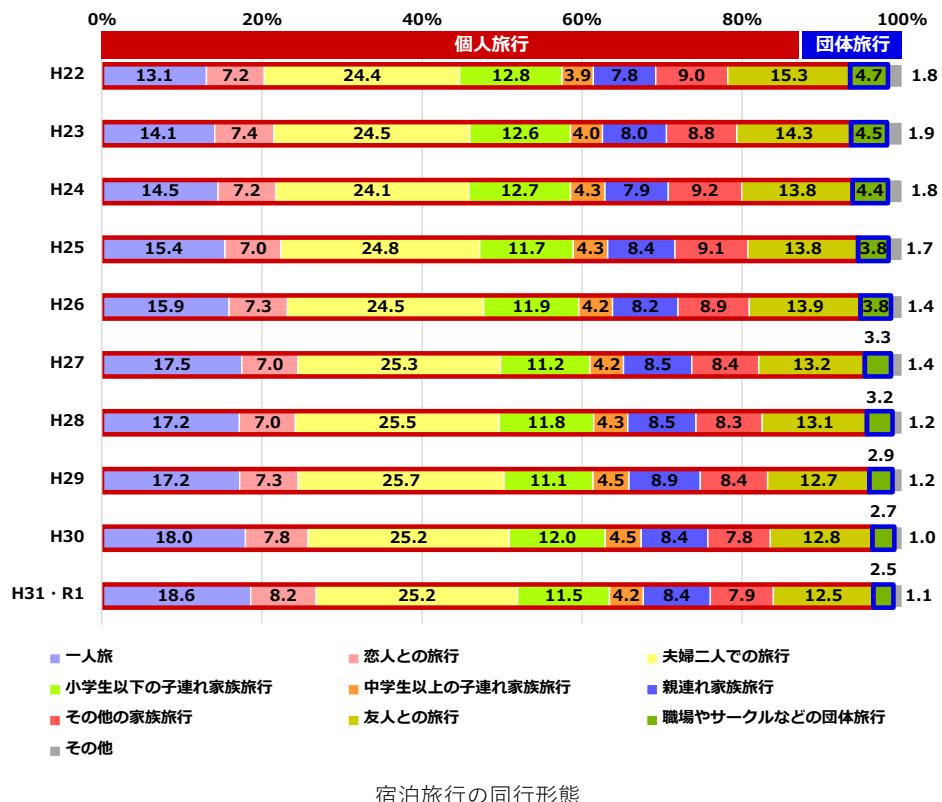
4 金沢市人口ビジョン（改訂版）より

(2) 旅行スタイルの変化

① 旅行スタイルの変化とニーズの多様化

国内旅行は個人旅行が主流となっており、ニーズが多様化してきています。新型コロナウイルス感染症の影響により、個人で地元を旅行することで魅力を再確認する「マイクロツーリズム」が広まりました。また、テレワーク等で働きながら休暇を取る「ワーケーション」の需要も高まっています。

観光消費においても、物に価値を置く「モノ消費」から体験に価値を置く「コト消費」、さらに体験する意図を大切にする「イミ消費」に消費のあり方が変化してきています。



※単一回答 (ベース: 1人あたり最大3回までの旅行件数) ※出張・帰省・修学旅行等による宿泊旅行は含まない。

出典: じゃらん宿泊旅行調査 2020

(%)

性・年代別		H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	H31・R1
20~34歳	男性	20.9	23.3	23.2	26.1	26.9	28.8	29.1	26.8	27.4	29.8
	女性	10.0	10.7	10.2	11.6	12.6	14.3	12.6	13.9	14.4	13.7
35~49歳	男性	18.4	18.5	20.9	21.9	23.0	24.8	24.2	26.2	24.5	26.4
	女性	9.4	8.2	8.0	9.7	10.1	11.7	11.3	10.7	12.1	12.7
50~79歳	男性	14.1	17.4	16.9	17.7	18.3	19.2	20.1	20.7	22.1	21.2
	女性	9.8	9.9	11.3	11.0	10.4	12.3	11.4	10.6	11.9	12.5

「一人旅」構成比の推移

※単一回答 (ベース: 1人あたり最大3回までの旅行件数) ※出張・帰省・修学旅行等による宿泊旅行は含まない。

出典: じゃらん宿泊旅行調査 2020

② SDGs と責任ある観光（レスポンシブルツーリズム）

観光分野においても持続可能な開発目標(SDGs)の重要性が増しています。UNWTO では SDGs のビジョンに基づいて持続可能な観光を定義し、ガイドラインを定めてモニタリングしており、観光事業者は、SDGs に取り組むことが求められています。

また近年、旅行者が旅先の市民の暮らしを尊重し、その土地に根付いた歴史や文化に敬意を払う「責任ある観光（レスポンシブル・ツーリズム）」への注目も高まっています。UNWTO が「責任ある旅行者になるためのヒント」を発表しているほか、アメリカ・ハワイ州では旅行者向けに自然保護や環境保全に向けた啓蒙活動を行う取組が進められている等、地域の環境や市民の暮らしを旅行者とともに守り次世代へつなげていく、持続可能な観光まちづくりの取組が重視されています。

こうした中、金沢市では独自目標ともいえる「金沢 SDGs 『5つの方向性』」を掲げ、持続可能な金沢をパートナーシップで実現するプロジェクト「IMAGINE KANAZAWA 2030」にまち全体で取り組んでいます。観光分野においても事業者や市民と連携し、SDGs の達成に貢献する「SDGs ツーリズム」の推進を通じて、市民と観光客双方の「しあわせ」を実現することをめざしています。



責任ある旅行者になるためのヒント

出典：UNWTO



IMAGINE KANAZAWA 2030 ロゴマーク

③ 安心・安全な旅行

新型コロナウイルス感染症の影響により、旅行者が旅行先を選ぶうえで、安心・安全が重要な条件になっています。感染症対策や災害時の対応等、旅行者の安心・安全の確保に向けた対策が求められています。

金沢市では、災害発生時において旅行者が安心・安全に避難できる体制を整えることに加え、観光情報サイトでの避難情報の発信等に取り組んでいます。また、旅行者の病気や怪我に対応できるよう、宿泊施設向けに、応急手当を行う際のコミュニケーションの支援や応急手当の手順をガイドする「多言語対応金沢救急アプリ」を無償で提供しています。

感染症対策においては、各施設や観光事業者が対策を徹底することはもちろんのこと、金沢独自の「新金沢観光様式「安全・安心」取組宣言」により、金沢観光に携わる観光関連団体・事業者が力を合わせ、新型コロナウイルス感染症等から旅行者・住民・従業員の安全・安心を守る取組を進めています。

(3) デジタルを活用した観光マーケティング

個人旅行の主流化や旅行目的の多様化によって、旅行者は目的に合わせて PC やスマートフォン等のデジタルデバイスを活用して情報を収集することが当たり前となっており、公式サイトをはじめ、画像、動画、SNS 等を活用した積極的なプロモーションが求められています。また、新型コロナウイルス感染症の拡大を契機に、オンラインでの体験コンテンツの提供といった双方向型の交流機会が創出される等、単なる情報発信に留まらないデジタル活用の可能性が広がっています。

一方で、情報発信手法のデジタル化に伴い、ウェブサイトや SNS 等へのアクセス状況等、旅行者の行動データを収集・分析できるようになったことで、旅行者の嗜好や興味・関心を明らかにし、さらなる戦略的なマーケティングを行うことが求められています。

(4) 周辺自治体との連携

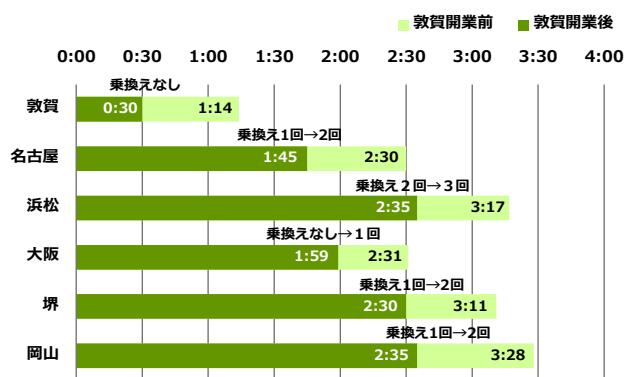
① 関係自治体間の連携体制強化

北陸新幹線金沢開業以前から、北陸新幹線の沿線都市の自治体と連携を図ってきたほか、高山市、松本市、南砺市、白川村と北陸・飛騨・信州 3 つ星街道協議会を設立し、広域観光ルートの開発・PR 等を行ってきました。

今後、旅行者の長期滞在による観光消費額の向上につなげていくためには、これまでの連携体制をより強固にするだけでなく、北陸新幹線敦賀延伸でつながる南加賀・福井県、自然豊かな里山・里海が魅力の能登方面等との連携体制も構築し、地域一体となって旅行者の受け入れを図っていくことが重要です。

② 北陸新幹線敦賀延伸

北陸新幹線敦賀延伸により、南加賀や福井県方面との連携の充実、メディア露出の増加が期待されています。一方で、関西・中京圏との直通特急が廃止となり、関西・中京方面からの旅行者において、心理的距離が増加することが懸念されています。



北陸新幹線敦賀延伸による時間短縮効果（金沢からの移動時間）

出典：【新幹線所要時間】収支採算性及び投資効果に関する詳細資料（国土交通省,平成 24 年）

※その他の必要時間は時刻表を参照、敦賀駅での乗り換え時間を 10 分と想定

※速達タイプの金沢～敦賀間の停車駅は福井のみと想定

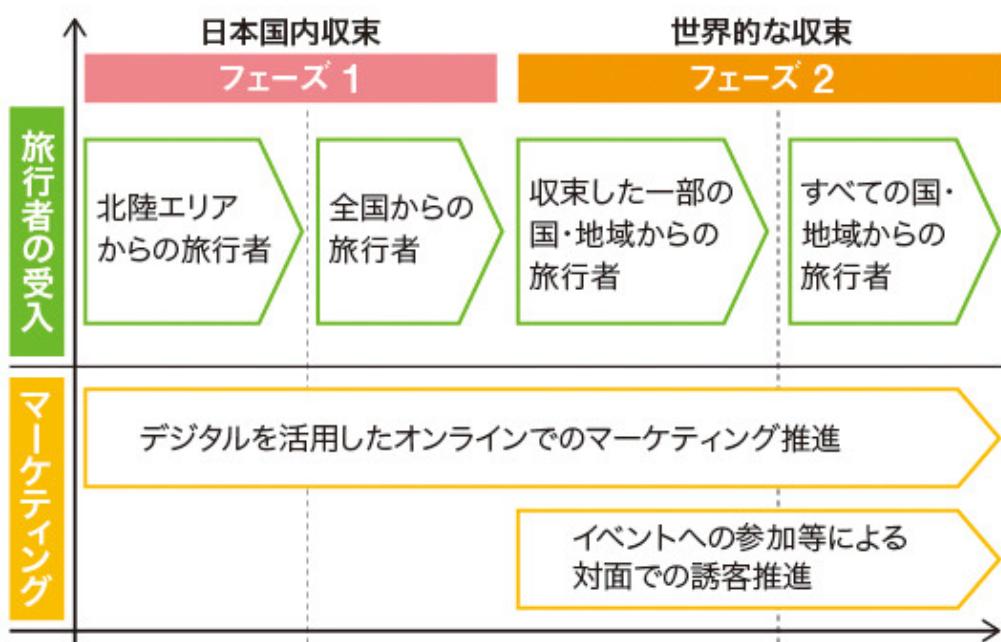
(5) 新型コロナウイルス感染症の影響

新型コロナウイルス感染症の拡大により、国境を超えた移動の制限等、世界的に旅行需要が激減しています。日本国内においても、感染拡大を防ぐために不要不急の外出を控えるようになったことで国内旅行需要も激減し、金沢市内の観光事業者等に大きな経済的ダメージをもたらしました。また工芸、芸能、食、アート等の文化活動も制限される等、金沢の魅力の1つでもある文化的活動も縮小を余儀なくされています。

金沢市と金沢市観光協会では、金沢の観光需要回復に向けて、感染症予防・拡大防止を徹底するのはもちろんのこと、金沢独自の「新金沢観光様式「安全・安心」取組宣言」により、金沢観光に携わる観光関連団体・事業者が力を合わせ、旅行者・住民・従業員の安全・安心を守るための取組を進めています。また、国では、観光需要喚起策として「GoTo トラベル」キャンペーンを実施しましたが、金沢市においても「五感にごちそう金沢宿泊キャンペーン」を実施し、国内旅行者の食・体験・宿泊をセットにしたプランへの誘客を図ることで、観光を軸とした地域経済の回復に努めています。

今後、少人数旅行の拡大や感染症対策の徹底等、旅行の形態が変わっていく一方で、人々の「ほんものに触れたい」「そこにしかないものを見たい」という旅行意欲や旅行先への憧れ等、旅行に求める本質は変わらないと考えられます。新しい旅行形態に対応しつつ、金沢の魅力を磨き続けて発信していくことで、「何度も訪れたい憧れのまち」として旅行者の認知度や来訪意欲を高めていくことが重要です。

また、金沢は北陸新幹線金沢開業からの5年間で、観光が地域に与える影響の大きさを知ることとなりました。新型コロナウイルス感染症により変化した状況の分析や課題を整理し、自然災害や感染症の発生等への対応について検討していきます。



新型コロナウイルス感染症の収束状況を踏まえたロードマップ

3. 金沢市観光戦略プラン2016の成果と課題

(1) 金沢市観光戦略プラン2016の数値目標達成状況

新型コロナウイルス感染症の影響で全国的に観光需要が冷え込んだことにより、数値目標の達成は難しいと考えられます。

参考値として、令和元年の実績をみると、「金沢地域の年間入り込み客数」「金沢市の年間宿泊客数」「金沢市の年間外国人宿泊客数」「金沢地域の観光消費額」「金沢旅行全般の満足度」は中間評価時よりも大きく増加しており、「金沢市観光戦略プラン2016」の施策の成果は表れています。

表 数値目標進捗状況

	令和2年 目標値 (A)	目標設定時 実績 (平成27年)	中間評価時 実績 (平成29年)	令和元年 実績 (B')	令和2年 実績 (B)	(A) - (B') *5
金沢地域の年間 入り込み客数	1,100万人	1,006万人	1,022万人	1,068万人	—*6	▲32万人
金沢市の年間 宿泊客数	370万人 (策定期320万人)	291万人	319万人	343万人	201万人	▲27万人
金沢市の年間 外国人宿泊客数	70万人 (策定期40万人)	25.6万人	44.8万人	61.3万人	7.6万人	▲8.7万人
金沢地域の 観光消費額	1,490億円	1,296億円	1,288億円	1,365億円	—*7	▲137億円
金沢旅行全般の 満足度 (とても満足)	50%以上	38.4%	46.9%	55.1%	49.4%	5.1%
金沢への 再来訪回数 (リピート率)	60%以上	55.4%	53.4%	51.3%	58.0%	▲8.7%

出典：

金沢地域の年間入り込み客数：「統計からみた石川県の観光」(石川県)

※金沢地域にはかほく市、白山市の一帯、野々市市、津幡町、内灘町を含む

年間宿泊客数：「金沢市観光調査結果報告書」(金沢市)

外国人宿泊客数：「金沢市観光調査結果報告書」(金沢市)

観光消費額：「統計からみた石川県の観光」(石川県)

※県全体の観光消費額に県内における金沢地域の入り込み客数の割合を乗じ推計

金沢旅行全般の満足度：「金沢市観光調査結果報告書」(金沢市)

金沢への再来訪回数：「金沢市観光調査結果報告書」(金沢市)

5 令和2年は新型コロナウイルス感染症の影響で旅行者数の大幅減となったため、令和元年の実績とともに進捗状況の分析を行った

6 本計画の策定期点で令和2年の金沢地域の年間入り込み客数は公表されていない

7 本計画の策定期点で令和2年の石川県全体の観光消費額は公表されていない

(2) 各種施策の取組の成果と課題

① 体験コンテンツの造成

地域の観光による「稼ぐ力」を引き出すため、多様な分野の関係団体・観光協会の会員事業者向けに外部の専門人材を招いた意見交換やマッチング、スキルアップの場を提供してきました。その結果、市内の多くの観光事業者が金沢の独自性を生かした「コト商品」を造成し展開するようになりました。今後、観光の消費のあり方が体験に価値を置く「コト消費」にシフトするなか、金沢と親和性の高い旅行者やリピーターを受け入れていくためには、金沢が培ってきた歴史・文化に基づいた、金沢ならではの「コト商品」を増やしていくことが課題であり、そのためにも顧客ニーズに合わせたコンテンツ等「コト商品」を開発・展開できる事業者の数を増やすことも求められています。

また、金沢市内の事業者が開発したコト商品を集めたプラットフォームとなるウェブサイト「かなざわ自由時間」(英語サイト「Hello Kanazawa」)を2017年に立ち上げ、100を超えるプログラムが掲載されています。今後、このプラットフォームサイトに掲載するプログラムを充実させることに加え、サイトそのものの認知度を向上させ、消費者とつなげるとともに顧客データ分析によるマーケティングの強化が課題となります。

② 主要ターゲット国に向けた海外誘客の推進

金沢と縁のある台湾をはじめ、日本の歴史・文化への注目度の高い欧米豪、特にフランス、イタリア、スペイン等において重点的にプロモーションを実施してきました。その結果、令和元年の都道府県別外国人宿泊者数では石川県はイタリアが全国4位、フランスが全国6位、スペインが全国7位となっています。また、長野県や新潟県のスノーリゾートへの来訪が多いオーストラリア人旅行者に向けて、長野県白馬からのアフタースキープロモーションを実施しました。

今後は、これまで作り上げてきた主要国とのつながりを活かしつつ、デジタル技術やデータを活用しながら、金沢にまだ来ていない人、金沢を知らない人にどのように情報を届けるかを踏まえ、金沢の歴史・文化のあり方に共感する世界各地の旅行者を誘客していくことが課題となります。

順位	イギリス		ドイツ		フランス		イタリア		スペイン	
1	東京都	964,440	東京都	480,700	東京都	652,240	東京都	403,930	東京都	361,450
2	京都府	352,220	京都府	199,420	京都府	345,610	京都府	267,900	京都府	235,410
3	大阪府	151,110	大阪府	93,940	大阪府	116,850	大阪府	57,180	大阪府	61,240
4	神奈川県	110,890	神奈川県	61,200	広島県	58,790	石川県	34,480	岐阜県	35,400
5	広島県	71,740	広島県	40,850	神奈川県	55,200	広島県	28,760	神奈川県	26,040
6	千葉県	52,160	千葉県	27,700	石川県	27,410	岐阜県	20,790	広島県	25,940
7	北海道	47,400	愛知県	22,300	千葉県	27,340	神奈川県	17,600	石川県	17,910
8	福岡県	37,950	沖縄県	18,940	岐阜県	25,280	愛知県	13,370	千葉県	12,180
9	石川県	29,470	長野県	18,460	愛知県	19,400	千葉県	12,990	愛知県	7,640
10	岐阜県	28,480	北海道	17,610	福岡県	18,850	兵庫県	7,950	山梨県	7,230
11	愛知県	24,140	岐阜県	16,370	兵庫県	17,140	沖縄県	6,300	兵庫県	6,440
12	兵庫県	22,690	兵庫県	15,880	北海道	16,840	静岡県	5,620	長野県	5,830
13	長野県	20,810	福岡県	12,830	奈良県	16,780	北海道	5,550	北海道	5,060
14	大分県	19,170	石川県	12,180	岡山県	15,710	福岡県	5,400	三重県	4,280
15	沖縄県	19,120	静岡県	10,500	沖縄県	15,460	奈良県	4,870	和歌山県	3,910

都道府県別外国人宿泊者数 (R1年)

出典：宿泊旅行統計調査（観光庁）

③ MICE の推進

北陸新幹線金沢開業後、金沢での MICE 開催数が大きく伸びました。参加者数は開業直後に比べ減少しましたが、10 万人前後を維持しています。

新型コロナウイルス感染症を契機にオンラインでの MICE 開催が増加し、今後はリアルとオンラインを組み合わせた MICE も増加していくことも考えられます。そのため、多様な形での MICE の開催を可能とするハード整備に加え、金沢ならではのユニークベニュー^{*8}やエクスカーション^{*9}の提供等、「金沢で開催する」ことへの意義を重視し、質の高い MICE を開催できる場所として認知度を高めていくことが課題となります。

④ 広域連携

北陸新幹線金沢開業以前から、北陸新幹線沿線都市との連携による PR 等が進められてきました。また、「北陸・飛騨・信州 3 つ星街道」においては、「3 つ星」という共通ストーリーを軸に 4 市 1 村による広域連携を行っており、二次交通の充実、共同プロモーション、受入環境整備、ホームページによる発信強化、各地域の地域通訳案内士の交流による、スキルアップ向上といった取組を進めてきました。

また、「加賀藩と靈峰白山」観光連携協定に基づいた白山市との連携や加賀藩ゆかりの高岡市や南砺市との連携を進めてきました。

北陸新幹線敦賀延伸により新たな沿線都市となる南加賀・福井県との連携や、自然豊かな里山・里海が魅力の能登方面と連携を強化することで、各都市に旅行者を送客する北陸のハブとしての役割を担っていくことが求められています。

⑤ 旅行者受入環境の整備

公共交通の利便性向上、金沢のまちなみを楽しめるモデルコースの作成、公共シェアサイクルのエリア拡充、公衆無線 LAN の整備、外資系ホテルの誘致・開業、金沢中央観光案内所の開設等、旅行者が快適に金沢に滞在できるよう整備を進めてきました。

今後も引き続き、案内表示や案内マップ等における多言語表記の推進や、文化施設における混雑緩和に向けた予約システムの導入、音声ガイド機器の整備等を進めるほか、デジタルマップ・AR・VR 等の新しい技術の活用やバリアフリー化等により、市民・旅行者に関わらず、誰もが快適に金沢のまちを楽しめる環境づくりを行っていくことが重要です。

⑥ 金沢 DMO^{*10}の構築・機能強化

一般社団法人金沢市観光協会は地域 DMO として平成 29 年 11 月に日本版 DMO の登録第 1 弹で正式登録されました。交通事業者、飲食店、商工業者、宿泊施設、文化芸術団体等、各種団体と連携し、金沢ならではの旅行商品づくり、戦略的プロモーション、人材育成を進めていくことを目的としています。令和 2 年 8 月には、国の重点支援 DMO に選定され、更なる支援を受けながら、観光による地域経済活性化を推進していくこととしています。

8 歴史的建造物や公的空間等で、会議・セミナーを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場。

9 訪れた場所で案内人の解説に耳を傾けながら意見を交わし、地域の自然、歴史、文化等様々な学術的内容で専門家の解説を受けながら体験や議論を行い、理解を深める見学会のこと。

10 Destination Management Organization の略で、地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりを行う舵取り役となる法人のこと。地域の観光資源に精通し、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、資源管理等を行うことにより、観光地の維持・成長に向けたマネジメントを行う。

金沢 DMO では、市内の観光事業者が集まり、誘客や満足度向上、売り上げ向上につなげていくための意見交換を行う「マーケティング会議」や「コト商品造成ワークショップ」、「会員向けツアー」等、事業者向け勉強会の開催、金沢の通訳案内士のスキルアップに向けたセミナー開催等、金沢全体の観光動向を分析し、観光事業者の「稼ぐ力」を引き出すための取組を進めてきました。引き続き、観光消費額の拡大に向けて、観光事業者と連携した取組を進めていくことが求められています。

⑦ 情報収集・発信

国内においては、「首都圏」「女性」「富裕層」をキーワードに、メディアタイアップ、エージェント等への情報発信、観光セミナーや商談会の開催、ファムトリップ^{*11}、出向宣伝等主に B to B^{*12}対策に取り組むことで、関係者とのネットワークを構築してきました。また B to C^{*13}対策においては、情報発信のプラットフォームである金沢市観光公式サイト「金沢旅物語」をお客様が欲しい情報にいかに早く到達できるかという視点で全面改訂を行いました。ウェブサイトの閲覧性の向上、情報更新の頻度増加、特集記事等による物語性の構築、金沢市内の事業者が開発したコト商品を集めたウェブサイト「かなざわ自由時間」の立ち上げと体験プログラムの充実化を図りました。新型コロナウイルス感染症の影響で一時セッション数は減少したものの、現在では、北陸新幹線金沢開業直後と同程度のセッション数となっています。

海外においては、B to B 対策として重点市場のエージェントと連携し、店舗装飾を金沢一色に染めたほか、旅行博への共同出展、現地でのプロモーション活動、ファムトリップの実施等、体系的な情報発信を行う一方で、現地旅行代理店とランドオペレーター^{*14}とも連携して情報収集を行い、お客様のニーズにあった旅行商品の開発、ガイド等、受入環境の充実、ターゲットに合わせたプロモーション活動を実施してきました。その結果、金沢の認知度が高まり、欧米豪の旅行者の旅行プランの目的地の一つとして組み入れられるようになりました。また、外国語サイトについては、「かなざわ自由時間」の外国語版「Hello Kanazawa」の新設や美味クーポンの英語化対応等による観光情報の充実化や SEO 対策を行っていますが、システムの構造上、認知度向上が見込みにくいことから、抜本的な見直しが必要です。

今後、金沢の歴史・文化に興味・関心をもつ旅行者を誘客し、地域経済の活性化や旅行者と市民との交流の創出を図っていくためにも、ニーズの掘り起こしと金沢を知らない・訪れていない潜在需要層に情報を届けることが重要になります。適切なマーケティングやプロモーションを行うため、観光データを収集・分析し戦略的な展開につなげていける人材や、地域の事業者とともに地域の魅力を最大限に活かしつつ旅行者のニーズに沿ったコンテンツを造成し、効果的かつ効率的にプロモーションできる人材等、デジタル活用を念頭において情報収集・発信の専門人材の登用が求められています。

11 Familiarization Trip の略で、ターゲットとする国の旅行事業者やインフルエンサー等に現地を視察してもらうツアーを企画し、プロダクトやメディア等で外国人向けに発信してもらうプロモーション手段のこと。

12 Business to Business の略で、企業が企業に対して商品やサービスを提供する取引のこと。

13 Business to Consumer の略で、企業が個人に対して商品やサービスを提供する取引のこと。

14 旅行会社の依頼を受け、旅行先の宿、観光地、飲食店、ガイド、交通手段等の手配・予約を専門に行う会社や専門職のこと。

4. 観光関係者との意見交換

国や県の観光組織、海外誘客コーディネーター、ホテルコンシェルジュ、ボランティアガイド等と金沢の観光の現況と課題について意見交換を行い、その内容を整理しました。

市民生活と調和した観光の推進においては、わかりやすい情報発信が重要です。市民には、旅行者の増加が地域にもたらす効果を見る化し、市民の観光への理解を促進すること、旅行者には金沢を旅行する際のマナーを事前に伝えることが求められています。

海外誘客の推進にあたっては、夕食後に楽しめるコンテンツの充実化や、通訳ガイドによる解説が付いた金沢ならではの体験ができるような観光コンテンツ等が求められています。特に通訳ガイドによる専門的な解説は、工芸品等金沢ならではのモノの価値を旅行者に伝えることができ、観光消費額の向上にもつながるといえます。

市内の受入環境整備については、看板やメニューの多言語化やキャッシュレス決済の推進はもちろんのこと、ワーケーションに対応できるインターネット環境の整備等、多様なニーズに応えられる環境づくりが求められています。また、受け入れを行う観光人材の育成も重要です。外国語で交流できる人材の育成だけでなく、金沢市内の質の高い観光コンテンツの情報を共有できる体制をつくる等、観光事業者の横のつながりを広げていくことが求められています。

そして、情報発信においては、金沢にどのような方に来ていただきたいのか、しっかりとターゲットを定めたうえで、ウェブサイト等オンラインで、写真や動画等のビジュアルを駆使しながら発信していくことが求められています。

意見交換内容の抜粋

● 市民生活との調和について

- ・市民意識醸成のための啓発は非常に難しい。市民に自分のこととして考えてもらうことが重要。
- ・分散化につなげるための着地型商品の造成においては、市民に対し、地域の経済効果につながるのか、地域にどのような影響がもたらされるのか等を知っていただくことが重要となる。
- ・旅行者も、その行動によって地元の人に嫌われることがわかっているれば、マナーの悪い行動はとらない。地元の方の目線を含め周知したほうがよい。例えば旅行会社やウェブサイトでの予約時に、マナーに関して伝えるのは一つの方法である。
- ・市民の交通マナーの悪さも大きな課題。

● 海外誘客の推進について

- ・大勢にも対応出来る、英語対応可能、呈茶ではない、説明付きの茶道体験が出来る施設の提案があると良い。
- ・欧米の方は夕食後の時間が長いため、会話する時間や場所があるとよい。
- ・外国人旅行者向けの夜のコンテンツの少なさが課題。外国人旅行者の方は、食事後はバーにも行くが、多くの方が鑑賞を求める。
- ・富裕層は自分で予約してFITで訪れるよりも、専属の旅行会社を使うときく。デジタルよりも昔ながらの手法で、旅行会社に活用しやすい形で情報を提供していくことも大事ではないか。
- ・コロナ後は旅行すること自体のハードルが上がる。「なぜそこに行くのか」という動機づけがより重要になる。

● 観光消費額の向上について

- ・旅程途中での訪問になることが多い金沢は、一般的なお土産ではなく、「金沢ならではの商品」を強くPRすることが重要。
- ・「工芸品」は一般的な旅行者にはやや手が届きにくい価格帯であるが、「なぜ高価なのか」という点について理解を促す説明があると良い。

● 快適に観光できる環境整備について

- ・お客様のニーズの多様性を受け入れられることが大事ではないか。
- ・今後はキャッシュレス、チケットレス、シームレス社会が加速化すると考えられる。
- ・三密を避けた旅の提供が基本となる（定員設定、予約制等）。
- ・ワーケーション等、平日のニーズを生み出す施策が必要。
- ・お客様は滞在期間中に体験したことすべてを気にされている。「不便ではない」ことが重要。
- ・案内サイン等は文字を大きくし、ピクトグラムを使用する等わかりやすく示せるとよい。
- ・金沢市内のまちなかに歴史上の人物にゆかりのある地が多いが、遺跡の標識等が少ない。

● 情報発信

- ・世代等含めてどのような方に来てほしいのか考えたほうが良い。
- ・「旅マエ」は、ウェブの利用、公式サイトでの多言語発信が現実的。
- ・体験プログラムは、単にホームページ上で文章を紹介するよりも、写真や動画で美しい内容を見せてPRしたほうがよい。
- ・これまで多少不便な予約サイトでも使われていたが、コロナ禍でオンライン化が進み、便利なサイトに慣れてしまっている。OTA^{*15}等、旅行者が慣れているサイトに情報を登録しなければ、予約獲得が難しくなるのではないか。

● 安心・安全への対応

- ・国が出した安心・安全対策だけでなく、市独自の対策を打ち出せるとよい。
- ・コロナ対策だけでなく、災害発生時の災害難民への対応も考える必要もある。

● 広域連携

- ・金沢がリーダーシップを発揮するだけでなく、いろんな自治体と協力して広域連携に取り組んでいくべき。
- ・金沢市の情報だけでなく、周辺地域の情報も含めて情報をもらえると、旅行会社は周遊プラン等作りやすい。

● 人材育成

- ・英語を話せるタクシー運転手が少ない。
- ・観光協会員向けの勉強会はぜひ開催してほしい。会員同士の顔がわかっていると、もしお客様から何か要望があったときに、「どこの」「だれに」聞けばいいのか分かるようになる。
- ・コンシェルジュのいない宿泊施設でも案内できるようになるため、事業者向けに質の高いコンテンツに関する情報提供は必要。
- ・地域のことをよく知っている外国語の専門人材が、外国語で発信できると良いし、通訳案内士等、専門性のある方にアドバイスを受けて多言語化していくことが重要。

15 Online Travel Agent の略で、インターネット上だけで取引を行う旅行会社のこと。

5. 市民生活と観光

市民生活と調和した、金沢らしい持続可能な観光の振興に向けた戦略を推進するため、市内在住の18歳以上の方を対象にアンケート調査を実施し、その結果を分析しました。

※アンケートの集計結果の抜粋は56ページに掲載。

(1) 観光に対する市民意識

- 回答者の4割程度が金沢と旅行者との関係に満足しています（全体37.7%、金沢中心部エリア45.2%）。
- 回答者の8割が旅行者を歓迎する意向を示しており、旅行者が金沢を訪れるに好意的な市民が多いといえます。
- 親類や知人・友人へ金沢観光をオススメしたい人の割合も高く、主に「兼六園」「金沢城」「ひがし茶屋街」「金沢21世紀美術館」といった観光スポットや「伝統工芸」「食文化」といった体験に対して自信を持っていることが伺えます。
- 旅行者と積極的に関わりを持ちたいと考えている市民の割合は2割以下であり、観光の取組に積極的に参加しようと考えている市民は少ないといえます（全体12.6%、金沢中心部エリア19.4%）。

(2) 暮らしへの影響

- 全体に比べ、金沢中心部エリアに居住する方のほうが、観光がもたらした影響を実感しています。特に「生活環境の改善」や「公共交通の利便性向上」に関しては、その影響を実感しています。
- 一方で、全体的に「経済的な好影響」や「旅行者との交流機会の増加」はあまり実感されておらず、「観光・文化施設の混雑」「公共交通の混雑」「道路渋滞」といった悪い影響を受けたと実感した方の割合が高い傾向がみられます。
- 「旅行者のマナー違反」や「居住環境の悪化」は市民全体でみると影響を受けていない方の割合が高いですが、旅行者の多い特定のエリアでは、旅行者の集中による交通混雑や、ゴミのポイ捨て、騒音といった旅行者のマナー違反が発生しており、東山や長町のまちづくり団体が、まちなかでのマナー違反への注意・啓発活動も行っています。
- 近江町市場では旅行者が多く訪れ、飲食店等の旅行者が多く利用する店舗が増加しています。一方で、混雑が市民の利用が減少した一因となっています。

(3) 金沢市の観光政策に関する認知

- 金沢市の観光政策に関しては、「夜間景観の創出」「交通渋滞対策」「まちのりの運営」等、目に見えるもので、市民自身にも影響がある取組について広く認知されています。一方で、「旅行者の分散化」「食物アレルギー等への対応」「プロモーションの実施」「マナー改善に向けた啓発活動」等、旅行者を対象とした取組はあまり認知されていません。
- 今後、金沢市の観光施策として必要だと思う取組については、「まちなみの景観の保全」に次いで、「市民が金沢観光を楽しむ取組」が挙げられています。旅行者だけでなく、市民も金沢観光に参加し金沢の魅力を再発見したいという需要が拡大しているといえます。
- また、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、「災害等が発生した際の安心・安全の確保」も重視されています。

（4）市民生活と観光の調和に関する現状と課題

旅行者は、観光施設が多い中心市街地に集中しており、観光地周辺に居住する市民の生活に影響が広がっています。特定の観光地への集中を解消するためには、旅行者の来訪時期や時間、場所の分散に向けた取組が必要です。

また、市民は旅行者の歓迎意向や観光スポットへの自信が高い一方で、金沢市の観光施策やその成果をあまり認知しておらず、「金沢の観光」に対する興味・関心が低いといえます。そのため、金沢市や金沢DMOが取り組んでいる観光施策やその成果を市民にも知っていただくような取組が求められています。

そして、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、「市民が金沢観光を楽しむ取組」といったマイクロツーリズムの需要もみられています。旅行者のためのまちづくりではなく、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組を進めていくことが重要です。

6. 求められる動き

(1) 市民生活と調和した観光まちづくり

北陸新幹線金沢開業後、多くの旅行者が金沢を訪れるようになりました。人気観光地では、旅行者の集中による混雑の発生、交通渋滞、民家への立ち入り等の旅行者のマナー違反が発生し、観光地が集中する中心市街地に居住する市民の生活に影響が生じています。そのため地域のまちづくり団体を中心となってその対策に取り組んできました。

また、市民の多くが旅行者と接する機会が増え、旅行者を歓迎する意向を示している一方で、金沢観光の魅力や行政がこれまで取り組んできた観光施策を知らない等、市民の観光に対する関心の低さも課題です。

今後、市民生活と調和した観光まちづくりを進めていくためには、旅行者側は金沢に暮らす市民の生活を尊重するという意識、市民側は観光に興味・関心を持ち観光の受容力を高めるという意識を持つことが重要であり、市民、旅行者、行政が協働で金沢の価値を創造していくことが大切です。

(2) 新しい観光スタイルへの対応

遠くの観光地を訪れるだけでなく地元を旅して地元の魅力を再確認する「マイクロツーリズム」やテレワークで働きながら休暇を楽しむ「ワーケーション」の需要が高まる等、新型コロナウイルス感染症を契機に観光スタイルや観光の価値観が大きく変化しています。観光分野においても、多様な旅のあり方だけでなく、働き方や生き方の変容に対応していくことが求められています。

また、旅行者は旅をするうえで、安心・安全であることが重要な条件になっており、感染症対策や災害時の対応がしっかりとされていることが求められています。そのため、安心・安全な旅行ができるよう対策を講じることで、旅行者の心理的不安を解消していくことが重要です。

(3) 観光消費額の向上

旅の形態が団体旅行から個人旅行にシフトしており、旅に求めるニーズも多様化しています。また、観光消費のあり方が、物に価値を置く「モノ消費」から、体験に価値を置く「コト消費」に変わってきており、体験コンテンツのニーズが高まっています。さらに近年は、その土地ならではの体験や、社会貢献的な体験等、体験する意図についても重視されるようになってきています。金沢が培ってきた歴史や文化を活用した上質な体験を通じて、長く滞在したいまち、何度訪れても新しい発見があるまちであることを提案していくことが重要です。そのためにも、金沢ならではの質の高い「体験型コンテンツ」や「朝・夜の空き時間に楽しめるコンテンツ」を充実させることが求められています。

また、北陸新幹線敦賀延伸により南加賀、福井方面とつながります。これまで連携してきた富山、岐阜、長野に加え、能登、南加賀、福井を周遊できる環境を周辺自治体や関連団体と連携しながら構築し、金沢をハブとした広域観光圏をつくることで旅行者の周遊を促し、地域全体での長期滞在・観光消費額の向上につなげていくことも重要です。

(4) 海外誘客の推進

訪日外国人旅行者は年々増加傾向にあり、令和元年の訪日外国人旅行者数は3,188万人で、過去最高となりました。金沢においても台湾や欧州でのプロモーションを精力的に行った結果、多くの外国人旅行者が金沢に注目するようになり、訪日旅行の訪問先の一つとして選ばれるようになってきています。来訪した旅行者がストレスなく金沢を観光できるよう、多言語対応、キャッシュレス化等の受入環境の整備を継続して推進する必要があります。

また、効果的にプロモーションを推進するためにも、マーケティングにより金沢の魅力が伝わる親和性の高いお客様を誘客していくことが求められます。

インバウンドは感染症や災害等の影響を大きく受けやすい側面もありますが、収束後に金沢を来訪先として選んでいただくためにも、「忘れられない」ように、継続してプロモーションを推進していくことも大切です。

(5) デジタル技術の活用

観光分野においても、デジタル技術の活用が求められています。予約プラットフォームの構築やキャッシュレス化等、旅行者の利便性を高めるシステムの構築はもちろんのこと、金沢を訪れる旅行者の動向データを収集・分析し、戦略的なマーケティングや効果的なプロモーションを行うことが大切です。

また、新型コロナウイルス感染症を契機にオンラインでの商品販売や、動画配信サービスを活用した体験コンテンツの提供等、金沢の新しい楽しみ方が提案されています。病気や子育て等で金沢を訪れることが難しい方にも金沢を楽しんでもらう等、金沢ファンを増やす仕組づくりを行っていくことも重要です。

そして、観光事業者においても、予約管理やプロモーション等にデジタル技術を活用して、生産性向上や働き方改革を推進していくことが求められています。

3章 基本的な考え方

1. 金沢の観光がめざす姿

金沢の観光がめざす姿は以下の通りです。

1. 「ほんもの」を継承し、世界をひきつけるまち

金沢は、金沢城を中心に自然地形を生かして計画的に建設された城下町です。自然災害や戦災を免れたことから当時の都市構造や歴史遺産が今も残り、情緒ある都市景観が形成されています。藩政期に培われた伝統文化や生活様式が市民の日常生活に息づいていることも、金沢ならではの個性です。

飾らない、ほんものの日本にふれたいという旅の需要が世界中で高まり、日本人にとってはあたりまえのものやことが「ありのままの日本」として価値に置き換えられる時代となっている今、金沢は多くの旅行者をひきつけています。

今後は、旅行者のほんものへの感度の向上や金沢の文化や市民生活に敬意を払っていただくための機運の醸成に向けた施策を積極的に展開し、旅行者の満足度と市民の幸福度を共に高める「質の観光」をさらに進めています。

2. 訪れるたび感動があり、長くいるほど奥行きが感じられるまち

金沢の市街地の遠景には緑豊かな山々がそびえています。そこから発した犀川、浅野川の二つの川は、市街地を流れ、金沢平野を潤して、河北潟、日本海に流れ込んでいます。四季の移ろいを身近に感じられる環境は、市民の暮らしを豊かに彩るとともに、伝統工芸、伝統芸能、食文化、祭礼行事、建築様式等に通底する金沢ならではの繊細な美意識を醸成してきました。

金沢はまた、保存と開発、伝統と革新の両輪で、重層性を増してきたクリエイティブなまちでもあり、工芸、芸能、食、建築、アート等の分野で、常に新しいものが生まれています。これらは観光のために行うものではなく、金沢で暮らす人々の生き生きとした営みそのものです。恵まれた自然環境を活かし、また歴史の文脈の中で培われた精神性に根差しながら、訪れるたびに新しい発見がある金沢、長く滞在するほど知的好奇心が満たされる喜びがある金沢をめざしていきます。

3. 住む人と訪れる人が価値を共創するまち

従来の観光は、「もてなされる側」と「もてなす側」を切り分けて考えていました。しかし、SDGsの理念に沿って金沢というまちの経済・社会・環境の調和を図り持続可能な観光をめざしていく上では、新たな関係性づくりが重視されます。すなわち、旅行者は単なる「客」ではなく、金沢の自然・文化や市民生活を尊重し、旅先での意識や行動に一定の責任を持つ旅行者であることが期待されます。市民には、こうした旅行者に親近感を持つと同時に足元の地域資源を見直して、ともにまちの魅力を高めていくことが求められます。

北陸新幹線金沢開業後の金沢は、国内外から多くの旅行者を迎えてます。一部の観光地では混雑やマナー違反等の問題が顕在化していますが、地域経済の活性化、雇用の創出、税収の増加等、観光振興がもたらすメリットは少なくありません。観光がもたらす正と負の両面の影響について理解を深め、金沢が大切にしてきた文化や暮らしの価値を市民と旅行者がともに高めていくことで、観光と市民生活との調和を図っていきます。

4. 新たな観光マネジメントをリードするまち

鉄道、空港、港、高速道路の各交通拠点へのアクセスが容易な金沢は、三大都市圏といずれも 2 時間 30 分で結ばれ、空路、海路で世界ともつながっています。今後、北陸新幹線が敦賀まで延伸することも見据えながら、金沢は北陸のハブとして関係自治体との連携を強化し、新たな広域観光・周遊観光を創造していきます。

観光産業のデジタル化は喫緊の課題です。情報収集、予約、移動、感動の共有までカバーする戦略的なデジタルマーケティングは、多様化・個別化する旅のニーズに対応して旅行者の満足度を高め、観光産業を成長させる原動力になります。宿泊業では、IT ツールの導入が業務効率化と従業員の柔軟な働き方を後押しします。さらに、旅の安心・安全を確保し、誰もがストレスなく快適に滞在できる環境を実現するには、デジタル技術も活用したインフラ整備が欠かせません。こうした観点とともに何よりコンパクトでヒューマンスケールな新たな観光マネジメントのかたちを金沢から発信していきます。

2. 本計画における各主体の役割

本計画を推進するためには、市民、観光事業者、金沢 DMO、行政が協働で取組を進めていく必要があります。そのため、各主体は下記の役割を担うと考えます。また、金沢 DMO と行政が主体となり、本計画の進捗管理や効果検証を行っていきます。

市民

金沢のまちが藩政期から培ってきた都市景観、歴史、伝統文化、生活様式といった個性を守り磨きあげるとともに、まちあるきや観光事業者が開発した体験コンテンツを通じて、金沢の魅力を再認識し、そして楽しみながら他者へ伝えます。

また、メリット・デメリットを含め観光がもたらす影響について理解し、金沢の観光について興味・関心を高めることも重要です。金沢市の観光政策、金沢DMOが取り組む事業、観光事業者が開発・提供している体験コンテンツを市民の視点から評価することで、金沢の個性・魅力が旅行者に伝わっているか確認します。

観光事業者

「金沢」固有の価値や個性を活用した質の高い観光コンテンツを造成し、市民や旅行者に提供するのはもちろんのこと、工芸、芸能、食等、地域に根ざした観光コンテンツの造成による地場産業の活性化や観光コンテンツの魅力を伝えられる市民の参画を促すこと等、市民とともに金沢の魅力を発信していくことが求められています。

また、外国語で丁寧な解説ができるガイドの案内や体験後のフォローアップ等、きめ細やかな対応を行うことで金沢滞在の満足度向上に努めることが重要です。そのためにも、ITツールの導入等により業務効率化と従業員の働き方環境の改善を推進し、旅行者と交流する時間の質の向上や観光事業者の自己研鑽、他の事業者と交流する機会の増加につなげます。

金沢DMO

持続可能な観光を推進するうえで、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を行うことが、金沢 DMO に求められています。

金沢ならではの観光コンテンツを造成する地域の観光事業者を育成、支援するとともに、金沢の歴史・文化について丁寧に解説できるプロフェッショナルなガイドを育成することで、金沢の個性・魅力を発信できる人材の育成を推進します。

また、各種データを収集し、データに基づいたマーケティングや顧客管理を行うほか、行政と協力してターゲットに向けた戦略的なプロモーションを推進することで、金沢の自然・文化や市民生活を尊重し、旅先での意識や行動に一定の責任を持つ旅行者の誘客に努めます。

行政（金沢市）

多言語表記、キャッシュレス化、MaaS の推進等まちなかのインフラ環境整備を推進し、市民も旅行者も快適に過ごせるまちづくりを行うことに加え、各種助成制度等を整備し、MICE 等の誘致、開催を支援します。

また、北陸新幹線沿線都市、北陸・飛騨・信州3つ星街道等、広域連携体制の強化や金沢DMOとともに、ターゲットに向けたプロモーションを推進することで、金沢市への誘客推進に努めます。

そして、誘客推進による効果等を把握するための調査や分析を行い、市民や観光事業者等に広く発信し共有していきます。

3. 戦略テーマ

金沢の観光がめざす姿を踏まえ、金沢市持続可能な観光振興推進計画 2021 の戦略テーマを以下の通りに設定します。

金沢市持続可能な観光振興推進計画 2021 の戦略テーマ

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

金沢は、加賀百万石と称される加賀藩前田家の城下町として発展した都市です。歴代藩主はその豊富な財力を美術・文化・芸能の振興に注いだことで知られ、武家の嗜みとして茶の湯や能を奨励したほか、武具の修理を行っていた細工所を工芸工房へと転換し、職人の育成に努めました。

明治以降の金沢は戦禍や災害を免れ、城下町の遺構とともに当時の伝統文化や生活様式を今に受け継いでいます。これらは現在の金沢市民の心の拠りどころであり、世界に誇れる日本文化でもあります。北陸新幹線金沢開業を経て金沢には多くの旅行者が訪れ、市民生活にさまざまな影響を及ぼしていますが、こうした地域の光が消費されることなく、より輝きを増し、未来へ持続していくようなアプローチがこれから観光振興の要となります。また、近年は、旅先で日常的な生活文化を体験する観光スタイルが浸透していますが、これらは地域社会や市民の暮らしがあってこそ成り立つということも、改めて認識しなければなりません。

藩政期に形成された都市構造や精神風土の上に、各時代の建築物や文化が重ねられてきた金沢は、表層だけを見てすべてを語ることはできません。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も、突然そこに現われたのではなく、保存と開発、伝統と革新のバランスの中で、歴史的な文脈を踏まえて生まれました。

この重層性は古いものに現代的な感覚を取り入れる際の切り口であり、古くから積み重ねてきた伝統を軸としながら新しい文化や生活様式を織り交ぜていくことは、金沢における「由緒あるほんもの (Authenticity & Quintessence)」を未来へと紡いでいくことそのものです。現代にあっては SDGs の理念に沿って経済・社会・環境の調和を図ることも重要です。これらの営みを絶えず行うことこそが、持続可能な観光の実現、ひいては持続可能な地域社会の実現につながっていきます。

本計画では、こうした考え方をベースに、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します。

4 章 数値目標

1. 数値目標の考え方

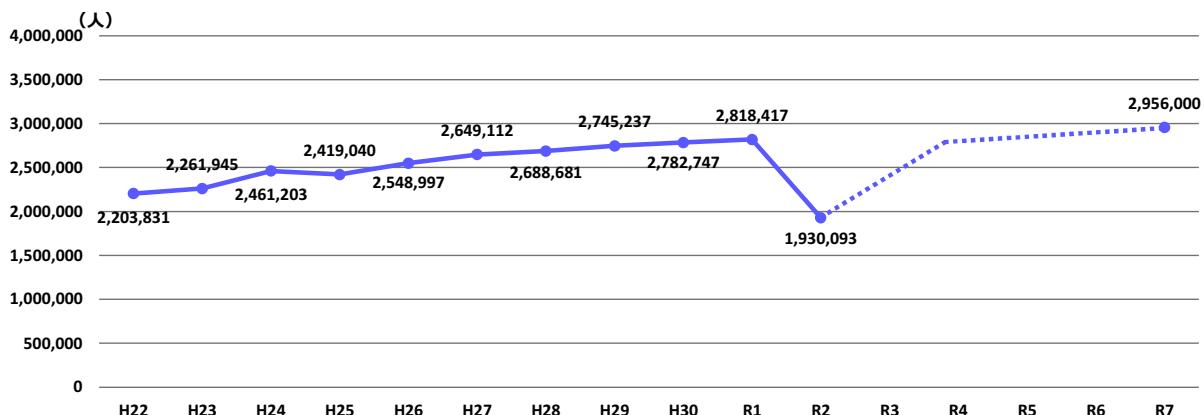
(1) 年間宿泊者数^{*16}

金沢市内宿泊者数は年々増加し、令和元年は343.1万人でしたが、令和2年は新型コロナウイルス感染症の影響により200.6万人まで落ち込みました。また、外国人宿泊者数についても年々増加傾向にあったものの、新型コロナウイルス感染症の影響で、令和2年の外国人旅行者数は75,544人と令和元年の87.6%減となりました。

新型コロナウイルス感染症対策を徹底したうえで、他の地域にないコンテンツの提供や、MICE・教育旅行の誘致により、国内の新規旅行者を受け入れていくとともに、奥深い金沢を体感できるコンテンツの提供等により、リピーター増加をめざします。また、早朝や夜に楽しむコンテンツ造成やワーケーションの推進等、長期滞在の環境を整えることで、宿泊者数の増加をめざします。また、外国人旅行者においては、訪日経験のある方や日本に近い東アジアからの旅行者から戻ってくると考えられます。北陸・飛騨・信州3つ星街道や能登・加賀等、広域での連携を強化し、外国人旅行者にエリアとしての旅行先に選んでいただくための取組を推進し、長期滞在者の増加を図ります。

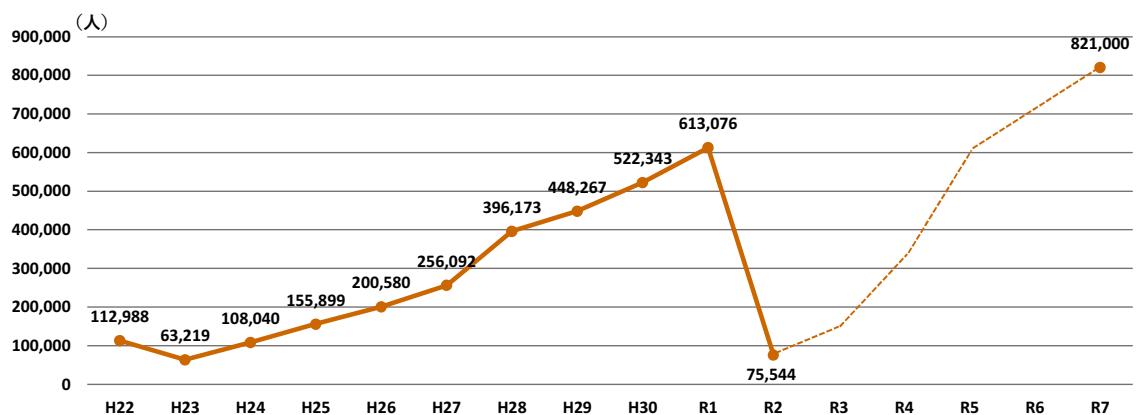
日本人宿泊者数については、新型コロナウイルス感染症のワクチン接種等による旅行需要回復を前提に、令和4年に令和元年の水準に戻し、令和5年以降については宿泊者数の増加を見込み、平成29年から令和元年の平均伸び率と同様の伸びをめざします。また、外国人宿泊者数については、世界各国での新型コロナウイルス感染症のワクチン接種等による旅行需要の段階的な回復を前提に、令和5年に令和元年の水準に戻し、令和6年から7年は平成29年から令和元年の平均伸び率と同様の伸びをめざした数値目標を設定します。

¹⁶ 年間宿泊者数は延べ宿泊者数のことであり、1泊であれば「1人」、2泊であれば「2人」とカウントする。



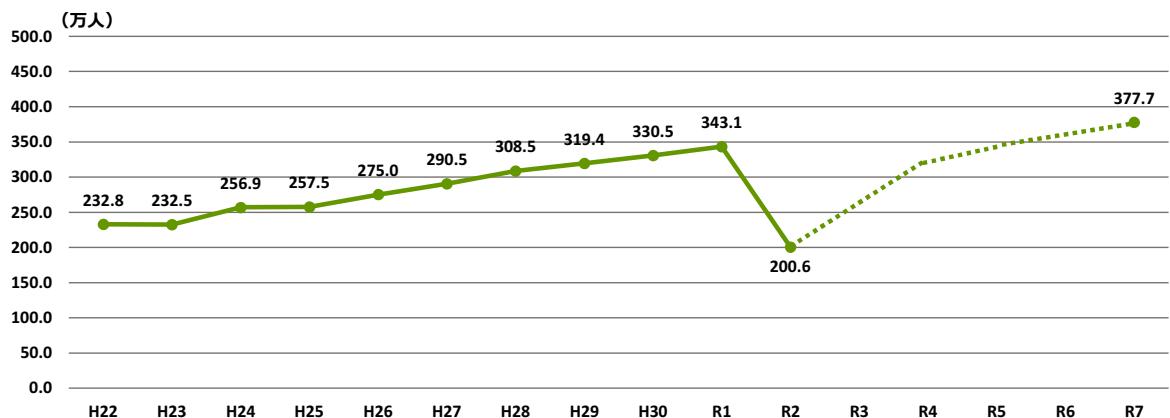
金沢市の年間日本人宿泊者数の推移（令和3年以降は推計）

出典：金沢市観光調査結果報告書「金沢市内宿泊施設動向調査」



金沢市の年間外国人宿泊者数の推移（令和3年以降は推計）

出典：金沢市観光調査結果報告書「金沢市内宿泊施設動向調査」



金沢市の年間宿泊者数（全体）の推移（令和3年以降は推計）

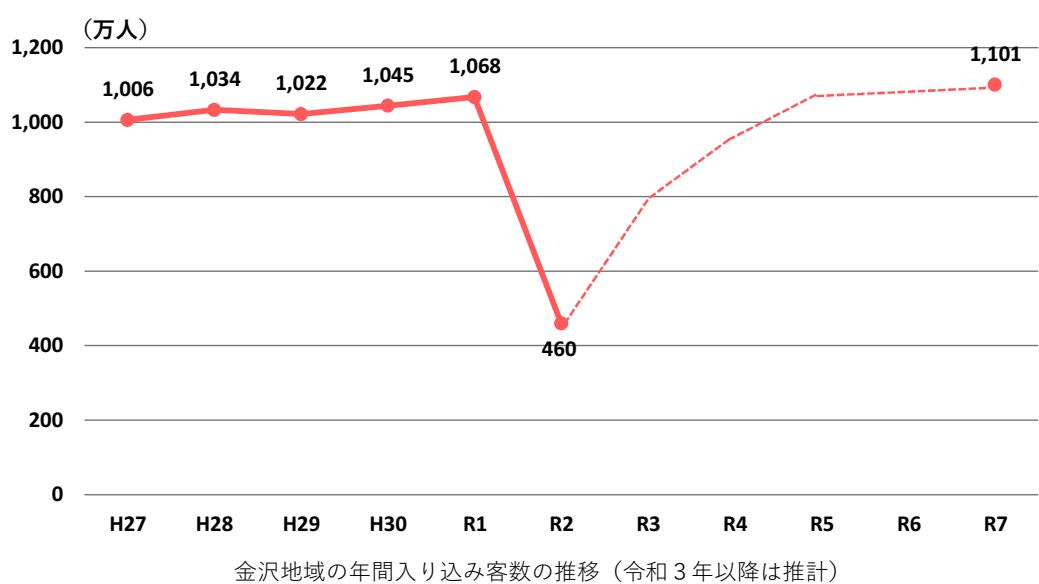
出典：金沢市観光調査結果報告書「金沢市内宿泊施設動向調査」

(2) 観光入込客数（金沢地域）

金沢地域※の観光入込客数は年々増加傾向にあり、令和元年は 1,068 万人でしたが、令和 2 年は新型コロナウィルス感染症の影響もあり、およそ 460 万人にまで落ち込むと推計されます※。

新型コロナウィルス感染症の影響により、観光スタイルやイベントの開催方法等が変化してきており、オンラインやデジタル化が進展し、定着することが考えられます。新しい観光スタイルに対応した、宿泊施設やコンテンツの充実を推進し、オンラインを活用した MICE の誘致を行うほか、旅行者の動向調査やニーズ調査を実施し、分析することで、効果的なプロモーションを行い、需要の拡大を図ります。

そのため、令和 4 年に日本人旅行者を令和元年の水準に戻し、令和 5 年には外国人旅行者の旅行需要回復を見越して令和元年と同水準に戻すことをめざし、令和 5 年以降は平成 29 年から令和元年の平均伸び率と同等の伸びをめざした数値目標を設定します。



出典：統計からみた石川県の観光（石川県）の金沢地域の入り込み客数より

※金沢地域にはかほく市、白山市の一部、野々市市、津幡町、内灘町を含む

※令和 2 年の観光入込客数は未公表であるため、令和 2 年の兼六園入園者数をもとに推計（対前年比 43.1%）。

(3) 旅行者の金沢旅行の満足度

金沢旅行の満足度について「とても満足」、「満足」と回答した割合は、日本人旅行者が 92.8%、外国人が 97.4% と高い評価を得ています。

伝統芸能の支援や伝統工芸の振興等を行い、まちの個性に磨きかけるとともに、金沢で心地よく過ごすためのマナーの発信を行います。また、快適に滞在できる環境の整備や観光事業者の連携の強化によるスキルアップを図り、高い満足度をめざします。

2. 数値目標の設定

金沢市持続可能な観光振興推進計画 2021 では、5年後の金沢観光のあるべき姿を示す数値目標を設定し、目標達成に向け取組を進めていきます。なお、新型コロナウイルス感染症の収束状況や旅行者の戻り方等をモニタリングすることで、適正な目標設定となるよう毎年見直しを行います。

基本的な考え方

- 市民生活と観光が調和したまちづくりを推進することで、市民と旅行者双方の満足度向上をめざします。
- 質の高い観光コンテンツの提供を通じて、リピーターや長期滞在者を増やし、金沢市内における宿泊者数と消費額の向上をめざします。
- 多くの人の憧れの旅行先となるよう、情報発信やプロモーションを通じて、金沢の認知度と来訪意向を高めます。
- 新型コロナウイルス感染症による影響を考慮し、令和元年の数値を基準に目標値（暫定）を設定します。

（1）年間宿泊者数

年間宿泊者数は令和元年から 10.1% 増の 377.7 万人をめざします。また、年間外国人宿泊者数は令和元年から 33.9% 増の 82.1 万人をめざします。

	令和元年（2019年）	令和7年（2025年）
年間宿泊者数	343.1 万人	→ 377.7 万人
年間外国人宿泊者数	61.3 万人	→ 82.1 万人

出典：金沢市観光調査結果報告書「金沢市内宿泊施設動向調査」（平成 31 年・令和元年）

（2）観光入込客数（金沢地域）

金沢地域の観光入込客数は令和元年から 3.1% 増の 1,101 万人をめざします。

	令和元年（2019年）	令和7年（2025年）
観光入込客数（金沢地域）	1,068 万人	→ 1,101 万人

出典：統計からみた石川県の観光（石川県）の金沢地域の入り込み客数

※金沢地域にはかほく市、白山市の一帯、野々市市、津幡町、内灘町を含む

（3）旅行者の金沢旅行の満足度

今訪れている旅行者のうち「満足」「とても満足」と回答した人の割合が日本人満足度 95% 以上、外国人満足度 95% 以上の維持をめざします。

	令和元年（2019年）	令和7年（2025年）
金沢旅行の満足度（日本人）	92.8%	→ 95%以上
金沢旅行の満足度（外国人）	97.4%	→ 95%以上維持

出典：金沢市観光調査結果報告書「金沢印象面接調査」 「満足」「とても満足」と回答した人の割合の合計

＜その他の指標について＞

各種施策の推進効果を測るために必要な下記項目については、令和3年度以降、新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえつつ、データ収集方法やアンケート内容等の検討を行ったうえで調査していきます。

金沢の観光のあり方に関する 市民満足度

金沢市民を対象に、行政や DMO の観光施策の取組の満足度や観光への関心度合い等を調査し、市民生活と観光が調和したまちづくりが推進されているか把握します。

1人あたりの観光消費額

金沢を訪れている日本人旅行者・外国人旅行者を対象に金沢滞在時の消費動向を調査し、体験コンテンツの磨き上げ等、観光消費額の底上げや地域経済の活性化にむけた各種施策の推進効果を図ります。

日本人の金沢へのリピート率

金沢を訪れている日本人旅行者を対象に、金沢へのリピート率を調査し、リピーター増加に向けたコンテンツの磨き上げや滞在環境の充実といった各種施策の推進効果を図ります。

旅行先としての金沢の認知度

金沢に訪れる前の日本人旅行者・外国人旅行者を対象に旅行先としての認知度や、訪れてみたい憧れのまちとして認知されているかを調査し、マーケティングの効果を図ります。

旅行先としての金沢への来訪意向

5章 基本戦略と施策の推進

1. 基本戦略

めざす姿および戦略テーマに基づき、以下の5つの基本戦略を設定します。

市民と旅行者の相互理解促進

基本戦略1

- 1-1 市民と旅行者による「憧れのまち金沢」の価値共有と魅力向上
- 1-2 市民の観光受容力を高めるための意識醸成
- 1-3 旅行者に金沢を知っていただくための環境づくり

魅力あるコンテンツの磨き上げ

基本戦略2

- 2-1 他の地域にないストーリーを活かしたコンテンツの造成・提供
- 2-2 リピーター向けの特別なコンテンツの造成・提供
- 2-3 金沢暮らしを楽しめる長期滞在型コンテンツの造成・提供
- 2-4 テーマ性を重視した広域観光の推進
- 2-5 魅力あるコンテンツを提供できる事業者の育成

快適に観光できる環境の充実

基本戦略3

- 3-1 市内の回遊性向上によるだれでもまちあるきを楽しめる環境づくり
- 3-2 市内の交通円滑化の推進
- 3-3 だれもが快適に滞在できる環境の整備
- 3-4 金沢の培った歴史・文化的ストーリーを伝えられるガイドの育成
- 3-5 金沢の規模に見合ったMICE・修学旅行の誘致
- 3-6 安心・安全な観光の提供

観光マネジメント体制の強化

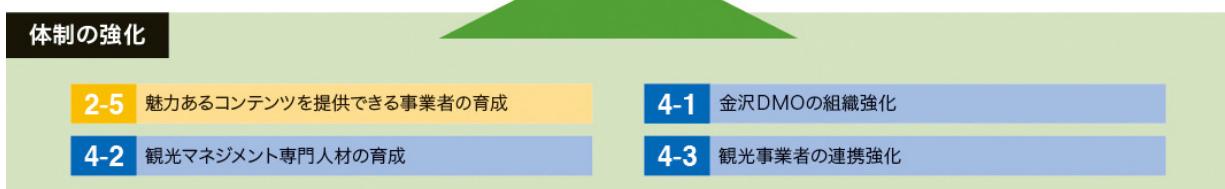
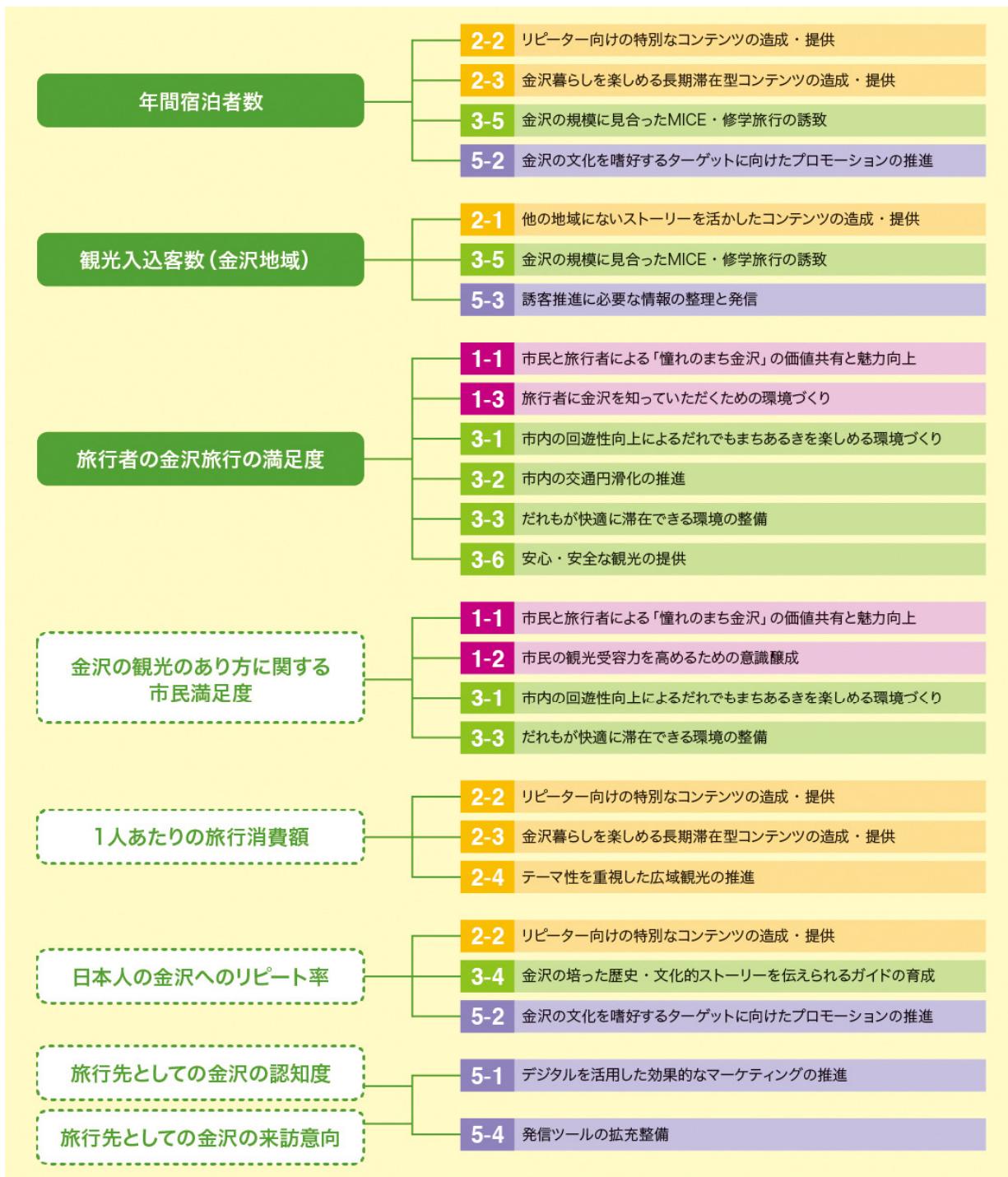
基本戦略4

- 4-1 金沢DMOの組織強化
- 4-2 観光マネジメント専門人材の育成
- 4-3 観光事業者の連携強化

国内外からの誘客推進に向けた情報収集と発信

基本戦略5

- 5-1 デジタルを活用した効果的なマーケティングの推進
- 5-2 金沢の文化を嗜好するターゲットに向けたプロモーションの推進
- 5-3 誘客推進に必要な情報の整理と発信
- 5-4 発信ツールの拡充整備



数値目標と基本戦略の関係性イメージ

基本戦略1 市民と旅行者の相互理解促進

持続可能な観光を推進していくためには、市民は金沢の魅力を再認識しつつ、旅行者を受け入れるための受容力を高めること、旅行者は自身の行動に責任を持ち、金沢に暮らす市民の生活を尊重した旅行をすることが求められています。

金沢が培ってきた歴史、まちなみ、伝統文化、食文化等の個性・魅力を再認識するイベントや講座の開催を通じて、市民と旅行者がお互いに理解し合い、金沢のまちの価値を共創できるような取組を推進します。



金沢芸妓



金沢市在住者向けの地域の魅力再発見ツアー



子ども塾



金沢甘えび

【関連する数値目標】

- ・ 金沢の観光のあり方に関する市民満足度
- ・ 旅行者の金沢旅行の満足度

主要施策 1－1 市民と旅行者による「憧れのまち金沢」の価値共有と魅力向上

市民や旅行者にとって「憧れのまち金沢」となるためには、金沢のまちのイメージや価値を市民と旅行者が共有することが重要です。そのためにも、金沢がこれまで培ってきた大切な文化である工芸、芸能、食等の魅力を体感できるイベントや学習する機会の提供により、金沢の明確なブランドイメージを構築し、次世代につないでいきます。

推進事業（5事業）

- ①伝統芸能の後継者育成や茶屋文化の継承支援
- ②金沢が誇る文化の魅力を発信するイベントの開催
- ③金沢の農産物や水産物のブランドイメージ強化
- ④市民が金沢の歴史、伝統文化、芸術等を学び、金沢の良さを再認識する機会の充実
- ⑤金沢の伝統文化・伝統工芸や職人の技を学ぶ子ども塾の開催

主要施策 1－2 市民の観光受容力を高めるための意識醸成

持続可能な観光を推進するためには、観光事業者だけでなく、金沢市に住む市民自身が旅行者を快く受け入れる「観光受容力」を高めることができます。市民が金沢の魅力を再認識し、市民自身が地元観光を楽しむためにも、市民に対して観光が地域にもたらす効果や観光施策について情報発信します。

推進事業（5事業）

- ①金沢の観光に関する市民意識調査の実施
- ②市民が楽しめるマイクロツーリズムの推進
- ③市民と旅行者がともに楽しめるイベントの開催
- ④プロスポーツチームとの交流促進
- ⑤金沢市の事業や施策に関する情報の積極的発信

主要施策 1－3 旅行者に金沢を知っていただくための環境づくり

旅行者が金沢の自然・文化や市民生活を尊重し、行動に責任を持っていただくためにも、金沢の生活文化について知っていただく機会を設けることが重要です。工芸や芸能等の金沢の文化の魅力発信にとどまらず、まちなみの維持や市民生活への影響等を考慮したマナー啓発を推進していきます。

推進事業（4事業）

- ①金沢で心地よく過ごすためのマナー啓発の推進
- ②宿泊施設での工芸品展示による工芸の魅力発信
- ③金沢の伝統芸能を体験できる機会の創出
- ④金沢の歴史、自然、生活、文化等を深く学ぶことができる資料の制作・発信

基本戦略2 魅力あるコンテンツの磨き上げ

金沢の培ってきた歴史、まちなみ、伝統文化、食文化等の個性をより引き出せるような、金沢ならではの体験ができるコンテンツの造成を推進することに加え、より深く金沢を知ることができるリピーター向けのコンテンツや、金沢での暮らしを楽しめるような長期滞在型コンテンツ等、旅行者の多様なニーズに応えられるような魅力あるコンテンツを観光事業者とともに創出します。

また、インバウンド向けに上質な観光サービスを提供できる事業者によるコンテンツの造成を支援する等、プレミアムなコンテンツを提供できる事業者の育成にも取り組みます。

さらに、周辺自治体や関連団体との連携を強化し、地域全体での長期滞在・観光消費額の向上につなげていきます。



バー ホッピングツアー



金沢マラソン



伝統工芸作家の工房を訪ねる特別な旅



湯涌ぼんぼり祭り

【関連する数値目標】

- ・ 年間宿泊者数
- ・ 観光入込客数（金沢地域）
- ・ 1人あたりの観光消費額
- ・ 日本人の金沢へのリピート率

主要施策 2－1 他の地域にないストーリーを活かしたコンテンツの造成・提供

金沢の強みである歴史、伝統工芸、伝統芸能、食等の文化を楽しむことができる魅力的なコンテンツを創造します。また、美食、アート、庭園、建築といった近年注目度が高まっている分野においても、金沢の文化の豊かさを反映したコンテンツを造成し提供することで、金沢ファンを増やしていきます。

推進事業（6事業）

- ①歴史、伝統工芸、伝統芸能、食等の金沢の豊かな文化を生かしたコンテンツづくり
- ②SDGs ツーリズムの推進
- ③里山等の自然を通して生物多様性への理解を深めるグリーンツーリズム・エコツーリズムの推進
- ④金沢特有の建築文化の継承と発信
- ⑤金沢マラソンやウォーキングイベント等を活かしたスポーツツーリズムの推進
- ⑥湯涌温泉のブランド力向上と誘客促進

主要施策 2－2 リピーター向けの特別なコンテンツの造成・提供

金沢に何度も足を運んでいただける旅行者は、金沢の魅力の奥深さを知り、多くの方にその魅力を伝えていただける大切な役割を担っています。何度も訪れても楽しめるコンテンツや、リピーター向けのコンテンツの充実化を図ることで、金沢ファンを増やします。

推進事業（3事業）

- ①旅行者の興味・関心に応じたより奥深い金沢の魅力発信
- ②金沢の「ほんもの」の豊かさを感じることのできる上質な旅行商品の造成
- ③奥深い金沢を体感できるコンテンツの造成

主要施策 2－3 金沢暮らしを楽しめる長期滞在型コンテンツの造成・提供

夜間や早朝にしか体験できないコンテンツの提供や、市民との交流を通じて金沢での暮らしを体感できるようなコンテンツの造成により、長期滞在を促します。

日常の忙しさから離れ、金沢に長く滞在して金沢の暮らしや文化をしっかり味わうことで、心身の健康や心の豊かさにつながる観光スタイルを提供します。

推進事業（5事業）

- ①市民と宿泊者が交流する観光スタイルの構築
- ②夜の賑わい創出に向けたナイトタイムコンテンツづくりの推進
- ③ワーケーション環境の充実
- ④長期滞在したくなる宿泊施設の充実
- ⑤おいしい朝ごはん等朝を楽しむコンテンツづくりの推進

主要施策 2－4 テーマ性を重視した広域観光の推進

北陸新幹線敦賀延伸により、これまで連携してきた自治体・地域に加え、南加賀・福井方面にもアクセスが容易になり、広域観光ルートの選択肢が広がります。それぞれの自治体・地域がもつ強みを活用しながら北陸3県・飛騨・信州等、広域で楽しめるコンテンツの造成やプロモーションを自治体や関連団体と連携しながら推進することで、地域全体での旅行者の周遊、長期滞在、観光消費額の向上につなげます。

推進事業（4事業）

- ①北陸・飛騨・信州3つ星街道、北陸新幹線沿線都市、富山県西部地域の連携強化
- ②能登や加賀との連携による広域観光の推進
- ③小松空港を核とした旅行商品の企画、発信
- ④近隣市町や交通事業者との連携推進



北陸・飛騨・信州3つ星街道ロゴマーク



北陸・飛騨・信州3つ星街道 連携エリア

主要施策 2－5 魅力あるコンテンツを提供できる事業者の育成

金沢の魅力あるコンテンツを多くの旅行者に提供するためには、事業者が、提供するコンテンツに金沢固有の価値や個性を反映できることが重要です。事業者が金沢の魅力を学ぶ機会を創出し、事業者同士の連携を促すことで、質の高い観光コンテンツの造成・提供につなげ、旅行者の満足度向上につなげます。

推進事業（3事業）

- ①コト商品の充実化に向けた事業者の育成や連携促進
- ②旅館やホテルと連携した魅力的なコンテンツの造成
- ③専門家の視察ツアー開催による事業者のスキルアップ

基本戦略3 快適に観光できる環境の充実

金沢市内が快適に旅行を楽しめる場所であることは、満足度や愛着度の向上、再来訪意向につながります。そのためにも、徒歩や自転車等でゆっくりと楽しめる環境づくり、まちなかの交通円滑化と公共交通の利便性向上、Wi-Fi環境やキャッシュレス環境の整備等、心地よい空間づくりを推進します。

また、金沢が培った歴史や文化的ストーリーを伝えられるガイドの育成を推進し、質の高いおもてなしができるよう、スキルアップを図ります。

そして、新型コロナウイルス感染症や近年の災害発生状況を踏まえると、安心・安全な旅行ができることが旅行先を選ぶ重要な条件であることから、感染症対策や災害時の体制を整え、市民も旅行者も安心・安全に金沢を楽しめるよう、感染症対策や災害時の体制を整えます。



まちのり



外国人旅行者向けガイド

【関連する数値目標】

- ・ 年間宿泊者数
- ・ 観光入込客数（金沢地域）
- ・ 金沢の観光のあり方に関する市民満足度
- ・ 旅行者の金沢旅行の満足度
- ・ 日本人の金沢へのリピート率

主要施策3－1 市内の回遊性向上によるだれでもまちあるきを楽しめる環境づくり

金沢は、藩政時代の名残を感じられる細街区や用水のせせらぎ、こまちなみ等、徒歩や自転車でゆっくりとまちなみを楽しむことができます。まちなみや案内サインの整備等、まちなかの歩行回遊性の向上に努めるだけでなく、まちあるきを安全に楽しめるよう多言語での交通ガイドを作成する等、多くの旅行者がゆっくりとまちなみを楽しむ環境づくりを推進します。

推進事業（7事業）

- ①多言語でのまちなか交通ガイドの作成
- ②観光デジタルマップの整備
- ③公共シェアサイクル「まちのり」の利用促進
- ④史跡等の解説サインの多言語化整備
- ⑤わかりやすい案内サインの整備
- ⑥暮らしに根ざした景観の保全・継承と魅力発信
- ⑦観光地周辺道路の修景整備・無電柱化の推進



金沢市観光デジタルマップ

主要施策3－2 市内の交通円滑化の推進

金沢市では、観光ピーク時の交通渋滞対策として、パーク・アンド・ライド¹⁷の実施や公共交通の利用促進に取り組んでいます。今後も引き続き、公共交通の利用促進を図ることに加え、次世代交通サービスの推進等により、移動の利便性を向上します。

推進事業（4事業）

- ①次世代交通サービス（金沢MaaS）の推進
- ②公共シェアサイクル「まちのり」の利用促進
- ③観光ピーク時におけるパーク・アンド・ライドの実施と利用促進
- ④都心軸の交通円滑化対策の推進

17 最寄りの駅やバス停まで自動車で移動し、公共交通機関（主に鉄道やバス）に乗り換えて、目的地まで移動する方法。

主要施策3－3 だれもが快適に滞在できる環境の整備

ストレスなく宿泊、移動、観光、買い物、飲食等ができるることは、市民や旅行者の満足度向上につながります。そのためにも、ユニバーサルデザイン^{*18}やダイバーシティ^{*19}の考え方を軸に、年齢・性別・人種・障害の有無にかかわらず、多くの人が快適に滞在できる環境づくりを推進していきます。

推進事業（7事業）

- ①金沢駅・金沢中央観光案内所の運営
- ②多言語による情報発信や受入環境の整備
- ③ユニバーサルデザインの視点による受入環境の整備・充実
- ④快適に過ごすことができる美しいまちづくりの推進
- ⑤まちなかにおける公衆無線 LAN の整備
- ⑥湯涌温泉の受入環境の整備
- ⑦クルーズ船の受入体制の充実

主要施策3－4 金沢の培った歴史・文化的ストーリーを伝えられるガイドの育成

金沢市では多くの旅行者の案内役であるボランティアガイド団体として、観光ボランティアガイドまいどさん、金沢グッドウィルガイドネットワーク、手話観光案内かがやきR等があり、所属する方は豊富な知識とおもてなし力で多くの旅行者を案内し、実績を積み重ねてきました。また、外国人旅行者向けには、通訳案内士や地域通訳案内士等が活躍し、多くの外国人旅行者の金沢滞在のサポートをしてきました。

旅行者に金沢の魅力を知っていただくためには、これまで培ってきた歴史、文化等に精通し、正確に解説できるガイドの存在が重要です。引き続き、地元ならではの観光情報の提供やおもてなしができる質の高いガイドの発掘、育成に努めます。

推進事業（4事業）

- ①観光ボランティアガイドの育成・充実
- ②金沢の観光情報に精通した通訳ガイドの育成
- ③広域を案内できる通訳ガイドの育成
- ④聴覚に障害のある方への観光ボランティアガイド（かがやきR）の育成

18 老若男女、文化・言語・国籍、障害の有無、体格等にかかわらず、できるだけ多くの人が利用しやすいうように製品、建物、空間等を設計・デザインすること。

19 国籍、性別、年齢等にこだわらず、多様な人々の属性や個人の能力等の違いを尊重すること。

主要施策 3－5 金沢の規模に見合った MICE・修学旅行の誘致

金沢ならではのユニークベニューやエクスカーションの提供により、質の高い MICE を開催できる場所として金沢の認知度を高め、金沢の強みが発揮できるような MICE の誘致を推進します。また、オンラインでの MICE 開催や、まちなかの複数の施設の活用した分散型 MICE 開催等、多様な形での MICE の開催ができる環境を整えます。

また、教育旅行を誘致し、金沢ならではの歴史や文化を活かした学習機会の提供を通じて、金沢のまちの魅力を伝え、将来のリピーター獲得につなげます。

推進事業（3事業）

- ①金沢ならではの MICE の誘致と開催
- ②文化やスポーツのイベント誘致と開催
- ③教育旅行の誘致

主要施策 3－6 安心・安全な観光の提供

金沢での滞在を楽しんでいただくためには、安心・安全な観光を提供することが重要です。有事の際に速やかに安全確保や避難誘導等の行動に移せるよう、観光事業者を対象とした訓練や講習を実施します。また、緊急情報等をわかりやすく発信することで、旅行者が安心して観光ができるよう取り組みます。

推進事業（6事業）

- ①宿泊施設に対する監視指導により市民と旅行者の安全安心確保
- ②多言語対応救急アプリの配備による外国人傷病者の安全確保
- ③宿泊施設関係者等を対象とした防火研修の実施
- ④帰宅困難者や旅行者の安全確保
- ⑤文化財建造物の防火安全の確保
- ⑥ホームページ等を活用した緊急情報の発信



新金沢観光様式「安全・安心」取組宣言

基本戦略4 観光マネジメント体制の強化

金沢 DMO は、官民連携型の観光地域づくりプラットフォームであり、持続可能な観光を推進するうえで、市民も旅行者も満足できる観光まちづくりのマネジメントが求められています。

これまで実施してきたマーケティング会議や会員向けセミナーの継続的な開催による観光事業者間の連携推進やスキルアップを図ることで、観光消費額の拡大やコンテンツの質の向上を進めていきます。

また、専門人材の導入・育成により、データに基づくマーケティングや旅行者の傾向分析、戦略的なプロモーションの推進を図ります。



観光事業者向けセミナー



金沢 DMO マーケティング会議

主要施策 4－1 金沢DMOの組織強化

金沢 DMO である一般社団法人金沢市観光協会は、地域の「稼ぐ力」向上のため、関係団体や事業者等と連携し「マーケティング会議」を発足させ、誘客推進や旅行者の満足度向上、消費額向上につなげていくための意見交換を行い、金沢ならではの商品づくりや戦略的なプロモーション等を推進してきました。引き続き、交通、飲食、商工、宿泊、文化芸術等の各種団体と連携しながら、金沢の観光まちづくりのリーダーシップを発揮していきます。

推進事業（3事業）

- ①金沢 DMO の観光マネジメント機能の強化
- ②専門人材の活用による組織強化
- ③データ活用によるマーケティング機能の強化

主要施策 4－2 観光マネジメント専門人材の育成

金沢 DMO が持続可能な観光を推進し、適切なマーケティングやプロモーションを行っていくためには、観光データを収集・分析し戦略的な展開へつなげられる人材や、観光事業者が造成した観光コンテンツを効果的にプロモーションできる人材等、専門性の高い人材が必要です。また、観光まちづくりの視点を持ち、マネジメントできる人材も重要となります。

そのため国、民間企業、教育機関等と協力しながら専門人材を育成し、金沢の観光施策を戦略的に推進していきます。

推進事業（3事業）

- ①専門人材の登用による金沢 DMO の機能強化
- ②金沢市観光協会の組織力強化と人材育成
- ③他地域の DMO との連携強化による人材育成

主要施策 4－3 観光事業者の連携強化

金沢 DMO では、市内観光事業者向けの意見交換会やワークショップ等の開催により、観光事業者間の連携強化やスキルアップを支援してきました。引き続き、旅行商品の質の向上や観光消費額の拡大に向けて、観光事業者のスキルアップに向けた勉強会等を推進します。

推進事業（3事業）

- ①金沢で活躍する観光事業者間の連携強化
- ②コト商品の充実化に向けた事業者の育成や連携
- ③SDGs の推進による事業者の連携

基本戦略5 国内外からの誘客推進に向けた情報収集と発信

世界中から金沢のもう魅力が伝わる親和性の高いお客様を誘客していくためには、マーケティングによりターゲットの傾向を分析し、戦略的なプロモーションを展開する必要があります。

デジタル技術を活用することでデータを収集し、旅行者の傾向分析の結果を踏まえながら、金沢を嗜好する旅行者に対して的確にプロモーションを展開し、ウェブサイトや公式 SNS 等で情報発信を行うことで、「憧れのまち金沢」としての認知度向上に努めます。



旅行博への出展



商談会



金沢市観光公式サイト「金沢旅物語」

【関連する数値目標】

- ・ 年間宿泊者数
- ・ 観光入込客数（金沢地域）
- ・ 日本人の金沢へのリピート率
- ・ 旅行先としての金沢の認知度
- ・ 旅行先としての金沢への来訪意向

主要施策5－1 デジタルを活用した効果的なマーケティングの推進

金沢の歴史や文化のあり方に共感し、さらに市民生活に敬意を払っていただけるような旅行者を積極的に誘客するためには、ターゲットの傾向を分析することが重要です。そのためにも、金沢を訪れている旅行者の動向調査に加え、金沢市観光公式サイト「金沢旅物語」のアクセス状況や、世界的な観光市場の分析等、デジタル技術を活用して幅広くデータ収集・傾向分析を行うことで、戦略的な事業展開やプロモーションにつなげます。

推進事業（3事業）

- ①国内外旅行者の観光動向調査の実施
- ②観光データの収集による調査・分析
- ③ターゲット市場のニーズ調査・分析

主要施策5－2 金沢の文化を嗜好するターゲットに向けたプロモーションの推進

金沢市では、旅行博への出展、重点市場でのプロモーション活動、ファムトリップの実施等、国、民間企業、関係自治体、現地誘客コーディネーター等と協力しながら、プロモーション活動を推進してきました。今後は、これまで作り上げてきた縁を生かしつつ、マーケティング調査の結果を踏まえ、戦略的にプロモーションを推進していきます。

また、映像の配信やオンライン商談会等、デジタル技術を活用したプロモーションについても継続的に推進します。

推進事業（7事業）

- ①歴史、工芸、芸能、食等に親和性の高い欧米豪地域への誘客プロモーションの推進
- ②台湾や東南アジア地域等への誘客プロモーションの実施
- ③大規模展示会やイベントへの出展
- ④国内交流都市との交流による相互プロモーションの推進
- ⑤金沢港発着クルーズ船の戦略的誘致
- ⑥世界で活躍するアーティストとの交流による若手アーティスト、クリエイター、作家等の育成
- ⑦金沢クラフトの販路開拓と魅力発信

主要施策 5－3 誘客推進に必要な情報の整理と発信

ターゲットを誘客するにあたり、訴求したいターゲットに合わせて観光コンテンツを編集し発信することが重要となります。そのためにも、多様な観光コンテンツを整理し、ターゲットがほしい情報を的確に提供していきます。

推進事業（3事業）

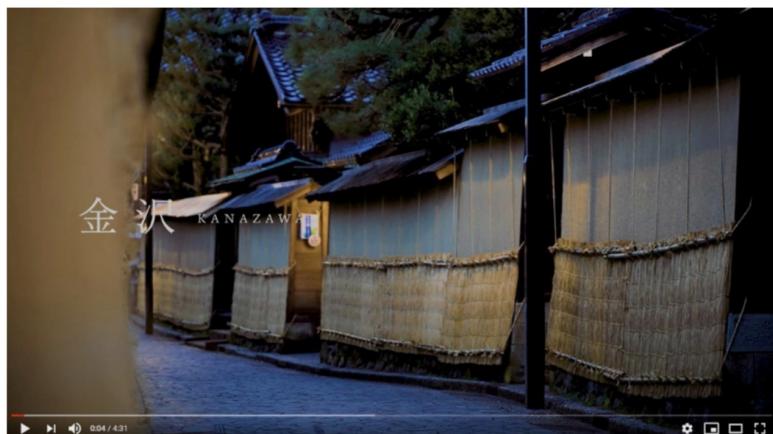
- ①富裕層誘客に向けた戦略ツールの作成
- ②金沢市観光公式サイト「金沢旅物語」の利便性向上
- ③金沢に縁のある人のネットワークを活かした情報収集と発信

主要施策 5－4 発信ツールの拡充整備

金沢市観光公式サイト「金沢旅物語」を軸に、世界中に金沢の魅力を伝えることで、「憧れの金沢」として認知いただけるよう、情報発信ツールの拡充と整備を行います。

推進事業（4事業）

- ①金沢市観光公式サイト「金沢旅物語」の発信力強化
- ②金沢クラフトの欧米富裕層向けの販路開拓
- ③金沢の魅力を発信するプロモーションムービーの制作
- ④東京オリンピック・パラリンピックに合わせた誘客促進



金沢の魅力を発信するプロモーションムービー

2. 計画推進の視点

基本戦略を効果的に推進するため、以下の3つの視点に留意して、施策に取り組みます。

視点1 デジタル技術の活用

戦略を効果的に推進するためには、デジタル技術の活用は不可欠です。デジタルマーケティングにより訪れてほしいターゲット層の傾向分析を行い、金沢市観光公式サイト「金沢旅物語」を軸に、世界中の方に金沢の魅力を伝え、何度も訪れてみたいと思っていただけるような質の高いプロモーションを図っていくことに加え、ウェブサイト上にワンストップで地域と旅行者をつなぐ仕組をつくることで旅行者の利便性を向上させ、旅マエから旅アトまでを一体的にフォローして満足度向上につなげます。

また、施策の効果把握のために、ウェブサイトへのアクセス状況や旅行者の金沢滞在動向のデータ等を収集して効果を検証し、施策の改善や新規事業につなげていきます。

視点2 新型コロナウィルス感染症の状況を踏まえた取組の推進

世界中で感染が広がった新型コロナウィルス感染症の影響は大きく、いつ収束するか見通せない状況です。そのため、戦略を推進するにあたり、各国の収束状況と国の動向等を踏まえ、段階的・弾力的に取組を進めていきます。

入国制限により外国人旅行者の受け入れができない段階をフェーズ1とし、日本国内にお住まいの方を受け入れつつ、外国人旅行者向けにオンライン上でのプロモーションを行う等、収束後に来訪いただくための周知活動を推進していきます。その上で、新型コロナウィルス感染症が収束した国・地域と観光目的での往来ができる状況をフェーズ2とし、入国制限の動き等を見据えながら、情勢に合わせて取組を行っていきます。

また、今後においても、感染症や自然災害等に対応するため、府内の各部署や関係団体と連携し観光施策のリスクマネジメント体制を整え、迅速な対応に努めます。

視点3 効果把握とフィードバック

各種戦略を進めるにあたり、取組の効果を継続的に調査・分析し、その結果をもとに事業内容の改善や新規事業の推進等に反映していきます。また、調査結果や事業方針について、市民や事業者へのフィードバックを積極的に行うことで、金沢の観光の現状を市民や事業者に伝えていきます。

なお、本計画の推進事業の確認や数値目標の見直し等については、毎年開催する「金沢市持続可能な観光振興推進会議」において検証を行うことで、効果的な施策の推進に努めます。また、行政内部においても「金沢市持続可能な観光振興推進本部」を中心に部署間の連携体制を強化し、横断的に施策に取り組みます。

参考資料

1. 金沢市持続可能な観光振興推進計画 2021 策定の経緯

日付	会議名	内容等
令和2年4月1日	第1回金沢市持続可能な観光振興推進本部会議	
令和2年7月10日	第1回金沢市持続可能な観光振興推進会議	①金沢市観光戦略プラン2016の進捗状況について ②金沢市の観光の現状と課題について ③金沢市持続可能な観光振興推進計画2021の策定について ④金沢市の観光に関するアンケート調査について
令和2年7月29日 ～8月14日	金沢市の観光に関するアンケート調査の実施	
令和2年9月4日	第1回観光消費額向上専門部会	①金沢市のこれまでの取組について
令和2年9月7日	第1回海外誘客の推進専門部会 (オンライン)	②金沢市の課題
令和2年9月11日	第1回市民生活との調和専門部会	
令和2年9月～10月	関係団体との意見交換(16団体)	
令和2年10月1日	第2回市民生活との調和専門部会	①第1回会議でのご意見と課題の整理 ②金沢市持続可能な観光振興推進計画2021の基本的な考え方について ③施策のアイデア・具体的な取組について
令和2年10月8日	第2回海外誘客の推進専門部会	
令和2年10月9日	第2回観光消費額向上専門部会	
令和2年11月17日	第2回金沢市持続可能な観光振興推進本部会議	
令和2年11月20日	第2回金沢市持続可能な観光振興推進会議	①金沢市の観光に関するアンケート調査結果について ②第1回推進会議、専門部会、意見聴取でのご意見と計画の方向性について ③金沢市持続可能な観光振興推進計画2021の骨子案について
令和2年11月30日	第1回プロジェクトチーム会議	
令和2年11月 ～令和3年3月	府内関係課との施策調整	
令和2年12月22日 ～令和3年1月20日	パブリックコメントの実施	
令和3年2月10日	第2回プロジェクトチーム会議	
令和3年2月16日	第3回金沢市持続可能な観光振興推進会議	①金沢市持続可能な観光振興推進計画2021の素案について

2. 金沢市持続可能な観光振興推進会議 委員名簿

分野	役 職 等	氏 名
学識経験	東京女子大学 現代教養学部 教授	矢ヶ崎 紀子
〃	北陸学院大学 短期大学部 教授	沢田 史子
〃	株式会社 Intheory 代表取締役	村木 智裕
〃	内閣府クールジャパン地域プロデューサー	陳内 裕樹
〃	金沢市工芸協会 副理事長	大樋 年雄
〃	乙女の金沢 主宰	岩本 歩弓
経済団体	一般社団法人 金沢経済同友会 副代表幹事	米沢 寛
〃	金沢商工会議所 専務理事	普赤 清幸
観光関係団体	一般社団法人 金沢市観光協会 副理事長兼専務理事	八田 誠
〃	金沢市料理業組合 会長 金沢市旅館ホテル協同組合 理事長	浅田 久太
〃	金沢ホテル懇話会 会長	庄田 正一
〃	一般社団法人 日本旅行業協会 中部支部石川地区委員会 委員長	小島 健治
〃	公益財団法人 金沢コンベンションビューロー 専務理事兼事務局長	竹本 重久
交通	西日本旅客鉄道株式会社 金沢支社 支社長	前田 洋明
〃	東日本旅客鉄道株式会社 北陸営業センター所長	佐々木 隆博*
〃	東日本旅客鉄道株式会社 北陸営業センター所長	日野 淳一*
〃	公益社団法人 石川県バス協会 会長	宮岸 武司
市民生活	金沢市町会連合会 副会長	笹井 錬造
市民生活	金沢市校下婦人会連絡協議会 会長	能木場由紀子
行政	金沢市 副市長	村山 卓

*佐々木委員は第1回、日野委員は第2回、第3回に参加

(順不同、敬称略)

3. 各種専門部会 参加者名簿

① 市民生活との調和専門部会

分野	団体名・役職	氏名
学識経験	北陸学院大学 短期大学部 教授	沢田 史子
観光関係団体	一般社団法人 金沢市観光協会 副理事長兼専務理事	八田 誠
市民団体	金沢市町会連合会 副会長	笹井 錬造
〃	金沢市校下婦人会連絡協議会 会長	能木場 由紀子
〃	金沢東山・ひがしの町並みと文化を守る会 会長	中村 驍
〃	長町武家屋敷界隈を愛する会 副会長	青木 誠治
〃	近江町市場商店街振興組合 常務理事	紙谷 一成
ゲスト	ハワイ州観光局日本支局長	ミツエ・ヴァーレイ

(順不同、敬称略)

② 観光消費額向上専門部会

分野	役職等	氏名
学識経験	乙女の金沢 主宰	岩本 歩弓
観光関係団体	一般社団法人 金沢市観光協会 副理事長兼専務理事	八田 誠
観光事業者	一般社団法人金沢クラフトビジネス創造機構 専務理事兼事務局長	新木 伊知子
観光事業者	株式会社こはく 代表取締役	山田 滋彦
観光事業者	株式会社金沢アドベンチャーズ 取締役社長	小原 光雅
観光事業者	アーテックス株式会社 代表取締役	川上 広造
観光事業者 (コンサル)	株式会社トラベルジップ 専務執行役員	星野 友明
オブザーバー	株式会社トラベルジップ 専務執行役員	石井 朋子

(順不同、敬称略)

③ 海外誘客の推進専門部会

分野	団体名・役職	氏名
学識経験	株式会社 Intheory 代表取締役	村木 智裕
学識経験	内閣府クールジャパン地域プロデューサー	陳内 裕樹
観光関係団体	一般社団法人 金沢市観光協会 副理事長兼専務理事	八田 誠
観光関係団体	金沢市料理業組合 会長 金沢市旅館ホテル協同組合 理事長	浅田 久太
学識経験	株式会社 Chapter White 代表取締役	ホワイト 美佳
観光関係団体	EXO TRAVEL JAPAN 顧問	下河辺 善太
学識経験	地球の歩き方総合研究所 事務局長	弓削 貴久
オブザーバー	一般社団法人金沢クラフトビジネス創造機構 専務理事兼事務局長	新木 伊知子

(順不同、敬称略)

4. 金沢市持続可能な観光振興推進本部会議・プロジェクトチーム 名簿

	本部会議 名簿	プロジェクトチーム 名簿
本部長	金沢市長	
副本部長	副市長	
副本部長	副市長	
本部員	都市政策局長	企画調整課長 広報広聴課長 情報政策課長 国際交流課長 交通政策課長 歩ける環境推進課長
〃	文化スポーツ局長	オリンピック関連事業推進室長 文化政策課長 文化財保護課長 歴史都市推進課長 スポーツ振興課長 金沢マラソン推進課長
〃	経済局長	産業政策課長 商工業振興課長 労働政策課長 クラフト政策推進課長
〃	農林水産局長	農業水産振興課長
〃	市民局長	市民協働推進課長
〃	福祉局長	障害福祉課長
〃	保健局長	衛生指導課長
〃	環境局長	環境政策課長
〃	都市整備局長	都市計画課長 景観政策課長
〃	土木局長	道路建設課長
〃	危機管理監	危機管理課長
〃	消防長	消防総務課長
事務局	観光政策課	観光政策課長（座長）

(順不同、敬称略)

5. 金沢市の観光に関するアンケート調査（抜粋版）

（1）調査概要

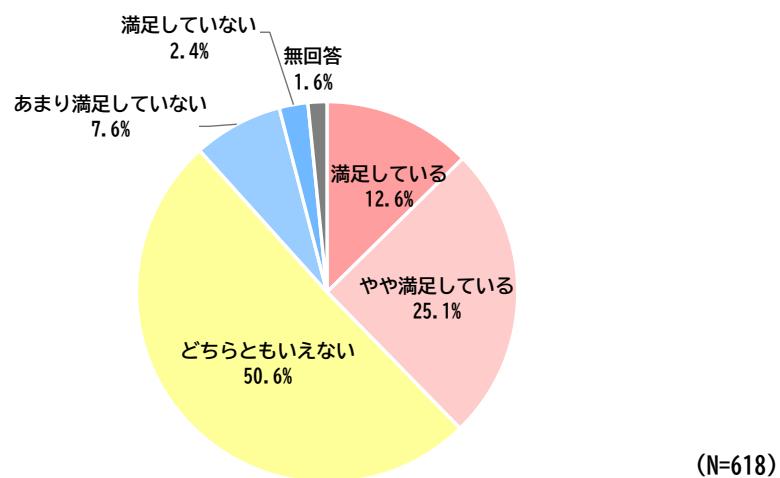
調査名	金沢市の観光に関するアンケート調査
調査地域	金沢市全域
調査対象者	金沢市内在住の 18 歳以上の方 2,000 人
調査方法	郵送による配布・回収 ※回答に際し、ウェブ上でも回答できるようウェブ回答フォームを設けた
調査期間	2020 年 7 月 29 日（水）～8 月 14 日（金）
回答数	618 件（郵送回答 581 件、ウェブ回答 57 件） ※すべて有効回答
回収率	30.85%
備考	観光客の歓迎意向や市民生活への影響に関する設問について、特に観光客が多く訪れている金沢中心部エリアの方の回答を抽出し、全体の回答と比較した。 金沢中心部エリアとは、犀桜、小立野、兼六、中央、明成、馬場、森山町の 7 つの校下を指す。

(2) 調査結果

① 金沢と旅行者との関係の満足度

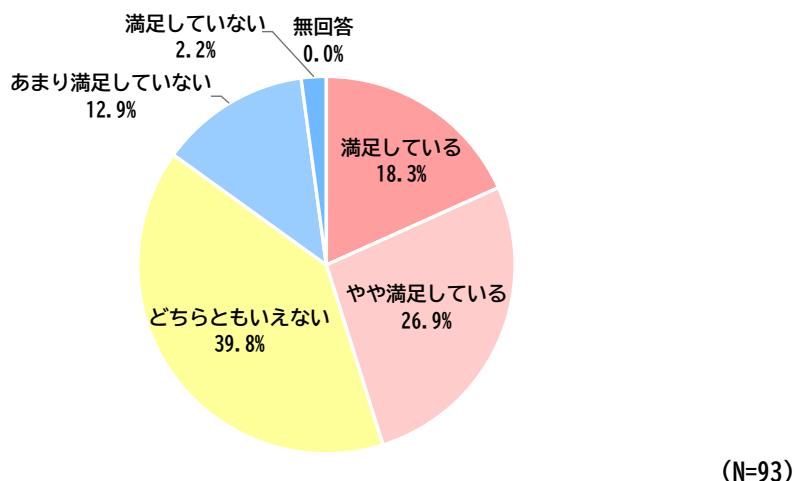
- ・全体では「どちらともいえない」が最も多く 50.6%、次いで「やや満足している」が 25.1%である。
- ・旅行者との関係に「満足している」「やや満足している」方の割合は、全体で 37.7%、金沢中心部エリアで 45.2%みられる。
- ・金沢中心部エリアにおいては、「あまり満足していない」「満足していない」の割合が全体よりもやや高い。

【全体】



(N=618)

【金沢中心部エリアのみ】

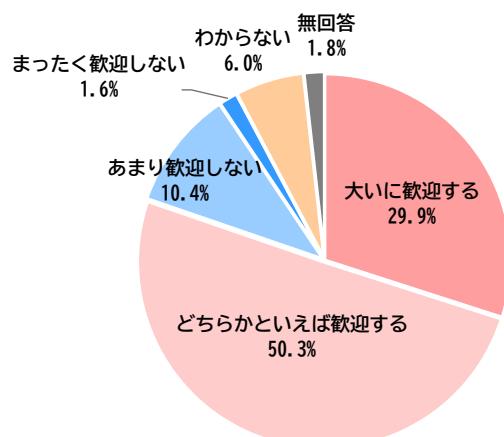


(N=93)

② 金沢を訪れる旅行者の歓迎意向

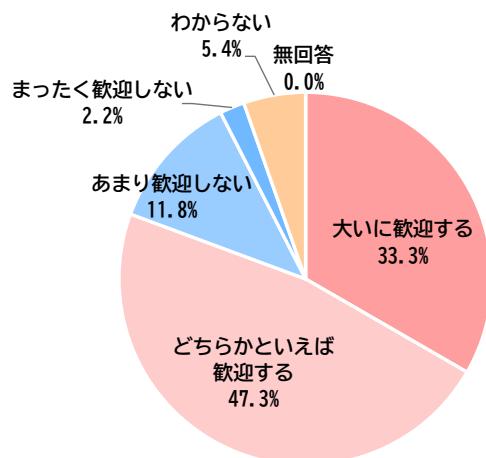
- ・全体では「どちらかといえば歓迎する」が最も多く 50.3%、次いで「大いに歓迎する」が 29.9%である。
- ・全体も金沢中心部エリアも同様の傾向がみられ、どちらも約 8 割が「大いに歓迎する」「どちらかといえば歓迎する」と回答している。

【全体】



(N=618)

【金沢中心部エリアのみ】

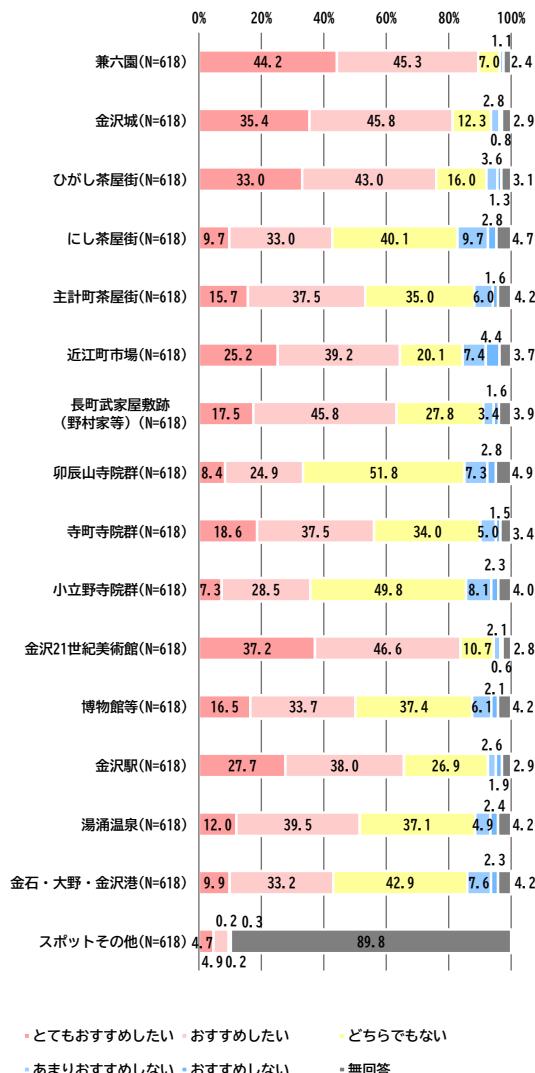


(N=93)

③ おすすめしたいスポットや体験

<おすすめしたいスポット>

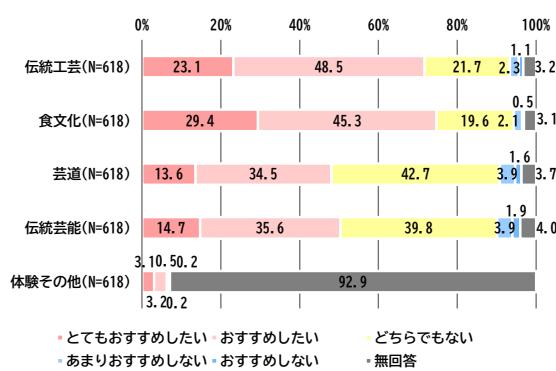
- ・「とてもおすすめしたい」が最も多いのは、「兼六園」で44.2%、次いで「金沢21世紀美術館」が37.2%である。



■ とてもおすすめしたい ■ おすすめしたい ■ どちらでもない
 ■ あまりおすすめしない ■ おすすめしない ■ 無回答

<おすすめしたい体験>

- ・「とてもおすすめしたい」が最も多いのは、「食文化」で29.4%、次いで「伝統工芸」が23.1%である。

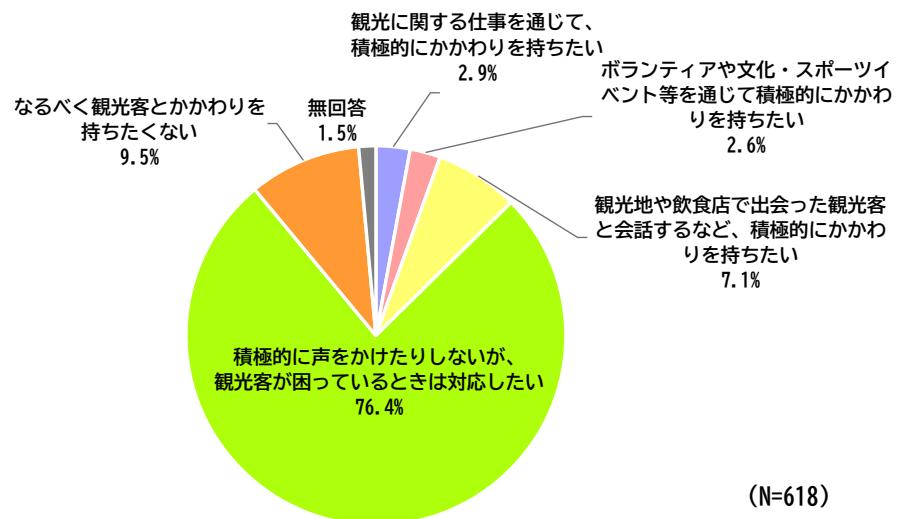


■ とてもおすすめしたい ■ おすすめしたい ■ どちらでもない
 ■ あまりおすすめしない ■ おすすめしない ■ 無回答

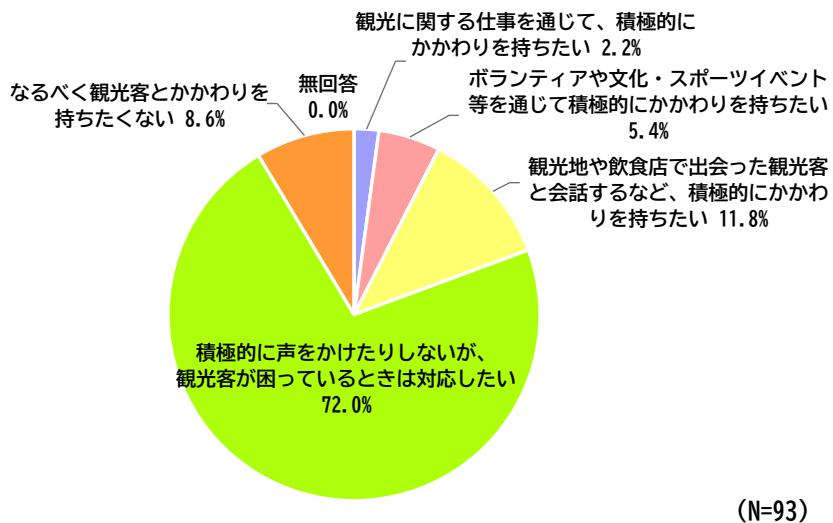
④ 旅行者と関わりを持つことへの意向

- ・全体では「積極的に声をかけたりしないが、観光客が困っているときは対応したい」が最も多く 76.4%、次いで「なるべく観光客とかかわりを持ちたくない」が 9.5% である。
- ・観光客との関わり方は、全体も金沢中心部エリアも同様の傾向がみられ、どちらも約 9 割が何らかの形で関わりたいと回答。
- ・全体に比べ、金沢中心部エリアは積極的に関わりを持ちたい方の割合が高い。

【全体】



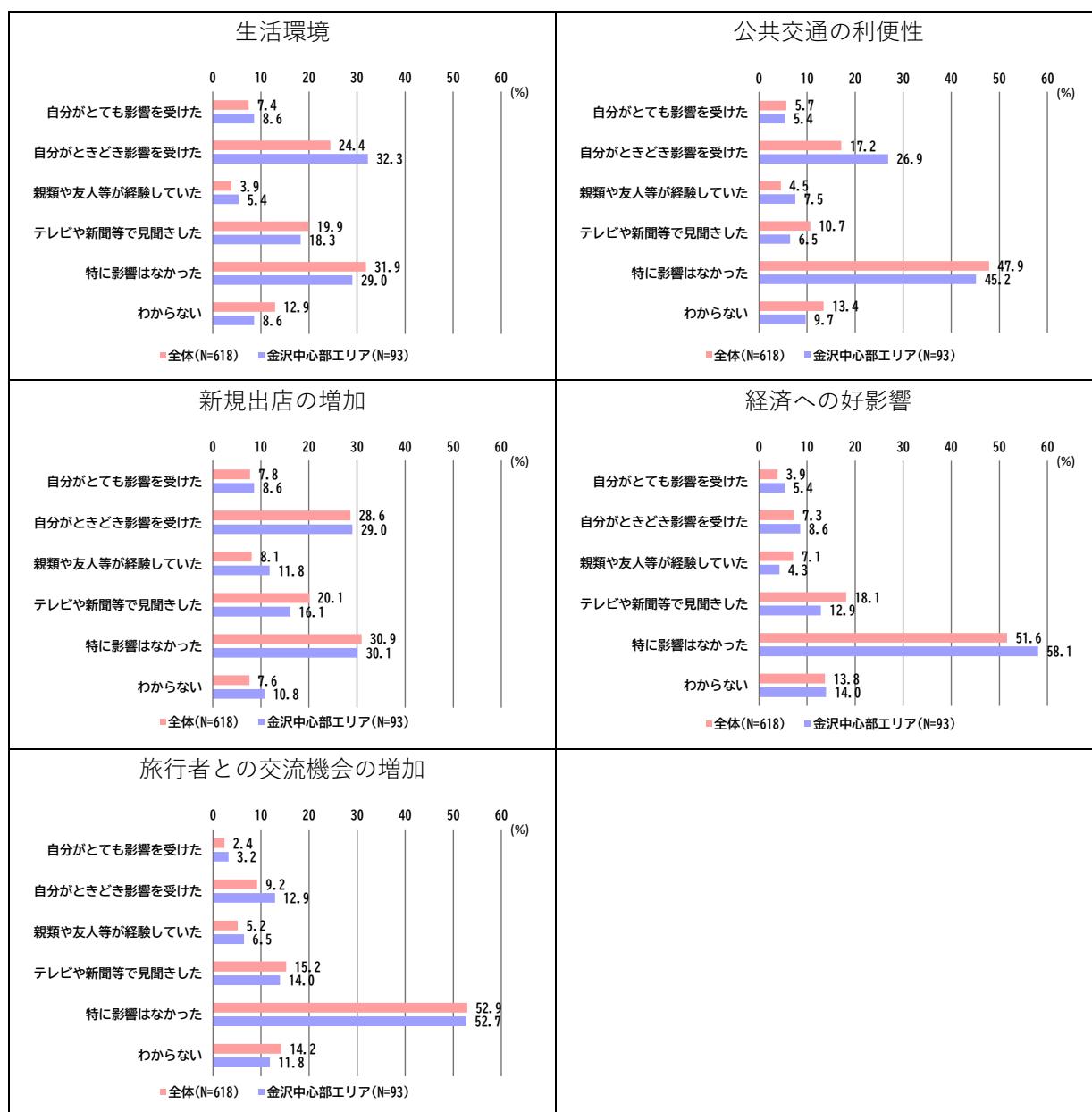
【金沢中心部エリアのみ】



⑤ 観光がもたらした影響

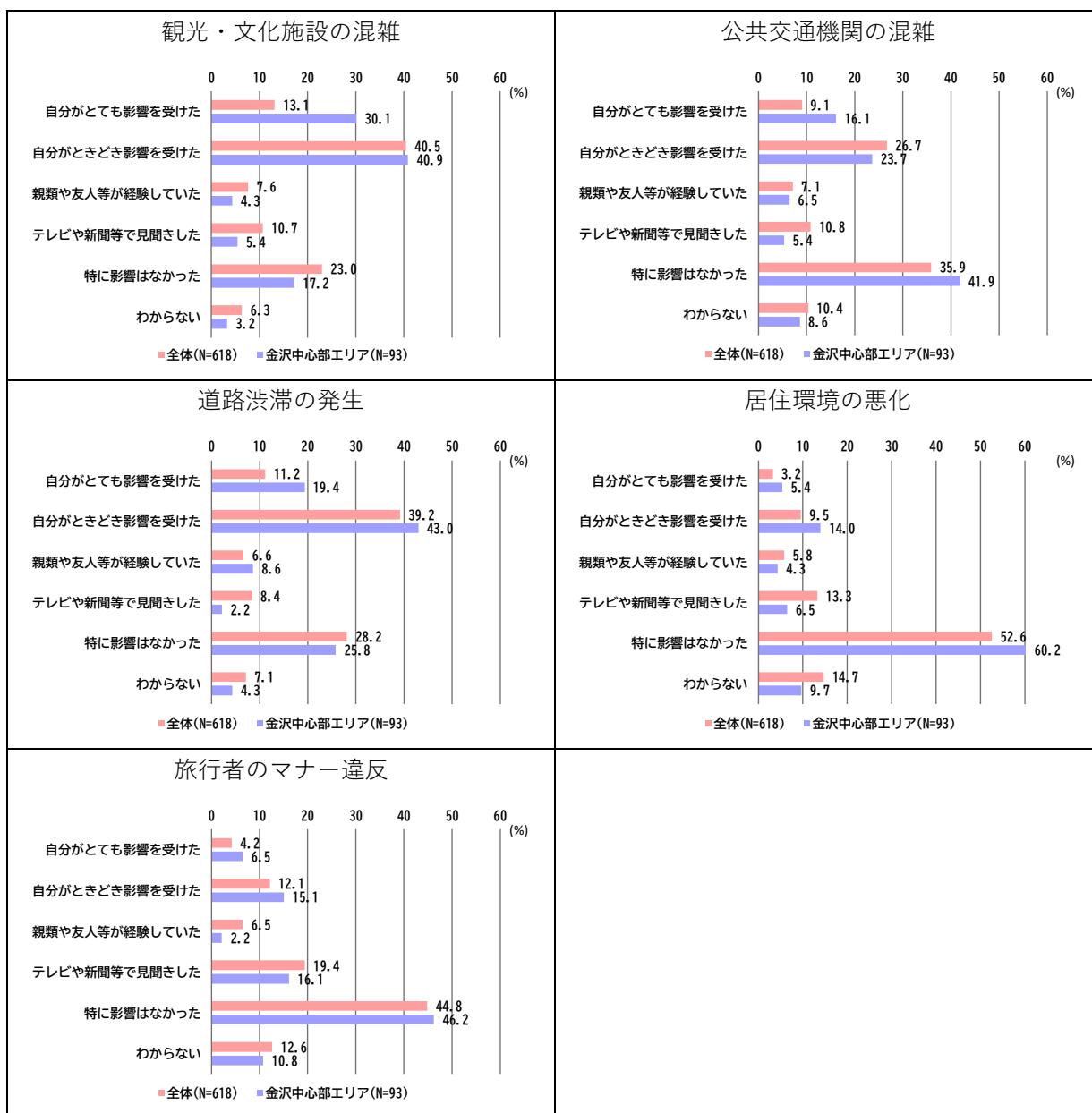
【良い影響】

- ・全体ではどの項目においても「特に影響はなかった」の割合が最も高い。
- ・金沢中心部エリアは、「生活環境」「公共交通の利便性」に関して「自分がときどき影響を受けた」の割合が全体をやや上回っている。
- ・「経済への好影響」と「観光客との交流機会の増加」については、全体、金沢中心部エリアのどちらも「特に影響はなかった」が5割以上であり、全体的にあまり実感されていない。



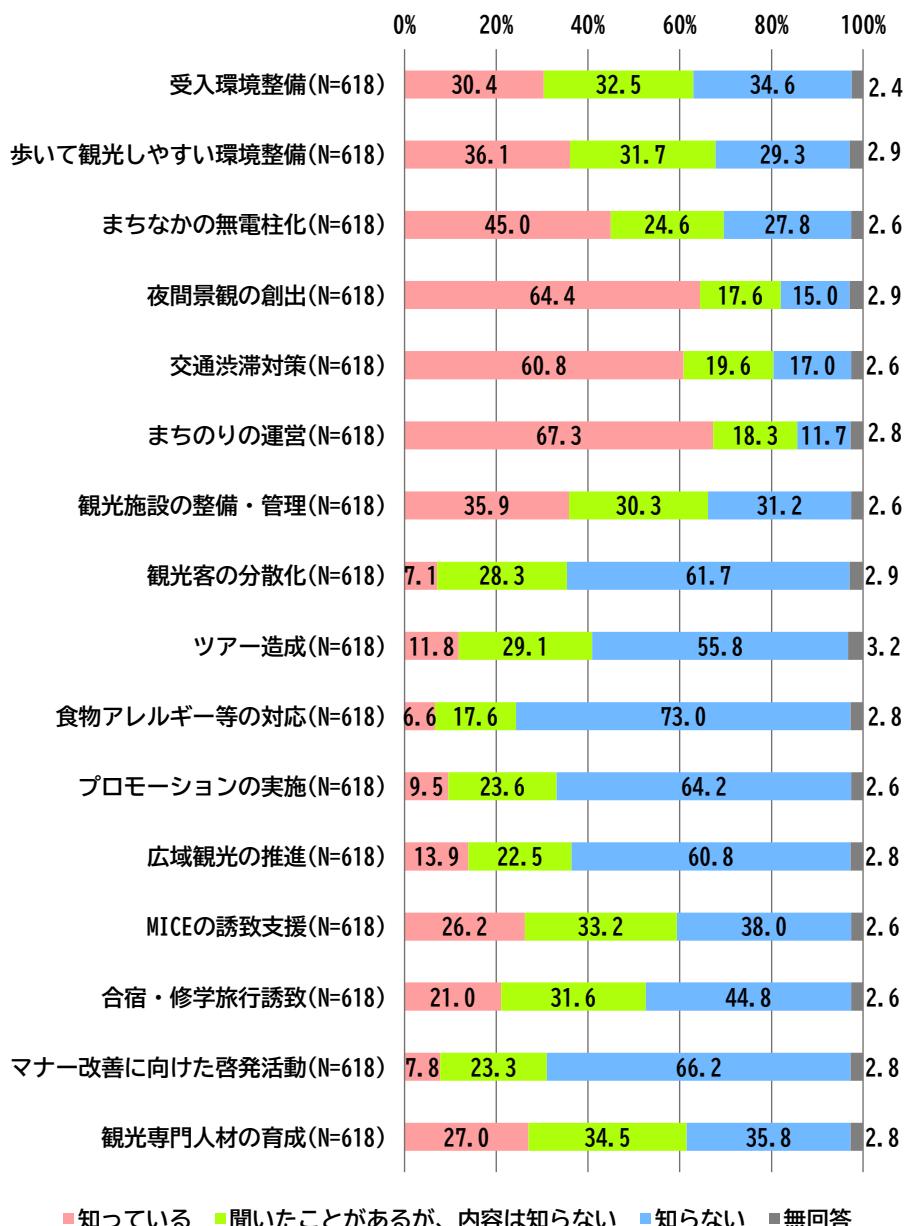
【悪い影響】

- ・全体、金沢中心部エリアのどちらも、「観光・文化施設の混雑」「道路渋滞の発生」に関して「自分がときどき影響を受けた」の割合が最も高い。一方、「公共交通機関の混雑」「居住環境の悪化」「観光客のマナー違反」は「特に影響はなかった」の割合が最も高い。
- ・金沢中心部エリアについては、どの項目においても「自分がとても影響を受けた」の割合が全体を上回っている。



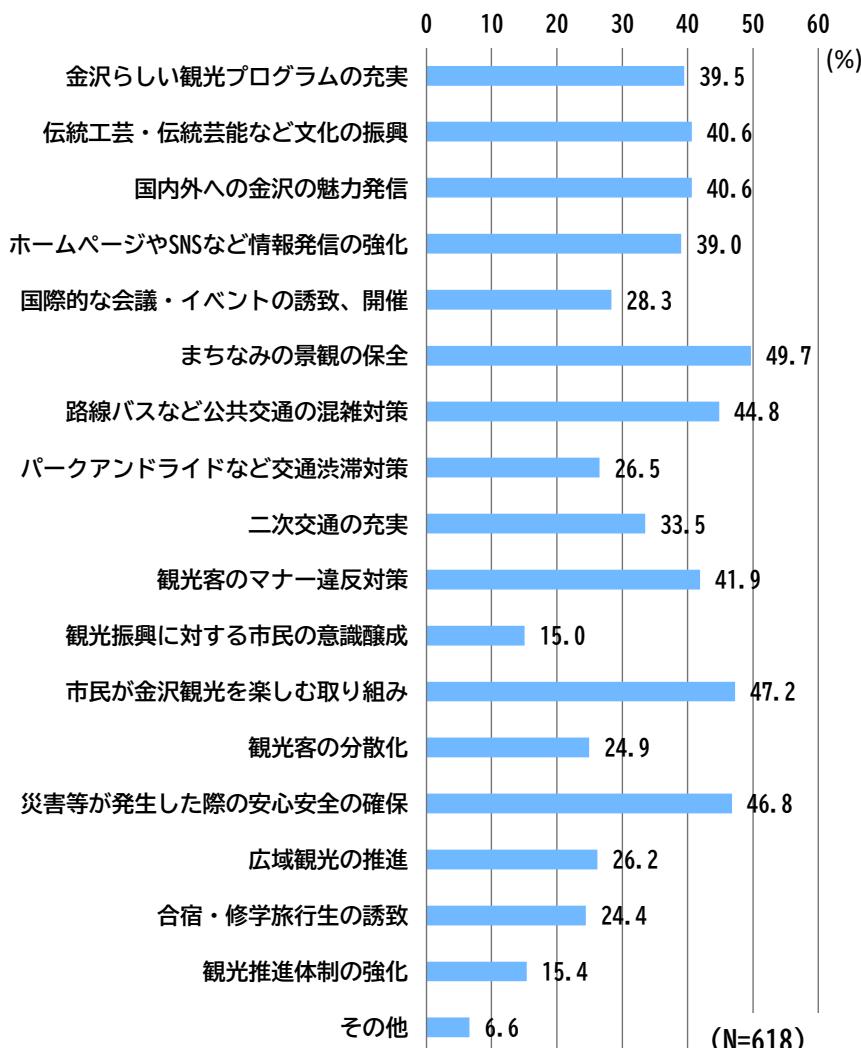
⑥ 金沢市の観光施策の認知度

・「知っている」が最も多いのは、「まちのりの運営」で 67.3%、次いで「夜間景観の創出」が 64.4%である。最も少ないのは、「食物アレルギー等の対応」で 6.6%である。



⑦ 金沢市の観光に関する施策で必要だと思う取組

- ・「まちなみの景観の保全」が最も多く49.7%、次いで「市民が金沢観光を楽しむ取り組み」が47.2%、「災害等が発生した際の安心安全の確保」が46.8%である。



金沢市持続可能な観光振興推進計画 2021

発行 令和3年3月

発行者 金沢市経済局観光政策課

〒920-8577 金沢市広坂1丁目1番1号

TEL 076-220-2194 FAX 076-260-7191