KANAZAWA

四季折々、ほんものの日本を
五感で発見できるまち

金沢市
観光戦略プラン
2016

平成28年3月　金沢市

Tourism Strategic Plan 2016

はじめに

金沢は、藩政時代のまちなみや歴史建造物が今もまちなかに息づき、伝統に裏打ちされた格調高い文化が香るまちであり、さらに、これらの伝統、文化、芸術等が市民生活に根付き、新しい価値を加えながら新たな文化を創造する「ほんものの」のまちとして今なお発展しております。

平成 27 年 3 月 14 日には、北陸新幹線建設促進同盟会の発足以来、半世紀にわたる先人の努力により、金沢市民の悲願であった北陸新幹線の金沢開業を迎えることができました。

この開業により、本市は三大都市圏から２時間半の時間圏に位置することとなり、全国から大変多くの観光客が本市を訪れ、この人・モノ・情報の流れは県内だけでなく北陸全体にまで「広域」に及び大きな勢いを与えました。

この流れは国内にとどまらず、海外からの旅行者も急増しており、平成 32 年（2020 年）の東京オリンピック・パラリンピックの開催を見据え、訪日外国人旅行者の更なる誘客推進は、本市の都市ブランドを世界レベルに高めるための重要な施策の一つとなります。このたび、世界に通用する魅力ある観光地域づくりを行い、訪日外国人旅行者を地方へ誘客するモデルとなる「観光立国ショーケース」に取り組む都市として、国から選定されたことは、本市の海外誘客を推進する上で大きな力を得ることとなりました。

そこで、市民生活との調和を図りながら、アフター新幹線時代における本市の産業観光の振興、交流人口と定住人口の増加、都市機能の発展に確実につなげていくために、「金沢市観光戦略プラン 2016」を策定いたしました。

このプランは、平成 28 年度からの５年間を計画期間とし、「四季折々、ほんものの日本を五感で発見できるまち」を戦略テーマに、「金沢の魅力あるコンテンツの創造」「海外誘客の推進」「ＭＩＣＥ等の推進」「広域観光の推進」「受入環境の整備」「人材の育成」「情報発信と誘客の強化」の７つの基本戦略を実施することとし、その推進体制として、一般社団法人金沢市観光協会を、観光マネジメントを担う金沢版ＤＭＯとして登録し、官民連携による観光施策の推進に取り組んでまいりたいと考えております。

結びに、プランの策定にあたり、ご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観光戦略プラン 2016 策定検討委員会の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。また、今後のプランの実行にあたっては、国、県、観光関連団体等との連携に加え、市民の皆様のご理解とご協力が必要でございますので、さらなるご支援をお願い申し上げます。

平成 28 年３月

金沢市長　山　野　之　義

目　　　次

序章　金沢市観光戦略プラン 2016 の策定について............................... 1

１章　金沢市の観光を取り巻く現状と課題................................. 2
１．国内観光の変化と志向.. 2
２．金沢観光の動向.. 5
３．外国人旅行者の動向.. 13
４．金沢の外国人旅行者の動向...................................... 19
５．ＭＩＣＥの現状.. 25
６．観光の現状と課題.. 26

２章　金沢市観光戦略プラン 2016 の基本的な考え方......................... 31
１．金沢市における観光の意義...................................... 31
２．金沢の観光がめざす姿.. 32
３．金沢市観光戦略プラン 2016 の戦略テーマ......................... 33
４．金沢市観光戦略プラン 2016 の数値目標........................... 34

３章　７つの基本戦略と主要施策... 35
基本戦略１．かがやく　金沢の魅力あるコンテンツの創造.................. 36
基本戦略２．ひろげる　海外誘客の推進.................................. 40
基本戦略３．つどう　ＭＩＣＥ等の推進.................................. 44
基本戦略４．めぐる　広域観光の推進.................................... 45
基本戦略５．もてなす　受入環境の整備.................................. 47
基本戦略６．そだてる　人材の育成...................................... 50
基本戦略７．つなげる　情報発信と誘客の強化............................ 53

４章　金沢市観光戦略プラン 2016 の推進................................. 55

金沢市観光戦略プラン 2016 の策定の経緯................................. 57

序章　金沢市観光戦略プラン 2016 の策定について

（１）プラン策定の目的と計画期間（平成 28 年度から平成 32 年度までの５年計画）

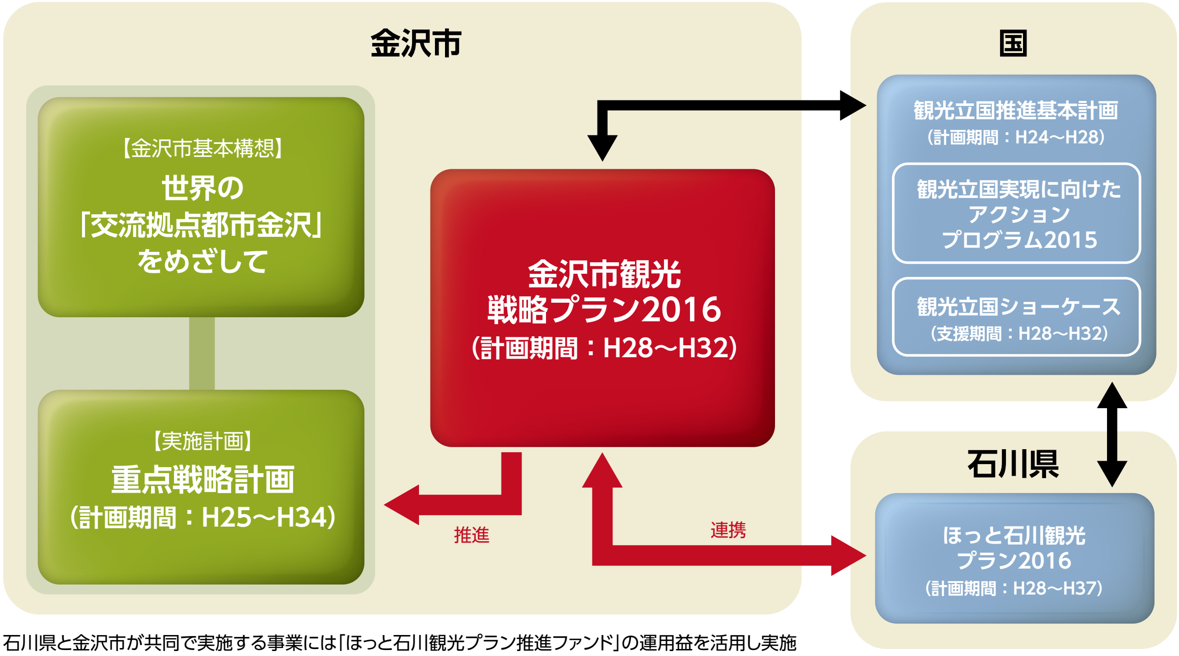
金沢市では、現行の金沢市観光戦略プラン（平成 18 年 3 月策定、計画期間：平成 27 年度までの 10 年間）に基づき、北陸新幹線開業による環境変化や多様化する観光客ニーズに対応するため、様々な観光施策を展開してきました。

平成 27 年 3 月 14 日の北陸新幹線開業により、国内外から多くの観光客が訪れています。この勢いを持続させ、平成 32 年（2020 年）開催予定の東京オリンピック・パラリンピックを見据え、本市の産業観光の発展はもとより、交流人口と定住人口の増加と都市機能の発展に確実につなげていく必要があります。

このため、平成 28 年度から平成 32 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、さらなる誘客促進と魅力の創出、外国人旅行者の受入体制整備等を行うことを目的とします。なお、平成 30 年度に中間検証を行い、より効率的で効果的な施策の実践に努めます。

（２）計画の位置づけと範囲

当プランは、国の「観光立国推進基本計画」や石川県が新たに策定する「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 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～34 年度の 10 ヵ年計画）を推進するためのプランとして位置づけ、平成 28 年 3 月策定予定の第 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を図りながら、着実かつ効果的に世界の「交流都市金沢」の実現をめざします。



石川県と金沢市が共同で実施する事業には「ほっと石川観光プラン推進ファンド」の運用益を活用し実施

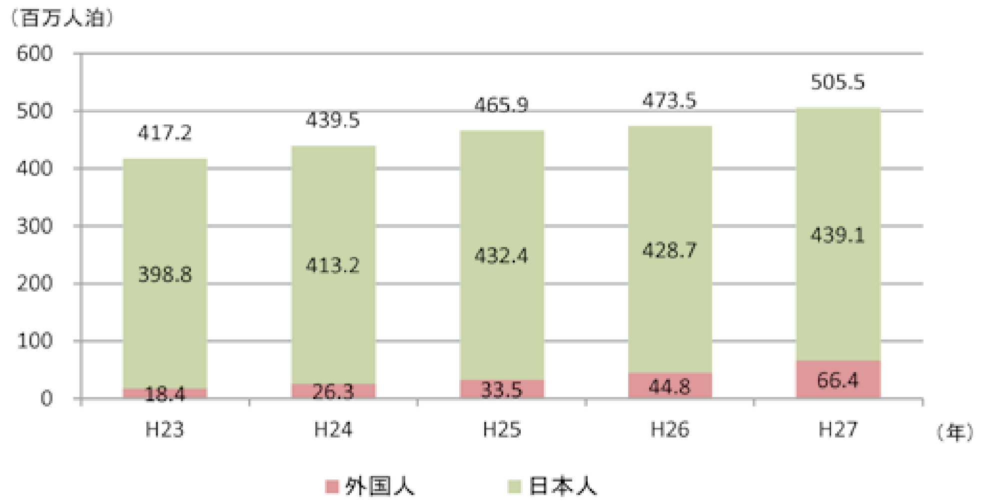
１章　金沢市の観光を取り巻く現状と課題

１．国内観光の変化と志向

（１）国内旅行と石川県観光客数

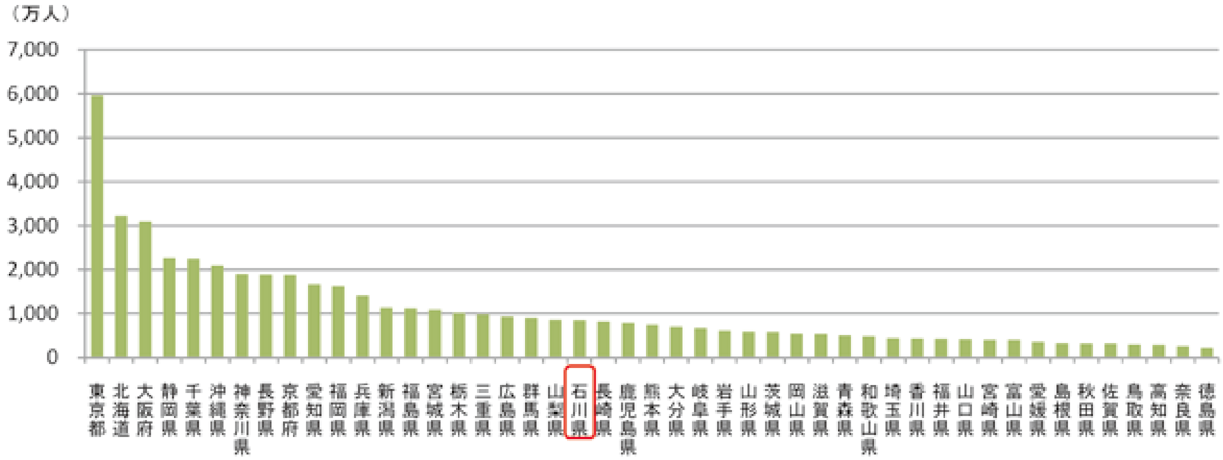
平成 27 年の宿泊者数は全国で 5 億 545 万人泊、外国人宿泊者数は 6,637 万人泊であり、年々増加しています。石川県の宿泊者数は 852 万人泊で全国 21 位と、国内ではちょうど中間に位置しています。

図１　年別延べ宿泊者数、うち外国人延べ宿泊者数の推移（平成 23 年～平成 27 年）



出典：宿泊旅行統計調査（平成 27 年）

図２　都道府県別延べ宿泊者数（平成 27 年）



出典：宿泊旅行統計調査

（２）国内旅行形態の変化

宿泊旅行の同行形態として最も割合が高いのは「夫婦二人での旅行」の 24.5%ですが、「小学生以下の子連れ家族旅行」「職場やサークルなど団体旅行」は減少傾向に歯止めがかかっています。「一人旅」が 10 年連続増加しており、特に男性の「一人旅」は 20～34 歳では 26.9%、35～49 歳では 23.0%と増加傾向が顕著となっています。

図 3　宿泊旅行の同行形態

※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・修学旅行などによる宿泊旅行は含まない。）

出典：じゃらん宿泊旅行調査 2015

表 1　「一人旅」構成比の推移

（%）

性・年代別		H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26
20～34歳	男性	14.9	17.7	19.5	20.3	20.1	21.6	20.9	23.3	23.2	26.1	26.9
	女性	7.2	8.2	8.7	8.6	9.2	10.3	10.0	10.7	10.2	11.6	12.6
35～49歳	男性	12.3	13.7	13.9	15.2	15.7	16.7	18.4	18.5	20.9	21.9	23.0
	女性	5.8	6.7	6.7	7.3	7.7	7.4	9.4	8.2	8.0	9.7	10.1
50～79歳	男性	13.6	12.5	12.2	13.1	14.6	14.1	14.1	17.4	16.9	17.7	18.3
	女性	8.8	8.1	8.8	9.5	9.6	10.3	9.8	9.9	11.3	11.0	10.4

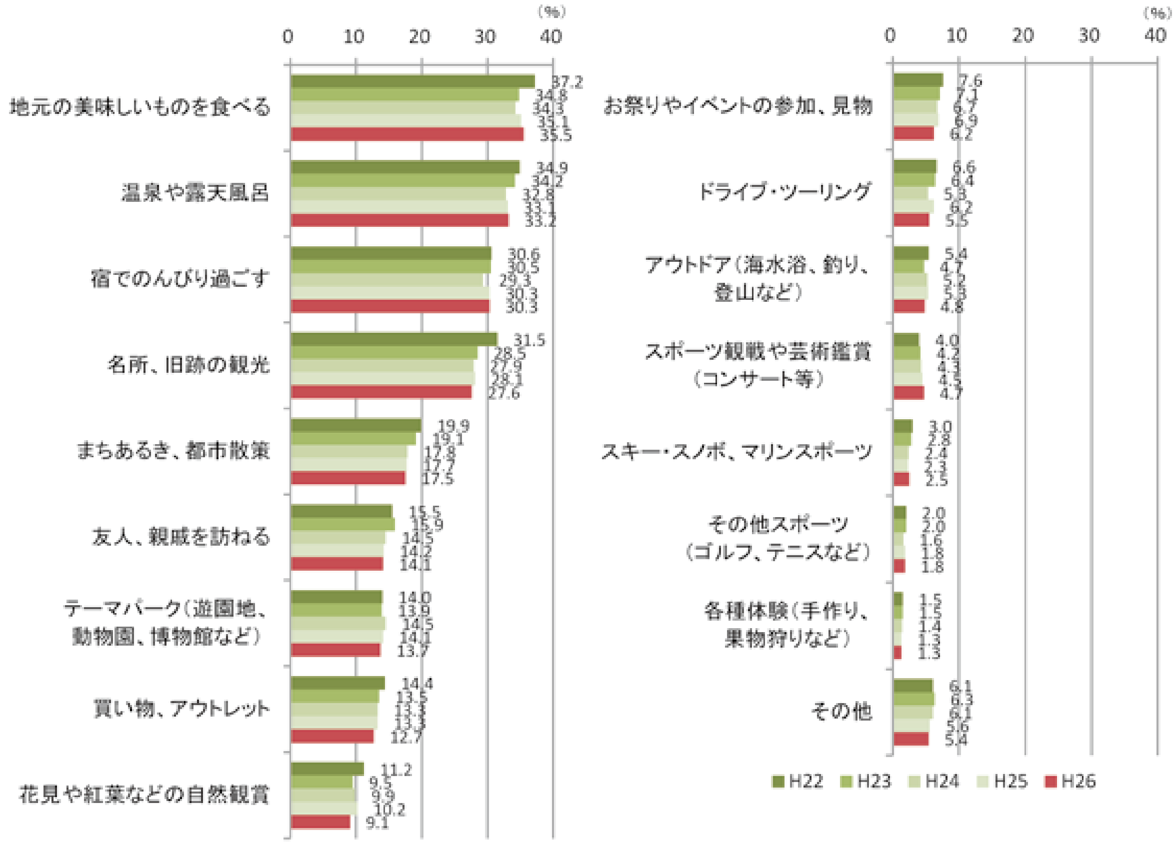
※単一回答（ベース：1 人あたり最大 3 回までの旅行件数※出張・帰省・修学旅行などによる宿泊旅行は含まない。）

出典：じゃらん宿泊旅行調査 2015

（３）国内旅行ニーズの動向

旅行の目的の上位には「食」「温泉」「宿」が選ばれており、直近５年間の推移でも大きな変動は見られません。一方、リピーターの実施率が高い行動は、「地元の食事を食べる」「友人知人を訪ねる」「都市を散策する」となっており、地域独自のライフスタイルや文化が人を呼び、また訪れたいと思わせることや、主要な観光名所以外の場所や地元の人のオススメのお店等を紹介することが、金沢ファンを確保するポイントであるといえます。

図４　国内宿泊旅行の目的の推移



出典：じゃらん宿泊旅行調査 2015

表２　リピーターの方が実施率の高い行動

（%）

	リピーター（n=458）	非リピーター（n=58）	差異（リピーター－非リピーター）
地元の食事を食べる	33.2	19.0	14.2
友人知人を訪ねる	30.3	19.0	11.3
都市を散策する	28.8	19.0	9.8

出典：じゃらん追跡調査レポート（2012）

２．金沢観光の動向

（１）前回プラン（金沢市観光戦略プラン）の目標進捗状況

平成 27 年は、春先からの北陸新幹線金沢開業による特需や 10 月～12 月のディスティネーションキャンペーン等もあり、年間の入り込み客数は、過去最多の 1,006 万人となりました。また、年間の宿泊者数や平成 25 年から過去最多を更新してきた海外来訪者数は、目標値に届きませんでしたが、コンベンション参加者数については、近年横ばい状況にありましたが、県、市で大型の国際会議や国内学会等の誘致活動に取り組んだ結果、目標値を達成しました。

表３　前回プランの目標進捗状況

	H27 目標値（A）	目標設定時 実績（H16）	H27 実績（B）	（A）－（B）
１）年間入り込み客数	1,000 万人	641 万人	1,006 万人	6 万人
２）年間宿泊者数	330 万人	212 万人	291 万人	▲39 万人
３）海外来訪者数(宿泊者数) ※H23 年度に目標値変更	旧　12 万人 新　33 万人	4.3 万人	25.6 万人	▲7.4 万人
４）コンベンション 参加者数（年度）	11 万人	7.2 万人	12.5 万人	1.5 万人

出典：

１)「統計から見た石川の観光」（石川県）
※平成 27 年は速報値、金沢地域とは、金沢市、かほく市、白山市（旧松任市、旧美川町)、野々市市、津幡町、内灘町

２)「金沢市観光調査結果報告書」（金沢市）※平成 27 年は速報値

３)「金沢市観光調査結果報告書」（金沢市）※平成 27 年は速報値

４)（公財)金沢コンベンションビューロー調べ
※平成 27 年度は見込み、平成 28 年２月末時点予測

図５　入り込み客数

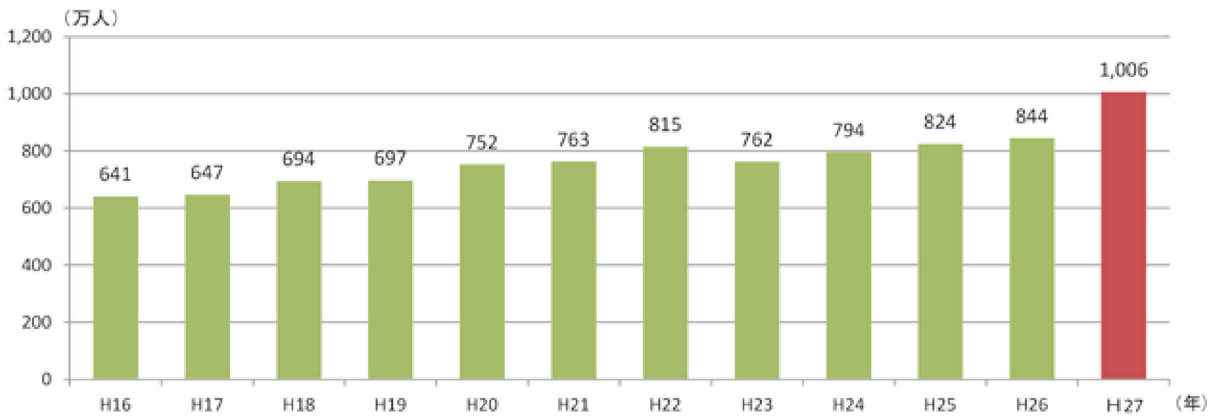


図６　宿泊者数

図７　海外来訪者数

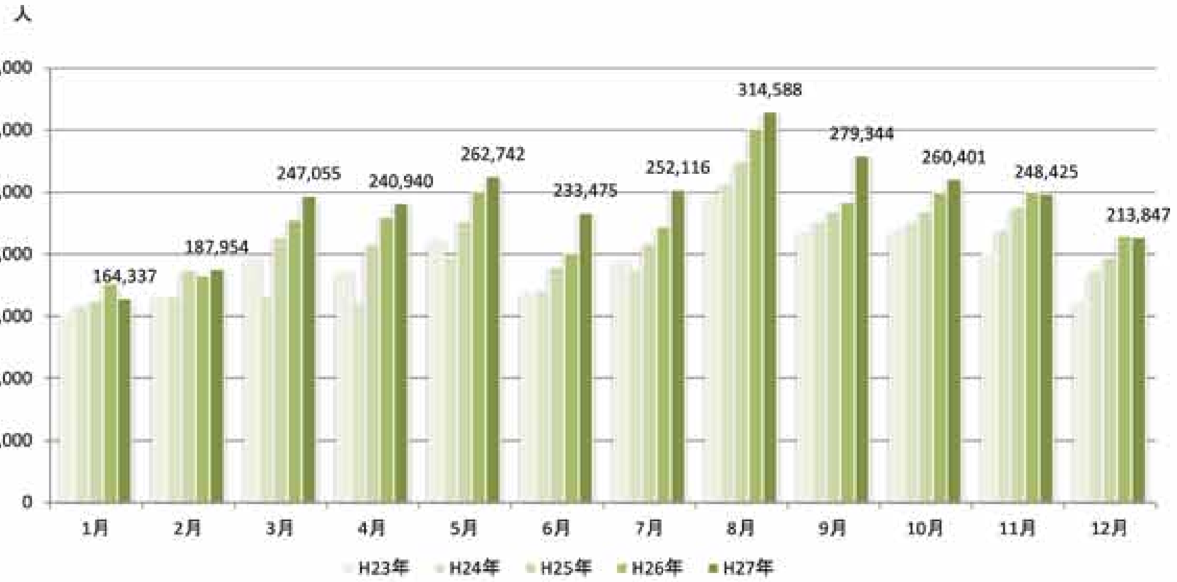
図８　コンベンション参加者数

（２）北陸新幹線金沢開業前後の観光動向

①月別宿泊客数及び主要観光施設への入り込み状況

金沢市内の月別宿泊者数は年々増加しています。平成 27 年は 8 月が最も多く 31.5 万人ですが、宿泊者数が少ない冬のシーズンの 1、2、12 月の底上げが課題であるといえます。

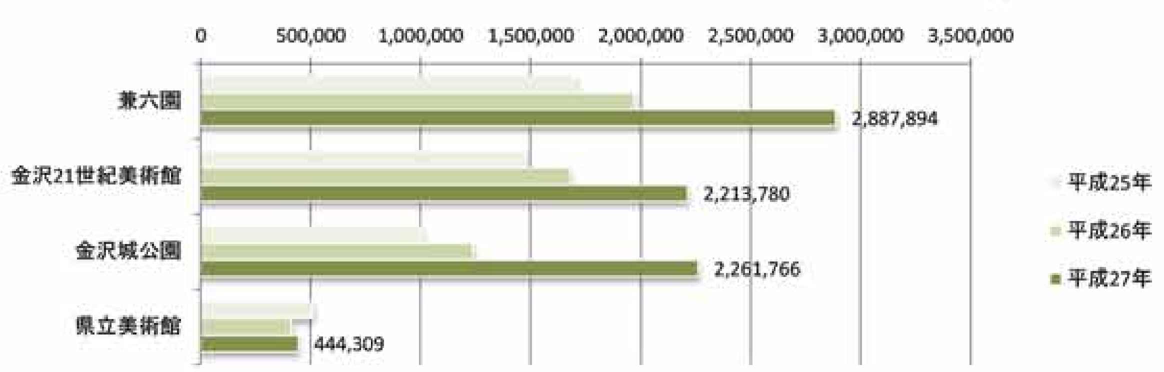
図 9　金沢市内　月別宿泊者数



出典：金沢市観光調査結果報告書（平成 27 年）「観光施設利用者数調査結果」

新幹線開業後の主要観光施設（調査地点約 40 施設）の入り込みでは、兼六園が約 290 万人、金沢 21 世紀美術館、金沢城公園が約 220 万人と突出しています。特にこの 3 箇所は新幹線開業後、入り込みが大きく増加しました。

図 10　主要観光施設の利用状況



注：平成 27 年利用者数の上位 4 施設の主要観光施設

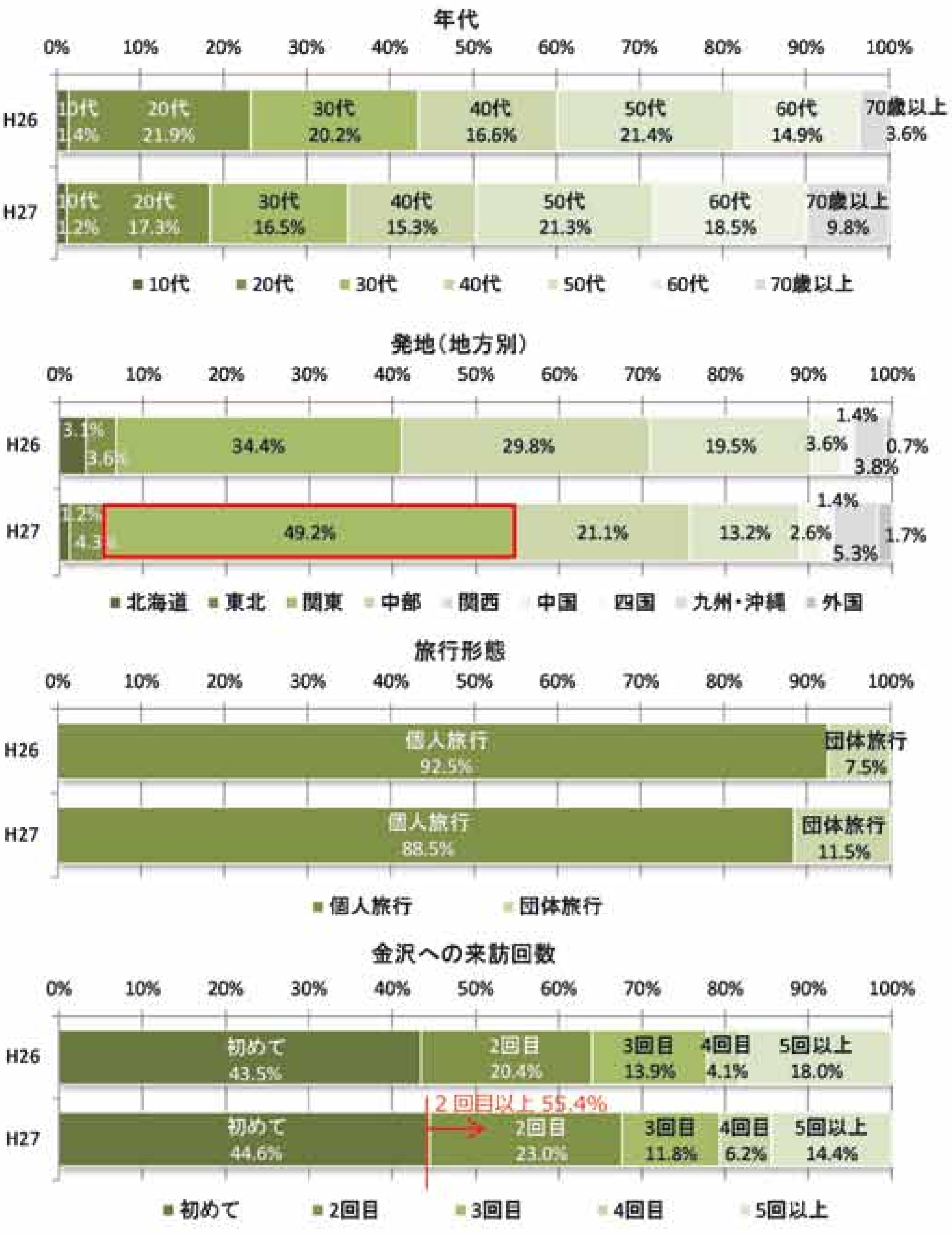
出典：金沢市観光調査結果報告書（平成 27 年）「観光施設利用者数調査結果」

②観光客の属性

平成 27 年 10 月に実施した金沢印象面接調査によると、出発地は「関東」が 49.2%で最も多く前年の 34.4%から急伸しています。次いで「中部」が 21.1%、「関西」が 13.2%という構成です。旅行形態は、88.5%の「個人旅行」が主となっていますが、「団体旅行」（旅行会社のツアー、職場・学校等の団体）は前年より増えて、11.5%となっています。

金沢への来訪回数では、「初めて」金沢を訪れた人が 44.6%と最も多く、次いで「2 回目」が 23.0%、「3 回目」が 11.8%であり、再来訪率（2 回目以上）が 55.4%となっている点を注目すべきと考えます。

図 11　金沢市の観光客の属性



出典：金沢市観光調査結果報告書（平成 27 年）「金沢印象面接調査」

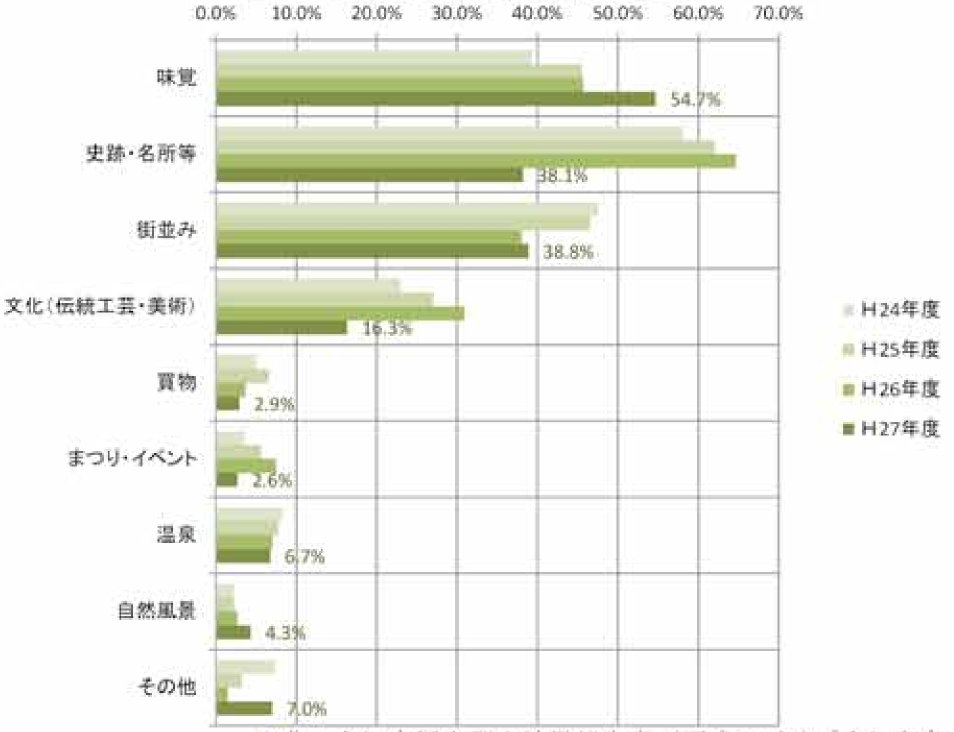
注）この調査では、個人客が中心となる傾向がある。

③金沢の魅力

旅行の目的については、平成26年調査では「史跡・名所等」が最も高かったのに対し、平成27年は「味覚」が最も高く、次いで「街並み」、「史跡・名所等」が続きます。「味覚」、「文化（伝統工芸・美術）」、「まつり・イベント」については年々増加する傾向にありましたが、平成27年は「味覚」が突出しています。

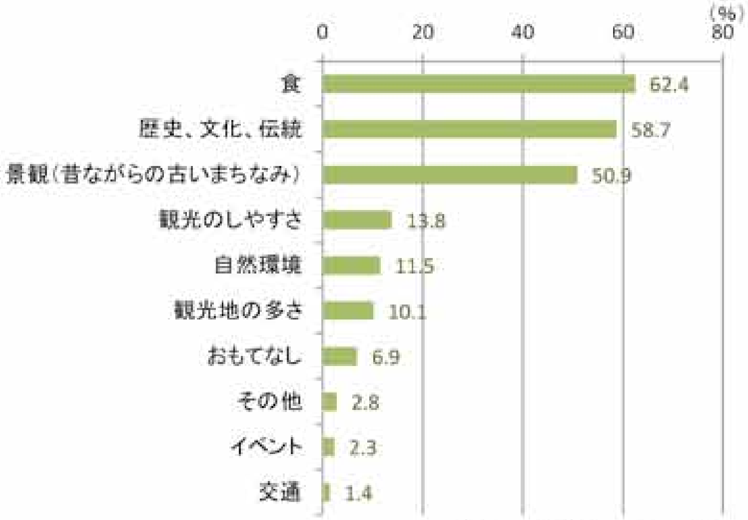
一方、市民が感じる金沢の魅力は、「食」、「歴史、文化、伝統」、「景観」であり、この市民生活の中に根付く魅力が、観光客の旅行目的を見ても浸透してきました。

図12　金沢での旅行目的（複数回答）



出典：金沢市観光調査結果報告書（平成27年）「金沢印象面接調査」
※ただし、上記グラフは回答者数を母数として割合を集計した。

図13　市民が思う金沢の魅力（複数回答2つまで）



出典：金沢市eモニター・アンケート（平成27年）

④金沢市を訪れた観光客の印象

金沢全体の印象では「景観」の評価が高く、次いで「風情」、「観光しやすい街」となっています。金沢を訪れる観光客には、町並みや城下町の歴史や雰囲気を感じながら歩いて観光しやすいという印象があることがわかります。

表 4　金沢全体の印象

キーワード	件数	構成比	内容
景観	105	45.9%	・街並みが美しい、ゆったりしている。 ・緑が多い。上品さを感じる。 ・古くからの城下町としての街並みが残っていて良い雰囲気。落ち着いている。 ・駅前の近代的な面と歴史文化の街並みがうまく融合している。
風情	23	10.0%	・落ち着いた雰囲気の観光地が多く残っている。 ・金沢の雰囲気が好き。 ・風情のある城下町。
観光しやすい街	21	9.2%	・色々な施設がまとまっていて観光しやすい。 ・観光地同士の距離が近いので徒歩でも観光しやすい。 ・歩いて回れる範囲に観光地があるのが良い。
食	19	8.3%	・食が充実していて良い。 ・食べ物が美味しい。海産物が美味しい。 ・酒がおいしい。
道路	13	5.7%	・道がわかりづらい箇所がある。 ・道が混んでいる。車が多い。 ・街中は道が狭く、駐車場をみつけるのが大変。 ・徒歩でもわかりやすく、散策しやすい。
交通機関	12	5.2%	・バスなどの交通手段が充実していて良い。 ・レンタサイクルが良い。 ・バスがわかりづらい。 ・周遊バスが良い。乗り放題チケットも良い。
おもてなし	6	2.6%	・親切な人が多い。 ・おもてなしが良かった。
歴史・文化	5	2.2%	・きれいで歴史のある町。 ・歴史を感じる。落ち着きがある。 ・伝統文化が残っている。 ・百万石、金箔。
情報	3	1.3%	・外国旅行者への案内表示が良い。 ・地図を置いてほしい。
そのほか	22	9.6%	・駅がきれいになり、観光客が多い。 ・思っていたより都会だった。 ・また来たいと思った。 ・ゴミが落ちていない。 ・時間の流れがゆっくり。 ・京都に匹敵するくらい良い。 ・暮らしてみたい。 ・コインロッカーが足りない。 ・施設の営業時間が短い。 ・観光地化しすぎ。 ・運転マナーが悪い。 ・ペットが入れる施設を増やしてほしい。
計	229	100.0%	

出典：金沢市観光調査結果報告書（平成 27 年）「金沢印象面接調査」

⑤金沢旅行の満足度と再訪意向

金沢旅行の満足度は、「とても満足」、「概ね満足」を合わせ 90.2%の人が満足という非常に高い評価結果になっています。また再訪意向は、「半年以内」、「一年以内」を合わせると 16.0%であり、10 人に 1～2 人が一年以内の再訪意向を示しています。

図 14　金沢観光の満足度

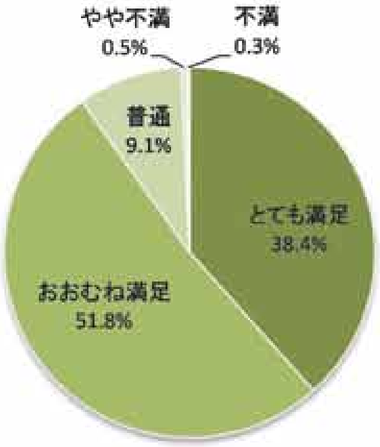
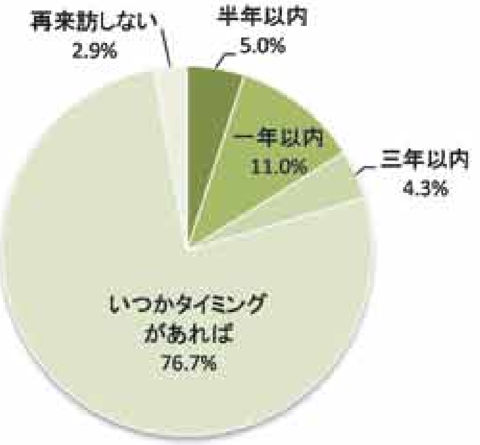


図 15　金沢への再訪意向



出典：金沢市観光調査結果報告書（平成 27 年）「金沢印象面接調査」

⑥金沢市内観光エリアの周遊ルート

新幹線開業後の観光客の市内観光の流れを把握するため、スマートフォンの位置情報から市内観光エリアの周遊ルートを分析しました。その結果、昼食場所となる近江町市場を中心に、金沢 21 世紀美術館、金沢城公園、ひがし茶屋街を周遊するルートが多いことがわかります。

図 16　金沢市内観光エリア周遊ルート（駅除外）

・最も多い周遊パターンは「21世紀美術館と近江町市場」の組み合わせ
・上位３つの周遊ルートには全て「近江町市場」が入っている

順位	周遊ルート	件数	%
1	21世紀美術館⇔近江町市場	32	17.2%
2	近江町市場⇔金沢城公園	20	10.7%
3	ひがし茶屋街⇔近江町市場	17	9.3%
4	金沢城公園⇔兼六園	16	8.9%
5	21世紀美術館⇔兼六園	15	8.2%

・近江町市場が各観光エリア周遊のハブになっている

出典：北陸新幹線延伸による旅行者影響調査

（コロプラおでかけ研究所・ＫＤＤＩ・じゃらんリサーチセンター共同研究、平成 27 年 4 月実施）

（参考）新幹線開業後の効果・影響等

1　北陸新幹線等利用状況

(1)北陸新幹線（上越妙高～糸魚川間（H27.3.14～H28.3.13））2.95 倍

(2)各駅の新幹線乗車人数（H27.3.14～H28.3.13）（単位：人/日）

駅名	金沢駅	新高岡駅	富山駅	黒部宇奈月温泉駅	糸魚川駅
乗車人数	8,600	1,500	4,700	800	400

(3)お盆期間の利用状況
- H27.8.7～8.17　　37 万 9 千人（2.51 倍）

(4)シルバーウィークの利用状況
- H27.9.18～9.23　　23 万 6 千人（4.44 倍）

(5)年末年始の利用状況
- H27.12.15～H28.1.5　　34 万 3 千人（2.19 倍）

2　主要施設の来場者（入館者）数（H27.4～12）

(1)兼六園　　　　　　　2,471,535 人（52%増）
(2)金沢城公園　　　　　1,965,200 人（84%増）
(3)市文化施設 17 館の合計　2,153,311 人（33%増）
(4)金沢 21 世紀美術館　　1,829,840 人（33%増）

3　宿泊

(1) 金沢市内主要ホテル宿泊者数
- 約 18 万 2 千人（約 1.2 倍）（H27.4～6）
- 年末年始(H27.12.25～H28.1.3) 約 3 万 8 千人（28%増）

(2)「金澤ホテル懇話会」８ホテル客室稼働率
- ９月実績　　　　平均 90%超

(3) 石川県シティホテル稼働率（H27.1～12）
- 全体：64.9（全国 11 位）、ビジネスホテル：79.2%（8 位）、
  シティホテル：80.7%（11 位）、旅館：53.6（2 位）、簡易宿泊 23.7（12 位）

4　経済

(1)公示地価の上昇率（広岡１丁目）（2015.1.1 時点）
- 343,000 円/1 ㎡（17.1%増）　　　※上昇率 17.1%は全国トップ

(2)路線価の伸び率（金沢駅東広場通り）（2015.1.1 時点）
- 590,000 円/1 ㎡（9.3%増）　　　※伸び率 9.3%は全国の県庁所在地で 6 位

(3)基準地価の上昇率（2015.7.1 時点）
- 商業地（広岡１丁目）　395,000 円/1 ㎡（25.4%増）
  ※商業地の伸び率 25.4%は全国５位。東京、大阪、名古屋を除く地方都市で 1 位
- 住宅地（本町２丁目）　160,000 円/1 ㎡（16.8%増）
  ※住宅地の伸び率 16.8%は全国トップ

(4)空室率の低下（2015 年第 4 四半期））　11.2%（△2.6%）

(5)景気動向（北陸財務局管内の最近の経済動向）（H28.1.27：財務省北陸財務局発表）
- 個人消費は回復しており、北陸新幹線開業にともう効果も、観光等を中心に続いている生産は着実に回復しているほか、雇用情勢は着実に改善している。

(6)県内有効求人倍率（H27.12 石川労働局）
- 1.50 倍　※H26.10 より連続で 1.4 以上の高水準で推移

(7)金沢市企業倒産件数（H27.4～12）　　29 件（62%減）

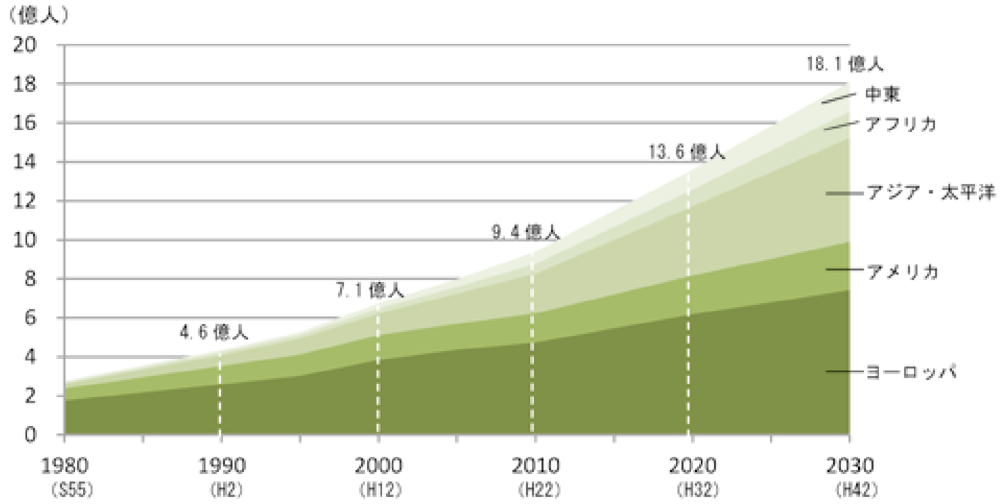
３．外国人旅行者の動向

（１）世界の観光の動向と訪日旅行の動向

世界的に観光客数は伸びており、平成 32 年（2020 年）には 13.6 億人になると予想されています。

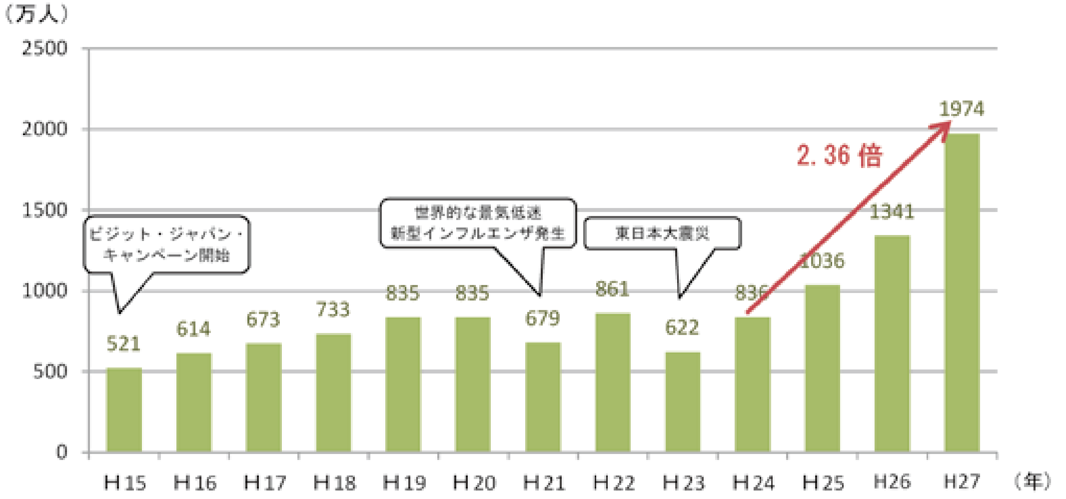
訪日外国人旅行者も平成 15 年（2003 年）から始まった国によるビジット・ジャパン・キャンペーンから年々増え続け、過去最多となる約 1,974 万人となりました。国では、訪日外国人旅行者数の目標値を 2020 年の目標値を 2000 万人としていましたが、2030 年の目標値を前倒し、2020 年の目標値を 1,000 万人上積み 3,000 万人とする予定です。なお、この 4 年間で訪日外国人旅行者は 2.36 倍に急増しています。

図 17　国際観光客数の推移及び推計



出典：UNWTO（世界観光機構）「Tourism Towards 2030」

図 18　訪日外国人旅行者数の推移



出典：日本政府観光局（JNTO）統計

（２）世界の観光における日本の位置づけ

国際観光客到着数順位では、日本は平成 23 年（2011 年）以降年々順位を上げていますが、平成 26 年（2014 年）時点で日本は 22 位、人口あたり観光客数では 10.6%と、他国に比較し低い位置にあります。アジア圏では、中国、香港、タイ、マカオ、韓国が日本よりも上位にいます。また、訪日外国人の宿泊者数はアジア圏が 73.8%占めています。

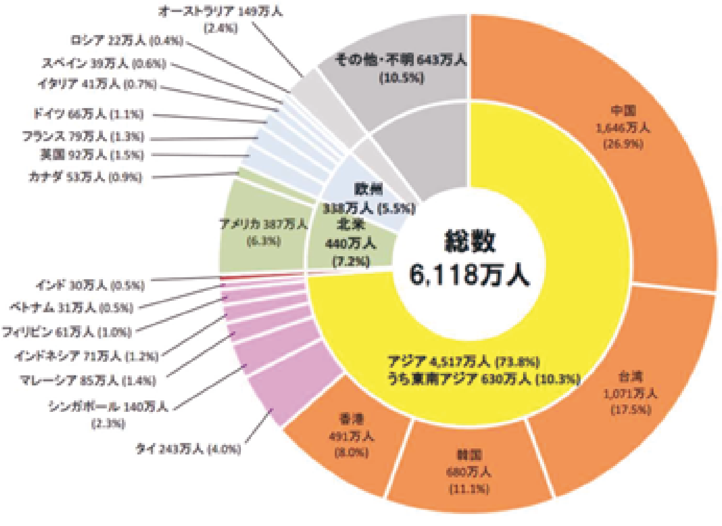
表 5　国際観光客到着数順位

順位	国名	観光客数（万人）	人口（万人）	人口あたり観光客数(%)
1	フランス	8,370.0	6,392	130.9
2	アメリカ合衆国	7,475.7	31,905	23.4
3	スペイン	6,499.5	4,646	139.9
4	中国	5,562.2	136,782	4.1
5	イタリア	4,857.6	5,996	81.0
6	トルコ	3,988.1	7,690	51.9
7	ドイツ	3,300.5	8,110	40.7
8	イギリス	3,261.3	6,451	50.6
9	ロシア	2,984.8	14,370	20.8
10	メキシコ	2,909.1	11,972	24.3
11	香港	2,777.0	726	382.5
12	マレーシア	2,743.7	3,026	90.7
13	オーストリア	2,529.1	852	296.8
14	タイ	2,478.0	6,866	36.1
15	ギリシャ	2,200.3	1,099	200.2
16	カナダ	1,652.8	3,549	46.6
17	ポーランド	1,600.0	3,802	42.1
18	サウジアラビア	1,509.8	3,077	49.1
19	マカオ	1,456.6	56	2601.1
20	韓国	1,420.2	5,042	28.2
21	オランダ	1,392.6	1,686	82.6
22	日本	1,341.3	12,706	10.6

出典：世界観光機関（ＵＮＷＴＯ）より作成

観光客数は 2014 年時点での暫定値、人口はＩＭＦ2015 の 2014 年時点、マカオのみＵＮ版 2013 年時点

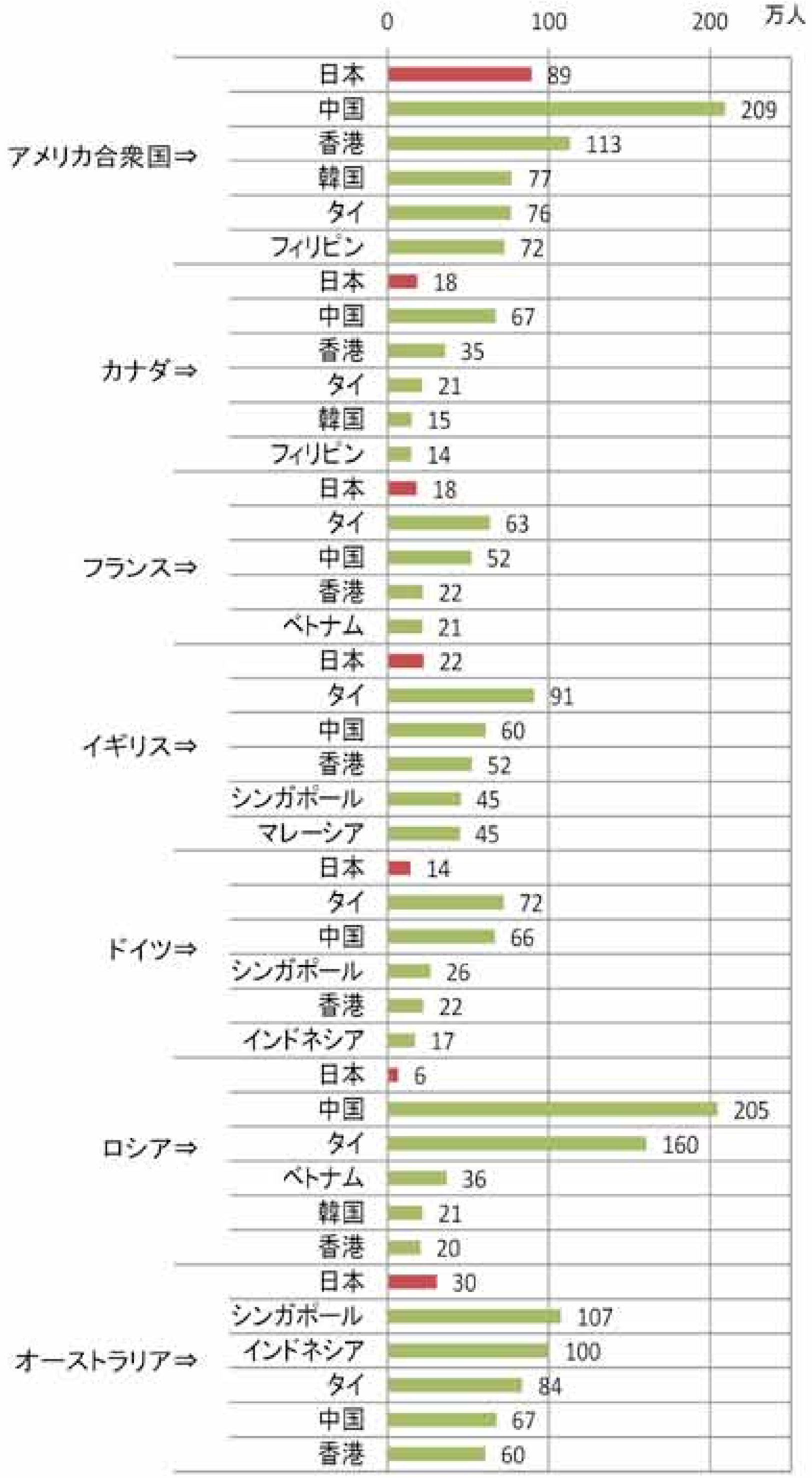
図 19　訪日外国人の国籍（出身地）別外国人延べ宿泊者数（2015 年）



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」平成 27 年

北米、ヨーロッパ主要国、ロシア、オーストラリアからアジア各国・地域への訪問者数をみると、中国やタイに比べ、日本はまだまだ少ない状況です。

図 20　北米、ヨーロッパ、オーストラリア主要国からアジア各国・地域への訪問者数（2014 年）



出典：日本政府観光局（ＪＮＴＯ）より作成

インドネシアへのアメリカ合衆国・イギリス人訪問者数は 2013 年数値

（３）訪日外国人の旅行の特徴

平成 26 年の観光庁調査によると、訪日外国人に日本訪問全体での満足度を尋ねたところ、「大変満足」が 49.5%、「大変満足」、「満足」を合わせると 9 割超えとなっています。

国･地域別にみると、英国、フランス、米国、カナダ、オーストラリア、フィリピンで「大変満足」の割合が 8 割超と高くなっています。

また、「また日本に来たいと思いますか。」と尋ねたところ、英国、米国、カナダ、オーストラリア、フィリピン、インドで「必ず来たい」の割合が約 7 割を超えています。

多くの外国人が訪日旅行に満足し、今後、再来訪する可能性が高いことがわかります。

図 21　今回の日本訪問全体での満足度

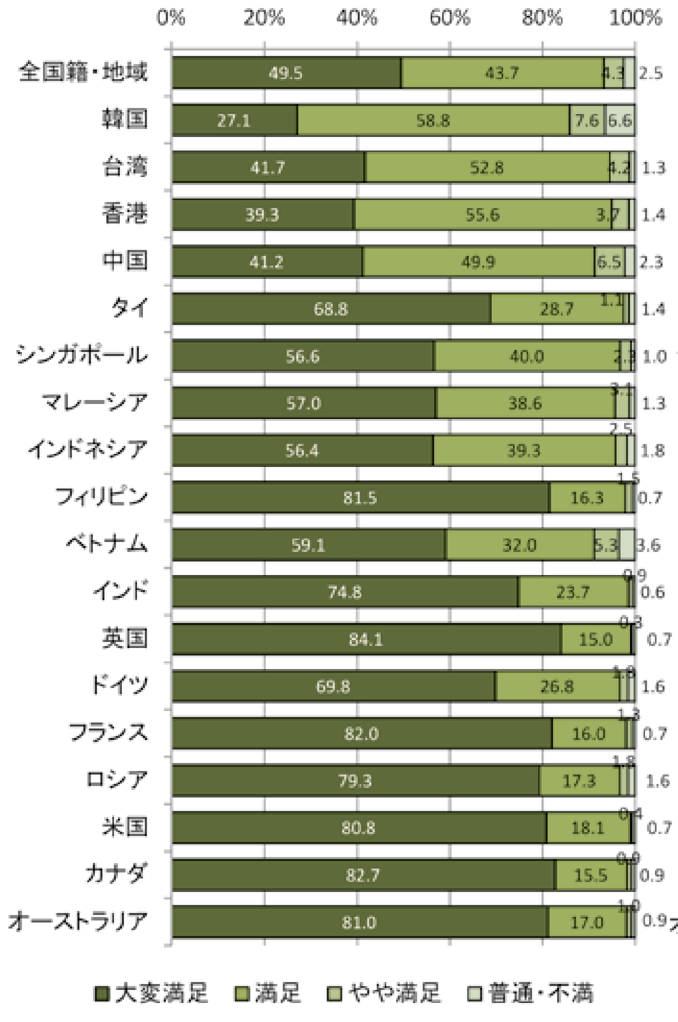
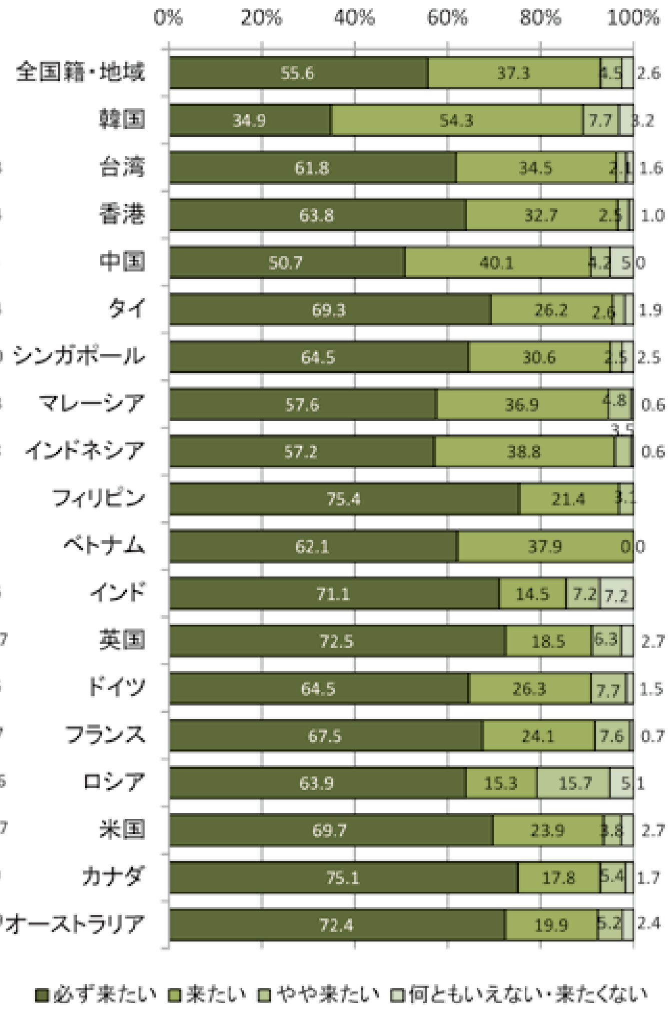


図 22　日本への再訪意向



出典：訪日外国人の消費動向　訪日外国人消費動向調査結果及び分析
平成 26 年 年次報告書（観光庁）

観光･レジャー目的で訪れた訪日外国人の滞在日数は、6 日間以内が 7 割弱を占めていますが、国籍･地域別にみると、欧米豪からは、1 週間以上滞在すること割合が高く、特に「14 日間以上」の割合は、フランスで 48.5%、ドイツで 42.3%、オーストラリアで 40.0%となっています。

また、訪日外国人が日本滞在中に行ったことでは、多いものから、「日本食を食べること」、「ショッピング」、「繁華街の街歩き」、「自然･景勝地観光」の順となっています。次回に日本を訪れた時にしたいことでは、「日本食を食べること」、「温泉入浴」、「ショッピング」、「自然･景勝地観光」、「四季の体感」の順となっており、日本食が大きな観光の目的になっていることがわかります。

図 23　滞在日数

（国籍・地域別、観光レジャー目的）

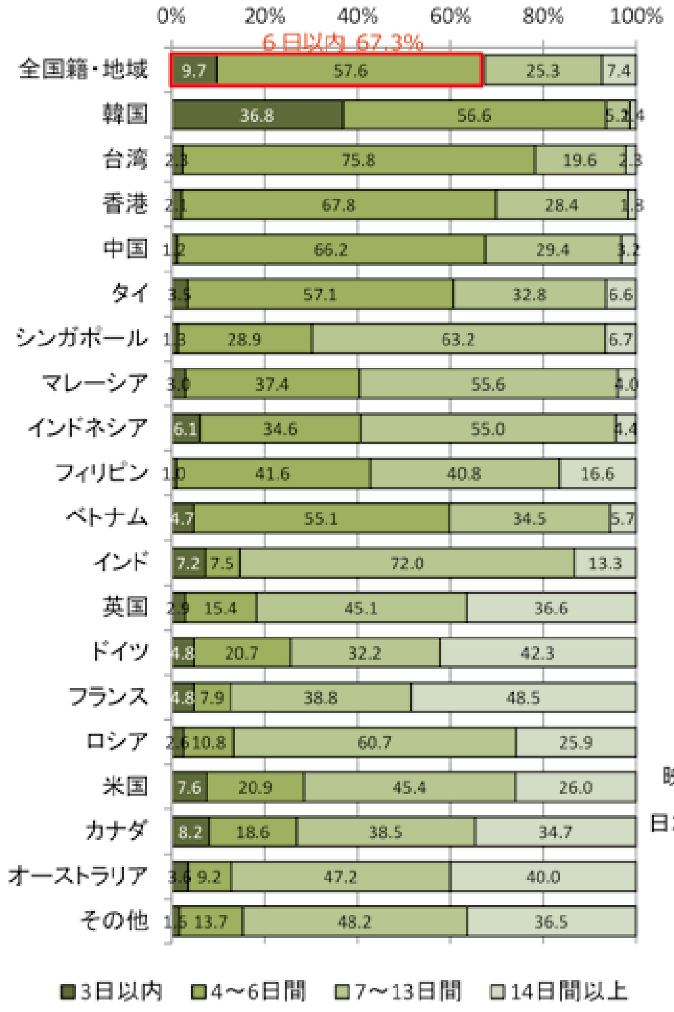
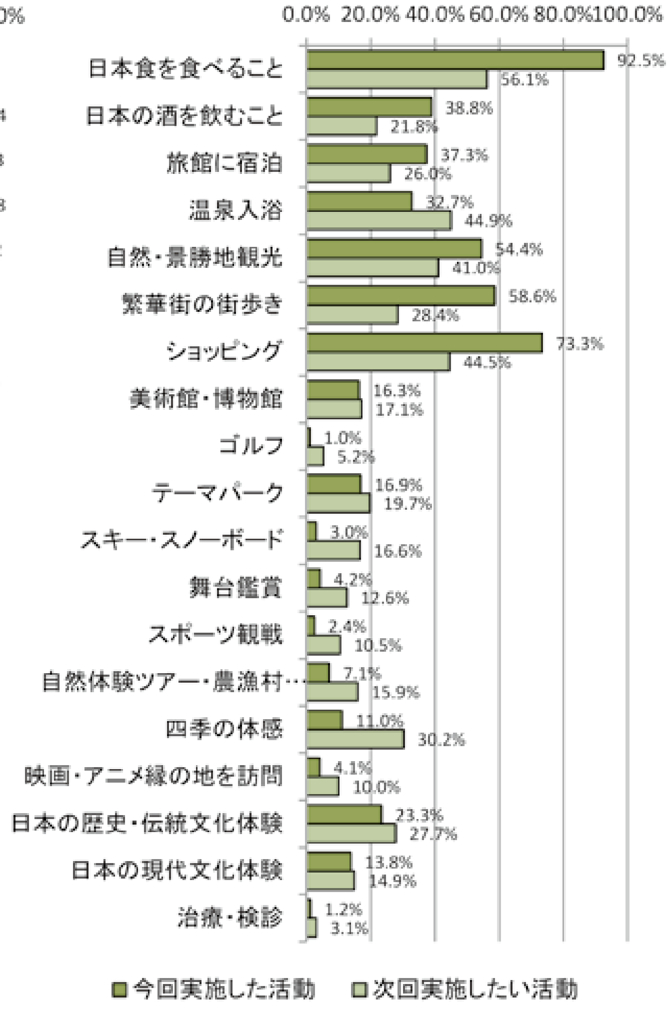


図 24　今回したことと次回したいこと

（全国籍・地域、複数回答）



出典：訪日外国人の消費動向　訪日外国人消費動向調査結果及び分析

平成 26 年 年次報告書（観光庁）

さらに、次回に日本を訪れた時にしたいことのうち、金沢の強みである「日本食を食べること」、「日本の歴史・伝統文化体験」を選んだ国籍・地域を見ると、「日本食」の上位3位は、フィリピン、ドイツ、米国、「日本の歴史・伝統文化体験」の上位3位は、英国、ドイツ、米国となっています。

表6　次回日本を訪れた時にしたいこと（上位6位の国籍・地域）

	日本食を食べること		日本の歴史・伝統文化体験	
第1位	フィリピン	71.7%	英国	52.0%
第2位	ドイツ	71.1%	ドイツ	51.8%
第3位	米国	69.8%	米国	50.1%
第4位	カナダ	69.1%	カナダ	48.1%
第5位	フランス	69.0%	フィリピン	46.9%
第6位	マレーシア	67.8%	フランス	45.6%

出典：訪日外国人の消費動向　訪日外国人消費動向調査結果及び分析
平成26年 年次報告書（観光庁）

注）国籍・地域は図24に示す分類であり、イタリア、スペイン等は「その他」に含まれる。

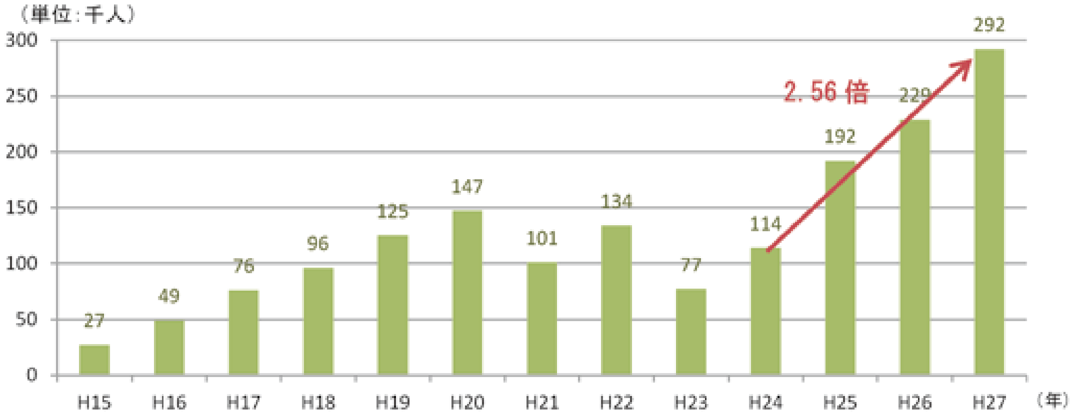
４．金沢の外国人旅行者の動向

（１）兼六園の外国人入園者数

金沢市の外国人旅行者は年々増加しており、兼六園には、平成 27 年に約 29 万人の外国人が入園しました。訪日旅行者の全体の伸び率と同様に、平成 24 年から 2.56 倍に急増しています。

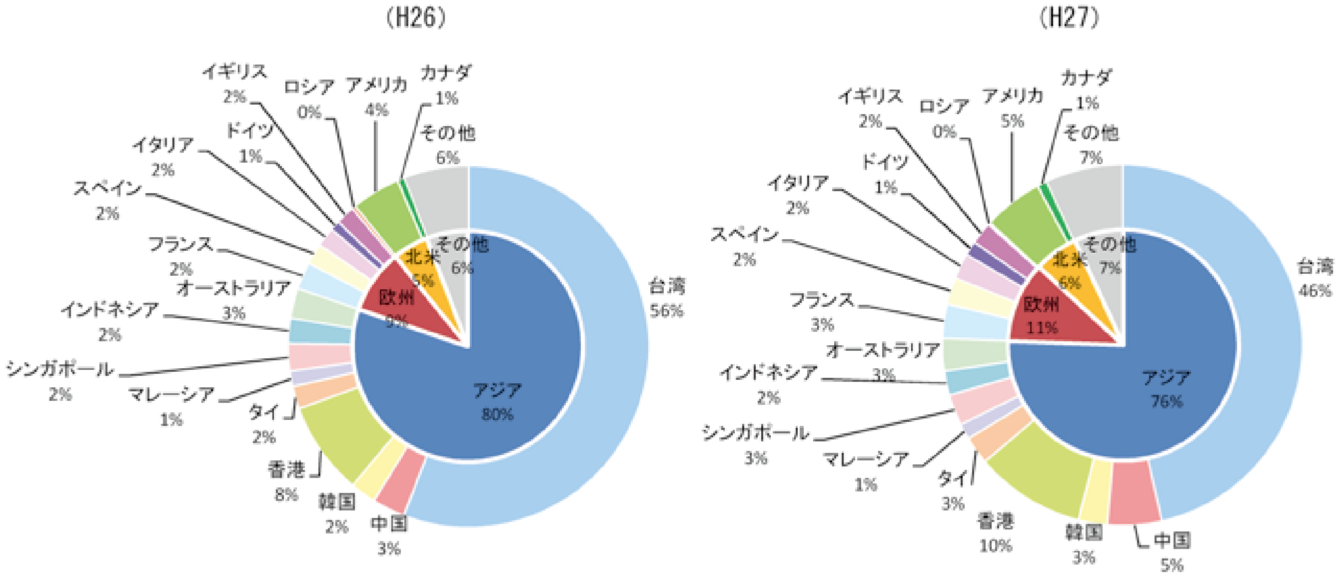
国別比率では、台湾が 46%（約 13 万 5 千人）とほぼ半数を占めています。また、近年大きな伸びを示す欧米豪圏地域（前年比 1.6 倍）は 20%となっています。

図 25　兼六園の外国人入園者数



出典：金沢城・兼六園管理事務所調べ

図 26　兼六園外国人入園者の国別比率



出典：石川県統計より作成

3 年前（平成 24 年）と比較した国別の伸び率では、円安やビザ発給要件の緩和等を背景に、イタリアが約 5.7 倍、マレーシアが約 4.6 倍、スペインが約 4.6 倍、シンガポールが約 3.8 倍、ドイツが約 3.8 倍となっており、特に欧州、東南アジアが大きく伸びています。

図 27　兼六園外国人入園者数と増加率（H27/H24）

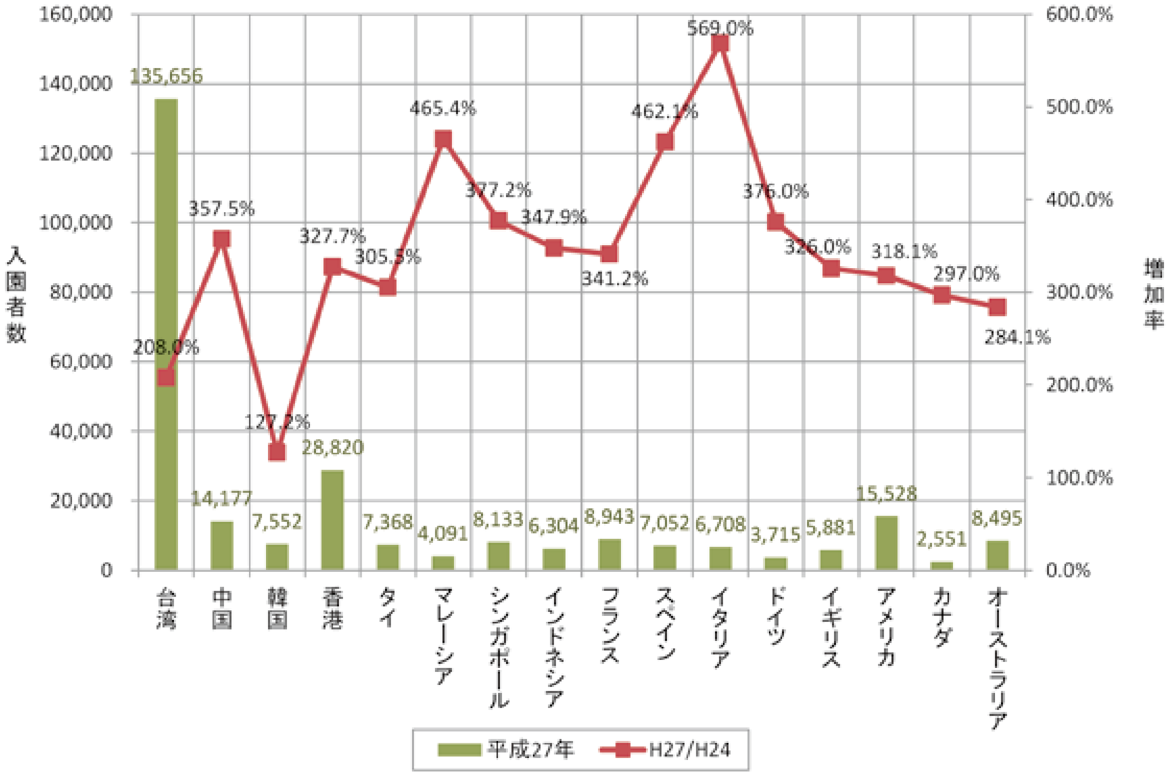


表 7　兼六園外国人入園者数と増加率（H27/H24）

	台湾	中国	韓国	香港	タイ	マレーシア	シンガポール	インドネシア
平成27年	135,656	14,177	7,552	28,820	7,368	4,091	8,133	6,304
H27/H24	208.0%	357.5%	127.2%	327.7%	305.5%	465.4%	377.2%	347.9%

	フランス	スペイン	イタリア	ドイツ	イギリス	アメリカ	カナダ	オーストラリア
平成27年	8,943	7,052	6,708	3,715	5,881	15,528	2,551	8,495
H27/H24	341.2%	462.1%	569.0%	376.0%	326.0%	318.1%	297.0%	284.1%

出典：石川県統計より作成

（２）金沢を訪問する外国人個人旅行者の国内周遊ルート

平成 26 年 11 月から平成 27 年 5 月に実施した外国人旅行者実態調査アンケートによると、金沢以外の国内訪問地は、欧米豪は、「東京－金沢－京都」周遊型であり、今後この周遊ルートは新幹線開業を弾みに、さらに人気が高まると考えられます。また、アジア中近東は、「名古屋－高山－白川郷－金沢」の昇龍道コースが定着していることがうかがえます。

図 28　日本国内で金沢以外の訪問地　出身国別（複数回答）

出典：外国人旅行者実態調査アンケート

金沢を訪問した外国人ＦＩＴ旅行客の行動傾向・実態を聞き取り調査

（３）クルーズ旅行

近年注目されているクルーズ旅行については、平成 25 年以降、外国船の金沢港への寄港が増えています。平成 25 年、26 年は、この大型客船の寄港が増えたことにより乗客数も急増しましたが、平成 27 年は欧米富裕層が乗船する小型のラグジュアリー船の寄港割合が増えたことにより、全体として、乗客数は減少しました。

特にラグジュアリー船の乗客は旅慣れた人が多く、あまり知られずその地の奥深さが感じられる観光地を好む傾向があり、市内の体験型観光プランも人気となっています。寄港地の決定は、国内クルーズで 1 年半～2 年前、海外クルーズでは 2～3 年前であり、船舶会社の寄港地選定は、乗客へのアンケート結果が反映されることも多いため、寄港地での満足度を高めることが重要です。

図 29　金沢港の客船寄港実績（平成 13 年～27 年）

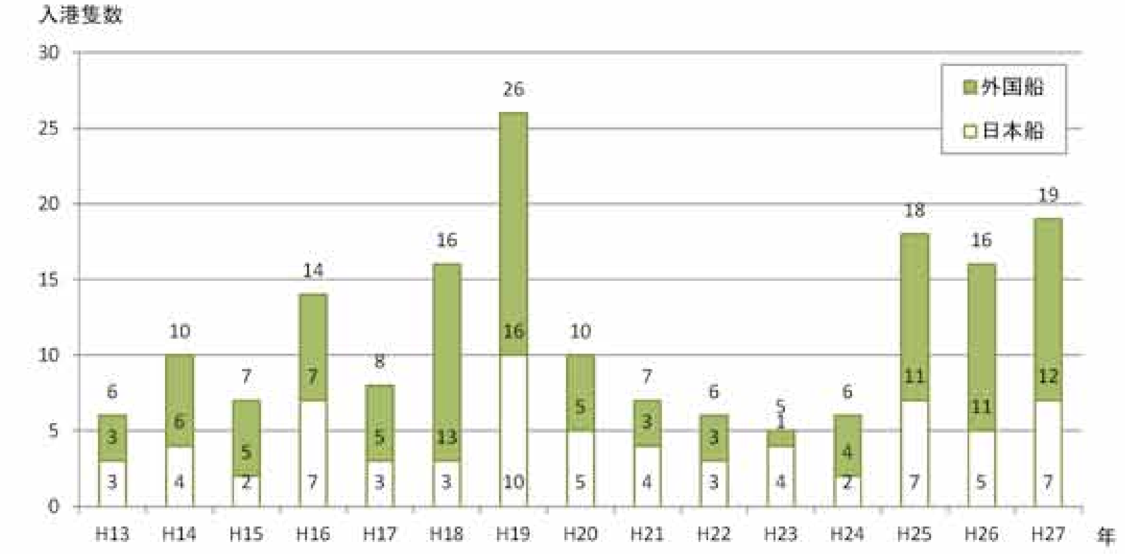
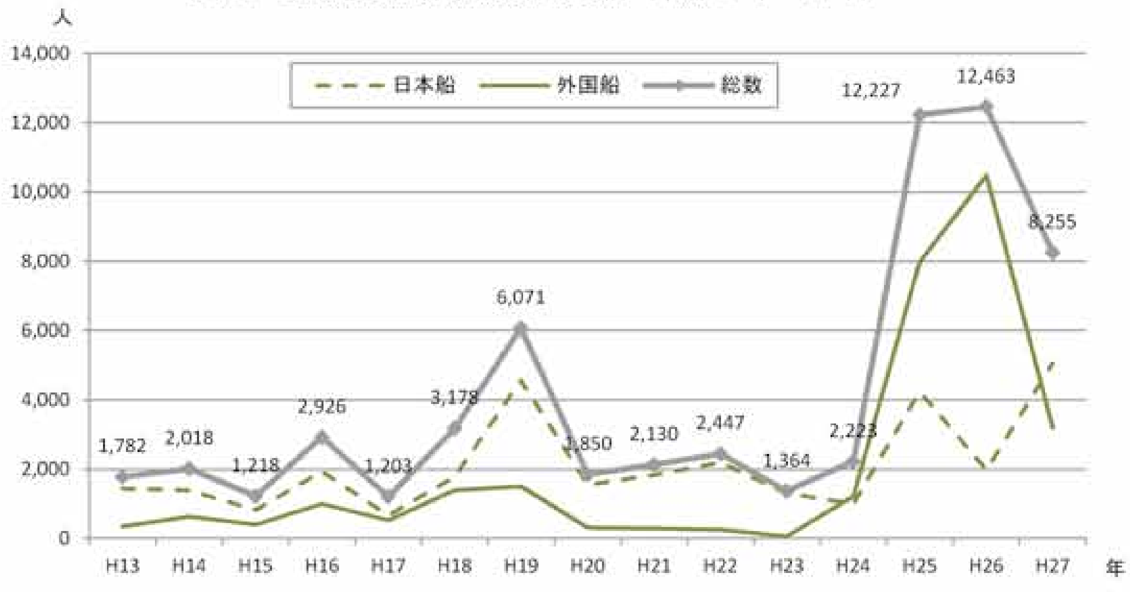


図 30　金沢港の客船寄港乗客数実績（平成 13 年～27 年）



出典：石川県調べ

（４）観光関係者のヒアリング

外国人旅行者が多く利用する宿泊施設や海外誘客コーディネーター等へのヒアリングによると、新幹線開業後は東京から新幹線を利用して金沢を訪れる方が増加し、金沢に対する評価は、ほとんどの方が良いとしています。外国人旅行者の本物志向が高まっており、ほんものの日本らしさや日本人の日常の何気ない暮らしや文化を感じることができることが、高評価の大きな要因と言えます。

外国語対応については、交通機関を利用した移動や到着地での案内、各種施設での説明、飲食店等における看板や食事メニューの多言語化等、外国人旅行者にとって言語的に視覚的にわかりやすい工夫を進めることが必要です。また、事前の情報発信やプロモーションでは、国の文化や特性を理解して、金沢の特徴やイメージをわかりやすく伝えることが重要です。

ヒアリング内容の抜粋

● 金沢を訪れる外国人旅行者の動向

- 日本を 1～2 週間の滞在する旅行が多い。東京・京都・奈良・広島を 1 週間目にまわり、2 週間目に金沢に立ち寄るパターンが多かったが、最近は訪日の最初か最後に金沢を訪れるパターンが増えている。東京から新幹線で金沢に入る周遊するルートである。金沢をめざして来ており滞在日数も増えてきた。
- 金沢から白川郷に行く人が圧倒的に多い。
- ほとんど人が良い評価をしており、悪い印象をもった人はほとんどいない。リピーターも多い。第一に「金沢のまちが良い」ということ。大きさもちょうどよく、古いものと新しいもののバランスが良い。能楽や食も魅力的に映る。第二に「金沢の人が良い」ということである。金沢は小さくても魅力がぎゅっとつまっているまちで、本当の日本が味わえる。
- 市内移動はほとんどが徒歩で移動することが多い。

● 外国人旅行者が好む旅のニーズ

- 本物志向である。欧米は民泊して日本の伝統文化にどっぷりとつかるような体験を好む。その土地のものを食べること、民泊や日本旅館で日本人の生活体験をすること等、普段の日本の暮らしを体験したい。
- 日本の繊細なところがフランス人は好きである。茶道は和菓子との関係もあるので、有効活用したい資源である。簡単で良いので呈茶ではなくお点前を見せてくれるところに行きたい。掛け軸等の説明をすることも良いと思う。
- フランス人は旅のトレンドリーダーであり、そこを重点的に行うと、ヨーロッパ全域へ波及する。
- 日本海を見たいというニーズがあり、金沢港まで歩いていく人も多い。
- 夜のアクティビティ（能等）があるととても良い。
- 日本の日常の暮らしを体験したいというニーズはとても強い。外国人旅行者は、小路の植木や盆栽、ちょうちん等普通の風景に反応している。

● 外国語対応について

・現在のマップは特に問題はないが、なぜ北が上ではないのかとよく訊かれる。外国の住所表記はストリートと番地が標準なので、せめて大通りの名称だけでも記載されると助かる。
・オーディオガイドは絶対に必要。最低でも、英語、フランス語、スペイン語、イタリア語は必要。
・交通機関は外国の方にもわかるようにすると良い。案内サインは、「ある」ということと「わかりやすい」という二つの観点が必要である。
・飲食店でも英文のメニューや表記がほしい。写真と英語表記、これに食材（アレルギーや宗教）、料理の簡単な説明があると尚良い。のれんがかかっていると入るのに遠慮がちになるので「welcome tourist」と一言でも書いてあると良い。
・観光全般について、英語で対応（メール、電話）できるセクションがあると良い。

● 情報発信

・金沢が武士のまちであること、芸妓のまちであることがほとんど知られていない。
・コンテンツの見せ方としては、いくつもの観光地を見せるのではなく、一つの観光地に限定してイメージづけることが重要である。
・アジアの方はより細かく情報を求めてくるので、多言語サイトでは旅行雑誌に掲載されているような最新ニュースを掲載すると良い。
・在日外国人や留学生、ＡＬＴ（外国語指導助手）等は、家族や友人に日本の情報を伝える媒体であり、彼らを頼って訪日する人も多い。こうした在日外国人に対してＰＲやセミナーを開催し、活用していくと良い。
・アジア人向け、欧米豪向けでは、訴求ポイントや解説が異なる。その国の文化や特性を理解しているライターに頼むのが良い。

● 広域連携

・広域連携は開拓の余地がある。特に金沢は東西南北に連携できるので、効率よくルート化していくと商機がある。
・金沢＋加賀や能登と組み合わせると良い。ＦＩＴにはエクスカーションとしてレンタカーを組み込むことがあるが、金沢から加賀や能登という距離感がちょうど良い。特に能登の景観は魅力的に映る。
・ジャパン・レール・パスは１週間で約30,000円弱。のぞみは乗車できないが、これがあれば国内のＪＲが乗り放題で、地方へ出向く自由度が飛躍的に高まる。

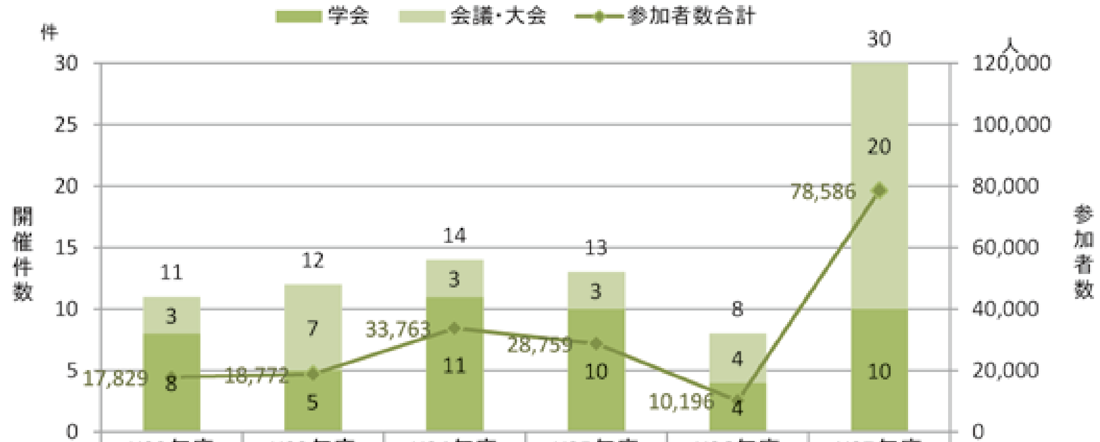
● 人材育成

・案内カウンターの接客は、一歩進めた対応が必要と思う。お客様のニーズをくみとって提案できる人材を育成すべきと考える。
・ＤＭＣ（Destination Management Company）のランドオペレーターはとても多忙なので、行政側から市場にマッチする観光コンテンツを現地のエージェントとＤＭＣランドオペレーターの双方に、新しい提案をすることが有効である。

５．ＭＩＣＥの現状

「金沢地区」で開催された 1000 人以上のコンベンション開催数は、平成 22 年度以降ほぼ横ばいで推移していました。新幹線開業年の前年にあたる平成 26 年度は金沢での開催を控える動きがありましたが、平成 27 年度は国際会議や国内学会等の大規模な会議等が集中し、会議数、参加者数とも大幅に増加しました。

図 31　金沢地区のうち 1000 人以上の規模のコンベンション件数・参加者数の推移



	H22年度	H23年度	H24年度	H25年度	H26年度	H27年度
件数合計	11	12	14	13	8	30
会議･大会	3	7	3	3	4	20
学会	8	5	11	10	4	10
参加者数合計	17,829	18,772	33,763	28,759	10,196	78,586

出典：(公財)金沢コンベンションビューロー調べ

※平成 27 年度は見込み、平成 28 年 2 月末時点予測

表 8　金沢ＭＩＣＥ促進事業費補助金　申請件数と交付額

年度	件数	交付額
H24 年度	23	4,860 千円
H25 年度	25	4,230 千円
H26 年度	17	4,150 千円
H27 年度（見込）	46	11,100 千円

出典：金沢市調べより作成

注:ＭＩＣＥ(マイス):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。

注：金沢ＭＩＣＥ促進事業費補助金：金沢市では、金沢市内に主な会場を置くＭＩＣＥ（学会や大会のレセプション等）で金沢の伝統芸能を披露する場合の出演料及び金沢版クラフト・ツーリズム（金沢市の区域内における工芸施設、工房等において、金沢の伝統文化の体験又は見学を行うもの）を実施する場合の費用、同時通訳等の実施に関わる費用を補助している。

６．観光の現状と課題

（１）観光全般の潮流や今後の動向

国内旅行は個人旅行が主流ですが、「地元の美味しいものを食べる」、「都市を散策する」等が金沢ファンを確保する上でポイントになっており、地域独自のライフスタイルや文化に一歩踏み込んだ旅のニーズが高まっています。旅行に関する情報では、旅の予約サイトが充実し口コミ情報も得やすくなっており、個人でも手軽に旅行手配できるようになりました。町家を活用したゲストハウスへの宿泊や男性の一人旅の増加等、旅行ニーズの変化が旅のスタイルを多様化させており、旅行者の情報取得方法や観光ビジネスのスタイルは 10 年前と比べると大きく変化しています。

海外誘客では、円安やビザ発給要件緩和等を背景に、訪日外国人旅行者は急増していますが、世界の観光需要からみると、今後も、ますます増加していくことが予想されます。国では「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2015」を決定し、「『色とりどりの魅力を持つ日本』の発信と地方への誘客」や「『攻め』の受入環境整備」等、観光地域づくりへの積極的な取り組みを進め、2020 年の東京オリンピック・パラリンピックに向けて、国として海外へ日本の文化力をアピールし、観光立国の実現に向けて強力に施策を推進しています。初めて日本を訪れた外国人旅行者は、「四季の体感」、「日本の歴史・伝統文化体験」、「温泉」等をもう一度体験したいというニーズが高くなっていることから、二度、三度と日本を訪れる外国人旅行者にとっては、日本の原風景や文化にふれることができる地方都市の観光に対する期待値が高まっています。

伝統文化が色濃く残る金沢は、ほんものの日本が残る都市として、国内の都市の中で優位性がありますが、こうした潮流を踏まえ、金沢の多様で奥深さのある地域資源を磨き上げ、発信していくことが重要です。

（２）金沢の観光の現状

北陸新幹線開業により、平成 27 年の主要な観光地を訪問する観光客数は約 3～5 割増となりました。また、満足度調査では約 9 割の方が「満足」「概ね満足」と回答しており、これは、北陸新幹線開業に向けた市民・民間事業者によるおもてなし力の向上をはじめとする準備の成果であるといえます。一方、観光ピーク時に受け入れ側の容量を大きく超えてしまったことや、観光客の主な周遊ルートが近江町市場、兼六園、金沢 21 世紀美術館、ひがし茶屋街等の観光地に過度に集中したことは、観光客の満足度や市民生活への影響という点において大きな課題となりました。

本市を訪れた外国人旅行者は、平成 26 年は約 20 万人/年でしたが、平成 27 年はこれを大きく上回り、23 万人でした。国別では、台湾が約 5 割を占めますが、イタリア、スペイン、フランス、アメリカ、カナダ、オーストラリア等の欧米豪地域やタイ、マレーシア、シンガポール等の東南アジア地域からの入り込みが急伸しています。特に欧米系の旅行者は、和風旅館等での宿泊や茶の湯、能、禅等の日本文化の体験に大きな価値や魅力を感じており、また、金沢のまちなかを歩きながら感じる日本の暮らしや、「日本海」に関心が高いことが特徴的です。

さらに、北陸新幹線を利用し東京からのアクセスが向上していることから、ジャパン・レール・パスを利用した個人客の入り込みも増加しています。欧米豪からの訪問では、平成28年４月から発売されるＪＲ東日本、西日本共同による大阪・東京「北陸アーチパス」に見られるとおり、「東京－金沢－京都」周遊コースや「金沢－五箇山－白川郷－高山－松本」を周遊する北陸飛騨３つ星街道（平成28年度から北陸飛騨信州３つ星街道に改称予定）が人気コースです。アジアからの海外誘客では、中部国際空港から「名古屋－高山－白川郷－金沢」を通る昇龍道コースは定番になっていますが、今後は、関西国際空港のコンセッション化（民間への営業権譲渡）にともなうＬＣＣの就航による訪日外国人旅行者の一層の増加により、関西方面から、また、九州、四国、中国地方から金沢への周遊ルートも期待されています。これらのコースの認知度が向上し、金沢は、日本の文化が感じられる城下町として団体ツアーコースに組み込まれるようになりましたので、今後はこのプロモーションの実施を活かし、海外での認知度を高めるため、市民生活との調和を図りながら、重点的かつ戦略的なプロモーションの実施や、受入環境の整備、多様な人材の育成が重要となります。

表９　金沢市の観光の現況整理（ＳＷＯＴ分析）

	Ｓ　強み	Ｗ　弱み
内部要因	・金沢という都市ブランドの知名度・観光意欲度・イメージが高い。 ・歴史、まちなみ、文化、伝統、工芸、芸術、食等他の地域と比較し優位性のあるコンテンツが多数ある。 ・金沢城を中心に半径 2km 圏内に主要観光スポットが分布しており、歩いて周遊できる規模である。 ・市内にはバス路線網やレンタサイクル等多様な移動手段選択肢がある。 ・外国人対応や工芸体験等が可能な店舗が増加している。 ・毎週末のように、まちなかでイベントを開催している。	・富裕層が宿泊できる高級旅館やラグジュアリーホテルが不足。 ・大規模コンベンション開催時に宿泊施設が不足。 ・数日あれば、市内の観光地や観光施設をまわることができる。 ・博物館、美術館系の施設が多く、娯楽施設が少なく、多世代の受け入れ幅を大きくする必要がある。 ・着地型プログラムを多く企画発信し、販売体制を充実する必要がある。 ・観光資源の大衆化にともない、金沢らしさが喪失する可能性がある。 ・観光施設や市内交通の受入容量以上の観光客が訪れ、満足度やサービスレベルが低下する懸念がある。 ・多言語化が十分に進んでいない。
	Ｏ　機会	Ｔ　脅威
外部要因	・陸路、海路、空路の交通の選択肢があり、これらの交通結節点である。 ・北陸新幹線が開業し、首都圏や東北からの所要時間が大幅に短縮され、利便性が向上した。 ・金沢駅が北陸新幹線の終着駅であり地理的優位性がある。 ・円安やビザ発給要件緩和等を背景に、訪日旅行が好調である。 ・北陸新幹線沿線都市との協力連携関係がある。 ・ミシュラン・グリーンガイド・ジャポンで「３つ星」に紹介された高山、松本 ・（松本城）、「世界遺産」の五箇山と白川郷、立山黒部アルペンルート等の国内屈指の観光名所が近接する。 ・石川中央都市圏による近隣自治体との連携が加速している。 ・東京オリンピック・パラリンピックに向けたや文化プログラムの推進充実が期待できる。	・観光ニーズの多様化や、メディア等の多様化等から、情報を確実に届けることが困難となる可能性がある。 ・新幹線開業ブーム後のメディア露出が減少している。 ・小松空港の定期国際線（ソウル、台北、上海）の路線数が少ない。 ・季節によって観光客数に変動があり、一年を通じた誘客が必要である。

（３）金沢の観光に求められる動き

①旅行ニーズの変化や金沢ファン確保への対応

北陸新幹線開業により多くの観光客が金沢を訪れましたが、金沢ファンを増やしていくためには、金沢固有の魅力を磨き高め、新たな切り口やテーマを再発見し、再編集することで、旅行者の多様なニーズに対応していく必要があります。また、市民一人ひとりが「金沢」への愛着と誇りを持ち、市民自らが金沢の多様な魅力や奥深さを発信していくことが、金沢ファンの確保につながっていきます。

②市民生活と観光の調和

北陸新幹線開業にともない、初めて金沢を訪れる観光客も増加し、特定の観光地への入り込みが集中し過ぎたことにより、市民生活への影響が生じました。これまで、宿泊施設の不足や料金問題については、県、市、県内の観光団体の連携のもと、県のおもてなし連携推進会議にて協同し迎え入れる体制を申し合わせるとともに市民の台所である近江町市場のマナー問題等については、店舗が加盟する振興組合と市民団体との意見交換を行い、今後のあり方の検討を進めるほか、主要な観光地に集中する観光客の安全対策や交通渋滞の緩和に取り組んできました。今後とも、宿泊需要に対応する多様な形態の宿泊施設の充実や、観光ルートの分散、移動環境の改善等の両面を満たす受け皿づくりにしっかりと取り組む必要があります。市民が住みよいと思えるまちづくり、金沢の良さを高めていくまちづくりに、観光面でのまちづくりをめざしていくことが、市民生活と観光との調和を保つ上で何よりも大切です。

③増加する訪日外国人旅行者への早急な対応　＜訪日外国人旅行者 2000 万人構想＞

2015 年の訪日外国人旅行者は 1,973 万 7 千人で、過去最高となり、2020 年までに年間 2000 万人とする国による目標値は、前倒しで、ほぼ達成される見込みとなり、外国人旅行者の受入環境整備が急務となっています。観光施設では、パンフレットや音声ガイド等の多言語化や、食事メニュー、看板、公共交通機関の外国語対応が進んでいないとの指摘が多く聞かれ、これらへの対応は喫緊の課題となっています。また、外国人がストレスなく観光ができるように、公衆無線ＬＡＮの整備や、交通機関、施設、買い物等のわかりやすい案内表示に取り組んでいくことが大切です。

④2020 年の東京オリンピック・パラリンピックに向けた海外誘客の取り組み強化

世界の交流拠点都市金沢の実現に向けて、2020 年に開催される東京オリンピック・パラリンピックと、これにともない実施する「文化プログラム」の開催は、世界に向けて金沢の歴史や文化を発信する絶好の機会となります。

このため、金沢の文化や芸術のコンテンツに、新しい要素を付加編集し、金沢の文化プログラムを発信することや、金沢独自の文化を活かした滞在型プログラムを開発し、ほんものの日本を体験できる金沢の魅力を、様々な機会を通じて多方面に発信していくことが重要です。

海外誘客におけるプロモーションについては、それぞれの国や地域で習慣や背景が異なる

ため、その国の嗜好性や文化性に合わせた適時適切な情報提供と効果的な取り組みを進めることが重要です。外国人旅行者の金沢への期待や満足度、その国の習慣や嗜好性等、まだまだ不明確な部分もありますが、国別にマーケティングを行って詳細な旅行実態を調査し、2020年の東京オリンピック・パラリンピックへ向けた国や日本政府観光局の観光立国への取り組み、県の観光戦略プランの具現化施策と連動しながら、相乗的に海外誘客を推進していく必要があります。

⑤国の「観光立国ショーケース」選定による海外誘客の推進強化

国は、「日本再興戦略　改訂 2015」（平成 27 年 6 月 30 日閣議決定）に基づき、世界に通用する魅力ある観光地域づくりをめざし、多くの外国人旅行者に選ばれ、その効果を全国に波及させ、訪日外国人旅行者を地方へ誘客するモデルケース都市を形成するために、金沢市、釧路市、長崎市の３つの都市に特化し選定しました。その使命と責任は大きいものであり、平成 28 年度から５年間、関係省庁が連携した施策の集中投入による支援を受けられることから、外国人の嗜好に合わせた観光資源の磨き上げ、ストレスフリーの環境整備、多様な観光人材の育成、海外への戦略的な情報発信等の取り組みを推進強化していきます。

⑥広域連携の推進

金沢をとりまく広域観光は、北陸新幹線開業が弾みとなり、進んでいますが、今後さらに、金沢を拠点に各地域の様々な魅力を組み合わせ、幅広く厚みのある旅行商品を提案しながら、広域連携においてリーダーシップを発揮していく必要があり、また、金沢と石川中央都市圏の各市町との連携は、金沢を訪れ、さらにもう一歩延ばしていただく金沢ファンの獲得のためには大変重要です。さらに、長期滞在する外国人旅行者を取り込むため、東北地域や、中国・四国・九州地方に連携を広げ、武家文化、城下町文化のコンテンツを活かしたテーマ性とストーリー性のある広域の文化メジャールートを創出していくことも考えられます。

⑦観光戦略を実現する体制づくり

金沢市では関係自治体や民間事業者等と協働し、各種事業を進めてきました。さらに今後５年間、多様化するニーズに対応し観光戦略を実現するために、観光人材を育成するとともに、石川中央都市圏の自治体や、観光関係事業者等と連携しながら、マーケティングからプロモーション、情報発信までを一貫してマネジメントする観光まちづくりを推進するため、官民協働の推進体制のあり方を検討する必要があります。

２章　金沢市観光戦略プラン 2016 の基本的な考え方

１．金沢市における観光の意義

金沢市において観光を振興する意義を以下のように捉えます。

①「金沢」固有の価値や個性を磨き高める力である

本市は、藩政期から培われてきた歴史や伝統、学術、文化等の資産を継承し、新たな価値を創造し続けることで、金沢固有の価値を高めてきました。今、北陸新幹線開業を契機に、歴史や伝統文化が薫る魅力あふれるまちとして、さらに飛躍するチャンスを迎えています。引き続き、歴史資産や地域資源に立脚したまちづくりを進め、また、歴史に責任を持つまちとして、独特の輝きを放つ本市の個性を磨き高めます。

金沢市観光戦略プラン 2016 は、これらの資産を最大限に活用し、本市の魅力として発信することにより、世界における金沢の認知度やブランド力を一層高め、国内外から人・モノ・情報の集積を図り、世界の「交流拠点都市」の実現に寄与します。

②市民一人ひとりが持つ「金沢」への愛着と誇りが、まちの魅力を高める力である

金沢に住む市民一人ひとりが「金沢」に愛着と誇りを持ち、自発的にまちづくりに参画していることが、「金沢」の大きな魅力です。観光客にとっても、こうしたまちの姿があこがれとなり、実際にその土地で出会う人々と交流することで、ひときわ感動深い旅となります。

金沢市観光戦略プラン 2016 では、市民にこそまちの魅力があると捉え、市民一人ひとりが、「金沢」の魅力を再認識することにより、その魅力を観光客とともに共有し、おもてなしの気運を高めます。

③「金沢」及び圏域全体の地域経済を活性化する力である

少子高齢化、人口減少という社会背景の中で、観光は経済活性化への期待が高く、また裾野の広い経済波及効果が見込まれる産業です。国では、海外からの旺盛な外国人旅行者の需要や、2020 年の東京オリンピック・パラリンピックを弾みとする「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2015」を推進し、世界に誇る魅力あふれる国づくりをめざしています。

金沢においても、北陸新幹線金沢開業による国内外からの交流人口の拡大が、従来の観光分野だけでなく地域経済全体の活性化に大きな効果をもたらすことを証明しました。

金沢市観光戦略プラン 2016 では、金沢「固有」の価値を磨いて、総合的な都市力を高め、周辺地域との連携によりリーダーシップを発揮し、経済効果を市域全体から広域へと波及させることにより、圏域全体の持続的な経済の活性化をめざします。

２．金沢の観光がめざす姿

金沢の観光がめざす姿は次のとおりです。

１．「ほんものの日本」を継承し、創造するまち

金沢には伝統性を重視する気風、革新性を求める気風の両面があり、藩政期からの歴史や伝統文化を現代につなげ、そこに新たな価値を付加して新しいものを生み出してきた日本を代表する創造都市です。そのことが、保存と開発の調和をもって、歴史遺産や文化遺産の魅力を高めてきたまちづくりや、伝統を守りながらも、最先端の芸術や技術を取り入れる気風を合わせ持つ市民意識に表れています。

今後も、金沢の400年以上の伝統と精神性を受け継いだ「ほんものの日本」を継承しつつ、新たな魅力を創造し、世界の人々があこがれるまち金沢をめざします。

２．四季折々何度でも訪れたいまち

金沢は日本海や河北潟に接し、市内の丘陵や台地の間には犀川、浅野川の二つの美しい川が流れ、その背後には緑豊かな山々を眺望できます。四季折々に変化する自然を身近に感じ、旬を大切にする市民や職人の繊細な感性が、金沢独自の食文化、工芸、祭礼行事、風習、建築様式等で花開き、現代に受け継がれています。

このような金沢の風土を大切にし、いつ来ても新しい発見、新たな魅力を実感できるような、四季折々何度でも訪れたいまち金沢をめざします。

３．市民の暮らしが魅力的なまち

金沢は、藩政期からの町割りが今でも残っています。一歩、小路に入ると、用水のせせらぎ、町家を活用した金沢らしいお店、軒先には手入れがされた鉢植え等が飾られ、市民の日常生活に浸透するたしなみや金沢らしい美意識、地域コミュニティを感じることができます。こうした普段着の生活自体が、観光客には金沢の魅力と映ります。

北陸新幹線開業が市民生活に変化を与えつつありますが、今後も市民が暮らしやすく魅力的なまちづくりをすすめます。市民にとって住みよいまちが観光客にとって魅力的なまちであり、市民の豊かな暮らしを、時間をかけて堪能した金沢ファンが暮らしてみたいとあこがれるまち金沢をめざします。

４．日本海側のハブとして広域観光をリードするまち

金沢は、鉄道、空港、港、高速道路等のそれぞれの交通拠点施設へのアクセスが容易であり、北陸新幹線金沢開業で首都圏からの鉄道によるアクセスも飛躍的に向上しました。三大都市圏から２時間半の時間圏に位置することにより、これまでの中京圏からの南北ルート等に加え、首都圏、金沢、関西圏をつなぐ北回りのルートも確立されました。また、アジア地域からの直行便や羽田を経由した乗り継ぎによる空のアクセスや金沢港への客船の入港による海のアクセス等、これまで以上に広域観光における金沢の拠点機能が高まりました。

今後は、北陸新幹線沿線都市、北陸飛騨信州３つ星街道、北陸３県、県内、石川中央都市圏等の連携において、金沢が広域観光の日本海側のハブとしてのリーダーシップを発揮し、新たな周遊観光を創造することで、国内外における金沢の存在感をさらに高めていきます。

３．金沢市観光戦略プラン 2016 の戦略テーマ

金沢における観光の意義やめざす姿を踏まえ、金沢市観光戦略プラン 2016 の戦略テーマを以下のとおり設定します。

金沢市観光戦略プラン 2016 の戦略テーマ
四季折々、ほんものの日本を五感で発見できるまち

金沢は幸いにもこれまで大きな自然災害や戦災にあうことがなく、藩政期に確立された城下町のまちなみを今に残しています。加賀藩前田家は、戦を避けるために「武」よりも「文」を奨励し、学術、文化、工芸の振興に力を注ぎました。

新しいものを取り入れる気風があった歴代藩主は、他の地域から名工や茶人を積極的に招き交流するとともに、武器や武具を作るためにあった、工芸の源流とも言うべき加賀藩の御細工所を、前田家の調度を制作、修復する工房へと変化させ、当時の最先端の工芸品を生み出しました。四季折々の変化を工芸、茶道、食、建築等に昇華させることによって育まれた美意識が、上級武士から下級武士、商人町人、職人へと浸透したのです。

金沢が今日、「歴史都市」「文化都市」「創造都市」と呼ばれる所以は、加賀藩の歴代藩主が創り上げた武家文化を連綿と受け継いできた国内でも稀有な都市であることに加え、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合わせ持っていることです。

前田家は外様大名として江戸に文化で加賀藩の存在感を高めていきました。これを現代に置き換えると、金沢を通して日本が世界の中で独自の価値観をもつ国であることを伝えていくことは、加賀藩から脈々と続いている伝統であるといえるのではないでしょうか。

本プランでは、北陸新幹線開業を契機に、この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、金沢の「日本の由緒あるほんもの（Authenticity & Quintessential)」の豊かさを将来に向けていっそう磨き高めます。そうして磨かれた金沢のまちなみや建築物、工芸や芸能、地場の食材を活かした食文化としつらえ、用水のせせらぎや鼓、三味線等の音色、くらしの営み等を「五感」で感じることで、ほんものの日本を発見できるまちとして、国内外の多くの観光客を惹きつけるまちをめざします。

４．金沢市観光戦略プラン 2016 の数値目標

金沢市観光戦略プラン 2016 では、５年後の金沢観光のあるべき姿を表す数値目標を設定し、「四季折々、ほんものの日本を五感で発見できるまち」の実現をめざします。それぞれの数値目標は、①は観光客の入り込みから金沢の受け入れ規模の目標値とし、②は宿泊客数の増加による滞在時間の増加と経済波及効果、③は人口減少の中での新たな成長分野である外国人宿泊客数、④は観光という裾野の広い産業の地域経済への波及規模、⑤⑥は金沢ファン獲得のための満足度や再来訪回数を表しています。

【５年後の金沢観光のあるべき姿を表す数値目標】

① 「金沢地域の年間入り込み客数」は約 10%増の 11,000 千人をめざします。

現状値 （参考）	平成 27 年　10,060 千人 （平成 26 年　8,442 千人）	→	目標値	平成 32 年　11,000 千人

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より
※平成 27 年は速報値　※金沢地域は金沢市周辺の市町も含む

② 「金沢市の年間宿泊客数」は約 10%増の 3,200,000 人をめざします。

現状値 （参考）	平成 27 年　2,906,000 人 （平成 26 年　2,749,577 人）	→	目標値	平成 32 年　3,200,000 人

出典：金沢市観光調査結果報告書（金沢市）の年間宿泊客数より　※平成 27 年は速報値

③ 「金沢市の年間外国人宿泊客数」は約 60%増の 400,000 人をめざします。

現状値 （参考）	平成 27 年　256,000 人 （平成 26 年　200,580 人）	→	目標値	平成 32 年　400,000 人

出典：金沢市観光調査結果報告書（金沢市）の外国人宿泊客数より　※平成 27 年は速報値

④ 「金沢地域の観光消費額」は約 15%増の 78,000 百万円をめざします。

現状値 （参考）	平成 27 年　67,800 百万円 （平成 26 年　59,564 百万円）	→	目標値	平成 32 年　78,000 百万円

出典：統計からみた石川県の観光（石川県）の金沢地域の観光消費額より
※平成 27 年は推計値

⑤ 「金沢旅行全般の満足度」の「とても満足」について 50%をめざします。

現状値	平成 27 年　38.4% （平成 26 年　未調査）	→	目標値	平成 32 年　50%以上

出典：金沢市観光調査結果報告書（金沢市）の金沢印象面接調査結果より
「とても満足」、「概ね満足」、「普通」、「やや不満」、「不満」の５段階評価で
「とても満足」と回答した者の割合

⑥ 「金沢へ再来訪回数（リピート率）」の 60%以上をめざします。

現状値 （参考）	平成 27 年　55.4% （平成 26 年　56.5%）	→	目標値	平成 32 年　60%以上

出典：金沢市観光調査結果報告書（金沢市）の金沢印象面接調査結果より
来訪回数が２回目以上と回答した者の割合

３章　７つの基本戦略と主要施策

金沢市観光戦略プラン 2016 の戦略テーマに基づき、以下の７つの基本戦略及び主要施策を実施します。

７つの基本戦略と主要施策

基本戦略１．かがやく	金沢の魅力あるコンテンツの創造
１－１	歴史、伝統文化、食など、和の未来を追求したほんものの日本の文化をみせる
１－２	観光資源を掘り起こし、テーマ性のある金沢固有のコンテンツへ磨き上げる
１－３	暮らすように旅する新しい金沢の観光スタイルを創出する
１－４	金沢の新しい領域を切り拓く、現代のアート、工芸等の文化やスポーツを活用したプログラムづくりを推進する
基本戦略２．ひろげる	**海外誘客の推進**
２－１	東京オリンピック・パラリンピックに向けて金沢の文化を高め発信する
２－２	金沢の文化を嗜好する海外の地域に対して戦略的なプロモーションを展開する
２－３	金沢固有の伝統文化や食文化、まちなみ等を活かし、滞在型観光の促進と金沢ファン拡大に向けた展開を強化する
２－４	外国人のための宿泊や交通、観光案内、買い物等の受入環境を整備する
基本戦略３．つどう	**ＭＩＣＥ等の推進**
３－１	金沢特有のユニークベニューを活かし、金沢でしか体験できないＭＩＣＥを推進する
３－２	官民一体で金沢にふさわしいＭＩＣＥ誘致活動を推進し、一元化した情報発信を行う
基本戦略４．めぐる	**広域観光の推進**
４－１	ストーリー性をもつ新たな広域観光ルートを開拓する
４－２	関係自治体や民間事業者と連携を強化し、広域観光を推進する
基本戦略５．もてなす	**受入環境の整備**
５－１	バス利用環境の改善とわかりやすい情報提供を行う
５－２	ゆっくりと楽しみながら周遊できる環境づくりを行う
５－３	観光シーズンにおける市内の渋滞解消対策を強化する
５－４	観光施設、文化施設等における受入環境を向上する
５－５	災害発生時における観光客等の避難体制を充実する
基本戦略６．そだてる	**人材の育成**
６－１	市民が金沢の魅力を再認識し、誇りを持ったおもてなしにつなげる
６－２	おもてなしや観光コーディネートに関わる専門分野の人材育成を進める
６－３	広域、専門、外国語、市民ボランティア等、多様な観光ガイドを発掘し育成する
基本戦略７．つなげる	**情報発信と誘客の強化**
７－１	民間事業者等と連携し、戦略的に誘客を促進する
７－２	金沢と縁のある人や地域を活用したプロモーションを展開する

基本戦略１．かがやく　金沢の魅力あるコンテンツの創造

藩政期から受け継がれた歴史、まちなみ、伝統・文化、学術等の金沢固有の魅力をさらに磨き上げ、訪れる度に金沢の歴史や奥深さを知り、感動していただけるように、様々な体験の機会を創出します。また、金沢の奥深さのある観光資源を掘り起こし、訪れる人の多様なニーズに即したテーマ性のあるコンテンツとして再構築するとともに、自然や季節感を楽しむ旅を提供する等、新しい魅力を創出します。さらに、日常の金沢を市民目線で楽しむ観光スタイルや現代アート、スポーツ等の新たな文化を織り込んだ観光プログラム等、何度でも訪れたくなる魅力あるコンテンツを創造します。

主要施策１－１
歴史、伝統文化、食など、和の未来を追求したほんものの日本の文化をみせる

金沢の強みである歴史や伝統工芸、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。これら金沢の文化は、今なお、市民生活に脈々と息づいているほんものの日本の文化を代表するものです。金沢の文化に造詣の深い人々と観光客との相互交流を通じて、金沢の生活や文化の豊かさを感じていただき、金沢ファンを増やしていきます。

推進事業（６事業）

①加賀藩から受け継がれた歴史、伝統工芸、伝統芸能、茶道、食文化等を活かした「ほんものの日本」を五感で感じることができるプログラムづくり
②伝統工芸作家の工房を訪ね、直接、作家とふれあうことができる特別な旅の提案
③お茶屋文化にふれる特別体験プログラムの開催
④期間限定の特別公開プログラムづくり等の石川県と連携した観光魅力の発掘・磨き上げ
⑤五感で楽しむ金沢料亭文化の魅力発信
⑥日本海の海産物や加賀野菜、発酵食等を堪能できる食の特別プログラムづくり

伝統工芸作家の工房を訪ねる特別な旅

五感に
ごちそう
かなざわ

金沢の食文化の継承及び振興のためのシンボルマーク

主要施策１－２
観光資源を掘り起こし、テーマ性のある金沢固有のコンテンツへ磨き上げる

金沢には、観光資源となりうる魅力的で潜在性のある地域資源がたくさんあります。そうした地域資源を掘り起こし、ストーリー性やテーマ性のあるコンテンツに磨き上げ、多彩な着地型観光ツーリズムやイベントの充実を図ります。

推進事業（８事業）

①哲学、文学、アート等金沢特有のコンテンツを活用したプログラムづくり
②特徴的な建築物や町家、景観も楽しむプログラムづくり
③寺町台に整備される建築文化拠点施設を活かした周遊観光コースづくり
④市民やボランティアガイドによる穴場スポット等をめぐる観光プログラムづくり
⑤里山等の自然や生き物と触れ合うグリーンツーリズム・エコツーリズムの推進
⑥四季の風景や食を組み合わせた季節感を楽しむ観光プログラムづくり
⑦四季を通じて市民と観光客がともに楽しめるイベントの開催
⑧平成30年に開湯1300年を迎える湯涌温泉のブランド力向上と誘客促進

年間を通じて開催される多様なイベント

氷室の雪づめ体験

金沢アーキテクチャー・ツーリズム

建築文化拠点施設のイメージ図

主要施策１－３
暮らすように旅する新しい金沢の観光スタイルを創出する

金沢の町家、和風旅館、寺院等に滞在し、お気に入りの場所を散策し、地元の料理を食べ、地域のイベントや祭り等にも参加する、さらに朝や夜のアクティビティを満喫する、そうした金沢の滞在そのものが観光コンテンツとなります。暮らすように旅する体験や人とのふれあいを通じて、心の豊かさにつながる新しい観光スタイルを創出します。

推進事業（５事業）

①町家や和風旅館、ゲストハウス等を活かした、暮らすように旅する新しい観光スタイルの提案
②古地図めぐり、小路めぐり、町家めぐり等の自らが発見する散策メニューづくり
③寺社仏閣の早朝参拝やまちなかの早朝散策、おいしい朝ごはん等を楽しむ観光プログラムづくり
④金沢にふさわしい夜間景観を活用したナイトツアー等による夜の観光コンテンツづくり
⑤町家巡遊、かなざわ燈涼会、地域のイベント情報の収集発信

金沢古地図めぐり

夜の観光コンテンツづくり

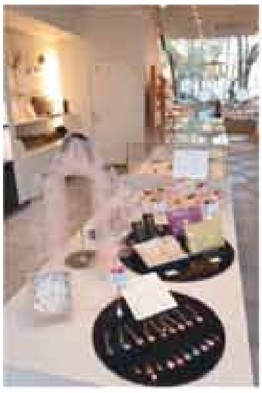
地域に伝承される祭礼

主要施策１－４
金沢の新しい領域を切り拓く、現代のアート、工芸等の文化やスポーツを活用したプログラムづくりを推進する

金沢 21 世紀美術館をはじめ、ギャラリーやアートショップが多いのも金沢の特徴です。工芸の分野では、伝統工芸や生活工芸をはじめとする多様なジャンルの作家が数多く活動しています。また、近年では映像や写真、アニメーション、漫画等の分野の活動も盛んに行われ、新しい文化の発信地となっています。スポーツの分野においても、金沢マラソンやプロスポーツの試合等が行われています。こうした金沢の新しい領域を活かしたツーリズムを促進し、金沢を訪れる人の裾野を広げます。

推進事業（５事業）

①金沢 21 世紀美術館やまちなかの文化施設・ギャラリー・工房等と連動したアート、工芸、文化イベントの実施
②若年層をターゲットにしたかわいい工芸等の発信
③アニメーションや映像等のクールコンテンツを活かしたイベントの開催や交流推進
④金沢マラソンやまちなかウォーキング等を活かしたスポーツ・ツーリズムの推進
⑤サッカー、野球、バスケットボール等のプロスポーツチームとの交流推進



まちなかの工芸イベントやギャラリー

アニメーションイベントの開催

基本戦略２．ひろげる　海外誘客の推進

金沢を訪れる外国人旅行者は年々増加しており、国の海外誘客モデル都市「観光立国ショーケース」に選定されたことを踏まえ、2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向けて、金沢の様々な文化プログラムを充実するとともに、金沢でほんものの日本を味わえるような滞在型の楽しみ方を提供し、そうした文化を嗜好する海外の国・地域に対して戦略的にプロモーションを展開します。また、金沢の旅が快適になるように、市内での滞在や移動、買い物等における多言語対応とストレスフリーの受入環境の整備をハード、ソフトの両面から進めます。

主要施策２－１
東京オリンピック・パラリンピックに向けて金沢の文化力を高め発信する

伝統工芸だけでなく、現代アート、生活工芸、音楽、デジタルコンテンツ等、金沢が有する数々の文化を、総合的なプログラムやイベントとして情報発信します。国が進める文化プログラムの推進に向けて、関係する作家や民間企業、ＮＰＯ等との連携を図りながら、国内外の旅行者を意識した和の未来を体現できる取り組みを進めます。

推進事業（４事業）

①世界に誇れる文化プログラムづくりと市民の文化芸術力の向上
②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
③東京オリンピック・パラリンピックの事前キャンプ地誘致やスポーツ・ツーリズムの推進を通したスポーツコミッションの設立
④まちなかで工芸を楽しむ国際イベントの開催

第１回　金沢マラソン

工芸を発信するイベント

主要施策２－２
金沢の文化を嗜好する海外の地域に対して戦略的なプロモーションを展開する

金沢の文化に親和性の高い海外の国・地域に向けて重点的かつ戦略的なプロモーションを展開します。国や民間企業、関係自治体、現地誘客コーディネーター、海外に精通する市民とも連携を強化し、それぞれの嗜好に合わせた訴求力の高い情報をＢtoＢ、ＢtoＣで発信していきます。また、引き続き、国のビジット・ジャパン事業を活用し、海外旅行博の出展や旅行エージェント、ブロガー等の招請等を行います。これに合わせて、次への海外誘客の戦略を立てるため、市内及び海外現地でのマーケティング調査を充実強化します。

推進事業（１０事業）

①歴史、伝統・文化、自然に親和性の高い欧米豪地域への重点プロモーションの展開
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旅行会社と共同したほんものの金沢の発信と誘客促進
④訪日外国人の関心が高い金沢の食文化の世界発信
⑤欧州と台湾における現地誘客コーディネーターの配置
⑥金沢港発着クルーズやラグジュアリー船の戦略的誘致
⑦外国人旅行者の嗜好に合わせた情報発信媒体の整備拡充
⑧日本政府観光局（ＪＮＴＯ）が持つ海外の情報発信、収集力の活用
⑨市内在住外国人や海外滞在経験豊富な市民、留学生ＯＢ、国際交流員ＯＢによる金沢の旬な情報の海外発信
⑩外国人旅行者の動向や印象度を収集分析するマーケティング調査の実施

ブロガー、雑誌社等の招請旅行（ファムトリップ）

海外旅行博でのプロモーション

※ＢtoＢ、ＢtoＣ：ＢtoＢは「Business to Business」の略で、企業（法人）どうしの取引やサービスのこと。ＢtoＣは「Business to Consumer」の略で、企業（法人）と消費者との間の取引やサービスのこと。

主要施策２－３
金沢固有の伝統文化や食文化、まちなみ等を活かし、滞在型観光の促進と金沢ファン拡大に向けた展開を強化する

欧米豪地域から来訪する旅行者は、日本を１週間以上かけて周遊し、日本ならではの歴史や文化等を深く体験したい、日本人の日常の暮らしを垣間見たいというニーズを有しています。また、アジア地域からの旅行者も、食やショッピングだけではなく、人とのコミュニケーションやまちの文化を体感する観光スタイルへと変化しています。金沢には、ほんものの日本の文化が日常生活の中にあり、これらの魅力をありのままに伝えるプログラムを推進します。さらに、武家文化や城下町文化、日本海等のコンテンツを活かしたテーマ性のある観光ルートの開拓等を関係自治体や民間事業者と積極的に推進していきます。

推進事業（６事業）

①外国人旅行者がほんものの日本文化を堪能できる体験プログラムの推進
②外国人旅行者が楽しめる夜のプログラムづくり
③禅、茶道、サムライ、大名庭園、アート等のテーマ性のある文化の広域ルートづくり
④Japan Sea（日本海）の魅力や醸造文化、こまちなみ等を堪能する観光プログラムづくり
⑤金沢の日常生活や文化を体験するホームビジットの拡充
⑥外国人旅行者向けの広域観光周遊ルートの推進

金沢の芸妓文化を堪能するプログラム

金沢の文化体験プログラム

歴史的な街並みを歩くツアー

主要施策２－４
外国人のための宿泊や交通、観光案内、買い物等の受入環境を整備する

外国人旅行者がストレスフリーに宿泊や移動、観光、買い物、飲食ができるように、官民連携し、多言語化や免税手続き、観光案内や二次交通等のわかりやすい表記、公衆無線ＬＡＮ環境の整備促進等に取り組むほか、インターナショナルブランドホテルの誘致による受入環境の充実を図っていきます。

推進事業（８事業）

①金沢駅観光案内所での外国人窓口対応の充実強化
②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への支援
③商店街共同の免税手続きカウンターの充実
④インターナショナルブランドホテルの誘致による外国人富裕層の受入環境の充実
⑤外国人旅行者の嗜好に合わせたホームページやスマホサイト等の充実
⑥まちなかにおける公共施設や観光施設の公衆無線ＬＡＮの整備
⑦外国人向けの地図や公的サイン、二次交通の案内充実
⑧文化施設における多言語対応の普及推進

共同免税手続きカウンター

外国語版ホームページ

KANAZAWA
FREE Wi-Fi
SSID:Kanazawa_Free_Wi-Fi

金沢市公衆無線 LAN
ロゴマーク

基本戦略３．つどう　ＭＩＣＥ等の推進

金沢の受け入れ規模に応じたＭＩＣＥを実施するため、文化施設や寺社仏閣、町家等で特別な体験ができる金沢らしいユニークベニューを活用した会議（ミーティング）や報奨旅行（インセンティブツアー）の開催に向けて、誘致に取り組むとともに、官民一体となりわかりやすい情報発信を行い、金沢の魅力を堪能できるＭＩＣＥを促進していきます。

主要施策３－１
金沢特有のユニークベニューを活かし、金沢でしか体験できないＭＩＣＥを推進する

ユニークベニューとは、博物館や美術館、歴史的建造物、屋外空間等、地域ならではの特別感のある場所を活用し、シンポジウムや会議、イベント、レセプションを行うことを言います。金沢市内では、金沢城公園の広場や復元建造物、神社仏閣、歴史的建造物、美術館、能楽堂、料亭、茶室等が利用されており、公共や民間の持つ様々な利活用空間の可能性を調査しながら、金沢の規模に応じたユニークベニューの発掘と活用に取り組みます。

推進事業（２事業）

①文化施設や寺社仏閣、町家等で特別な体験ができる金沢らしいユニークベニューの発掘、活用

②会議場や文化施設等での受入環境等の充実

ユニークベニューの活用

主要施策３－２
官民一体で金沢にふさわしいＭＩＣＥ誘致活動を推進し、一元化した情報発信を行う

金沢の都市性と文化的情緒の両面を堪能でき、ポテンシャルを発揮できる金沢にふさわしいＭＩＣＥを中心に誘致活動を展開し、主催者や参加者の満足度を高めていくとともに、産学官が連携し、金沢オリジナルのＭＩＣＥ商品の開発や誘致セールス等を展開していきます。

推進事業（４事業）

①会議や報奨旅行等の金沢にふさわしいＭＩＣＥの誘致と開催

②高等教育機関と連携した学会等の誘致と開催

③アフターコンベンションの充実

④教育旅行の誘致

基本戦略４．めぐる　広域観光の推進

広域観光においては、自然や歴史、工芸、芸能、食、寺社、祭り等、金沢の観光資源と関連性のある地域と連携し、日本文化のメジャールートを構築します。これまでに連携している自治体や民間事業者との協力を深め、国内全域に視野を広げた新たな広域観光ルートを開拓します。

主要施策４－１
ストーリー性をもつ新たな広域観光ルートを開拓する

国内旅行をより広域で楽しんでもらうように、また、滞在期間が長い外国人旅行者が日本の文化を堪能できるように、テーマ性やストーリー性のある広域メジャールートづくりに取り組みます。

推進事業（１事業）

①自然、武家文化、寺社、大名庭園、茶の湯等のストーリー性のある国内メジャールートづくり

＜広域観光ルートの例＞

・日本三名園や工芸、茶の湯等、日本の文化を堪能するルート
・寺社仏閣等での座禅や修行、日本の仏教や哲学について学ぶルート
・城や武家屋敷等の歴史的建造物から江戸時代の国づくりを学ぶ武家文化ルート
・国内有数の現代アートの美術館をめぐるルート
・日本海や白山等自然を楽しむ里山里海ルート　等

茶の湯等の日本の文化を堪能する旅や寺社を活用したテーマ観光

主要施策４－２
関係自治体や民間事業者と連携を強化し、広域観光を推進する

金沢の周辺市町には、自然やレクリエーション系の資源が充実しており、また、金沢とは異なる背景を持つ特徴的な歴史や文化が数多くあります。北陸新幹線の開業により、三大都市圏からのアクセスが格段に向上し、金沢を結節点とした二次交通が拡充し、広域観光ルートの選択肢が多様化してきたことから、関係自治体や民間事業者と連携し、旅行商品に厚みや魅力を加え、北陸の玄関口として、金沢を拠点とした広域観光の推進やプロモーションにリーダーシップを発揮していきます。

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、富山県西部地域との連携強化
②石川中央都市圏や能登・加賀連携における広域観光の推進
③小松空港発着便や国内乗り継ぎ便を活用した広域ルートの構築
④ＪＲや地方鉄道、バス、タクシー、レンタカー等の交通事業者との連携推進

北陸飛騨信州３つ星街道／合掌造り（白川村）

基本戦略５．もてなす　受入環境の整備

金沢市内を快適に移動し楽しんでいただけるように、バスの利用環境の改善やわかりやすい情報提供、徒歩や自転車で楽しみながら周遊できる環境づくりを進めます。また、観光ピーク時の混雑への対応や、多様な宿泊ニーズへの対応等、新幹線開業により見えてきた諸課題についてできる限り速やかに改善を図るとともに、災害発生時の観光客等の避難体制の充実にも取り組みます。

主要施策５－１
バス利用環境の改善とわかりやすい情報提供を行う

金沢は路線バスに加え、中心市街地や観光地を周遊するバス等、様々な形態のバスが運行しているため、利用者の意見を反映し、観光客にわかりやすい案内表示や、情報提供の充実に努めるとともに、交通系ＩＣカードの相互利用等の環境整備に取り組みます。

推進事業（３事業）

①観光客へのわかりやすい案内表示等の実施
②バスや鉄道で利用できる全国交通系ＩＣカードの整備・検討
③スマートフォンサイト「金沢バスなび」の利用促進

わかりやすい交通案内

主要施策５－２
ゆっくりと楽しみながら周遊できる環境づくりを行う

金沢は、藩政時代の名残をとどめる細街路や用水、こまちなみ等が、幹線道路から一歩小路に入ったエリアを徒歩や自転車でゆっくりと時間をかけて存分に楽しむことができます。主要な観光地から次の観光地へ移動する小路をモデルコースに設定するとともに、多様で奥深さのある周辺の観光地を紹介するほか、趣ある夜間照明を配した修景整備を行う等、昼夜通してのまちなかの歩行回遊性の向上に取り組みます。

推進事業（５事業）

①まちなかの歩行回遊性向上の環境整備
②レンタサイクル「まちのり」の機能拡充
③小路めぐりをしながら楽しみ移動するモデルコースの作成
④ウォーキングやジョギング等のモデルコースの作成
⑤金沢にふさわしい趣ある夜間照明を配した修景整備

レンタサイクルまちのり

小路を歩くモデルコース

主要施策５－３
観光シーズンにおける市内の渋滞解消対策を強化する

金沢市では観光ピーク時の渋滞解消対策として、パーク・アンド・バスライドの実施や公共交通機関の利用促進に取り組んできました。今後とも、効果的な運用やＰＲ方法を検討し、マイカーの市内流入の抑制を図っていきます。また、観光ピーク時には、観光バス駐車場の満車状態が続き、他の観光駐車場を案内するものの、バスが市内を巡回するケースも見られますので、今後の動向を見極めながら、観光バス駐車場の適正台数の確保について検討を進めていきます。

推進事業（３事業）

①観光ピーク時におけるパーク・アンド・バスライドの実施と利用促進
②観光シーズンにおける公共交通の利用促進と周知
③東山地区や近江町等の観光駐車場の適正台数の確保・検討

主要施策５－４
観光施設、文化施設等における受入環境を向上する

北陸新幹線の開業直後や観光ピーク時には、ロッカーや手荷物預かり所の一時不足、宿泊施設の料金高騰等の課題のほか、少なからず市民生活に影響を及ぼす事象が発生しましたが、官民が連携し、出来るところから早期に課題解決に取り組んできました。今後とも、市民生活との調和を図ることを第一に、金沢を訪れる観光客の利便性が高まるように観光施設や文化施設等における受入環境の向上に努め、多様な宿泊ニーズに対応した宿泊環境の充実についても検討していきます。

推進事業（４事業）

①多様な宿泊ニーズに対応する宿泊環境の充実
②観光関連施設や周辺地域でのトイレ環境の整備
③観光施設、文化施設等での手荷物預かりやロッカーの充実
④市民と観光客の声を活かした受入環境の向上

主要施策５－５
災害発生時における観光客等の避難体制を充実する

地震や台風・豪雨等の自然災害発生時に、観光客が速やかに避難できるように、観光従事者を対象としたセミナーや避難訓練を実施し、避難誘導体制を充実します。

推進事業（３事業）

①観光施設従事者や通訳案内士等を対象とした防災講座の開催
②帰宅困難者受入施設における訓練の実施
③災害発生時における観光情報サイトでの避難情報等の発信

基本戦略６．そだてる　人材の育成

旅先での人との出会いは、旅行の満足度を決定する要素であり、市民自らが、旅行者にまちの良さを伝え交流することは、旅行者にとっても貴重で記憶に残る財産となります。このような金沢らしいおもてなしを提供するため、市民が金沢の魅力を再認識し愛着と誇りがもてるような学びの機会を設け、まちづくりの担い手を育みます。

また、観光分野の最前線に立つ専門人材の育成やスキルアップを図る研修等プログラムを充実し、質の高い金沢のおもてなしを実現します。

主要施策６－１
市民が金沢の魅力を再認識し、誇りを持ったおもてなしにつなげる

金沢は、地域コミュニティが根付き、地元の歴史の学習や伝統芸能の講座も数多く開催され、地元の人しか知らない由来や伝承も、観光の視点でとらえると大変魅力的な資源となります。観光客との交流は、子どもから高齢者まで市民全員が活躍できる機会であり、心温まる金沢らしいおもてなしにつながります。市民が金沢の良さを再認識し、来訪者に語ることができるように、様々な学びの機会を設け、市民の誇り（シビック・プライド）につながるような取り組みを進めます。

推進事業（４事業）

①金沢市民向けおもてなし講座等の実施
②金沢の歴史や伝統文化等を学ぶ金沢ふるさと学習の開催
③金沢の伝統文化や食文化、匠の技等を学ぶ子ども塾や市民講座、交流会の開催
④金沢港における市民一体のクルーズ船等の歓迎

市民向けツアー

加賀宝生子ども塾

金沢港における市民の歓迎

主要施策６－２
おもてなしや観光コーディネートに関わる専門分野の人材育成を進める

観光現場に従事する専門人材の育成と質の向上を図るために、スキルアップや新たな知識を獲得するための勉強会や講習会等を実施します。また、観光に関わる人材の裾野を広げるため、学生や市民に対して観光やおもてなしに興味や関心を持つための機会をつくります。

推進事業（４事業）

①金沢駅観光案内所やまちかど観光案内所におけるスキルアップ講習会の開催
②金沢市観光協会の人材育成によるマネジメント力の強化
③タクシーやバス、商店や飲食店等のおもてなし力向上講習会の開催
④学生向け観光人材育成セミナーの開催と人材発掘

観光人材育成セミナー

金沢駅観光案内所

まちかど
観光 TOURIST INFORMATION
案内所
金沢市

まちかど観光案内所のマーク

主要施策６－３

広域、専門、外国語、市民ボランティア等、多様な観光ガイドを発掘し育成する

北陸新幹線開業後も金沢を訪れる多くの観光客の案内役として、市民ボランティアでは、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、金沢ホームビジット友の会等に所属し生き生きと活躍する人材が多いことが、本市の観光における大きな魅力であり財産であります。引き続き、市民ボランティアとの情報交換を行いながら、会員の知識や技能のスキルアップ等を図る活動に支援を行うとともに、今後増加が見込まれる外国人旅行者のニーズに、多様な選択肢を用意し対応する必要があるため、現場で活動する通訳案内士や旅行会社等の意見を尊重し、質の高い多様な観光ガイドの発掘と育成に努めていきます。

推進事業（５事業）

①観光ボランティアガイドまいどさんや金沢グッドウィルガイドネットワーク、金沢ホームビジット友の会等の充実
②通訳案内士等の金沢の観光情報に精通した専門観光ガイドの育成
③着地型旅行商品を企画販売するコーディネート人材の育成充実
④金沢の魅力を紹介できる学生や留学生の観光ボランティアガイドの育成
⑤聴覚に障害のある方への観光ボランティアガイドの育成

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

金沢ホームビジット友の会

基本戦略７．つなげる　情報発信と誘客の強化

三大都市圏に加え、北陸新幹線の開業により観光客が増えている東北地域からの誘客を推進するとともに、旅行会社やメディアへ適切なタイミングで情報を提供し、戦略的なプロモーションを行います。また、北陸新幹線沿線都市や交流都市、台湾等の金沢と交流のある地域でのＰＲや、国際交流特使等、金沢と縁のある方々を通じてリアリティのある情報発信に取り組みます。

主要施策７－１
民間事業者等と連携し、戦略的に誘客を促進する

平成 27 年は北陸新幹線金沢開業がきっかけとなり、金沢は初めてという方がたくさん訪れました。これは金沢という都市がもつ良いイメージと、メディアへの露出やディスティネーションキャンペーン等のプロモーションの相乗効果であると言えます。今後は、金沢への訪問動機や旅行中の体験、旅行後の満足度等を収集把握し、訴求性の高い誘客や情報発信につなげます。また、金沢へ四季折々に訪れてもらうための動機付けとして、民間事業者等と連携しウェブ発信を強化するとともに、人と人、地域と地域のコミュニケーションとして、東京の「dining gallery 銀座の金沢」を活用し、金沢の魅力を発信します。

推進事業（６事業）

①三大都市圏に東北地域を加えたプロモーションの推進
②ＪＲ各社や旅行会社等と共同したプロモーションの展開
③石川県と連携した冬の誘客キャンペーンの開催
④「dining gallery　銀座の金沢」での伝統工芸等を活かした金沢の魅力発信
⑤日本政府観光局や国内外の有名出版社等の有力広報媒体を活用した金沢の魅力発信
⑥世界最大級の旅行博「ツーリズムＥＸＰＯジャパン」や新幹線沿線都市等のイベントへの出展

ツーリズムＥＸＰＯジャパン

dining gallery 銀座の金沢でのイベント

主要施策７－２
金沢と縁のある人や地域を活用したプロモーションを展開する

情報発信の環境は大きく変化し、ＳＮＳ等の双方型コミュニケーションや口コミが果たす役割が増大してきました。また、国外への情報発信では、それぞれの国の文化や嗜好性に合わせたリアルタイムの情報を伝えることも大切です。これまで金沢と交流がある国内外の地域や、金沢の魅力をわかりやすく伝達する人との縁を大切にしたプロモーションを展開します。

推進事業（４事業）

①金沢に縁のある台湾等との交流と誘客促進
②金沢を愛する「かなざわ縁のひと」を介した情報発信
③国内交流都市との相互プロモーションの推進
④在外・在日大使館との連携による魅力発信

台南市における観光プロモーション

交流都市のイベントでのＰＲ

４章　金沢市観光戦略プラン 2016 の推進

金沢市では、７つの基本戦略を関係自治体や民間事業者等と連携し、推進するため、一般社団法人金沢市観光協会を観光のプラットフォーム窓口機能を担う金沢版ＤＭＯとして、国の日本版ＤＭＯ候補法人に登録し、金沢ならではの旅行商品づくりや戦略的なプロモーション、人材の育成、民間手法を活用したマーケティングに取り組み、観光地域づくりの官民連携体制を構築していきます。

また、平成 30 年度に、金沢市観光戦略プラン 2016 の事業進捗の確認と途中経過の成果検証を行い、事業ローリングし、より効率的で効果的な観光施策の展開を図ります。

こうした官民連携の体制により、金沢のブランドイメージをさらに引き上げ、その効果を観光以外の幅広い分野に波及するように取り組みます。

推進方策－１
官民が連携した観光地域づくりプラットフォーム「金沢版ＤＭＯ」の構築

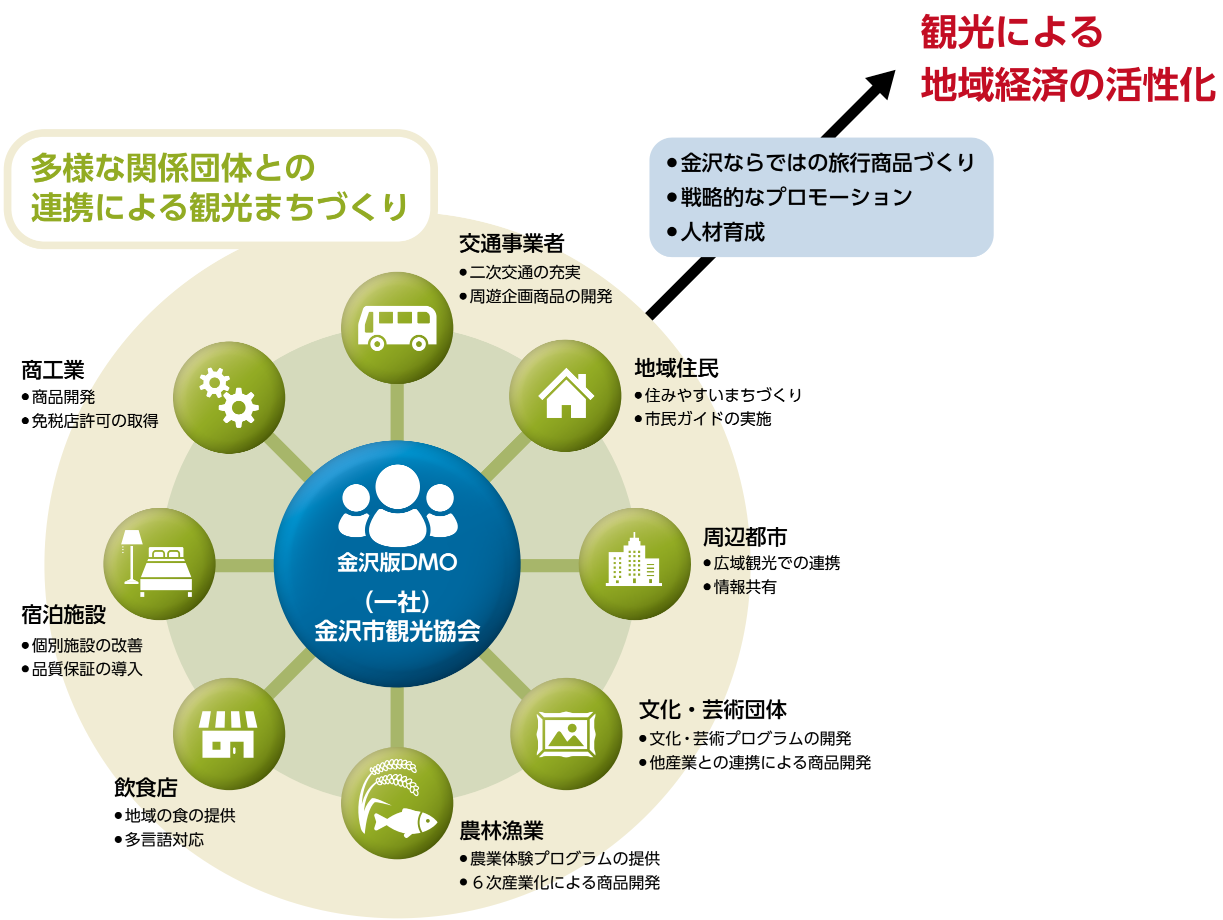
金沢市観光戦略プラン 2016 の推進主体として、一般社団法人金沢市観光協会を国の「日本版ＤＭＯ候補法人」に登録します。金沢版ＤＭＯでは、滞在型旅行商品の企画造成強化、継続的かつ効果的なマーケティングの実施、石川中央都市圏を始めとする国内広域連携ネットワークの一層の拡充のため、地域の様々な関係主体が連携できる体制を構築します。

推進方策－２
事業の重点化と評価による効果的な施策の実践

今後、金沢市観光戦略プラン 2016 の数値目標を達成していくためには、前章で掲げた主要施策と推進事業に、優先順位をつけて取り組むとともに、各事業の効果を検証し、本市内外の環境変化等も加味しながら、継続的に事業見直しを図ります。

このため、本市及び金沢版ＤＭＯの推進団体となる一般社団法人金沢市観光協会では、ＰＤＣＡサイクルを実践し、推進事業の進捗状況の確認を行うため、平成 30 年度に中間検証を行い、効果的な施策の実践に努めます。

図 32　金沢版ＤＭＯ構築のイメージ



金沢市観光戦略プラン 2016 の策定の経緯

［検討経緯］

日付	会議名	内容等
平成 27 年 10 月 16 日	第 1 回金沢市観光戦略プラン 2016 策定検討委員会	① 金沢市観光戦略プラン 2016 策定の目的と計画の位置づけ ② 金沢市観光戦略プラン 2016 策定の検討体制 ③ 金沢市における観光の現況分析 ④ 金沢市観光戦略プラン 2016 の現状と課題
平成 27 年 10 月 ～平成 28 年 3 月	関係団体へのヒアリング（14 団体） 庁内関係課との施策調整（26 課・室）	
平成 27 年 11 月 27 日	第 2 回金沢市観光戦略プラン 2016 策定検討委員会	① 第 1 回委員会の意見と対応方針の整理 ② 金沢市観光戦略プラン 2016 の基本的な考え方
平成 28 年 1 月 13 日 ～2 月 11 日	パブリックコメントの実施	
平成 28 年 2 月 15 日	第 3 回金沢市観光戦略プラン 2016 策定検討委員会	① 金沢市観光戦略プラン 2016 素案について

［金沢市観光戦略プラン 2016 策定検討委員会委員］

分　　野	団体名・役職	氏　　名
学識	跡見学園女子大学 観光コミュニティ学部　教授	安島　博幸 （委員長）
学識 （海外誘客）	東洋大学 国際地域学部　准教授	矢ヶ崎　紀子
学識 （歴史・文化）	北陸大学 未来創造学部　教授	長谷川　孝徳
観光	（一社）金沢市観光協会　副理事長 （金沢市副市長）	濱田　厚史
商業	金沢商工会議所　専務理事	宮本　外紀
工芸	金沢市工芸協会　副理事長	大樋　年雄
食文化	金沢市料理業組合　会長 （つば甚　代表）	鍔　一郎
宿泊業	金沢ホテル懇話会　会長 （金沢ニューグランドホテル　取締役社長）	庄田　正一
宿泊業	金沢市旅館ホテル協同組合　理事長 （浅田屋旅館　取締役社長）	浅田　久太
旅行業	（一社）日本旅行業協会中部支部石川地区委員会委員（（株）ＪＴＢ中部　執行役員　支店長）	豆本　　剛
ＭＩＣＥ	（公財）金沢コンベンションビューロー　専務理事兼事務局長	坂野　宏行
交通	（公社）石川県バス協会　会長 （北陸鉄道株式会社　代表取締役社長）	加藤　敏彦
交通	西日本旅客鉄道株式会社　執行役員金沢支社長	野中　雅志
交通	東日本旅客鉄道株式会社　北陸営業センター所長	黒田　英朗
地域資源	岩本清商店	岩本　歩弓
地域資源	建築家　あとりいえ代表	やまだ　のりこ

用語解説

【ＭＩＣＥ（マイス)】
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。

【ランドオペレーター】
主に海外旅行で、宿や観光地、現地の交通手段など往復航空機以外の「地上手配」を専門に行う会社やその専門職のこと。

【ユニークベニュー】
歴史的建造物や公的空間等で、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場。

【アフターコンベンション（after convention)】
見本市・シンポジウム・博覧会など、コンベンションの後の催しや懇親会。

【パーク・アンド・ライド（Park and Ride)】
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。

【ＤＭＯ】
Destination Management Organization の略。
マーケティング＆プロモーション、ブランディング、クオリティコントロール（品質管理)・安全管理・資源管理等、観光地の維持・成長に向けたマネジメントを担う一連の組織。日本版ＤＭＯは、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人のことをいう。

【ＰＤＣＡサイクル】
事業活動における生産管理や品質管理などの管理業務を円滑に進める手法の一つで、Plan（計画）→ Do（実行）→ Check（評価）→ Act（改善）の 4 段階を繰り返すことによって、業務を継続的に改善すること。

金沢市観光戦略プラン2016

発　行　平成28年3月

発行者　金沢市

〒920 8577 金沢市広坂1丁目1番1号

TEL 076 220 2194 FAX 076 260 7191