

(案)

第3次 加賀市観光戦略プラン



石川県 加賀市

2022年 月

目次

第1章 加賀市観光戦略プラン策定にあたって

- 第1節 背景
- 第2節 目的
- 第3節 実施期間

第2章 加賀温泉郷の目指す姿について

- 第1節 地域の特性
- 第2節 現状
- 第3節 課題
- 第4節 加賀温泉郷が目指す姿
- 第5節 コンセプト
- 第6節 数値目標

第3章 観光戦略

- 第1節 観光戦略の体系
- 第2節 戦略・施策・事業の概要
 - 戦略1. 温泉地の魅力創出・向上
 - 戦略2. 自然・歴史・文化資源の観光活用
 - 戦略3. 情報発信強化と販売促進
 - 戦略4. 北陸新幹線加賀温泉駅開業への対応
 - 戦略5. インバウンド観光の推進
 - 戦略6. 観光推進機能の充実
- 第3節 戦略推進に向けた役割

第1章 第3次加賀市観光戦略プラン策定にあたって

第1節 背景

2018年度において、2015年3月の北陸新幹線金沢開業による首都圏からの誘客強化とインバウンドの推進を中心とした戦略を進めるべく、以降3年間の施策を計画した第2次観光戦略プランを策定し、事業を展開してまいりました。

このことにより、インバウンド入込客数は、2018年において、これまでで最多の84,500人余りを記録しましたが、新幹線開業効果の落ち着きから、金沢開業時に200万人を超えていた観光入込客数も2019年には約185万人まで減少しています。観光消費額は2018年にこれまでで最高の約542億円に達したものの、入込客の減少を受け、2019年は約502億円に減少しています。

さらに2020年には、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、観光入込客数が大きく減少し、渡航制限に伴いインバウンド入込客数は、皆無となっています。このような状況を受け、市民宿泊割引や宿泊割引利用者への地域商品券配付などにより、観光業界の支援してまいりました。

2022年春以降には、感染拡大の落ち着きとウィズコロナ・アフターコロナの期待が増大し、国内需要に一定の回復傾向がみられるほか、渡航制限も段階的に解除されるなど、さらなる需要の拡大が切望されています。

コロナ禍によりワーケーションや地方への修学旅行需要の増大など、旅行形態は大きく変化しており、バブル崩壊後の旅行形態変化への対応の遅れを教訓に、宿泊施設や観光施設の改修など、新たな旅行形態への対応と高付加価値化を強力に推し進める必要があります。

一方、日本において人口減少が続き、全国的に国内旅行の需要が年々減少傾向にある中で観光地域間の競争も激しさを増し、国内誘客の難易度は年々高くなっており、海外からの観光客はコロナ禍からの回復が不透明な状況にあります。

今後は、北陸新幹線敦賀延伸による加賀温泉駅開業に向け、首都圏や関西圏、中京圏などの都市圏を中心に、新たな市場を開拓しながら誘客促進を更に強化する必要があります。また、海外に向けては、2025年の日本国際博覧会「大阪・関西万博」開催によるインバウンド需要も見据えながら、アジアのみならず欧米圏を中心とした世界各国への働きかけも必要になってまいります。

そこで、脱コロナ禍から北陸新幹線加賀温泉駅開業に向け、観光需要を積極的に取り込み、持続可能な稼げる地域を目指し「第3次観光戦略プラン」を策定いたします。

※ 「ワーケーション」は、「ワーク+バケーション」の造語で、「休暇」や「チーム力や創造力を高める働き方」、「余暇を楽しみつつ仕事をする」となどの意味

第2節 目的

早期のコロナ過からの回復と北陸新幹線加賀温泉駅開業効果を最大化し持続的なものとするため、プロモーション活動を展開し、首都圏や関西圏、中京圏などの都市圏を中心に全国各地からの誘客促進を図ります。また、2025年の日本国際博覧会（略称「大阪・関西万博」）開催を契機に、海外誘客の促進を加速化させます。

加賀市が、国内はもとより、アジアを超え世界から永続的に選ばれ、持続可能な発展を遂げるよう、稼げる街・観光で地域が潤う街を実現するため、戦略に基づく様々な施策を展開します。

第3節 実施期間

2023年4月1日から2026年3月31日まで

※但し、実施期間中であっても適宜プランの見直しを実施します。



第2章 加賀温泉郷の目指す姿について

第1節 地域の特性

■温泉情緒と歴史文化に育まれた地域

当地は、全国屈指の温泉地である「山代温泉」「片山津温泉」「山中温泉」をはじめ、江戸時代からの城下町や宿場町、山村集落としての歴史、伝統工芸品や多くの文人との交流により育まれた文化、日本海や山に囲まれた自然・食の恵みなど、地域特有の個性的で魅力的な地域資源を有しています。

関西圏から車で約3時間、JR特急で約2.5時間、羽田から隣接する小松空港まで飛行機で約1時間と交通の利便性は高く、2024年春には北陸新幹線「加賀温泉駅」の開業が予定されているなど、都市圏からのアクセスも良く、周辺には、金沢・東尋坊・白川郷など全国有数の観光スポットがあり、それらを訪れた方々の宿泊拠点としても利用されています。



山代温泉



片山津温泉



山中温泉



重要伝統的建造物群保存地区 加賀橋立



重要伝統的建造物群保存地区 加賀東谷

■温泉や伝統工芸品、歴史的建造物、豊かな食材を使ったグルメと個性あふれる日本の文化が濃縮されたコンパクトに楽しめる観光地

約10km圏内のコンパクトな範囲に地域特有の魅力的な地域資源や個性豊かなエリアが点在しているほか、日本海を代表する幸である「ズワイガニ」や江戸時代から続く伝統猟法「坂網猟」で獲られた「天然鴨」、白山の恵みで育成された「米」や「野菜」、地形の特性を活かして栽培された「梨」や「ぶどう」など地元産の豊かな食材、それを彩る当地発祥の日本を代表する伝統的工芸品である「山中漆器」と「九谷焼」といった素材に恵まれ、日本の食文化である「食と器」を堪能できます。まさに濃縮された日本の文化がコンパクトに楽しめる地域です。

第2節 現 状

■観光入込客数などの推移

	2018年	2019年	2020年	2021年
市内宿泊施設 宿泊客数	176.7万人	171.2万人	98.1万人	69.6万人
市内宿泊施設 日帰客数	17.6万人	14.3万人	7.1万人	6.1万人
計	194.3万人	185.5万人	105.2万人	75.7万人
北陸3県	61.1万人	53.8万人	34.6万人	25.0万人
関西圏	45.0万人	45.2万人	25.1万人	16.5万人
関東圏	21.5万人	22.4万人	12.1万人	8.5万人
中京圏	22.7万人	22.3万人	13.2万人	9.4万人
その他国内	35.5万人	33.7万人	19.2万人	16.3万人
海外	8.5万人	8.1万人	1.0万人	0万人
(うち台湾)	(4.5万人)	(4.5万人)	(0.5万人)	(0万人)
観光消費額	542.1億円	518.3億円	コロナ過のため未算出	
観光施設・関連機関利用者数	153.0万人	162.1万人	83.1万人	67.3万人
温泉観光地としての認知度	55.9%	60.0%	60.6%	60.9%
観光客の満足度 (大変満足した割合)	37.5%	35.9%	39.5%	43.0%
あこがれの温泉地 ランキング(対象：327温泉)	17位	16位	16位	17位
もう一度行きたい温泉地 ランキング(対象：327温泉)	21位	20位	21位	20位

※ 「入込客数」「観光消費額」は、2014年度策定の観光戦略プランで示す計算方法にて算出

※ 「観光地としての認知度」「観光客の満足度」「あこがれの温泉地」「もう一度行きたい温泉地」は、じゃらんネットによるインターネットアンケート調査の結果

※ 日帰り観光施設来場者数の施設についてはP6下段に記載する施設を対象として算出

※ 日帰り観光施設来場者数における一部の施設は、見込み数値にて算出



ズワイガニ



坂網鴨



ルビーロマン

■優位性・差別化のポイント

約 10km 圏に、温泉や伝統工芸品、伝統的建造物、豊かな地元食材を使ったグルメと個性あふれる日本文化が濃縮されたコンパクトに楽しめる地域

■SWOT 分析(強み・弱み・機会・脅威)

強み	機会
<ul style="list-style-type: none">■ 個性豊かな文化が集まるコンパクトな地域<ul style="list-style-type: none">・古くから根付く湯治文化は、心身・精神の健康への関心の高まりと合致・日本遺産に認定された北前船文化・九谷焼・山中漆器などの伝統工芸品・溪谷美が楽しめる鶴仙溪・川床・鮮度抜群のカニ、希少な天然の鴨料理	<ul style="list-style-type: none">■ 2024 年春 北陸新幹線駅の開業<ul style="list-style-type: none">・北陸新幹線の敦賀延伸に伴い加賀温泉駅が新幹線停車駅となり、首都圏からのアクセスが飛躍的に向上■ 修学旅行需要の高まり<ul style="list-style-type: none">・密を避けるため、地方への修学旅行が増加・訪問地との比較による地域学習や SDGs といった要素が必須化
弱み	脅威
<ul style="list-style-type: none">■ 商店街の衰退<ul style="list-style-type: none">・少子高齢化、人口減少により観光客を出迎えるリソースが十分でない・建築物は入り口が狭く、敷居が高い印象・バブル期に栄えた歓楽温泉街の名残で廃屋や閉店した観光施設が点在■ 雨・雪が多い気候<ul style="list-style-type: none">・日本一雨の日数が多い地域(1 年の半分以上の天候が雨が雪)・雨で街歩きが敬遠され、回遊意欲が低い■ 繁閑期の変動が大きい<ul style="list-style-type: none">・季節や曜日での旅行者数の変動が大きい	<ul style="list-style-type: none">■ 社会情勢への対応の遅れ<ul style="list-style-type: none">・ワーケーション、リゾートワークといった新たな旅行形態への対応・非接触サービス、感染防止設備の導入遅延・ユニバーサルデザイン、バリアフリーの対応■ 旅行形態や嗜好の多様化<ul style="list-style-type: none">・社会の成熟や変化に伴い、旅行形態や旅行の目的が多様化、複雑化■ 近隣温泉街との差別化<ul style="list-style-type: none">・コロナ禍で自家用車来訪が増加する中、関西から 2~3 時間圏の中に県内外複数の温泉地が存在



山中漆器



九谷焼

■SWOT 分析(強み・弱み・機会・脅威)を踏まえた対策

	機会	脅威
強み	<ul style="list-style-type: none"> ■ 機会を強みで活かすには ・新幹線延伸を見据えた首都圏プロモーションの強化 ・教育旅行向けコンテンツの整備と商品化 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 脅威を機会で避けるには ・変化に対応した積極的な設備投資の促進 ・エリアごとの個性の強化と一体的な情報発信
弱み	<ul style="list-style-type: none"> ■ 機会を弱みで逃がさないためには ・店舗改修などによる集客の強化と収益力の向上の推進 ・「弱み」を「強み」に変える北陸の気候を活かした企画の実施 ・教育旅行誘致の強化 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 脅威に弱みを突かれぬためには ・多様なサービスやコンテンツの提供 ・観光資源などのストーリー化による魅力の向上 ・2次交通の利便性による回遊性の向上



第3節 課題

課題1 観光消費額の減少

バブル崩壊後の長期間に及ぶ不景気の影響で、観光消費単価は下落を続け、地方の衰退により、稼ぐ力が低下しています。観光振興の第一の目的である経済で地域を潤すため、観光消費額の増加が重要となります。地域内消費を高めるため、回遊性の向上による滞在時間の延長と消費単価の増加が必要です。

課題2 観光入込客数の減少

減少していた観光入込客数は、北陸新幹線金沢開業時に大きく増加しながらも、その後は再び減少傾向となった経験を踏まえ、北陸新幹線加賀温泉駅開業の効果を継続的に享受するためにも、持続性のある誘客のための施策展開が必要です。

課題3 加賀温泉郷の知名度・認知度の向上

北陸新幹線金沢開業の効果で、加賀温泉郷の知名度は高まってきてはいるものの、よく知らないという人が多い状況であることから、選ばれる観光地となるため、認知度の向上が必要です。

課題4 観光満足度の向上

人口減少に伴い国内市場が縮小する中、リピーターの獲得は喫緊の課題であることから、地域全体で満足度を向上させることが重要です。

北陸地方特有の多雨多雪な気候は、全体的に満足度を押し下げていることから、この気候を逆手に取り、強みに変える取り組みが必要です。

第4節 加賀温泉郷が目指す姿

- 湯治文化が根付く情緒あふれる3つの温泉街と城下町や重要伝統的建造物群保存地区など個性あふれるエリアが結びつき、国内やインバウンド、教育旅行など幅広い観光客で賑わっている観光地を目指します。
- 温泉と丁寧なおもてなし、地元住民との触れ合いによって、様々な社会情勢の変化により疲れた現代人が心身ともに癒される観光地を目指します。
- コンパクトな地域の中で濃縮された日本文化体験の先進地となり、何度訪れても新たな楽しみを見つけることができる観光地を目指します。
- 観光DXを活用し、利便性の向上と効率化・最適化を追求した中にも、心温かな人情を体感できる観光地を目指します。
- 高付加価値なサービスに裏付けされた高い満足度により地域経済を支える稼げる観光地を目指します。
- エデュケーショナルツーリズムを通じ、地域の歴史を学び、文化を体験できる観光地を目指します。
 - ※ 「ワーケーション」は、「ワーク+バケーション」の造語で、「休暇」や「チーム力や創造力を高める働き方」、「余暇を楽しみつつ仕事をする」などの意味
 - ※ 「エデュケーショナルツーリズム」は、「学ぶ」エデュケーションと「旅行、レクリエーション」ツーリズムとを組み合わせた造語で、「教育」や「学びを体験」することを目的とした旅行のこと。

第5節 コンセプト

『「加賀ていねい」なおもてなしと観光DXによる利便性が共存する稼げる観光都市』

～ 先端技術により洗練された利便性とリアルな触れ合いが経験できる観光地 ～

北陸新幹線敦賀延伸並びに大阪・関西万博を最大の好機と捉え、加賀温泉郷への経済効果を最大化し、追及された利便性の中にも温かな人情が感じられる魅力的な観光地づくりを推進し、稼げる街・観光で地域が潤う街を目指して、戦略的に施策を実行します。

加賀市は、全国有数の山代温泉・山中温泉・片山津温泉を有し、日本遺産に認定された北前船の歴史ストーリーが根付き、大聖寺十万石の伝統文化、日本を代表する伝統工芸である九谷焼と山中漆器を生み出し伝え、大日山系の山々や国定公園加賀海岸の美しい自然、豊かな土壌に育まれた美味しい食など、多くの文人墨客を魅了した日本の縮図ともいえる地域資源に恵まれた地域です。

本プランにおいては、これまで取り組んできた「加賀ていねい」のコンセプトを継続するとともに、脱コロナ禍と間近に控える商機を最大限かつ継続的に享受するため、温泉・歴史・伝統・文化・自然・食など、加賀市特有の魅力的な地域資源（テーマ）をストーリー化などにより魅力を高め、情報発信などの施策を戦略的に展開することで、誘客促進を図ります。

また、観光DXを積極的に導入し、観光客へ洗練された利便性を提供するとともに、観光商品の企画開発等によるサービスの高付加価値化や効率化・最適化により地域の稼ぐ力を押し上げ、持続可能な観光地経営を目指します。

北陸新幹線延伸を見据え、国内に向けては、首都圏に加え関西圏を始めとする都市圏からの誘客を強化しながら、海外に向けては、台湾やシンガポールを始めとしたアジア圏に加え欧米諸国もターゲットとし、2025年の大阪・関西万博を視野に入れた誘客戦略を進めます。

本戦略においては、年間観光消費額 660 億円、年間観光入込客数 210 万人を目指すこととし、特にその中でも海外からの来訪客を大きく増加させ年間 10 万人を目標とし、加賀市を「加賀ていねい」なおもてなしと観光DXによる利便性が共存する稼げる観光都市」へと発展させ、稼げる街・観光で地域が潤う街を目指します。

第 6 節 数値目標

2020 年に世界に拡大した新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえ、2022 年の見込みを 2020 年と同水準とし、2023 年はコロナ禍前の 2019 年水準までの回復、2024 年は北陸新幹線の延伸効果を見込み数値目標を設定します。インバウンドについては、2025 年に開催される大阪・関西万博の波及効果を見込みます。

■観光消費額

	2022 年見込み	2023 年目標	2024 年目標	2025 年目標
観光消費額 (対前年比)	コロナ過のため 未算出	515.0 億円 —	617.8 億円 120.0%	659.3 億円 106.7%

■観光消費単価

	2022 年見込み	2023 年目標	2024 年目標	2025 年目標
宿泊客 消費単価 (対前年比)	コロナ過のため 未算出	29,300 円 —	30,000 円 102.4%	30,500 円 101.7%
日帰り客 消費単価 (対前年比)		12,100 円 —	12,300 円 101.6%	12,500 円 101.6%

【算出方法】

目標に掲げる上記の観光消費額については、市内宿泊施設の利用者を対象とした観光消費額の積算額とする。

≪宿泊客≫ …… 宿泊客消費単価×宿泊観光客数

■宿泊客消費単価＝市内宿泊施設の平均宿泊単価＋現地小遣い平均費用 の計

※ 平均宿泊単価については、インターネット旅行会社における加賀市宿泊者 1 人あたりの単価により算出

※ 現地小遣い平均費用については、インターネットによる宿泊旅行調査におけるの個人旅行の現地小遣い費用、市内観光施設における観光客アンケート調査で回答のあった現地小遣い費用の平均金額を基に算出

≪日帰り客≫ …… 日帰り客消費単価×日帰り観光客数

■日帰り客消費単価＝石川県観光統計調査による日帰り観光平均消費額、市内観光施設における観光客アンケート調査で回答のあった現地小遣い費用の平均金額を基に算出

■市内宿泊施設 入込客数

	2022 年見込	2023 年目標	2024 年目標	2025 年目標
宿泊 (前年比)	100 万人 — —	170 万人 +70 万人 170.0%	200 万人 +30 万人 117.6%	210 万人 +10 万人 105.0%
日帰り (前年比)	7 万人 — —	14 万人 +7 万人 200.0%	14.5 万人 +0.5 万人 103.6%	15 万人 +0.5 万人 103.4%
計 (前年比)	107 万人 — —	184 万人 +84 万人 172.0%	214.5 万人 +31 万人 116.6%	225 万人 +10.5 万人 104.9%
うち、 外国人客数 (前年比)	1 万人 — —	8 万人 +7 万人 700.0%	9 万人 +1 万人 112.5%	11 万人 +2 万人 122.2%

※ 市内宿泊施設は、温泉地を始めとする市内全域の施設を対象

※ 日帰り客についても、宿泊施設を利用した人を対象

■日帰り機関(文化・観光関連)利用者数

	2022 年見込	2023 年目標	2024 年目標	2025 年目標
文化展観施設	8.5 万人	15.9 万人	19.1 万人	20.1 万人
観光スポット	31.9 万人	69.3 万人	83.2 万人	87.4 万人
三温泉総湯	16.1 万人	21.9 万人	26.3 万人	27.6 万人
観光交通機関	5.1 万人	12.9 万人	15.5 万人	16.3 万人
観光土産販売施設	17.3 万人	34.1 万人	40.9 万人	42.9 万人
観光案内所	4.6 万人	8.0 万人	9.6 万人	10.1 万人
計 (前年比)	83.1 万人 — —	162.1 万人 +79.0 万人 195.1%	194.6 万人 +5.0 万人 120.0%	204.4 万人 +9.8 万人 105.0%

- 公共の文化展観施設…石川県九谷焼美術館、深田久弥山の文化館、鴨池観察館、加賀市美術館、北前船の里資料館、中谷宇吉郎雪の科学館、九谷焼窯跡展示館、魯山人寓居跡いろは草庵、蘇梁館、芭蕉の館、竹の浦館、よしのや依緑園別邸
- 観光スポット…ろくろの里、蔵六園、はづちを楽堂、山中座、日本折紙博物館、大日盛酒蔵資料館、長流亭、無限庵、全昌寺、実性院、法皇山横穴古墳群、芸妓検番、加賀フルーツランド、月うさぎの里、鶴仙溪川床、片山津ゴルフ場、山代山中ゴルフ場、加賀セントラルゴルフ場、加賀カントリークラブ、山代ゴルフ倶楽部、片山津温泉屋形船、県民の森、瀬越キャンプ場
- 三温泉総湯…山代温泉総湯、古総湯、山中温泉菊の湯(第1・2)、片山津温泉総湯
※いずれも、定期利用・期間利用は除く
- 観光交通機関…CAN BUS、永平寺おでかけ号、加賀ゆのさと特急
- 観光土産販売施設…道の駅山中温泉ゆけむり健康村、山中うるし座(山中漆器伝統産業会館)、御菓子城加賀藩、九谷満月、献上加賀棒茶丸八製茶場、加賀百撰街、JA加賀元気村
- 観光案内所…KAGA旅まちネット、片山津温泉インフォメーションセンター、大聖寺観光案内所
※山代温泉・山中温泉の観光案内所は「山中座」「はづちを楽堂」等の利用者数に含める。

第3章 観光戦略

第1節 観光戦略の体系

戦略1. 温泉地の魅力創出・向上

- 施策1 地域資源の磨き上げとブランディング
- 施策2 回遊性の向上
- 施策3 宿泊施設・観光施設の収益力向上
- 施策4 町並み景観の向上
- 施策5 「広域観光」の推進

戦略2. 自然・歴史・文化資源の観光活用

- 施策6 日本遺産「北前船」の活用
- 施策7 「大聖寺十萬石」歴史文化資源の有効活用
- 施策8 山中温泉における自然・歴史資源の観光活用
- 施策9 山代温泉における歴史・文化資源の観光活用
- 施策10 片山津温泉における自然・歴史資源の観光活用
- 施策11 伝統文化の活用による魅力向上
- 施策12 自然資源の観光活用

戦略3. 情報発信強化と販売促進

- 施策13 観光プロモーション
- 施策14 インターネットを活用した効果的な情報発信
- 施策15 集客に向けた営業強化

戦略4. 北陸新幹線加賀温泉駅開業への対応

- 施策16 「東京2023加賀」プロジェクトの展開
- 施策17 加賀温泉駅及び駅周辺の機能の充実

戦略5. インバウンド観光の推進

- 施策18 海外都市交流施策との連動
- 施策19 海外誘客の促進に向けた事業展開
- 施策20 広域連携による誘客推進
- 施策21 受け入れ態勢の整備

戦略6. 観光推進機能の充実

- 施策22 加賀温泉郷DMOの強化
- 施策23 観光振興に向けた財源確保

第2節 戦略・施策・事業の概要

戦略1. 温泉地の魅力創出・向上

長い歴史が育んだ温泉文化、豊かな食材、それらに惹きつけられた文人墨客とその交流により生まれた様々な文化・歴史資源の活用により、さらに魅力を高めることで誘客の促進と満足度の向上を図ります。

観光地としての魅力向上により、観光客が訪れたいくなる、何度訪れても新たな楽しみを見つけていくことができる、惹きつけられる観光地を目指すとともに、周辺地域との連携による「広域観光」を推進し、強みである多様な宿泊施設の活用により、広域周遊のための宿泊拠点としての認知を確立します。

また、回遊性の向上と観光資源の磨き上げによる高付加価値化を推進し、滞在時間の延長と観光消費額の増加を図ります。

施策1 地域資源の磨き上げとブランディング

<取り組み内容と方向性>

加賀温泉郷が有する豊かな地域資源の磨き上げとブランディングを行い観光地としての魅力向上を図ります。また、新たなサービスやメニューの開発を行い、多様化する旅行目的に幅広く対応します。

<事業例>

- 事業1 地域資源のテーマの掘り下げとストーリー化
- 事業2 温泉地の個性を活かした魅力づくり
- 事業3 湯治文化などをテーマとした滞在メニューの開発
- 事業4 豊かな農産物・海産物の活用
- 事業5 ご当地グルメの充実と開発
- 事業6 体験メニューの開発と拡充
- 事業7 北陸の気候を強みとした企画の実施

施策2 回遊性の向上

<取り組み内容と方向性>

北陸新幹線加賀温泉駅の開業や観光拠点が市内に分散する地域特性を踏まえ、加賀温泉駅をハブとした観光周遊体制を構築し、回遊を促します。また、積極的にデジタル技術を取り入れ、利便性と効率性の両立により、「誰一人取り残さない」全ての人が快適に周遊できる観光地を目指します。

<事業例>

- 事業8 加賀温泉駅を拠点とした持続可能な交通サービスの充実
- 事業9 新幹線延伸に併せた周辺地域との交通アクセスの整備・充実
- 事業10 MaaSなどスマートシティ推進による高い回遊性と施設連携の実現
- 事業11 手ぶら観光の推進



施策3 宿泊施設・観光施設の収益力向上

<p><取り組み内容と方向性></p> <p>北陸新幹線敦賀延伸を最大の商機と位置づけ、宿泊施設・観光施設の収益力向上により、稼げる観光地を目指します。また、デジタル技術の導入による利便性・効率性の向上や変化する旅行形態への順応、多業種化を推進し、宿泊施設・観光施設の安定した事業継続を目指します。</p>
<p><事業例></p> <p>事業12 新たな商品・サービス開発による高付加価値化 事業13 宿泊施設や観光施設、商店、飲食店等の改修等による収益力の向上 事業14 観光 DX の導入による高付加価値化と利便性の向上 事業15 ワークーションや教育旅行などコロナ禍による新たな需要への対応 事業16 経営安定のための多業種化の推進 事業17 ふるさと納税返礼品への旅行商品の活用と新たな商品開発</p>

施策4 町並み景観の向上

<p><取り組み内容と方向性></p> <p>城下町大聖寺や総湯を中心とした街並み、2つの国重要伝統的建造物群保存地区など、個性豊かな景観の整備・保存を進め、温泉情緒や歴史的景観を楽しみ、散策できるよう取り組みます。</p>
<p><事業例></p> <p>事業18 総湯を中心とした温泉情緒あふれる街並みの整備 事業19 廃業旅館などの廃屋対策の検討</p>

施策5 「広域観光」の推進

<p><取り組み内容と方向性></p> <p>金沢と福井の中間にあたる立地を活かし、加賀温泉郷の強みである宿泊施設を最大限に活かすため、地域連携やテーマ連携に基づく周遊ルートを確認し、周遊型観光の拠点を目指し広域観光を推進します。</p>
<p><事業例></p> <p>事業20 金沢や南加賀地域との連携による周遊ルートの確立 事業21 越前地域との県境連携による周遊ルートの確立 事業22 修学旅行をターゲットとした福井県南越・奥越エリアや富山県エリア、白川郷エリアなどの超広域観光ルートの確立 事業23 北前船や日本海といったテーマに基づく周遊ルートの確立</p>



戦略2. 自然・歴史・文化資源の観光活用

自然・歴史・伝統文化などにおける豊かな地域資源を有効に活用し、来訪者が魅力を感じる観光地を目指します。

そのため、資源の掘り下げとストーリー化により魅力を磨き上げ、資源と宿泊施設の連携など新たな付加価値を生み出しながら、観光商品化を図ります。また、その魅力を国内外へ積極的に発信し、知名度・認知度を高めながら観光誘客に繋がります。

施策6 日本遺産「北前船」の活用

<取り組み内容と方向性>
交易とともに文化を広く運んだ「北前船」の寄港地であったことや今も残る船主集落をテーマに、資源の掘り下げとストーリー化により、観光商品化を図ります。北前船が全国に文化を運んだ歴史を踏まえ、文化体験を含む観光商品の造成を目指します。
<事業例>
事業24 北前船の里「加賀橋立」の整備・活用 事業25 北前船をテーマにした観光メニューの充実 事業26 広域連携と日本遺産関連事業の推進による観光誘客

施策7 「大聖寺十萬石」歴史文化資源の有効活用

<取り組み内容と方向性>
古い町割りを今も残す大聖寺藩十萬石の城下町の整備に取り組み、魅力を向上することで、散策エリアとして回遊を促します。また、今も育まれている能や茶道、菓子といった文化を継承し、城下町としての魅力を高め、観光商品の造成による活性化を目指します。
<事業例>
事業27 十萬石城下町大聖寺の整備・活用 事業28 大聖寺の魅力向上による町並み散策の促進

施策8 山中温泉における自然・歴史資源の観光活用

<取り組み内容と方向性>
古くから名湯と評され、また、北前船船頭衆の湯治場として栄え、全国の文化の交流により生まれた「山中節」を始めとする温泉情緒や「鶴仙溪」に代表される豊かな自然、生産額日本一の山中漆器など文化・自然・伝統工芸の共存が織り成す独自の温泉文化を最大限に活かし、回遊性の高いエリアを目指します。
<事業例>
事業29 温泉情緒と鶴仙溪の自然を活かした回遊の促進 事業30 「旧よしのや依緑園別荘」観光活用の推進

施策9 山代温泉における歴史・文化資源の観光活用

<取り組み内容と方向性>
湯の曲輪を中心に形成された街並みと日本語の基礎である五十音図発祥の地、再興された九谷焼を今に継承した地として、北大路魯山人を始めとする多くの文人墨客を惹きつけ、それらとの交流により磨き上げられた温泉文化を磨き上げ、文化薫る温泉地を目指します。
<事業例>
事業31 「湯の曲輪」の温泉文化を活用した賑わいづくり 事業32 「あいうえおの郷構想」の展開

施策10 片山津温泉における自然・歴史資源の観光活用

<p><取り組み内容と方向性></p> <p>霊峰白山の眺望が美しい柴山潟の湖畔に位置する立地と周辺が舞台となった源平合戦のストーリーを活かし、湖畔での花火やアクティビティ、ウォーキング・ランニングブームを踏まえた遊歩道の活用、斎藤実盛の逸話など、自然と歴史ストーリーが体験できる温泉地を目指します。</p>
<p><事業例></p> <p>事業33 「柴山潟」の自然と歴史を活かした体験観光の推進 事業34 源平合戦のストーリーを活用した誘客推進</p>

施策11 伝統文化の活用による魅力向上

<p><取り組み内容と方向性></p> <p>北前船による交流によって生まれ育まれた温泉文化や俳聖「松尾芭蕉」、当地を発祥とする日本を代表する伝統工芸品、各地域に受け継がれる個性豊かな奇祭・祭礼や文化財など、日本の原風景ともいえる当地の情報発信を積極的に行い、誘客を図ります。</p>
<p><事業例></p> <p>事業35 山中節の振興と芸妓文化の継承 事業36 松尾芭蕉「おくのほそ道」の観光活用 事業37 伝統工芸「山中漆器」活用事業の推進 事業38 伝統工芸「九谷焼」活用事業の推進 事業39 祭礼や文化財の観光活用</p>

施策12 自然資源の観光活用

<p><取り組み内容と方向性></p> <p>赤瓦に煙出しを持つ伝統的な農家やそれを取り巻く豊かな自然環境が残り、国重要伝統的建造物群保存地区に選定された「加賀東谷」や国定公園であり多様な海浜植物の群生地、かつ、国重要文化的景観に指定された「加賀海岸」の磨き上げを行い、魅力の向上を図ります。</p>
<p><事業例></p> <p>事業40 山村集落「加賀東谷」の魅力向上 事業41 「加賀海岸」の魅力向上</p>



戦略3. 情報発信強化と販売促進

脱コロナ禍に向け、首都圏からの誘客に加え、メイン市場である関西圏へのプロモーションを再構築し、戦略的な誘客施策を展開します。更に中京圏を始めとする各都市圏や近隣からの来訪客を増加させる取り組みも進めます。

コロナ禍で大きく変化した旅行形態を的確に捉え、来訪者属性ごとにターゲティングを行い、需要に応じた的確な情報発信を実施します。インターネットによるSNSなどを活用しながら、効果的な情報発信施策を展開し、話題性が高まる加賀市独自の事業を進めます。

都市圏に向けては、官民が一体となり、コロナ禍で停滞していた旅行会社や交通事業者への販促活動による集客・誘客の促進のほか、メディアへのプロモーション活動を活性化させ、加賀温泉郷の知名度・認知度の向上を図ります。

施策13 観光プロモーション

<取り組み内容と方向性>
情報収集手段が多様化する中、発信する地域資源によってターゲットを明確にし、多様な手法によるプロモーションを実施します。各年代に訴求力のある人材等の活用により、効果的な情報伝達を目指します。
<事業例>
事業42 著名人やインフルエンサーを活用したプロモーション
事業43 特命大使など著名人を活用した情報発信
事業44 各種メディア（テレビ、ラジオ、雑誌、新聞等）による情報発信

施策14 インターネットを活用した効果的な情報発信

<取り組み内容と方向性>
近年、情報化社会の進展により、情報伝達に高い速達性が求められていることから、公式観光情報サイトやインターネット旅行サイトを使った情報発信を強化します。また、高い拡散性が期待できるSNSなどのソーシャルメディアを積極的に活用します。
<事業例>
事業45 観光情報サイト「KAGA旅・まちネット」の充実
事業46 インターネット旅行サイトを活用した情報発信強化
事業47 SNSなどの拡散性の高いソーシャルメディアを活用した情報発信

施策15 集客に向けた営業強化

<取り組み内容と方向性>
中・長期的視点に基づく誘客施策と同時に、大手旅行会社との連携やオンライン旅行会社でのキャンペーン、交通事業者との連携など、即効性が期待できる事業を展開し、集客を図ります。
<事業例>
事業48 都市圏へのトップセールスなど観光PR活動の強化
事業49 旅行会社やメディアへの積極的なアプローチ
事業50 旅行商品のタイアップ化の推進
事業51 JRや航空会社など交通事業者との連携推進
事業52 オンライン旅行会社（Online Travel Agent／OTA）の活用

戦略4. 北陸新幹線加賀温泉駅開業への対応

2024年春に予定されている北陸新幹線敦賀延伸において、速達型の「かがやき」を始めとした全便が加賀温泉駅に停車することは、加賀市の知名度を高め、誘客にとって非常に大きな効果をもたらすものと期待されます。

そのため、全便停車に向け全市を挙げた市民活動を展開し、その熱意を全国に発信するプロモーションを展開します。

加賀温泉郷の玄関口として相応しいサービス提供に向け、駅利用者の満足度を高めるためのインフォメーション機能の充実や駅及び駅周辺の利便性向上、交通結節点としての機能強化に向けた施策を進めます。

施策16「東京2023加賀」プロジェクトの展開

<取り組み内容と方向性>

北陸新幹線延伸で首都圏と直結され飛躍的に利便性が向上することになるが、首都圏において、加賀温泉郷の知名度は高いとは言えない状況を踏まえ、インパクトある動画の発信により、知名度・認知度の向上を図ります。

<事業例>

- 事業53 北陸新幹線加賀温泉駅開業に向けた話題性の高い動画の配信
- 事業54 市民意識の醸成に向けた啓発活動の展開や各種イベントの支援
- 事業55 広域連携による敦賀延伸プロモーションの展開

施策17 加賀温泉駅及び駅周辺の機能の充実

<取り組み内容と方向性>

北陸新幹線延伸による新幹線駅の開業により、多くの観光客が加賀温泉駅を利用し来訪すると予想されることから、駅及び駅周辺の機能の充実を図り、交通結節点としての利便性を高めます。

<事業例>

- 事業56 温泉観光地の玄関口に相応しい景観の形成
- 事業57 観光インフォメーション機能の充実
- 事業58 手ぶら観光推進のためのサービスの提供
- 事業59 交通結節点として、レンタサイクルなど利便性を高める交通機能強化と駐車場などの整備
- 事業60 観光商業施設の拡充と動線の整備



戦略5. インバウンド観光の推進

台湾やシンガポールなどとの交流を更に進め、関係をより深化するよう継続的なアプローチを行うとともに、欧米豪など新たな海外都市との交流を推進します。

コロナ禍で激減した日本への外国人観光客の回復を見据え、大阪・関西万博を契機とした加賀温泉郷の誘客に向けたPRを戦略的に展開します。

越前エリアとの広域圏や金沢・高山・白川郷等の近隣周辺地域との連携・連動の具現化など、インバウンド客誘客対策を強化します。

また、来訪した外国人の利便性の向上と、それによる満足度の向上を実現するため、受け入れ態勢の整備・強化する施策を進めます。

施策18 海外都市交流施策との連動

<取り組み内容と方向性>
文化交流や相互訪問などを通じ、相互理解を深め、関係の深化を図り、誘客事業との連携を図ります。また、将来的なインバウンド誘客を見据え、新たな海外都市との交流を目指します。
<事業例>
事業61 海外都市との友好・交流関係の深化 事業62 新たな海外都市との交流展開

施策19 海外誘客の促進に向けた事業展開

<取り組み内容と方向性>
多様で文化が異なる海外マーケットに対し、加賀温泉郷の総合力を活かし、戦略的にプロモーションを実施することにより、効果的・効率的に知名度の浸透と拡散を図ります。また、経験や交流を求める外国人観光客へ対応できるよう受入体制を整えます。
<事業例>
事業63 加賀温泉郷が一体となった情報発信 事業64 戦略的な海外プロモーションの展開 事業65 体験型観光などの外国人対応

施策20 広域連携による誘客推進

<取り組み内容と方向性>
広域に移動する外国人観光客の旅行行動を踏まえ、北陸や中部圏域の観光資源を組み合わせた広域観光を推進します。また、2025年の大阪・関西万博の開催を契機とした外国人観光客の増加に繋げるため、大阪観光局との連携を推進します。
<事業例>
事業66 公益財団法人 大阪観光局との連携 事業67 越前加賀インバウンド推進機構での事業展開 事業68 北陸・中部圏地域の観光資源の有効活用

施策21 受け入れ態勢の整備

<取り組み内容と方向性>
外国人観光客に快適に滞在していただくため、受入環境の整備を推進します。また、旺盛な観光消費を取り込むため、キャッシュレス化やメニューの多言語化等を推進します。
<事業例>
事業69 外国人対応人材の育成 事業70 通信環境の向上 事業71 サイン看板、ピクトグラム等の導入、メニューの多言語化等による案内の充実 事業72 キャッシュレス決済システム導入等の環境整備への支援

戦略6. 観光推進機能の充実

観光客に対し十分な観光施策を継続的に実施するため、その財源として入湯税の見直しや宿泊税等の目的税の導入について研究を進めます。

地域観光の推進においては、マーケティングやマネージメントに基づく「地域経営」が重要であることから、観光地域づくり法人（日本版DMO）である一般社団法人 加賀市観光交流機構が「加賀温泉郷DMO」として、加賀市の様々な産業を包括し官民が一体となった地域運営を行えるよう運営体制や資金力の強化を図ります。

※ DMO(Destination Marketing/ Management Organization)とは、マーケティング&プロモーションやブランディング、品質管理・安全管理・資源管理等、観光地の維持・成長に向けたマネージメントを担う一連の組織を指します。

施策22 加賀温泉郷DMOの強化

<取り組み内容と方向性>

趣味嗜好や旅行形態の多様化により、地域観光の推進において、マーケティングに基づく地域経営の重要性が高まっています。マーケット分析に基づくターゲティングにより、効率的・効果的な観光誘客・集客を遂行するため、加賀温泉郷DMOの人的・資金的強化を図るとともに、地域観光を担う人材の確保・育成に取り組み、持続可能な観光地を目指します。

<事業例>

- 事業73 地域観光における経営機能の強化とそれを担う人材の確保・育成
- 事業74 自主事業の拡充による資金力の強化
- 事業75 観光動態等の調査・分析による課題抽出と改善策の検討

施策23 観光振興に向けた財源確保

<取り組み内容と方向性>

観光入込み客数の減少に比例し、観光振興事業の財源の一つである入湯税も減少傾向にあります。持続的な観光振興事業の実施のため、ふるさと納税や旅先納税の活用により財源確保を目指すとともに、新たな財源についての研究を進めます。

<事業例>

- 事業76 ふるさと納税や旅先納税の活用
- 事業77 「入湯税見直し」や「宿泊税」導入等の研究



第3節 戦略推進に向けた役割

1. 市民の役割

消滅可能性都市と指摘された現状を意識し、地域づくりの主演として魅力的な地域をつくることを心がけ、一人ひとりが自分のお客様として来訪者をお迎えすることが求められます。また、街をよく知り、誇りを持ち、積極的な魅力発信に努めます。

2. 観光事業者の役割

来訪者を迎え入れ、満足していただくために、加賀市の魅力を最大限提供し、地域視点での長期的な取り組みも行います。

※観光事業者とは、観光施設の管理者や宿泊事業者、飲食・土産物店、交通事業者など観光に関わりのある事業者を言います。

3. 観光関連団体の役割

市内各地域の観光協会を始めとする観光関連団体は、地域の観光事業者を取りまとめ、行政との調整を行いながら、それぞれの地域の個性の磨き上げとブランド化を図り、来訪する目的となる地域づくり行う役割を担います。また、行政やDMOと協働し、その情報発信に努めます。

4. 観光地域づくり法人(DMO)の役割

DMOは、観光振興を通じて持続的な地域づくりを図るため、行政や民間事業者、地域住民等の多様な関係者を巻き込みながら、マーケティングに基づく現状分析と課題抽出・解決策の検討のほか、観光コンテンツの開発・磨き上げ、受け入れ環境の整備等を担う司令塔として、地域資源を最大限に活用し、効率的・効果的に集客・誘客を図り、「稼げる」観光地域づくりを推進します。

5. 行政の役割

俯瞰した、客観的な視点で観光戦略の方向性を示し、主導します。また、DMOや観光事業者などが実施する集客・誘客事業への支援のほか、来訪者を迎えるための公共インフラの整備などを行います。更に、市民に対し、来訪者による消費が地域経済を循環させる重要性を理解してもらうこともその役割に含まれます。

