

令和3年度サステナブルな観光コンテンツ強化事業

「金沢能登広域での
新しいサステナブル観光コンテンツ強化事業」

実施報告書

【概要版】

令和5年2月

国土交通省 北陸信越運輸局

(受託事業者：株式会社計画情報研究所)

目次

| | | |
|--------------------------|-------|------|
| 1. 事業の目的・実施概要 | ----- | P. 3 |
| 2. 新規コンテンツの開発及びモデルツアーの造成 | ----- | P. 8 |
| 3. ガイドの育成 | ----- | P.12 |
| 4. 旅行商品販売のための旅行会社招請 | ----- | P.13 |
| 5. 商品化のための勉強会の実施 | ----- | P.19 |
| 6. デジタルを活用した体験価値の向上策の検討 | ----- | P.20 |
| 7. 有識者を含めた検討会の開催 | ----- | P.21 |
| 8. コンテンツ及びモデルツアーの取りまとめ | ----- | P.22 |
| 9. 販路と販売体制 | ----- | P.23 |
| 10. 事業総括 | ----- | P.24 |

1. 事業の目的・実施概要

■事業の目的

- 金沢市と能登地域が広域的に連携し、オーバーツーリズム対策や観光資源の保全をはじめとした持続可能な経営を目指し、サステナブルな観光コンテンツの強化に際して、以下の視点のもと、欧米豪のモダンラグジュアリー層をターゲットとしたサステナブルな観光コンテンツの開発や新たな魅力あるモデルツアーを造成し、販路形成に向けた体制構築を行うことを目的とした。

サステナブルな観光コンテンツ強化に際しての視点

- 豊富な地域資源の保全と活用の両立
- 旅行者の新たなニーズへの対応・満足度向上
- 活用で得た収益を、地域資源の保全活用へと循環させる
- 日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）との関連性

■実施事業

- 上記の事業の目的のもと、次のとおり実施事業の大きな柱を整理し、事業を推進した。

地域側のサステナブルな観光コンテンツの強化

- ターゲットニーズからのバックキャスト思考で、サステナブルな新規コンテンツ開発と既存コンテンツのブラッシュアップを行う。
- コンテンツと顧客ニーズを熟知した上で、サステナブル視点でのガイディングスキルを身につけたガイドを育成する。

該当事業

- 新規コンテンツの開発及びモデルツアーの造成
- ガイドの育成
- 旅行商品販売のための旅行会社招請及び商品化のための勉強会の実施
- 有識者を含めた検討会の開催

ターゲット市場動向に即した商品造成とデジタル体験価値の向上

- 顧客ニーズを満足させ、すぐに販売可能なモデルツアー商品を造成する。合わせて国内旅行会社（DMC）がすぐに販売可能な体制づくりを狙う。
- 金沢市と能登地域の認知を高め、サステナブルなエリアや内容であることを理解し訪れたいと感じてもらえるツールとなる動画を制作する。

該当事業

- 旅行商品販売のための旅行会社招請及び商品化のための勉強会の実施
- デジタルを活用した体験価値の向上策の検討
- 有識者を含めた検討会の開催
- コンテンツ及びモデルツアーの取りまとめ、原稿作成

1. 事業の目的・実施概要

■実施事業

- 各事業の内容は、次のとおりである。

(1)新規コンテンツの開発及びモデルツアーの造成

金沢市と能登地域でのサステナブルな観点からの新規コンテンツを、旅行会社、地元事業者が連携して開発する。
サステナブルに関心のある旅行会社2社を招請し、新規コンテンツを軸としたモデルツアーを造成する。

(2)ガイドの育成

サステナブルの観点からコンテンツを理解し、ターゲットのニーズに応える優れたガイドを育成するための勉強会を実施する。
金沢市及び能登地域で活動する地元の通訳案内士に対して講義と実地研修を実施する。

(3)旅行商品販売のための旅行会社招請及び商品化のための勉強会の実施

コンテンツ及びモデルツアーの磨き上げとツアーの商品化を目的に、旅行会社を招請して現地視察を行う。
商品の造成と事業終了後の継続的な販売のため、旅行会社と事業者等が意見交換を行う勉強会を実施する。

(4)デジタルを活用した体験価値の向上策の検討

金沢市と能登地域でのサステナブルに関する取組についての理解を促進する動画コンテンツを制作する。

(5)有識者を含めた検討会の開催

事業実施にあたる方向性の決定や関係者間の意見交換及び意識共有の場として、また有識者、専門家よりサステナブルなディスティネーション先としてのストーリーづくりやPR戦略、サステナブルな観点から造成するコンテンツの地域への貢献性を協議する場として検討会を実施する。

(6)コンテンツ及びモデルツアーの取りまとめ、原稿作成

コンテンツ及びモデルツアーの情報発信や販売ができるよう、コンテンツは県内DMCが、モデルツアーは招請した旅行会社が、それぞれタリフとアイテナリーに取りまとめる。

1. 事業の目的・実施概要

■金沢能登広域で推進するサステナブルツーリズム

- 2015年に国連サミットで採択された、「持続可能な開発のための2030アジェンダ」いわゆるSDGsは、日本を含む加盟国が2016～2030年の15年間に達成する行動計画である。2017年にUNWTOでは持続可能な観光を推進していくことを発表し、国際的にサステナブルツーリズムへの意識が高まっている。
- 金沢の前田家の藩政期から築かれてきた文化は広く市民に浸透している。能登地域は里山里海の豊かな自然を活用した暮らしの知恵、技術が継承されており、世界農業遺産に認定されている。それぞれの魅力を持つ金沢と能登地域を広域のサステナブルツーリズムとして繋げることで、広域ディスティネーションによる長期滞在・消費機会の拡大・新たな価値の創出を目指した。

金沢

伝統工芸・伝統芸能・食文化

能登

里山里海を活かした暮らし・自然・技術

金沢が繋いできた歴史・文化に触れ能登の里山里海の豊かな暮らしを体感する
サステナブルな旅

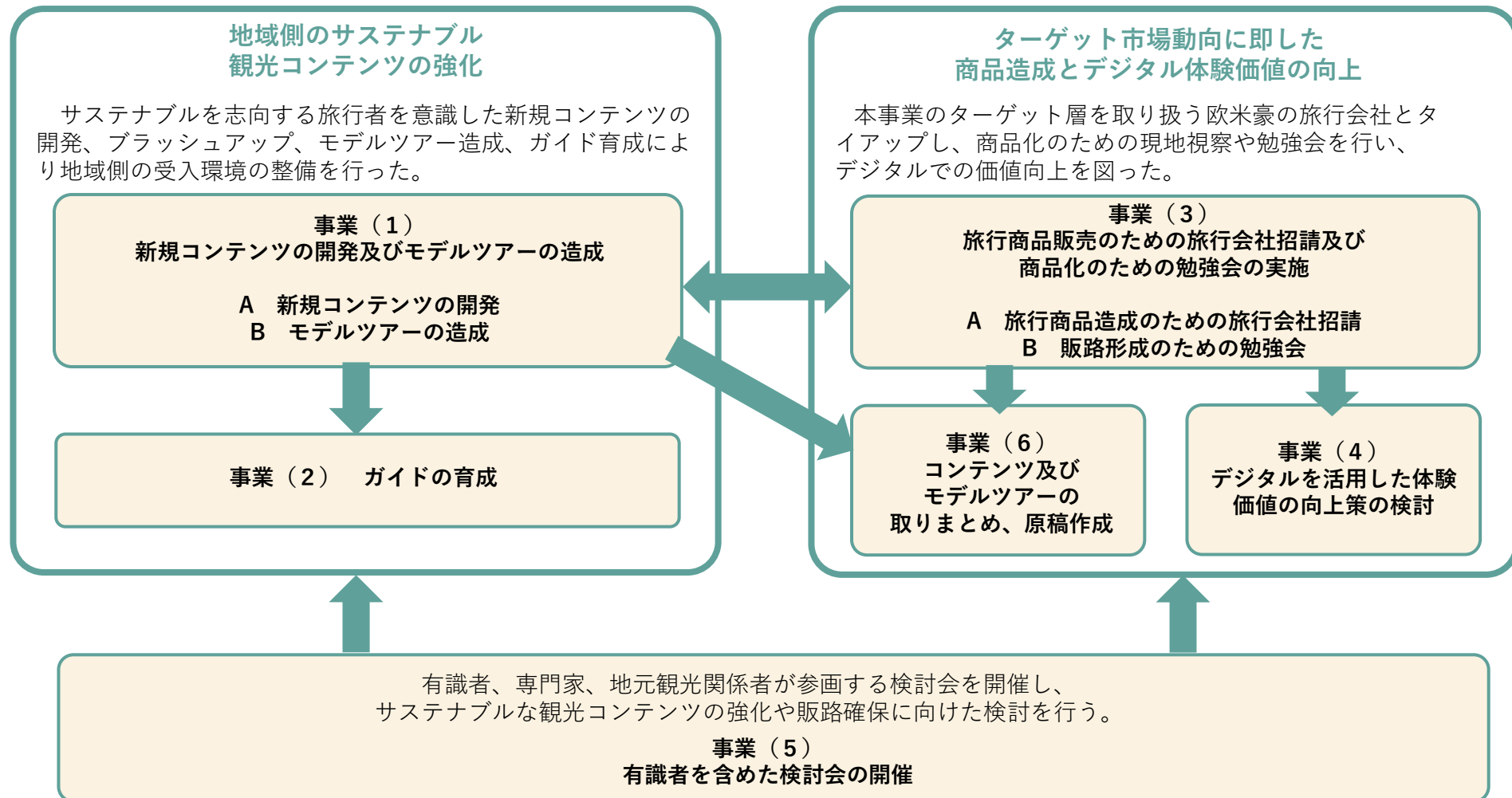
■ターゲットの設定

- 以下の特徴を持つ、欧米豪出身のモダンラグジュアリー層をターゲットとして設定した。
 - 世界を旅することを好む、30～40代カップルやファミリー
 - 知的好奇心が強く、異文化体験を通じて自身の在り方を見つめ、成長することを求める。
 - 日本の文化や風景、歴史に興味がある。
 - エシカルでサステナブルなライフスタイルを送る。
 - 旅先での地元の人との交流や、旅を通じた地域への貢献を求める。
- 富裕層の旅行志向として、富や権力を重視した「Classic Luxury」と文化や独自性に重きをおく「Modern Luxury」の二大潮流があるが、近年ミレニアル層を中心に増加している「Modern Luxury」層をターゲットとする。「Modern Luxury」層の価値観は、文化、起源、遺産、スタイル、独自性、ほんもの、質、贅沢より経験、新しいことへの挑戦や自分にとっての意義を重視する層である。旅行者自身にとっての意義を重視し、本物の体験やエコツーリズム、サステナビリティ等への注目が高いことが特徴である。

1. 事業の目的・実施概要

■実施概要

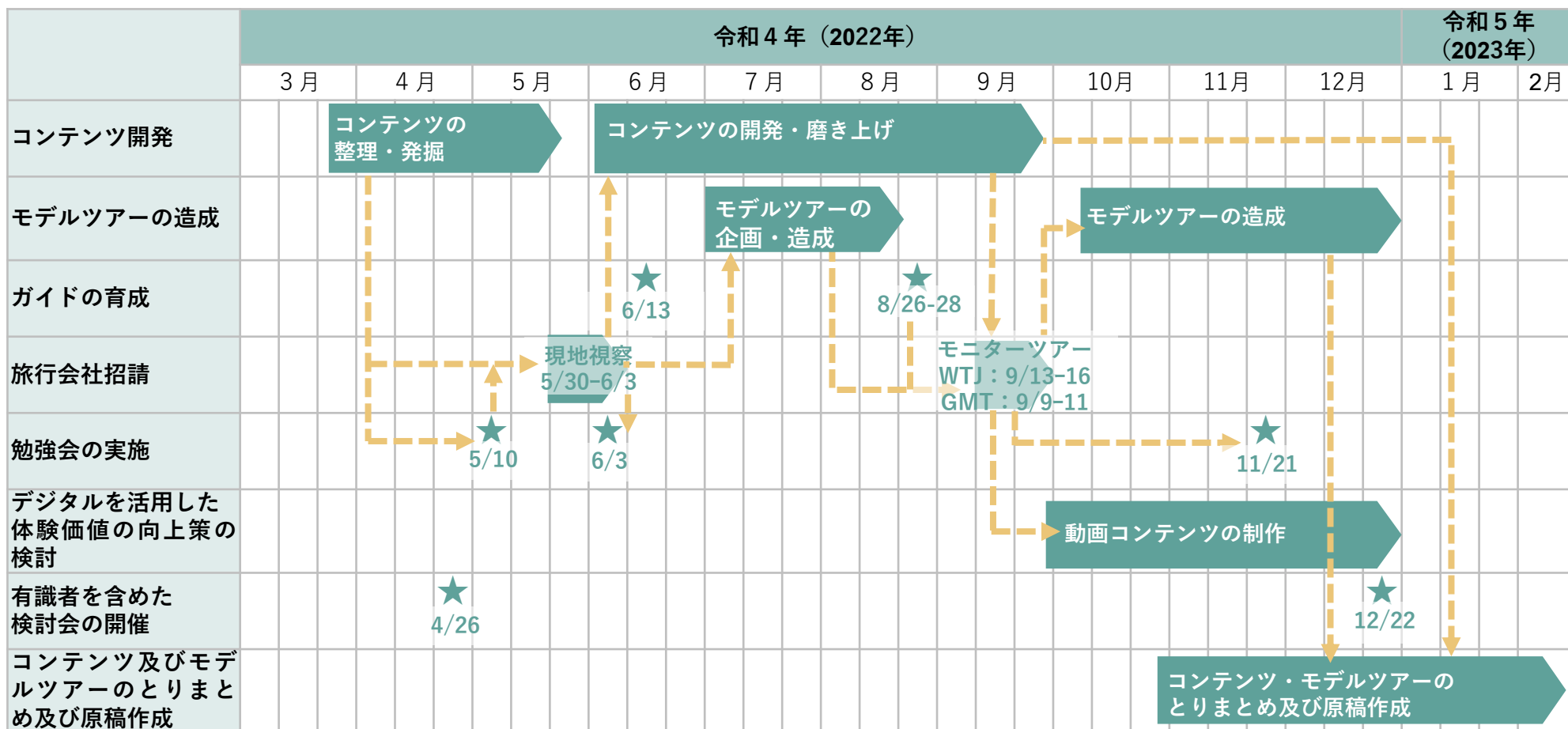
- 下のフローに基づき、事業を実施した。



1. 事業の目的・実施概要

■スケジュール

- 以下のスケジュールで、事業を実施した。



2. 新規コンテンツの開発及びモデルツアーの造成

■新規コンテンツ

- ・ 旅行会社の関心のあるコンテンツに対して、地元観光事業者と連携し地域の独自性を生かしたサステナブルな新規コンテンツの開発と磨き上げを行った。金沢市と能登地域での新規と既存のコンテンツリストから、招請する旅行会社2社に関心のあるコンテンツを抽出してもらい現地視察を実施した。
- ・ 現地視察・モニターツアーでの評価をフィードバックしつつ、ターゲット市場の需要に見合うコンテンツを開発した。

開発・磨き上げのポイント

- ・ ターゲット層への対応やサステナブルな視点について、専門家の意見を取り入れながら、ターゲットに十分に訴求する付加価値の高いコンテンツとする。
- ・ 旅行者が体験することで、文化・自然の保全や地域経済への貢献につながるようなコンテンツも造成する。
- ・ サステナブルな視点だけでなく、旅行者のリフレッシュや楽しさが体感できるよう工夫する。

新規コンテンツ

■夜セリ見学と冷凍庫施設体験ツアー

金沢港「かなざわ総合市場」は、底引き網漁などの水揚げ港であると同時に、石川県内の各港で水揚げされた魚が集められる拠点市場の機能を持っている。全国的にも珍しい「夜セリ」を間近で見学でき臨場感を体験できる。おさかなマイスターから石川県の漁業や市場についてのレクチャーを受け、理解を深める。

サステナブルポイント

- ・ 地産地消
- ・ 海の環境と食文化とのつながりの理解
- ・ 獲りすぎない資源管理



■金蔵里山ウォーキングツアー

「美しい日本の里100選」に選ばれた金蔵地区を地元在住のベルギー人が案内。ゆるやかに広がる棚田に5つの寺が点在し、タイムスリップしたかのような雰囲気が味わえる。美しい棚田の集落を散策しながら、地元の人たちの暮らしの知恵を学ぶことができる。

サステナブルポイント

- ・ 里山のリアルな暮らしを学ぶ
- ・ 集落の自然を体感



■里山まるごとウォーキング

地域全体がひとつのホテルとなり、能登の暮らしをまるごと堪能できる「里山まるごとホテル」を拠点に周辺の里山を散策。茅葺きの大きな民家で地元のおかあさんにお話を聞いた後は、一緒に集落の中へ散策し、季節の山の恵みや野菜を収穫。自身で収穫したものをそのままランチで味わえる。

サステナブルポイント

- ・ 地域コミュニティの関わりを実感
- ・ 収穫体験と食の循環
- ・ 移住者による暮らしの継承



2. 新規コンテンツの開発及びモデルツアーの造成

■モデルツアー

- ・ 旅行会社2社が、各社の顧客をターゲットとした金沢能登広域の3泊4日のモデルツアーをそれぞれ造成した。現地視察、モニターツアーを重ね、自社の顧客に合ったツアーを造成することにより、販売に結びつきやすい商品を造成することができた。
- ・ サステナブルな観点から金沢能登を視察することにより、新たな魅力を生み出すことができた。各社のサステナブルの捉え方も異なり、それぞれの独自性のあるサステナブルなモデルツアーができたことが成果である。
- ・ 個々のコンテンツのつながりからツアー全体を通してサステナブルな地域であることを体感できるようなモデルツアーである。金沢、能登それぞれで受け継がれてきた文化や持続可能な暮らし、食文化などを体験し、その土地で暮らす人々との出会いが旅行者の心に響く、サステナブルツーリズムの主旨に沿うものとなった。

招請旅行会社

欧米豪からのラグジュアリー層のインバウンドに強く、サステナブルなツアー造成に力を入れている2社を選定した。ターゲットや旅行人数など異なる点もあり、それぞれの独自性を活かしたモデルツアーが造成できた。

株式会社 日本の窓 / WINDOWS TO JAPAN (※以降、WTJとする)
2005年の創業以来、「本当に日本の文化を理解しようとする外国人」を対象にした欧米富裕層向けオーダーメイドのツアーを多く手掛ける。その実績は国内外においても認められ、世界各地への富裕層旅行を手掛ける3つの国際ネットワーク「Virtuoso, Singnature, Travellers Made」の認定エージェントに選ばれている唯一の会社。特に、アメリカ、イギリスからの訪日インバウンドに強い。顧客は、夫婦やカップル、家族連れが多い。

株式会社 JTB Global Marketing & Travel (※以降、GMTとする)
ターゲットは欧米豪アジアを中心に全世界約4,000社と契約あり、8割がBtoB AGTセールス、かつその5割が欧米豪圏旅行会社。FITも団体も両方取扱あり。北米豪団体に限っては旅行日数10-14日程度の取扱も多いのが特徴。特に欧米の訪日インバウンドに強く、社内のサステナブルチームにてサステナブルツーリズムに特化した国内コンテンツの開拓にも取り組んでいる。

■発信・販売手法

- ・ モデルツアーは旅行会社2社による発信と販売。
- ・ 新規コンテンツは県内DMCが販売する。
- ・ 金沢市観光協会・能登半島広域観光協会は造成ツアーとコンテンツの窓口となりBtoBでのプロモーション展開を行い、問い合わせがあれば旅行会社や県内DMCに連絡をし連携を図る。
- ・ なお、モデルツアーは顧客の細かなニーズに応じてカスタマイズして旅行会社が販売するため、顧客に合わせてアレンジを加えての販売になる。

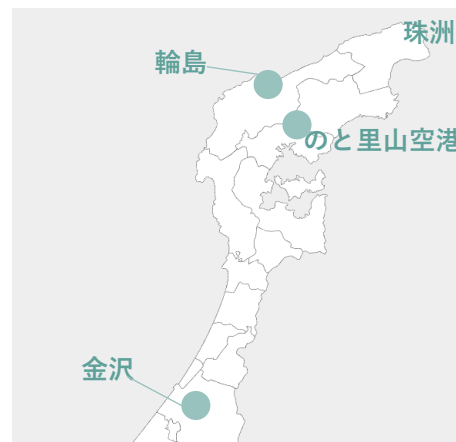
2. 新規コンテンツの開発及びモデルツアーの造成

【Windows to Japan】 Living with nature Living with tradition

能登の美しい自然や伝統文化が息づく金沢を散策し、サステナビリティとイノベーションを両立させる人々との出会いを共有する旅。

| 行程 | 観光ポイント |
|--------------------|--|
| Day 1 | |
| 午前 のと里山空港着 | |
| 里山まるごとホテル | 里山の暮らしを地域住民と散策や野菜の収穫をすることを通して体感することができる。 |
| 午後 白米千枚田 | 能登の里山里海を代表する、日本の原風景。 |
| 大野製炭工場 | 珠洲の集落でお茶炭づくりを行う職人から、未来の展望や環境への取組を伺う。 |
| 宿泊先へ | |
| Day 2 | |
| 午前 金蔵ウォーキング | 棚田100選にも選ばれた集落に移り住んだ外国人の案内のもと集落の散策をし、暮らしや歴史に触れる。 |
| 金沢へ移動 | |
| 午後 ひがし茶屋街 | 出格子や石畳の伝統的なまちなみを散策。 |
| 夜セリ | 金沢港で夜セリを間近で体験する。 |
| 夜 ORIGO | 金沢町家で本格的なイタリアンを堪能。 |
| 宿泊先へ | |

| 行程 | 観光ポイント |
|-------------------------|---------------------------------|
| Day 3 | |
| 午前 兼六園・金沢21世紀美術館 | 日本三名園である兼六園と美術館で、古と現代の美に触れる。 |
| KAMU金沢 | 金沢中心部に点在するまちあるきとアートを楽しめる私設美術館。 |
| 午後 バーホッピング | 地場のお酒と料理でディープな金沢を堪能。 |
| 宿泊先へ | |
| Day 4 | |
| 午前 玉泉院丸庭園 | 城内に復元された庭園が印象的な庭園で、抹茶とお菓子を楽しめる。 |
| 帰路へ | |



※顧客のニーズに応じてカスタマイズして販売するため、記載のモデルツアーは想定されるツアーのひとつである。

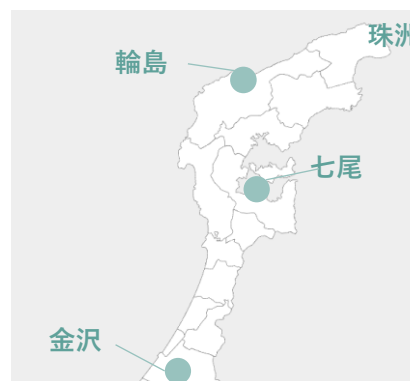
2. 新規コンテンツの開発及びモデルツアーの造成

【JTB Global Marketing & Travel】 Unique samurai cultural experience with the locals

金沢は城下町として栄え、武家文化や伝統芸能が今も受け継がれ、地元の人々に愛され続けている。その理由を様々な体験を通して探る。金沢では武道や茶道などの侍が育んだ文化に触れ、能登半島では伝統的な農村の暮らしや風習に出会う。

| 行程 | 観光ポイント |
|--------------|---|
| Day 1 | |
| 午前 金沢到着 | |
| 兼六園・長町武家屋敷跡 | 日本三名園の兼六園と石畳や土塀など往時の面影が今も残る長町武家屋敷跡を訪れる。 |
| 午後 四十萬谷本舗 | 老舗の漬物屋にて、伝来の日本刀の見学と本格的な居合体験を行う。 |
| 日本料理銭屋 | 金沢の四季の味わいと和のおもてなしが記憶に残る。 |
| 宿泊先へ | |
| Day 2 | |
| 午前 近江町市場 | 300年の歴史を誇る市民の台所。 |
| 弓道体験 | 弓道体験により、武士の精神を学ぶ。 |
| 午後 ひがし茶屋街 | 武士がもてなしを受けたまちで、茶道体験などの武家文化を体感。 |
| 宿泊先へ | |

| 行程 | 観光ポイント |
|---------------|--|
| Day 3 | |
| 午前 能登へ移動 | 千里浜なぎさドライブウェイを経由して能登へ |
| 里山まるごとホテル | 里山の恵みを使用した料理を田舎の風景とともに味わう。 |
| 午後 大野製炭工場 | 珠洲の集落でお茶炭づくりを行う職人から、未来の展望や環境への取組を伺う。 |
| 宿泊先へ | |
| Day 4 | |
| 午前 輪島 | 新鮮な食材が並ぶ朝市で地元の活気を体感し、輪島塗ギャラリーや工房で伝統技術に触れる。 |
| 午後 花嫁のれん号で金沢へ | 能登の里山里海の風景を車窓から楽しみながら金沢へ。 |



※顧客のニーズに応じてカスタマイズして販売するため、記載のモデルツアーは想定されるツアーのひとつである。

3. ガイドの育成

■実施概要

- ・ サステナブルの観点からコンテンツを理解し、ターゲットのニーズに応える優れたガイドの育成のための勉強会を開催した。旅行者の顧客満足度の向上を図るために、造成するコンテンツ及びモデルツアーに適應できる実践的なガイドの育成を狙い、金沢市及び能登地域で活動する地元の通訳案内士に対し、スーパーガイドとしての実務や育成の実績のある方を講師とし、オンライン研修と、2泊3日の座学と実地研修を実施した。

| | セッション1 オンライン研修 | セッション2 実地研修 |
|--------|------------------------------|------------------------------|
| 日時 | 2022年6月13日(月) 13:30~15:00 | 2022年8月26日(金)~28日(日) 2泊3日 |
| 場所 | オンライン | 1・2日目 金沢市内 2・3日目 能登地域 |
| 参加ガイド数 | 4人 | 5人 |
| 実施概要 | 座学・発表・講評 | 座学・実地研修・講評 |

講師

アヴィ・ルガシ氏 (Avi Lugasi)

(株)日本の窓 (WINDOWS TO JAPAN) 代表取締役

1983年より3年間、母国イスラエルの義務傭兵に従事。1986年よりガイド職に従事する傍ら、旅先にて仏教について学ぶ。1990年に日本へ初訪問。1995年の再訪時に拠点をイスラエルから日本へ。3年間、仏国寺での修行に専念。アジア全域のツアーガイドとして活動した後、2007年に株式会社日本の窓を創業。

主に富裕層旅行を取り扱い、自らガイドとして添乗する。

■参加者アンケート結果からの考察

- ・ 座学ではまずズームアウトした広い視点からガイドする手法を学んだ。実地研修では参加者のガイドに対するその場での講師からのフィードバックや他の参加者との意見交換を通して、より良い伝え方を深く考える機会となり実践力の向上につながった。
- ・ 少人数制での開催でありすでにガイドとしての実績のある方への研修であり、講師のフィードバックや意見交換が活発に行え、参加者のレベル向上が多大であった。

■今後の課題

- ・ 言語力や知識のみならず、地域への深い理解や広い範囲でのストーリーを伝える力を持った、金沢能登広域での対応が可能なガイドを育成する必要がある。
- ・ 今回造成した新規コンテンツを実地研修に組み入れ、事業者にとってもガイドにとっても実践につながりやすい形をとることができた。特徴のあるコンテンツへの対応可能なガイドの育成を図る必要がある。



4. 旅行商品販売のための旅行会社招請

■実施概要

- ・ コンテンツ及びモデルツアーの磨き上げとツアーの商品化を目的に、ターゲット層の誘客を扱う旅行会社を招請して現地視察を行い、さらに2社それぞれモニターツアーを実施し、サステナブルな視点のある新しい金沢能登の旅行商品の造成につなげることができた。
- ・ 2社合同の現地視察では広いコンテンツを視察し、候補の絞り込みを行った。金沢と能登の新たな魅力を見出したとの評価をいただいた一方、サステナブルの観点についてはさらなる調査が必要とのことで、次のモニターツアーでさらに深掘りをする視察を行った。

現地視察 旅程

実施概要

| | |
|------|--|
| 日時 | 【現地視察】 2022年5月30日（月）～6月3日（金） |
| | 【モニターツアー】 WTJ 2022年9月13日(火)～16日(金) GMT 2022年9月9日(金)～11日(日) |
| 被招聘者 | WTJ Avi Lugasi 氏、Mish Haddad 氏 GMT 植木 千恵氏 |

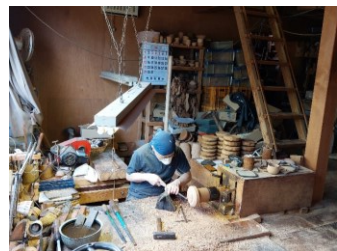
| | | |
|---|----------|---------------------------|
| DAY 1 | 5月30日（月） | NOTO PENINSULA |
| 9:30 金沢駅発（京都から）／9:50 のと空港着（東京から）⇒ 10:30 里山まるごとホテル⇒13:00 彦十蒔絵 ⇒ 14:30 金蔵ウォーキングツアー ⇒ 17:30 富成にて夕食 ⇒ ホテル着（ルートイン輪島） | | |
| DAY 2 | 5月31日（火） | NOTO PENINSULA |
| 9:00 輪島朝市ガイドツアー ⇒ 11:00 蛸島ツアー ⇒ 12:00 農村宿大坊にて昼食 ⇒ 14:30 大野製炭工場 ⇒ 16:00 宗玄酒造 ⇒ 18:30 旅館着（のとじ荘） | | |
| DAY 3 | 6月1日（水） | NOTO PENINSULA ⇒ KANAZAWA |
| 9:00 さとりの道ウォーキングツアー ⇒ 10:36 観光列車「のと里山里海号」⇒ 11:20 一本杉通り散策 ⇒ 12:00 ひのともりにて昼食 ⇒ 14:00 千里浜なぎさドライブウェイ経由で金沢へ ⇒ 16:30 ホテルチェックイン ⇒ 17:50 アレンビックディスタリリー（クラフトジン）⇒ 19:00 夜セリ ⇒ ホテル着（金沢東急ホテル） | | |
| DAY 4 | 6月2日（木） | KANAZAWA |
| 10:15 兼六園 ⇒ 12:15 昼食 ⇒ 13:30 能楽美術館 ⇒ 15:30 金沢まちなか町家ツアー ⇒ 18:00 ORIGOにて夕食 ⇒ ホテル着（金沢東急ホテル） | | |
| DAY 5 | 6月3日（金） | KANAZAWA |
| 8:30 きよし農園 ⇒ 9:40 siii（直売ショップ） ⇒ 11:00 滝亭 ⇒ 11:45 Vin de la bocchi（ワイン農園） ⇒ 13:00 昼食 ⇒ 14:00 第二回勉強会 | | |

4. 旅行商品販売のための旅行会社招請

Day1) 5月30日 (月)



里山まるごとホテル



彦十蒔絵



金蔵ウォーキングツアー



Day2) 5月31日 (火)



輪島朝市ガイドツアー



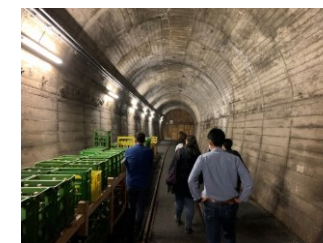
蛸島ツアー



農村宿大坊にて昼食



大野製炭工場



宗玄酒造

Day3) 6月1日 (水)



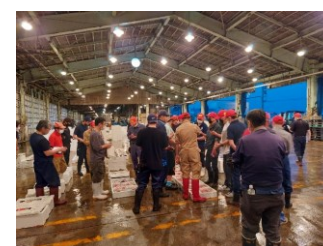
さとの道ウォーキングツアー



一本杉通り 花嫁のれん館



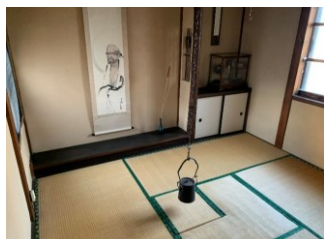
夜セリ



Day4) 6月2日 (木)



兼六園



金沢まちなか町家ツアー



ORIGOにて夕食

Day5) 6月3日 (金)



きよし農園



Vin de la bocchi
(ワイン農園)

4. 旅行商品販売のための旅行会社招請

■現地視察の評価

- 新たなコンテンツの発見の機会になったが、磨き上げが必要なコンテンツも多くある印象であった。実際にモデルツアーの造成・販売をいただくため、改善点のフィードバックとともに売れる商品づくりに対して着実に検討いただくことができた。

現地視察に招請した旅行会社を対象にアンケートを実施した。（アンケート回答者【WTJ】Avi氏、Mish氏 【GMT】植木氏 合計3名）

Q 感想

- **サステナブルツーリズムと名うってコンテンツを商品化することの是非について、深く考える機会になったこと。**能登の魅力的な素材、地元農村の暮らしぶりについての知識を深め、どの部分がコンテンツに向くかを考えられる機会になったこと。ウォーキングツアーのガイディングについて考えられたこと。一部の素材はインバウンドのニーズにあっていないこと。
- **今までに経験しなかったコンテンツを訪れることができて良かった。**中には**まだ洗練されていないコンテンツはあった。**さらにすべて日本語であり、通訳しても時間を損するので検討必要。各スポットの所要時間を事前に知ることができれば売れやすくなる。また、地元の人とふれあえるところが非常に良かった。良いコンテンツは必ずあるが、どう商品化するかが課題。
- おススメできる場所はありましたが、改善の余地はまだある。

Q 特に評価が高かった視察場所とその理由

【能登】

金蔵ウォーキング

- 能登半島について直接学べるチャンスとしてよい。もう少し磨けばおススメしやすい。
- 日本の田舎風味を味わえて非常に良い。ガイドさんの説明も面白い。もっと慣れてくるとよりうまい説明もできると感じた。

里山まるごとホテル

- ウォーキングツアー、地元の暮らしぶり紹介、地産地消、古民家利用、地元の雇用・高齢者の活性化

大野製炭工場

- 少し改善は必要だが十分に独特で面白い。

のと里山里海鉄道

- CO2削減、貸切+アルファのアレンジメントで特別感

【金沢】

夜セリ

- **金沢の夜のエンタメが少ない。**東京でセリを見たい方が見られない状況がある。
- **特別感**があってよい。
- 素晴らしい体験でした。

Vin de La Bocchi

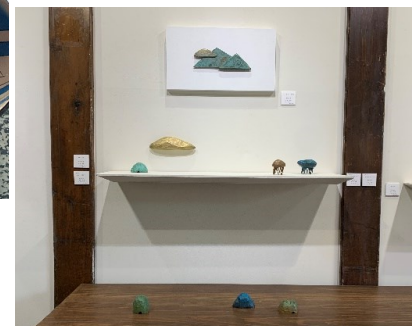
- 家族のストーリーに感動しました。ただ、お客さんをわざわざ送る必要はないと思う。

4. 旅行商品販売のための旅行会社招請

■モニターツアーの実施結果【WTJ】

WTJモニターツアー旅程

| DAY 1) 9月13日 (火) NOTO PENINSULA |
|--|
| 14:00 輪島塗工房① ⇒ 15:00 輪島塗工房② ⇒ 16:30 輪島塗ギャラリー ⇒ 18:00 旅館着 (能登の庄) |
| DAY 2) 9月14日 (水) NOTO PENINSULA |
| 9:30 禄剛崎と岬遊歩道ウォーキング ⇒ 15:00 珠洲焼作家工房 ⇒ 16:30 九十九湾遊歩道 ⇒ 17:00 旅館着 (能登九十九湾百楽荘) |
| DAY 3) 9月15日 (木) NOTO PENINSULA ⇒ KANAZAWA |
| 8:30 曾々木海岸ウォーキング ⇒ 10:30 金沢へ移動 ⇒ 13:00 加賀友禅工房 ⇒ 14:00 水引工房 ⇒ 15:00 ギャラリー ⇒ 15:30 桐工芸工房 ⇒ 16:30 陶芸工房 ⇒ 18:00 ホテル着 (三井ガーデンホテル) |
| DAY 4) 9月16日 (金) KANAZAWA |
| 9:00 漆作家工房 ⇒ 10:30 ガラス作家工房 ⇒ 帰路へ |



地域の自然を体感できるウォーキングツアーや、工芸やアートの職人・作家の工房訪問への関心が高い。ウォーキングツアーや職人・作家の工房は、複数の選択肢を用意し顧客に合わせた提案ができるようにすることで、顧客にとって魅力的なツアー造成を図る。

満足度・改善ポイントやコメント

- 満足しています。中には利用しないコンテンツもありましたが職人さんのオプションもみたいと思いました。
- 素晴らしいツアーでした。中では可能性のある商品と、まだそうではないところもありましたが、バラエティーあってよかったと思います。また、地元の人とのふれあいや面白いストーリーも経験できて良かったです。今後、新しく案内できるコンテンツを確認できました。

今後自社ツアーで組んでみたい商材&その理由

- ウォーキングコンテンツ：3つのウォーキング・ハイキングツアーを販売したい。
- 珠洲焼工房：場所もストーリー性もよい
- 百楽荘：富裕層向けとして案内できる
- ガラス作家工房：ストーリーと体験自体が非常に面白い。深い文化のルーツと特別感を感じます。

4. 旅行商品販売のための旅行会社招請

■モニターツアーの実施結果【GMT】

GMTモニターツアー旅程

| DAY 1) | 9月9日 (金) | KANAZAWA |
|--|-----------|-------------------------|
| 10:00 金沢駅⇒ 10:20 弓道場見学 ⇒ 11:10 やちや酒造 ⇒ 13:30 四十萬谷本舗 居合体験⇒ 15:30 兼六亭 ⇒ 16:30 ホテル着 (OMO金沢) | | |
| DAY 2) | 9月10日 (土) | KANAZAWA⇒NOTO PENINSULA |
| 10:00 鈴木大拙館⇒11:00 能登へ移動⇒14:30 輪島塗ギャラリー⇒ 15:45 輪島塗工房⇒17:30 旅館着 (能登の庄) | | |
| DAY 3) | 9月11日 (日) | NOTO PENINSULA⇒KANAZAWA |
| 9:30 輪島キリコ会館 ⇒ 11:20 清林寺⇒ 12:00 花嫁のれん号 ⇒ 13:20 金沢駅 ⇒ 14:00 大樋美術館 ⇒ 帰路へ | | |



武家文化に通じるテーマ性のあるコンテンツに関心が高い。本物の体験ができることや欧米富裕層に受けるストーリーを語れる人が評価が高い。

満足度・改善ポイントやコメント

- 満足しています。モデルツアーに入れようか迷っていたコンテンツについて、チェックするポイント等を絞って視察できたので、具体的にどのように利用するかイメージできてよかった。

今後自社ツアーで組んでみたい商材&その理由

- 弓道体験：ツーリストックな体験ではなく、本物志向。日本ならではの体験で、トップクラスの良い思い出を作っていただくことができそう。金沢ならではの本物体験ができる（道場で道着を着て高段者から指導を受ける）
- 四十萬谷本舗 日本刀体験：単なる日本刀体験に終わらず、ご夫妻との交流も加味されて、日本の友人宅にお邪魔したような思い出が残る。Home Visitとしての魅力もコンテンツ化の強みとなる。
- 輪島塗ギャラリー：作家の話聞くために輪島に行く価値があり、女性客はお土産を購入するだろう。漆器文化についてのレクチャーのお客様満足度が高い。

4. 旅行商品販売のための旅行会社招請

■現地視察・モニターツアーの評価を受けてのブラッシュアップ

- 今回実施したモニターツアーでは各コンテンツとも好評を得たが、意見やアドバイスを受けてさらなるブラッシュアップを実施しコンテンツの完成へとつなげた。

| コンテンツ | 評価や改善点 | 改善策 | 対応 |
|------------------|---|---|-----------|
| 夜セリ見学と冷凍庫施設体験ツアー | セリを間近で見られるのがよく、夜のコンテンツが少ない金沢で新しい夜のコンテンツになるのがよい。 地産地消や海の環境と食文化のつながりを理解できる点がサステナブルであるが、漁法も大事であり底引きや巻き網はサステナブルでないという意見もある。 おさかなマイスターからの事前説明で、英語のPPTを使用するなどの対応があると外国人にも伝わりやすい。 大人数ではマナーを守れないおそれがあるため、時期と人数を絞るのがよい。魚の匂いや階段がある点が、客を選ぶことになる。 | おさかなマイスターからの説明に、英語のPPTを活用する。 人数を絞った形での開催を行う。 | 対応済 |
| 金蔵里山ウォーキングツアー | 地元住民のお宅に訪問して話を聞いたことが価値があった。里山のリアルな暮らしを体感することができたことがサステナブルである。 サステナブルの観点については、ツアーの冒頭に「里山」の語句の意味だけにとどまらない懐かしさなどの説明を加え、ウォーキングを進めるとさらによい。ウォーキング行程の全てのポイントで「里山」や「ふるさと」につながる情報を伝えることで、ふるさとを感じることができる。 また、持続可能のためのアクションの話がなく10年後を想像しづらい。 ウォーキングツアーではなく自転車でもよいかもしれない。ガイドが無言で歩く時間が長かったため、歩きながら話をするようにする。 3、4月は田んぼが空で何も印象を受けてしまい、10、11月はあまり美しくないため時期が難しい。 | 冒頭での説明を行い、ガイドの説明内容を語句の説明にとどまらないよう工夫をしていく。 | 対応 継続中 |
| 里山まるごとウォーキング | 旅行者自身が体験することは価値が上がる。また、山本さんの説明が大変よかった。 地元住民と山本さんがうまく地域を盛り上げており情熱が伝わり、移住者による暮らしの継承がされている点がサステナブルである。 山本さんが英語を話すことができればさらに価値が上がる。日本人にはよく合うが、外国人には里山の生活に繋がる説明がこのままでは不十分であり、さらに必要である。山菜の説明が少ないと貧乏暮らしで山菜を採って食べているのかと思われるため、営みと合わせたさらなる説明が必要。 | 山本さんの説明について、まず大きい概念からディテールの説明に入るという流れにする。 営みやこの地域での暮らしの話をもっと詳しくする。 | 対応済 |

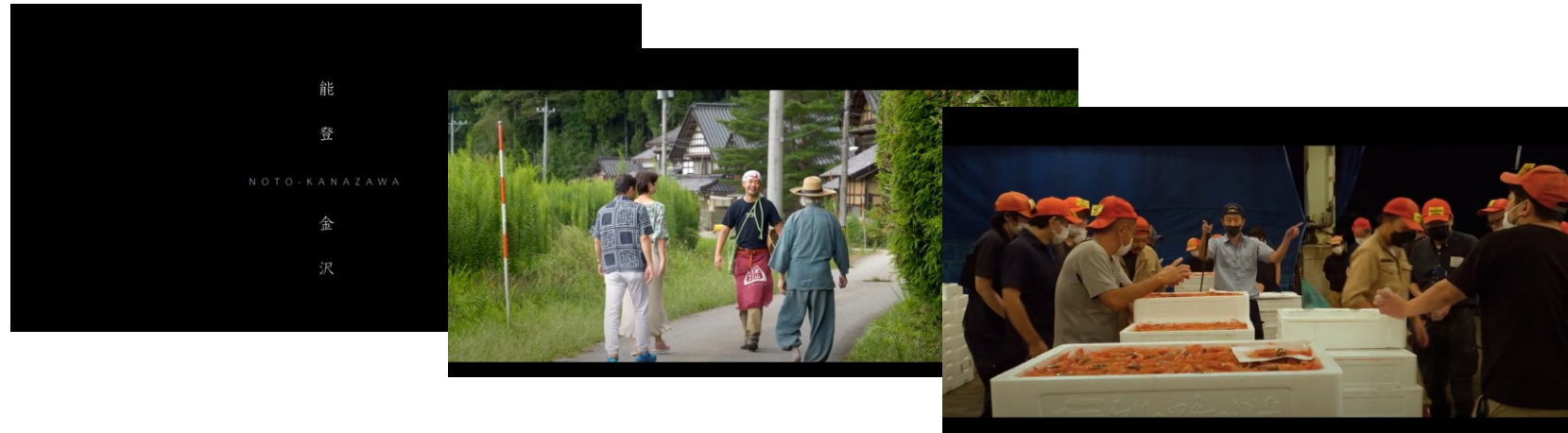
5. 商品化のための勉強会の実施

- 事業終了後に実践的かつ継続的に販売できるよう、旅行会社とコンテンツの実施主体が意見交換をする勉強会を実施した。第1回では新規コンテンツになり得るものの候補の選定、第2回ではコンテンツのブラッシュアップに向けての意見交換、第3回では旅行会社のモデルツアー案の報告と意見交換を行った。モニターツアーや新規コンテンツの造成と連携させながら、地元側・旅行会社側が議論する機会を設け、実現性があり魅力のあるツアーの造成を行うことができた。

| | 第1回 | 第2回 | 第3回 |
|------|---|---|---|
| 日時 | 2022年5月10日（金）13:30～16:00 | 2022年6月3日（金）14:00～16:30 | 2022年11月21日（月）13:30～15:00 |
| 場所 | 金沢市役所第二本庁舎3階 2301会議室A（ハイブリッド形式） | 株式会社計画情報研究所 ミーティングルーム（ハイブリッド形式） | オンライン会議 zoom |
| 参加者 | 29名（旅行会社2社、地元事業者、地球の歩き方総研、北陸信越運輸局、一般社団法人金沢市観光協会、金沢市、一般社団法人能登半島広域観光協会、能登DMC合同会社、株式会社計画情報研究所（受託会社）） | 17名（旅行会社2社、地元事業者、地球の歩き方総研、北陸信越運輸局、一般社団法人金沢市観光協会、能登DMC合同会社、株式会社計画情報研究所（受託会社）） | 17名（旅行会社2社、地元事業者、地球の歩き方総研、北陸信越運輸局、一般社団法人金沢市観光協会、一般社団法人能登半島広域観光協会、能登DMC合同会社、株式会社計画情報研究所（受託会社）） |
| 議事内容 | <ol style="list-style-type: none"> 1) 事業概要 2) 自己紹介 3) プロ目線からの売れる商品づくりのポイント 4) 事業者からのコンテンツ提案及び意見交換 5) 今後のスケジュール | <ol style="list-style-type: none"> 1) 現地視察の行程について 2) 各視察先についての意見交換 3) 事業者からの意見 4) モデルツアーの造成方針について | <ol style="list-style-type: none"> 1) 新規コンテンツに対する意見交換 2) 旅行会社からのモニターツアーの評価（各社別） 3) 旅行会社からモデルツアー案の報告（各社別） |
| 結果 | <ul style="list-style-type: none"> 面白いコンテンツであるが、本事業のターゲットに販売するには時期尚早なものもあるため、現地視察するコンテンツを検討する。 | <ul style="list-style-type: none"> 各コンテンツに対するブラッシュアップポイントのフィードバックと、モデルツアーのテーマを共有することができた。 | <ul style="list-style-type: none"> 各社の独自性のあるサステナブルなモデルツアーが造成できた。今後販売を行っていく。 |

6. デジタルを活用した体験価値の向上策の検討

- 金沢能登広域のサステナブルに関する取組についての理解を促進するツールとして、モデルツアーをテーマとした動画コンテンツを制作した。金沢市観光協会や金沢市、能登半島広域観光協会等でBtoBへのアプローチに発信・活用をしていく。



伝えたいメッセージ

・金沢能登の優しさを体感し、自身が自然構成の一部となり心洗われる様子を表現した。自然・村・人、全てが互いにつながりおもいやりを感じるところ、訪れて「優しさ」を体感できるところが金沢能登の素晴らしいポイントである。

- 自然遺産の保全
- 社会経済への貢献
- 文化遺産の保護
- 地産地消の食
- 歴史・文化の理解

発信・活用方法

・金沢市観光協会、能登半島広域観光協会等のウェブサイトにて発信を行い、広く発信を行う。BtoBアプローチに際しても、動画を活用し、金沢能登サステナブルツーリズムの認知を獲得する。

7. 有識者を含めた検討会の開催

第1回検討会

| | |
|------|---|
| 日時 | 2022年4月26日（火）14:00～16:00 |
| 場所 | 金沢市役所4階 会議室「兼六」 |
| 参加者 | 20名（弓削貴久、マージョリー・L・デューイ（有識者）、北陸信越運輸局、一般社団法人金沢市観光協会、金沢市、一般社団法人能登半島広域観光協会、能登DMC合同会社、株式会社計画情報研究所（受託会社）） |
| 議事内容 | 1) 各事業の実施方針 2) アメリカの最新事情 3) コンテンツの選定について 4) 現地視察について 5) 勉強会について 6) ガイド研修について |
| 議事概要 | <ul style="list-style-type: none">5/30～6/3で予定する旅行会社2社の現地視察では、新規コンテンツ候補を視察するが、単なる新しいものを取り入れるツアーにならないようしっかり検討すべき。今回造成するモデルツアーが、日本での旅行トータルの中でどのような位置づけになるかを考えた上で現地視察を行う。ガイド研修は6名の参加を予定しており、候補者には連絡をとる。 |

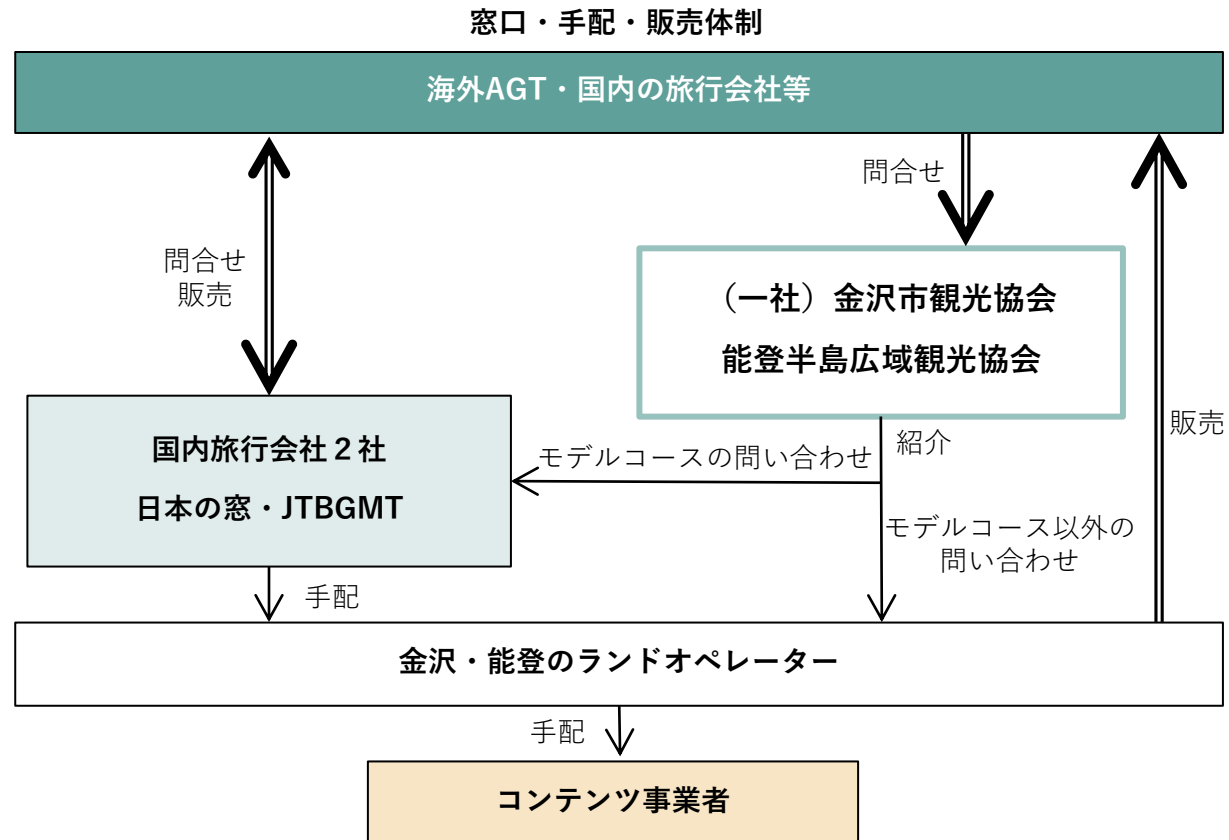
第2回検討会

| | |
|------|---|
| 日時 | 2022年12月22日（木）14:00～15:30 |
| 場所 | 金沢市役所4階 会議室「兼六」 |
| 参加者 | 16名（弓削貴久、マージョリー・L・デューイ（有識者）、北陸信越運輸局、一般社団法人金沢市観光協会、金沢市、一般社団法人能登半島広域観光協会、能登DMC合同会社、株式会社計画情報研究所（受託会社）） |
| 議事内容 | 1) アメリカの旅行動向とトレンド 2) ガイド研修の結果報告 3) モニターツアーの結果報告 4) 動画の制作について 5) モデルツアー・新規コンテンツの報告 6) 販売体制について 7) 今後の予定 |
| 議事概要 | <ul style="list-style-type: none">旅行会社2社が視察を重ねたことで、非常によいモデルツアーになっており、実際に販売できる形にできたことが大変有益である。制作した動画は金沢市観光協会や能登半島広域観光協会のウェブサイトで発信し、問い合わせに対しては内容に応じて臨機応変に対応する。ガイド研修は参加者を厳選しておこないモチベーションを上げてもらうことができた。 |

9. 販路と販売体制

新規コンテンツやモデルツアーの販売体制

- 海外AGT・国内DMCから、モデルツアー造成の国内旅行会社2社（日本の窓・JTBGMT）へ問い合わせや依頼があった場合、国内旅行会社2社が直接モデルツアーを販売する。モデルツアー内でのコンテンツ等の手配は、金沢・能登のランドオペレーターと連携・手配を行う。
- 金沢市観光協会や能登半島広域観光協会に問い合わせがあった場合は、モデルコースの問い合わせは造成する旅行会社を紹介し、モデルコース以外の問い合わせは、金沢・能登のランドオペレーターを紹介する。新規コンテンツ等は、金沢・能登のランドオペレーターが海外AGT・国内の旅行会社へ販売する。



10. 事業総括

■本事業の「期待する効果」の達成状況

| | 目標 | 達成状況 |
|---------------|-------|---|
| コンテンツ作成数 | 3本以上 | 3本 |
| モデルツアー作成数 | 1本以上 | 2本 |
| コンテンツ実施主体数 | のべ3団体 | のべ3団体 |
| 販売ツアー数 | 1本以上 | 現在実績なし (※モデルツアーの販売に際してはアレンジを加えたツアー販売が想定される。) |
| 商品を取り扱う旅行会社の数 | 1団体以上 | 2社 |

■事業継続における課題・次年度以降事業継続における具体的な活動や取組計画

| 項目（課題名） | 課題内容 | 活動内容・取組計画 | 実施予定期間 |
|---------|--|--|----------|
| 運営体制 | 金沢市観光協会、能登半島広域観光協会が窓口となる。 海外AGT・国内の旅行会社等からの問い合わせに対して、ツアーを販売する国内DMCや、地域の専門性を有する県内DMCとの連携強化が必要。 | 金沢市観光協会、能登半島広域観光協会が中心となって運営するが、旅行会社が直接販売することで今後の実績につなげていく。 海外AGT・国内の旅行会社等からの問い合わせに対して、ツアーを販売する国内DMCや、地域の専門性を有する県内DMCと連携した販売体制を整備する。 | 2023年1月～ |
| 販促 | ターゲット層に対するセールス活動の強化。 | 金沢市や金沢市観光協会、能登半島広域観光協会が、国内・海外での商談会等でのプロモーションを行う。 モデルツアー作成の旅行会社が海外顧客に対するセールス活動を行う。 | 2023年2月～ |
| WEBサイト | 販売につながるWEBサイトの工夫が必要。 | イメージ動画を、金沢市観光協会のBtoBページ、能登半島広域観光協会、能登DMCのWEBサイトでの展開。 | 2023年1月～ |
| ガイドの育成 | 各コンテンツを案内でき、地域内でのつながりを語ることでできる地域の特徴や独自性を理解した高い専門性をもつガイドの育成。 | 高い専門性を有するガイドの育成。 | 2023年4月～ |

10. 事業総括

■総括

- 本事業では、新規コンテンツの開発やガイドの育成、勉強会、デジタルでの体験価値向上策の検討の各事業が有機的に連携し、金沢能登の魅力を引き出した独自性のあるモデルツアーを造成することができた。旅行会社を2社に絞り、各社2回の入念な視察を行ったことで、モデルツアーの造成・販売に対して意欲的に取り組んでいただくことができた。勉強会では事業者との意見交換を重ねることで、コンテンツのブラッシュアップに確実につなげることができた。
- ガイド研修は、参加者を金沢・能登で活躍する通訳案内士5名に厳選して実施した。講師はスーパーガイドとしての実務やガイド育成実績のあるAvi氏であり、旅行者の心に響くストーリーの伝え方を実地を通して教わり、参加者同士で意見交換をすることで、深い洞察力や実践力が鍛えられた研修となった。金沢能登広域のディスティネーションとしての誘客を図るにあたり、スポット的な知識ではなく広範囲にわたる深い知見を持つガイドの育成を引き続き行っていく必要がある。
- サステナブルな観光コンテンツに関心のある旅行会社に協力していただいたことで、サステナブルという新たな視点で金沢能登の魅力を引き出すことができた。一方、サステナブルに対する取組と十分に言えないコンテンツも明らかになったことは課題であり、今後ブラッシュアップをしていく。勉強会やガイド研修で、サステナブルに対する理解を地元事業者やガイドに広めることができたことも成果である。
- モデルツアーは旅行会社2社が販売し、県内DMCや金沢市観光協会、能登半島広域観光協会との連携体制の構築ができたため、早期に販売につなげることができた。プロモーション動画やアイテナリー等を積極的に活用し、主にBtoBでの販促活動を積極的に行っていく。