

令和3年度訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業(実証事業)

能登地域における交通事業者と連携した  
レスポンスブルーツーリズム推進に関する  
調査・実証事業

実施報告書 概要版

令和4年2月

国土交通省 北陸信越運輸局

# 目次

第1章	はじめに	-----	P.3
第2章	レスポンスブルーツーリズム推進にあたっての 具体的なターゲットとなる市場・層の調査・設定	-----	P.6
第3章	交通事業者と連携した旅行者へのレスポンスブルーツーリズムの啓発体制の整備にかかる調査	-----	P.8
第4章	レスポンスブルーツーリズムに資する サービス提供に向けた研修・実地指導	-----	P.10
第5章	レスポンスブルーツーリズムに資する トライアルツアーの企画及び実施	-----	P.12
第6章	検討会	-----	P.13
第7章	戦略の策定	-----	P.14

# 第1章 はじめに

## 事業実施の目的・背景・ポイント

・世界農業遺産に認定された「能登の里山里海」を有する能登地域において、交通事業者と連携し周遊促進を図る面的整備の方法を検討するとともに、with/afterコロナ時代における観光において大切である「レスポンシブルツーリズム(責任ある観光)」の推進体制の構築を目的とする。

令和2年度実証事業  
「能登におけるwithコロナ時代の自然・文化・社会等に加えて  
地域貢献に高い関心のある観光客の誘客に向けた基礎調査事業」

- 能登地域が一体となった戦略的な受入環境や情報発信が十分でない
- with/afterコロナ時代は観光と地域住民の安全・安心が両立する仕組みが必要
- 個人旅行者の増加や、自然や健康へのニーズ、「サステナブルツーリズム(持続可能な観光)」への関心の高まりから、環境や社会への配慮といった観点も含めた観光のあり方を考えることが重要

### ■本事業実施のポイント

これからの能登地域の観光地域づくり  
「**広域で取り組む**」

with/afterコロナ時代における  
能登地域の観光地域づくりの戦略と推進体制づくり  
「**レスポンシブルツーリズム(責任ある観光)**」

インバウンド往来再開後を見据えた  
能登地域の周遊促進を図るための面的整備と啓発  
「**能登M a a S**」

# 第1章 はじめに

## 実施内容

・以下のとおり、事業を実施した。

### 観光地としての能登地域のありたい姿 “魅せられる、住み続けられるNOTO”

#### 事業1. ターゲット市場・層の調査

- ・ペルソナ設定
- ・カスタマージャーニーマップの作成
- ・市場調査

#### 事業2. 交通事業者と連携した旅行者への啓発体制に係る調査

#### 事業3. 研修・実地指導の実施

- ・With/Afterコロナ時代の能登地域への誘客セミナー(2回)
- ・個別実地指導(宿泊・体験:5者 / 飲食・物販:5者)

#### 事業4. トライアルツアーの実施・検証

11月18日(木)~20日(土) 2泊3日

#### 事業5. 検討会の開催

検討会(2回) / 勉強会(1回)

今後の戦略策定

# 第1章 はじめに

## 観光をとりまく世界的な動向

・インバウンド市場の増加により、各地でオーバーツーリズムなどの問題が発生していた中、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、生活環境が変化することとなった。このような近年の観光を取り巻く状況から、世界的に注目されている概念としてレスポンシブルツーリズムやサステナブルツーリズムがある。

### レスポンシブルツーリズム（責任ある観光）

旅行者が主体性や責任意識を持って行動する観光。ハワイ州の観光施策を統括するDMOの取組の大きな柱である「レスポンシブルツーリズム」は、旅行者が訪問先の自然や文化、行動を共有し尊重する責任があるという考え方であり、地域住民と旅行者との新たな関係性を築くものとして注目されている。

観光が、旅行者と地域住民の双方にとって、  
価値のあるものとなるよう、  
よりよい関係性の構築を目指します



◀「責任ある旅行者になるためのヒント」

- ・国連世界観光機関（UNWTO）の世界観光倫理憲章に基づき、世界観光倫理委員会が、旅行者に向けて作成。
- ・観光が、旅行者や受入側にとって価値のあるものとするための、心構えや考え方のポイントを紹介している。

### サステナブルツーリズム（持続可能な観光）

訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光。世界の旅行者の約8割は、サステナブルな施設やDestinyネーションを選ぶ傾向にある。



◀GSTC-D(国際基準の観光指標)をベースに観光庁が作成した日本版ガイドライン

# 第2章 レスポンシブルツーリズム推進にあたっての具体的なターゲットとなる市場・層の調査・設定

## ペルソナの設定・カスタマージャーニーマップの作成

・ターゲットを明確化し今後の誘客に活かすため、ペルソナを設定しカスタマージャーニーマップを作成した。今回、レスポンシブルツーリズムの浸透が進んでいるイギリスとフランスを対象に市場調査を実施した。

・新たな旅行の概念と、コロナ禍を経て生活様式の変容を受けた旅行スタイルのトレンドを掛け合わせ、さらに能登地域へ旅行することのできる経済的・時間的に余裕のある層という前提を踏まえた上で、ペルソナを設定した。

・ターゲットが能登地域に訪れるまでにとる行動を明らかにし、今後の施策を立てるため、カスタマージャーニーマップを作成した。

【カスタマージャーニーマップ】



### 【ペルソナ】

Target 1  
[Young Professional](#)

ヤングプロフェッショナル  
- 23-38 歳  
- ABC1 (中間層以上)  
- 高学歴



- 旅行、冒険、文化体験に情熱を持ち、若いが経済的に自立している。  
- 自然、フレンドリーな地方の人々、文化的な料理に興味がある。

Target 2  
[Culture & Adventure Enthusiast](#)

カルチャー&アドベンチャーラバーズ  
- 55-75歳  
- ABC1 (中間層以上)  
- 高学歴



- ハイキングや自然、歴史的建造物などに興味を持つ。  
- 新聞や雑誌などの伝統的なメディアフォーマットを最も好む。

Target Audience 3  
[Luxury Seekers](#)

ラグジュアリー  
- 55-75  
- ABC1 (中間層以上)



- 自分だけのオリジナルな旅を求める旅慣れた人々。  
- 文化、高級レストラン、オーダーメイドのガイド&ツアーに興味がある。



購買行動	Dream (認知)	Active (予約)	Share (拡散)
	ターゲットが日常の中で能登地域の存在を知り、興味を持って調べる	ターゲットが能登地域に行きたい、体験したいと思い、行動をおこす	ターゲットが能登地域の旅行体験を知人に話す・SNSにUP
	新聞・TV・雑誌 オフィシャルWEBサイト ブログ・SNS 動画チャンネル 等	旅行会社 電話・メール OTA オウンドWEB 等	口コミ SNS

施策	認知度向上	流通環境整備	SNS運用
	<ul style="list-style-type: none"> <li>メディア戦略によるパブリックリレーションの構築</li> <li>WEBサイトの運用などのデジタルマーケティング</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内外旅行者との関係性の構築</li> <li>オンライン流通システムの整備・運営</li> </ul>	
	<b>プロダクト開発</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>既存商品、サービスを見える化</li> <li>商品、サービスを提供する事業者の育成、支援</li> <li>地域の受入れ環境の整備</li> </ul>		

# 第2章 レスポンシブルツーリズム推進にあたっての 具体的なターゲットとなる市場・層の調査・設定

## 市場調査

・設定したペルソナに訴求するターゲット市場の動向に影響を与える英仏のメディアとツアーオペレーターに対し、能登地域の53コンテンツへの関心や評価等のヒアリング調査を実施した。

### ■調査概要:

- ・能登地域の地域資源を抽出し、ターゲット市場にて魅力的でレスポンシブルツーリズムの観点に沿ったコンテンツを53個に絞り込み
- ・コンテンツの概要やその資源の背景を整理し、有力メディア・ツアーオペレーターにヒアリング

■調査対象:合計12社 (イギリス・フランス市場のメディア各3社、ツアーオペレーター各3社)

### ■ヒアリング項目:

- ・顧客にとって魅力のあるコンテンツか?その理由と改善点
- ・レスポンシブルツーリズムに分類されるコンテンツか?その理由と改善点

珠州市	湯宿さか本/櫻田酒造/古民家レストラン「典座」と珠洲焼工房/木の浦~禄剛崎~珠洲岬 外浦・内浦合流海岸線一帯(道の駅 狼煙)/しお・CAFÉ/道の駅 狼煙
能登町	能登九十九湾 百楽荘/春蘭の里/アトリエ桃花林/九十九湾周辺/数馬酒造
輪島市	里山まるごとホテル/農家民宿FOREST/輪島ねぶた温泉 能登の庄/能登仁行和紙/ハイディーワイナリー/諸嶽山 総持寺祖院/白米千枚田の風景/古和秀水(こわしゅうど)/輪島屋善仁/白米千枚田の風景/塩の駅 輪島塩
穴水町	能登ワイン/かき料理かき浜/ボラ待ちやぐらの風景
七尾市	加賀屋グループ/白巖山 青林寺/能登セーリングアドベンチャー/海とオルゴール/Noto Note/里山カフェ「分福茶釜」/能登島とその周辺 サイクリング、イルカウォッチング、セーリング等/昆布屋 しら井/牡蠣棚
志賀町	海の工房Tsubameri/レストランてらおか風舎/旧福浦灯台/巖門(がんもん)~増穂浦海岸周辺 三十六歌仙貝/カネヨ醤油株式会社/農家レストランむろたに/農家民宿 古民家こずえ
中能登町	雨の宮古墳群/石動山/能登上布会館
羽咋市	妙成寺+「止観」/コスモアイル羽咋/山崎麻織物工房(織物体験)/能登の昔からの一般の家屋(そば処 浄楽)/マルガージェラート(道の駅のと千里浜 内)
宝達志水町	宝達山とその周辺/加賀藩十村役喜多家/宝達葛/之乎路窯(しおじがま)

### ■ヒアリングで把握した、好まれるコンテンツ傾向

- ローカルな文化を体験できるコンテンツは、地元の人々とふれあい、生活の様子を知ることができることに魅力を感じている。
- 宿泊施設は、魅力はあるがレスポンシブルの観点が弱い場合が多く、現地の文化を取り入れることや食に対する工夫をすることが求められる。

### ■ヒアリングから得られた課題

#### ●情報発信

ウェブサイトには十分な情報が記載されておらず、取り組みやその背景が伝わりづらいコンテンツが多い。実際に訪れる際に必要な情報(アクセス等)も整理して表示することが必要。

#### ●多言語対応・ガイドの育成

英語での説明、案内が十分でなければ訪れることができないため、ウェブサイトの多言語整備や英語対応可能なガイドの育成が必須である。

#### ●レスポンシブルなコンテンツの磨き上げとストーリー

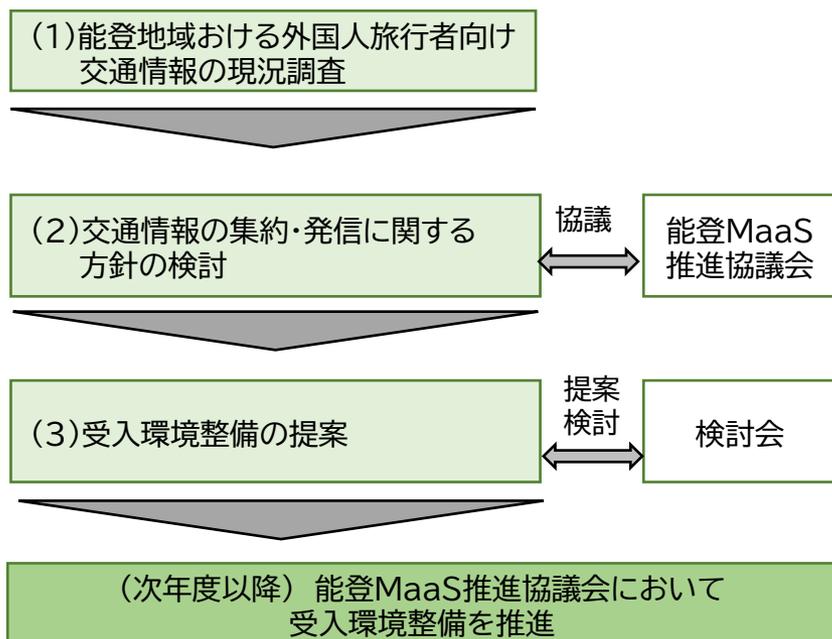
レスポンシブルツーリズムに分類できるコンテンツは十分ではなく、取り組みのストーリー性をもたせた積極的な発信が必要

# 第3章 交通事業者と連携した旅行者へのレスポンスブルーツーリズムの啓発体制の整備にかかる調査

## 本事業における位置づけ

- ・能登地域の「観光地としての魅力の向上」の一環として(外国人の)観光移動環境の向上を図る。
- ・購買行動モデルにおける認知→検討段階において、移動手段の情報を提供する(特にFIT)。
- ・昨年度から能登地域で始めた「能登MaaS」の取組と連携する(今年度協議会を設立)。

## 検討ステップ



## 面的整備の在り方の検討

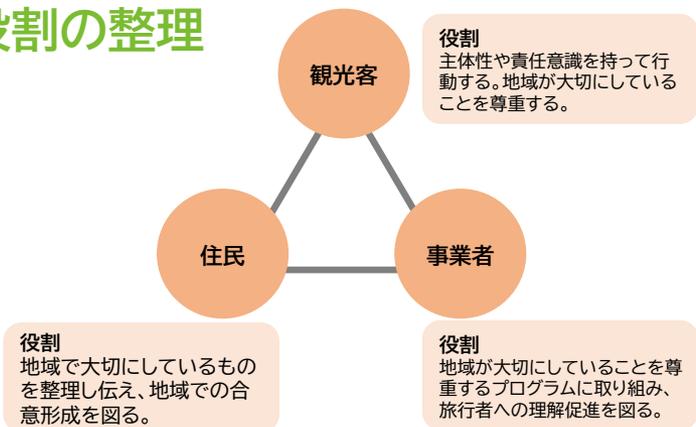
能登の特性	現況
<ul style="list-style-type: none"><li>・自然資源、歴史資源、文化、祭りなどの観光資源が里山里海に分散して立地している。</li><li>・鉄道では周遊が難しく、民間バスと部分的には自治体が運行するバスの組合せが生じる。</li><li>・運行頻度が低い交通サービスが多い。</li></ul>	<p>【交通機関】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・「JRおでかけネット」が5ヶ国語に対応しているが、鉄道情報に限定。</li><li>・MaaSアプリ「WESTER」は公共交通機関(鉄道、バス、自治体運行バス)を一定程度網羅しているが、外国語には未対応。</li></ul> <p>【乗換案内サービス】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ジョルダン、NAVITIMEは公共交通機関(鉄道、バス、自治体運行バス)を網羅、外国語に対応。</li></ul>
<p>交通情報の考え方</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・主要な交通拠点から各方面への案内が必要。</li><li>・各エリアにおいて周辺を回遊するニーズに対応できる案内が必要。</li><li>・複数の運行主体による鉄道、バスの乗継に対する案内が必要。</li></ul>	
<p>交通情報の集約・発信における課題</p> <ul style="list-style-type: none"><li>●行きたい場所や各エリアの周遊に関する交通に対し、複数の運行主体による交通機関の乗継を含む情報を調べることができる、外国語対応のサービス提供を推進する。</li><li>●複数の運行主体による交通機関を1日乗車券等で乗り継ぐことができる周遊パスの実現化を図る。</li><li>●経路検索と合わせ、予約、決済も可能なサービスの導入を進める。</li></ul>	

# 第3章 交通事業者と連携した旅行者へのレスポンスブルーツーリズムの啓発体制の整備にかかる調査

## 能登地域で取り組む意義

・自然と調和した暮らしがあり、地域固有の知を活用し、生物多様性の保全と資源の持続可能な利活用を行ってきた能登を知り、訪れ、体感することは、旅行先の地域文化・環境保全と観光業を両立させる「レスポンスブルーツーリズム」に通じる。

## 役割の整理



## 啓発内容の検討

- ・能登地域においては、「能登の里山里海」が世界農業遺産として認められている。能登の里山里海を形づくる伝統的な農林漁法、伝統技術、農村文化や景観、生物多様性などの構成要素は、能登の人たちの暮らしを中心として循環している。
- ・育まれてきた能登の暮らしを守り、次世代へつなぐため、能登地域の住民が愛着を持っていることを旅行者へ共有することが重要である。

## 啓発方法

旅行者に伝えたいメッセージ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・能登地域のありたい姿</li> <li>・旅行者が念頭においてほしいこと</li> <li>・望まれる振る舞い</li> </ul>
設置場所案	<ul style="list-style-type: none"> <li>①認知や旅先検討時 <ul style="list-style-type: none"> <li>・能登半島広域観光協会英文サイト</li> </ul> </li> <li>①到着時 <ul style="list-style-type: none"> <li>・能登空港 ・金沢駅</li> </ul> </li> <li>②移動時 <ul style="list-style-type: none"> <li>・JR七尾線及びのりと鉄道の駅や車両内</li> <li>・高速バス内(輪島特急線)</li> <li>・タクシーやハイヤー(配布)</li> </ul> </li> <li>③目的地や休憩箇所 <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光施設等 ・道の駅等</li> </ul> </li> <li>④宿泊施設</li> </ul>
周知方法案	能登半島広域観光協会HPからの周知やダウンロード

旅行者へ共有したいポイント(例)
能登に息づく多様な生物を見守る。
豊富な海の幸、山の幸を楽しむ。
能登の自然と営みから受け継がれてきた工芸品に親しむ。
住民の暮らしを尊重し、生活に根付いた年中行事や祭礼神事に触れる。
多種多様な地形や風土を生かした里山里海景観を堪能する。
“能登”を体験し、“能登”を未来へつなぐ。

# 第4章 レスポンシブルツーリズムに資する サービス提供に向けた研修・実地指導

## 研修会の開催

・With/Afterコロナ時代の能登地域への誘客セミナーと題し、以下のとおり2回実施した。能登地域の観光関連事業者や観光団体や行政の観光部門担当者等を対象に、レスポンシブルツーリズムの意義の理解や取組のヒントとなることを図った。

### 第1回With/Afterコロナ時代の能登地域への誘客セミナー 「ポストコロナを見据えての能登観光 ～レスポンシブル・ツーリズムの推進～」

講師：(株)やまごころ 代表取締役 村山 慶輔氏

日時：令和3年10月1日(金)

場所：ふれあい文化センター／オンライン

参加者数：31名

内容：世界的な観光の動向や観光客のニーズの変化をふまえながら、能登でレスポンシブルツーリズムを推進するための方向性を示していただいた。



### 第2回With/Afterコロナ時代の能登地域への誘客セミナー 「ハワイにおける『新しい観光のあり方』」

講師：ハワイ州観光局日本支局長 ミツエ・ヴァーレイ氏

日時：令和3年10月27日(水)

場所：オンライン

参加者数：17名

内容：コロナ禍を経てニューノーマル時代の観光に向けて、地域住民と観光客が双方に満足度の高い状況を目指すハワイ州。地元住民、事業者、観光客が良好な関係性を築く取組をもとに、能登地域での実践の可能性についてお話いただいた。

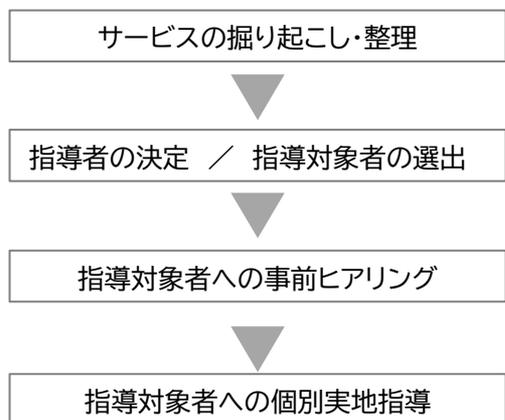


# 第4章 レスポンシブルツーリズムに資する サービス提供に向けた研修・実地指導

## 個別実地指導

・受入側の観光関連事業者が、地域の素材を活かし、地域へ貢献するサービスが提供できるよう、体験・宿泊や飲食・物販サービスを提供する事業者に対し、専門家が指導を行った。

### 【進め方】



### 【実施概要】

	体験・宿泊サービス提供事業者	飲食・物販サービス提供事業者
対象者 (各5者 計10者)	・輪島キリモト ・里山まるごとホテル ・ザアグリアンテーブル 合同会社（木ノ浦ビレッジ） ・能登セーリングアドベンチャー ・大野製炭工場	・松波酒造 ・まつお ・能登ふぐ事業協同組合 （すぎ省水産株式会社） ・のろし ・寺岡畜産
指導者	株式会社やまごころ 代表取締役 村山慶輔氏	イーティップ合同会社 代表 大井 清弘氏
実施方法	オンライン形式	現地もしくはオンライン形式
実施時期	2021年12月	2021年9月～12月

### ■考察

・実地指導を行った事業者は、レスポンシブルツーリズムという言葉自体への理解は浅いが、「能登地域に昔から受け継がれる魅力を守り・活用しながら共感してくれるファンをつくり、能登地域に愛着をもって訪れてくれる人をこれからの誘客につなげていく」という能登で推進していくレスポンシブルツーリズムの内容を説明することで理解が促された。

・インバウンドの誘客については、将来的な可能性を感じているが実感は薄く、少しずつ受入体制を整えたいと考える事業者が多い。長期的なインバウンド対応と、国内旅行者への対応など短期的な戦略を両軸で検討していくことが求められる。

・商品造成の際、事業者が個々で取り組んでおり他者の視点を入れる機会が少ない。今後はマーケティングとブランディングの考え方により、能登半島広域観光協会を中心に広域で連携しながらターゲットに響くサステナブルな商品を造成しブラッシュアップする仕組みづくりを進めるのがよい。

# 第5章 レスポンシブルツーリズムに資する トライアルツアーの企画及び実施

・能登地域がターゲットとする市場を取り扱うランドオペレーターを招請し、受入環境と提供サービスを評価・検証した。今後の実践的な誘客につなげる。

日程：令和3年11月18日(木)、19日(金)、20日(土) 2泊3日

被招聘者：2者

- ・EXO Travel Japan/Hilary Nisbet (ヒラリー ニスベット)氏
- ・DESTINATION ASIA JAPAN/渋谷 武明氏

行程：

DAY 1 11月18日(木)	のと里山空港→里山まるごとホテル(昼食)→仁行和紙→大崎漆器店→白米千枚田→塩の駅 輪島塩→曾々木海岸→木ノ浦ビレッジ(宿泊)
DAY 2 11月19日(金)	木ノ浦海岸ウォーキング→大野製炭工場→能登燃焼器工業→松波酒造→アトリエ桃花林→松乃碧(宿泊)
DAY 3 11月20日(土)	能登島サイクリング→牡蠣棚見学→villa della pace(昼食)→妙成寺→金沢駅



## ■考察

- ・レスポンシブルツーリズムの観点からの評価をいただきたく実施したツアーであったが、全体をつなぐストーリーが不十分であり、1つ1つの視察先のつながりを実感しづかった。能登全体でどのようなことを伝えたいのかというストーリーからブランディングしていく必要がある。
- ・受入れ側のレスポンシブルツーリズムへの理解が十分ではないため、コンテンツの価値を十分に伝えることが難しかったため、受入れ側の理解の促進も引き続き行う必要がある。
- ・伝統のある技法や地域の歴史など、専門性が高いことや高度な内容のコンテンツも多く、それらを十分に伝えるためには、能登地域に精通したガイドを育てていくことが必須になる。単なる説明員ではなく、語学力はもちろん、柔軟さや知識、コーディネート力を持ち、地域を通してお客様とコミュニケーションができるようなレベルが求められる。
- ・コンテンツを持つ事業者と共に、広域でインタープリターとしてガイドができる人材の組織づくりが必要。
- ・アンケートから、個別の視察先の満足度は高く今後ツアーに組み込む可能性もあるとの評価をいただいた一方、能登地域全体でのつながりを示すストーリーを作り、全体のコンセプトを練り上げる工夫が求められる。

# 第6章 検討会

	議事内容	議事要旨
第1回検討会 8月10日(火)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○「能登地域における交通事業者と連携したレスポンスブルツーリズム推進に関する調査・実証事業」について</li> <li>○今後のスケジュールについて</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・石川県は「認知度の向上」、「具体的な誘客促進」、「受入環境整備」に取り組んできており、引き続きインバウンドが到来するチャンスにつなげたい。</li> <li>・レスポンスブルツーリズムの事例を紹介するとともに、推進は難しいことではなく、需要を喚起し続け、ファンをつくるのが大切である。</li> <li>・イギリスとフランスへのメディアと旅行会社へ市場調査をかけることで、能登のコンテンツの興味を持ってもらえるかを明らかにしていく予定である。</li> </ul>
勉強会 9月29日(水)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○能登におけるレスポンスブルツーリズムの可能性               <ul style="list-style-type: none"> <li>・第1回検討会后アンケートの回答結果による振り返り</li> <li>・能登への誘客ターゲット等について</li> </ul> </li> <li>○インバウンド往来再開後を見据えた周遊促進を図るための面的整備と啓発               <ul style="list-style-type: none"> <li>・訪日外国人に対する交通情報の集約・発信について</li> <li>・交通事業者と連携したレスポンスブルツーリズムの啓発について</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市場調査実施結果より、能登での認知度の向上を図る必要性が明らかになり、今後広域で取り組む体制を構築するのがよい。</li> <li>・レスポンスブルツーリズムの啓発について、インバウンド向けに発信するが、目指す方向性は日本人でも同様である。</li> <li>・MaaSの基盤を整備していくことが非常に重要である。</li> </ul>
第2回検討会 2月2日(水)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○「能登地域における交通事業者と連携したレスポンスブルツーリズム推進に関する調査・実証事業」の報告</li> <li>○今後の戦略について</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・能登地域の受入れ側の理解や体制を強化する必要があり、情報発信や広域での取組体制を構築することが必要である。</li> </ul>

# 第7章 戦略の策定

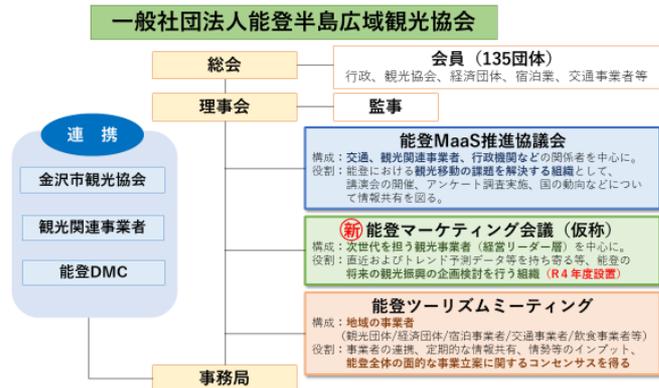
## 本事業から明らかになった課題と方向性

	課題		方向性	
事業1 ターゲット 市場調査	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 取組や背景を伝える情報発信</li> <li>■ 多言語対応・ガイドの育成</li> <li>■ レスポンシブルなコンテンツ磨き上げとストーリーづくり</li> </ul>	●	<b>コンテンツ強化 &amp; 価値づけ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・能登地域固有の資源の持続可能な保全活用 → 旅行者の期待を裏切らないストーリー体験</li> <li>・インタプリターとなるガイドの育成 → 能登の価値を正しくわかりやすく伝える</li> <li>・国際基準に則った統一的な取組 → 環境やコミュニティへの積極的な関与</li> <li>・受け入れ容量に応じた持続可能な経営 → 消費単価の向上(ふさわしい価値の提供)</li> </ul>	住民 事業者 行政
事業2 交通連携 旅行者 啓発	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 複数の運行主体の乗継を含む情報提供／外国語対応／周遊パス</li> <li>■ 経路検索、予約、決済可能なサービス</li> <li>■ 旅行者へのレスポンシブル価値観の共有</li> </ul>	●	<b>「能登」 「NOTO」の ブランディング</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・一つのデスティネーションとしての認知獲得(流通&amp;プロモーション) → WEB発信、旅行社やメディアとの関係構築</li> <li>・レスポンシブル、サステナブルなイメージの認知獲得 → 統一された訴求</li> </ul>	事業者 行政
事業3 研修 実地指導	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 地域におけるレスポンシブルへの理解と受け入れ体制強化</li> <li>■ 能登地域全体の中での自社事業のブランディング</li> </ul>	●	<b>4市5町の連携 強化 &amp; 広域連携</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・一つの周遊エリアや広域での多彩な連携を可能に → アドベンチャー、サステナブル、ウェルネスなどのトレンドへ対応</li> <li>→ 各地の個性を生かした多彩なルート設定で滞在時間・日数を長期化 → 相乗効果</li> <li>・公共交通の利便性と情報提供 → 能登MaaS</li> <li>・マーケティングデータや戦略の共有 → 連携による効率化と予測対応の高速化</li> </ul>	事業者 行政
事業4 トライアル ツアー	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ レスポンシブルツーリズムのストーリー強化と受入側のコンテンツ磨き上げ</li> <li>■ 能登地域に精通したガイドの育成</li> <li>■ 能登全体での魅力を伝える工夫</li> </ul>	●	<b>住民・事業者・ 行政の合意形成と一体的な 取組強化</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・住民、事業者、旅行者へのレスポンシブルツーリズム啓発 → 価値の再認識&amp;満足度向上へ</li> <li>・世界農業遺産を主体的にマネジメント → 能登の魅力をさらに向上し持続可能な地域へ</li> </ul>	住民 事業者 行政

# 第7章 戦略の策定

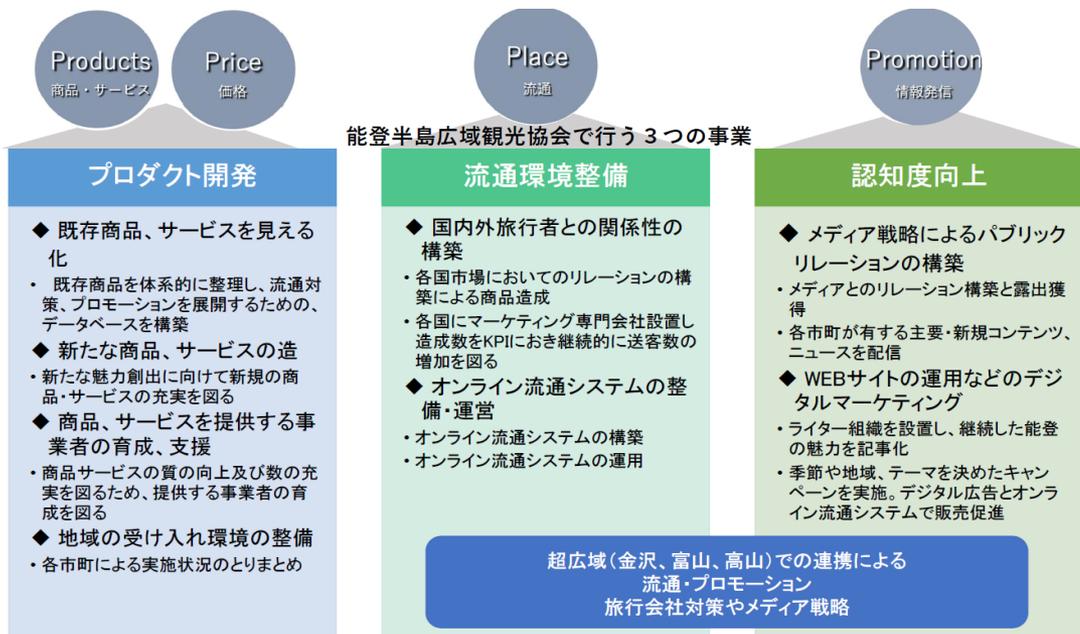
## 組織体制

・能登半島広域観光協会は、右の通りの組織体制で、能登広域のステークホルダーと合意形成しながら、事業を推進する。



## 推進事業

・能登半島広域観光協会の行う事業スキームは以下の通りである。



## 成果の見通し

・2025年に訪日旅行者3,000万人超の見通し、2030年には訪日旅行者6,000万人を政府が目標としていることから、海外や瀬戸内の事例から成果を見通した。令和7年に、能登エリアで8.3万人の訪日旅行者を見込む。

