

金沢市持続可能な観光振興推進計画 2021（骨子案）

1. 計画の概要

（1）計画の目的・背景

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など、様々な観光施策を展開してきました。

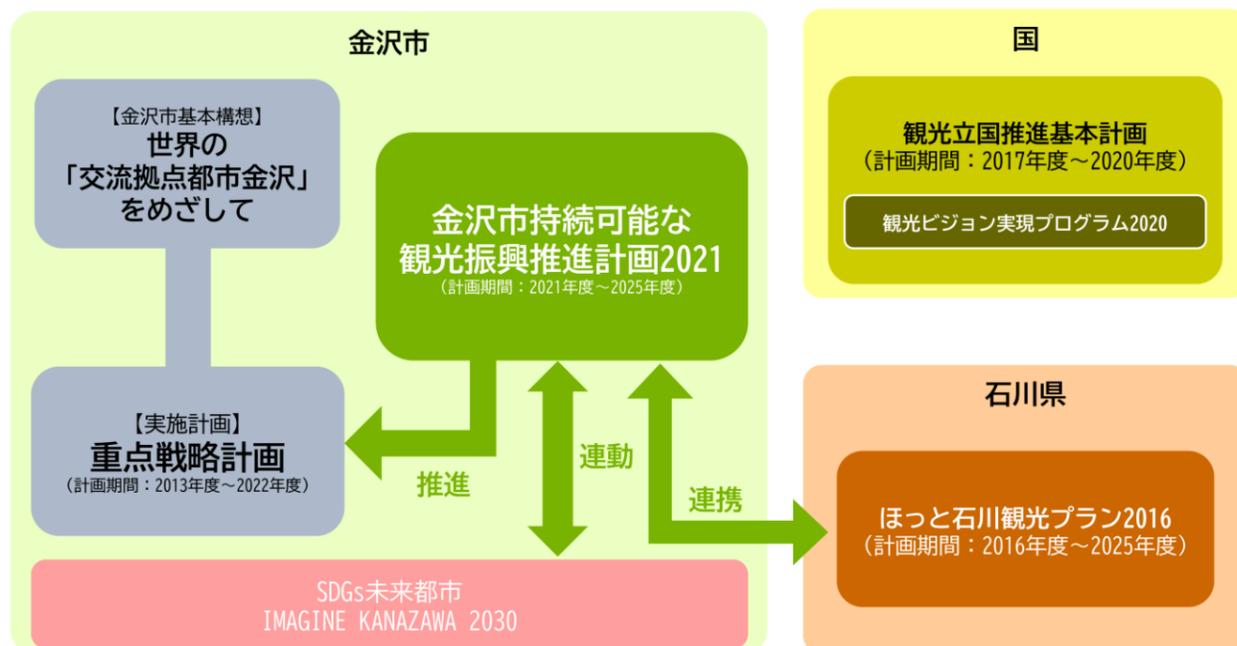
令和4年度末の北陸新幹線敦賀延伸や新型コロナウイルス感染症の影響により、本市を取り巻く環境や情勢は大きく変化すると見込まれ、これまで以上に戦略的な施策を展開していく必要があります。このため本市が取り組むべき観光戦略となる新たなマスタープランを策定し、市民生活と調和した持続可能な観光振興の推進を目的とします。

（2）計画期間

計画期間は**令和3年度（2021年度）～令和7年度（2025年度）**とし、進捗状況を踏まえながら、毎年見直しを行います。

（3）計画の位置付け

当計画は、上位計画である金沢市の基本構想『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「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ヵ年計画）を推進するための計画として位置づけ、第2次金沢交通戦略をはじめとするまちづくり関連の計画等や、市民や事業者の取り組み等との整合性を図ります。また、市民生活と調和する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。



2. 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、人気観光地では、混雑や交通渋滞などが発生し市民生活に影響が生じています。また多くの市民が旅行者を歓迎している一方で、金沢の良いところや市・金沢DMOの取組を知らない方もいるなど、市民の観光への関心の低さも見受けられます。

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

地元を旅して地元の良さを再認識する「マイクロツーリズム」や、テレワークで働きながら休暇を取る「ワーケーション」など、新型コロナウイルス感染症を契機に旅のあり方が大きく変化しており、多様な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。

また今後、感染症対策や災害時の対応がしっかりされていることが旅行先を選ぶ条件のひとつとなります。安心・安全な旅行ができるよう対策を講じ、旅行者の心理的不安を解消することも重要です。

（3）観光消費額の向上

旅に求めるニーズが多様化し、観光の消費形態も物を買う「モノ消費」から体験を楽しむ「コト消費」へ変化しています。金沢が培った歴史や文化を活か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大切です。

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。周辺自治体や関連団体と連携しながら旅行者の分散化を促し、北陸エリア全体での長期滞在・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

金沢を訪れる外国人旅行者は増加傾向にあります。旅行者がストレスなく金沢を観光できるよう受入環境の整備を継続して推進する必要があります。

また効果的なプロモーションを推進するため、ターゲットを明確化し、マーケティングにより世界中から金沢のもつ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受けやすい側面もありますが、金沢をいつか訪れたい場所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が大切です。

（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。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、オンラインでの旅の楽しみ方が提案されています。病气や子育て等で金沢を訪れることが難しい方にもオンラインで金沢を楽しんでもらうなど、金沢ファンを増やす取り組みを行うことも重要です。

そして観光事業者においても、リアルでのおもてなしを充実化するために、デジタル技術を活用した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. 基本的な考え方

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ます。北陸新幹線開業後の金沢には多くの旅行者が訪れていますが、こうした光が市民生活に根差したままさらに輝きを増し、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ります。

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きます。SDGs の理念を取り入れることも重要です。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。

金沢の観光がめざす姿

◆「ほんもの」を継承し、世界をひきつけるまち

ほんものへの感度が高い人々、金沢の文化や市民生活に敬意を払っていただける人々を「来てほしい旅行者」と位置づけ、旅行者の満足度と市民の幸福度を共に高める「質の観光」をさらに進めます。

◆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

金沢の多様で豊かな自然は、市民生活を彩り、繊細な美意識を醸成してきました。恵まれた自然環境を活かし、また歴史と風土に根差しながら、訪れるたびに発見がある金沢、長く滞在するほど知的好奇心が満たされる金沢をめざします。

◆住む人と訪れる人が価値を共創するまち

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責任を持つ旅行者と、足元にある地域資源を見直し、旅行者に親近感を持つ市民が新たな関係性を築き、SDGs の考え方を取り入れ、ともにまちの魅力を高めていくことをめざします。

◆新たな観光マネジメントをリードするまち

関係自治体と連携を強化して新たな広域観光・周遊観光を創造するとともに、デジタル技術の活用により、働き方、生き方の変容にも対応できるまちとして、日本をリードする観光マネジメントを発信していきます。

<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、DMO、行政が協働で取組を進めていく必要があります。

市民

- ・ まちの魅力を守り、磨き高める
- ・ 観光まちづくりに参画し、自らまちの魅力を発信する

観光事業者

- ・ 質の高い観光コンテンツを提供する
- ・ 市民と共に金沢の魅力を発信する

金沢DMO

- ・ 市民、観光事業者と連携した観光マネジメントを行う
- ・ 戦略的マーケティングとプロモーションを推進する

行政

- ・ 観光マネジメント関係者間の調整を行う
- ・ 観光施策の効果検証と発信を行う

4. 基本戦略

基本戦略 1 市民と旅行者の相互理解促進

- 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

基本戦略 2 魅力あるコンテンツの磨き上げ

- 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

基本戦略 3 快適に観光できる環境の充実

- 3-1 市内の回遊性向上による誰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

基本戦略 4 観光マネジメント体制の強化

- 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

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

- 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

5. 計画の推進

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、戦略的なプロモーションや旅行者の利便性の向上を図ります。

視点 2 新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえた取組の推進

各国の収束状況と国の動向などを踏まえて段階的・弾力的に取組を推進するとともに、感染症や自然災害等に対応するため、観光施策のリスクマネジメント体制を整えます。

視点 3 効果把握とフィードバック

外部の専門家等で構成する会議や行政内部の会議を毎年開催し、施策の検証、見直しを行うとともに、取組の効果を調査・分析し、市民や事業者へフィードバックします。