令和３年度地域の観光コンテンツを活用したアドベンチャーツーリズムのモデルツアー造成等事業

「金沢能登広域の文化と自然をつなぐ富裕層アドベンチャーツーリズム造成事業」

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
（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．コンテンツ造成（開発・磨き上げ） ---------- P. 7
３．モデルツアー造成 ---------- P. 8
４．モニターツアーの実施 ---------- P.10
５．ターゲットの市場及び商品流通調査 ---------- P.14
６．ガイドの育成 ---------- P.16
７．デジタル活用策及び販路の検討 ---------- P.17
８．有識者を含めた検討会の開催 ---------- P.18
９．モデルツアーの取りまとめ ---------- P.19
１０．事業総括 ---------- P.20

1．事業の目的・実施概要

■事業の目的

- **アドベンチャーツーリズムを通じて、金沢市と能登地域が広域デスティネーションとして連携し、欧米豪の富裕層市場に向けた新しいモデルツアーを造成し、将来的な商品開発や販路形成に向けた体制を構築することを目的に実施した。**

本事業で達成したいアドベンチャーツーリズムのイメージ

自然

・石川県の海岸線は延長約584km
・荒々しい外浦エリア
・静穏な内浦エリア
・能登の里山の棚田景観
・金沢のまちなかに張り巡らされた豊かな用水　など

異文化

・アニミズム由来の奇祭
・江戸時代からいまも続く伝統工芸・芸能、生活様式
・ユニークで豊かな山海の幸
・素朴な郷土料理
・洗練された食文化　など

アクティビティ

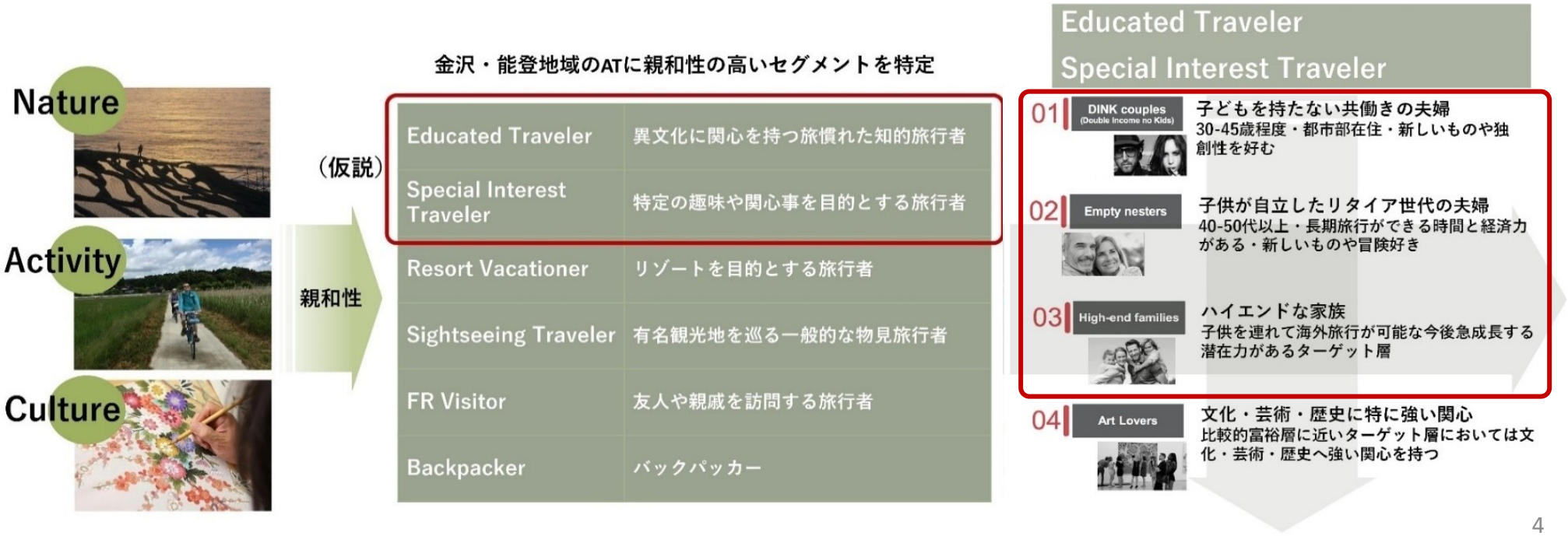
・里山里海/長距離短距離を柔軟に選択できるサイクリングルート
・トレッキング
・プレミアムな伝統芸能
・庭園鑑賞や体験　など

里山里海の豊かさと400年の歴史が息づくサムライ文化がつなぐ
ウェルビーイングな旅

1．事業の目的・実施概要

■ターゲットの設定

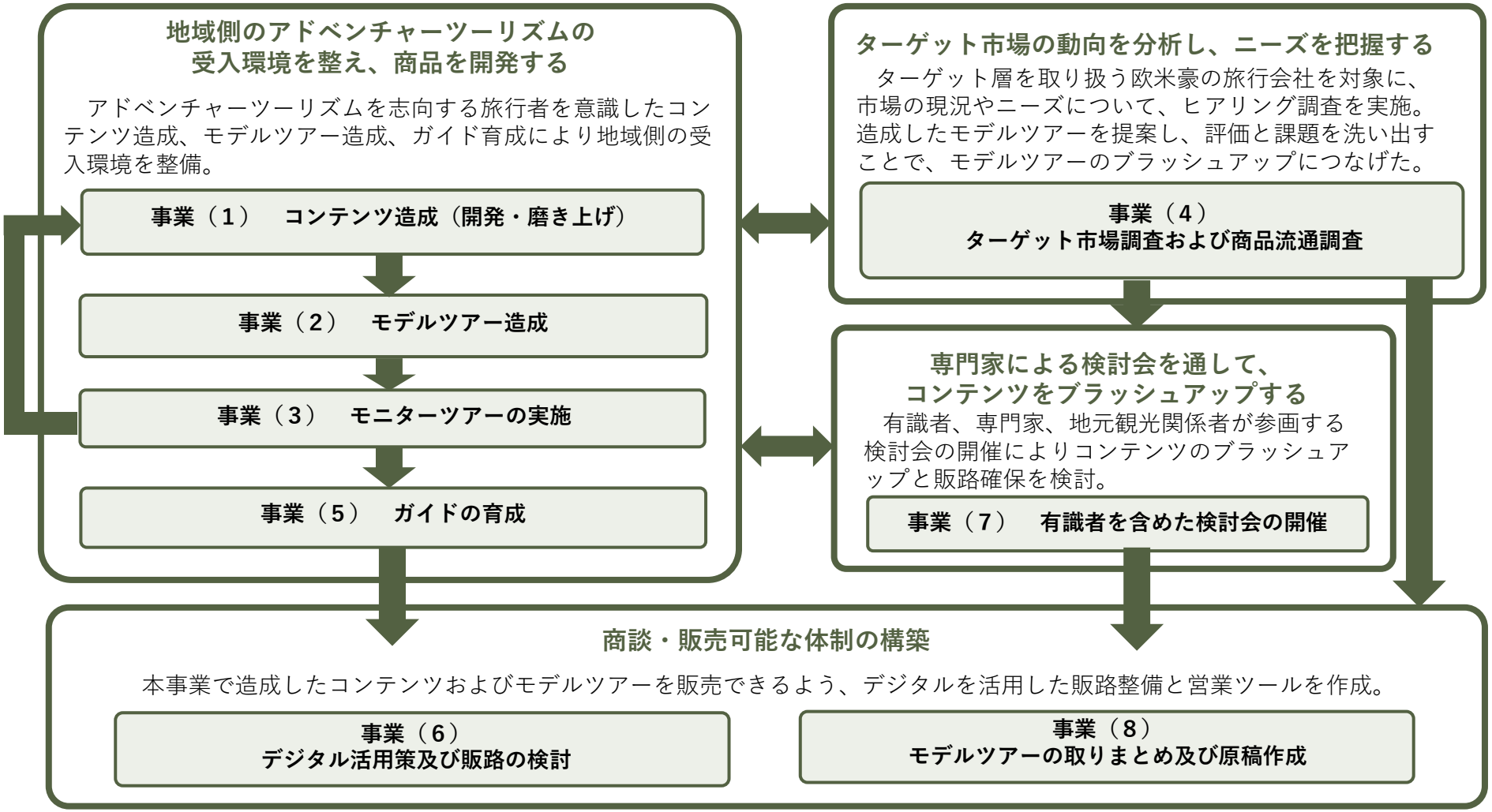
- 以下の特徴を持つ、欧米豪出身の高所得者層をターゲットとして設定した。
  - ・30代前後の共働きで子どもを持たない夫婦、30代～50代の高所得ファミリー、50代～60代の子どもが巣立ったリタイア夫婦等
  - ・テイラーメイド型旅行商品を好む。
  - ・１回の旅行で200万円以上を消費する。宿泊費は10万円／人泊程度をかける。
  - ・専門性の高いガイドを現地で雇い、専用車、ハイヤーで移動する。
  - ・特別感や、その土地ならではの自然や文化、アクティビティに触れるほんものの体験を重要視する。
- 左に示すセグメントと富裕層市場から具体的なペルソナを設定すると、モダンラグジュアリー志向の「子どもを持たない共働きの夫婦」、「子どもが自立したリタイア世代の夫婦」、「ハイエンドな家族」をターゲットと設定した。
- モダンラグジュアリー志向の価値観は、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。



1．事業の目的・実施概要

■実施概要

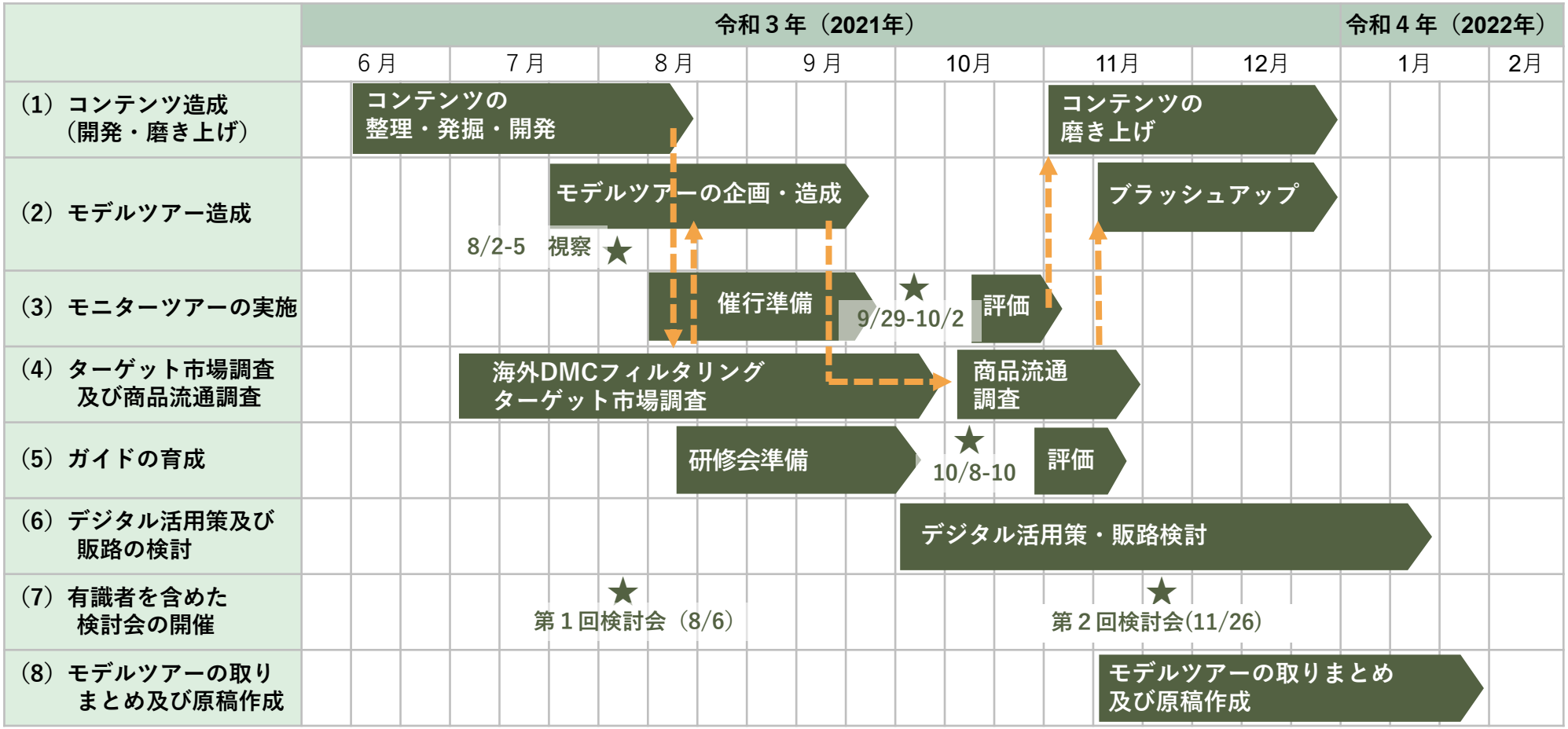
- **下のフローに基づき、事業を実施した。**



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．コンテンツ造成（開発・磨き上げ）

- **地元観光事業者と連携し、地域の独自性を生かした体験価値創造のためのコンテンツとして、新規コンテンツおよび既存コンテンツをブラッシュアップした。**
- **コンテンツについてはモデルツアーでの評価をフィードバックしつつ、市場ニーズと地域DMCが無理なく提供できる価格設定を探った。**

代表的な造成コンテンツ

■兼六園散策＋昼食プラン

兼六園を特別ガイドと散策。代々引き継がれてきた造園技術や兼六園の中で育まれる生物多様性などについて別の視点も入れてガイド。その後、玉泉邸又は見城亭でミニチュア枯山水キットを使って参加者自らが庭をデザイン。その後、金沢ならではの海の幸・山の幸の食材を使った料理を堪能する。

■和菓子作り体験+茶室での本格茶道体験

日本三大和菓子処でもある金沢。季節それぞれに合った和菓子作り体験を金沢市立中村記念美術館付属旧中村邸にて行う。その後、茶室「耕雲庵」にて茶の先生に点てていただいたお茶と共にいただく。

■曽々木里海ウォーキングツアー

伝統的な海岸沿いの町、曽々木集落。人の営みと共にある里海と荒波が作り出した断崖の海岸を歩いた後、奇岩が並ぶ千体地蔵まで山道をハイキング。展望台は山から張出しており、眼下に曽々木の町並みと奇岩の海岸が一望でき圧巻。

■お茶炭とクヌギ林の再生　大野製炭工場見学

石川県で唯一の専業炭焼き工場、大野製炭工場の代表者である大野氏から炭焼きとクヌギの植林の説明を受けた後、美しい菊炭で沸かしたエスプレッソを、地元の塩のジェラートにかけてアフォガートにして味わう。

3．モデルツアー造成

- **金沢in能登outの３泊４日のモデルツアーを造成した。トラベルデザイナーによる下見では、金沢で本物に触れたあとに能登の自然に続くと、金沢で体験したことや感じたことなどが、能登へ来てからゆっくりと内面で浄化される感覚になり、本物の良さをしみじみと感じることができるとの評価を頂いた。武家文化から自然への移り変わりは心情の変化とともに旅での内面の成長や気づきを促すことができ、アドベンチャーツーリズムの主旨に沿うものとなった。**

金沢能登アドベンチャーツーリズム　モデルツアー

	行程	所要時間	ガイド	観光ポイント	食事	宿泊
Day 1	**金沢武家文化にふれる旅**					
10:30	ガイドお客様をお迎え、ミート後専用車へ		○		朝× 昼○ 夜○	
	庭園専門家による兼六園散策 ＋昼食プラン（玉泉邸）	3h	○	兼六園の美しさを庭園専門家の案内付きで巡る。ミニチュア枯山水キットづくりの後、玉泉邸で金沢ならではの食材を使用した昼食。		
16:00	大樋美術館と呈茶	1h	○	大樋焼350年からなる歴史と加賀金沢の茶道文化を知る美術館、歴代の大樋焼でいただく抹茶は特別な時間となる。		
	ホテルへ（ショートブレイク）					ハイアットセントリック金沢 （1 King Bed Premium or same class）
	夜の鈴木大拙館	1h		ライトアップされた夜の館内で、「思索の時間」を体験いただく。理解を深めるため学芸員が案内。		
	日本料理銭屋にて夕食	2h		記憶に残るお料理をお楽しみいただく。		
Day 2	**金沢武家文化にふれる旅／能登里山里海、自然を感じる旅**					
午前	加賀友禅の毎田染画工芸工房見学	1.5h	○	色彩の艶やかさが特徴の加賀友禅は江戸時代から受け継がれている伝統工芸品。加賀友禅の職人の講話と工房見学。	朝○ 昼○ 夜○	
	金沢⇒能登島へ （千里浜なぎさドライブウェイ経由）	2.5h	○			
午後	能登島サイクリング（昼食付）	4h	○	里山里海を自転車で巡る、人々の暮らしを感じるツアー （雨天バックアッププラン：ガラス作家工房見学など）		
	宿泊先へ	0.5h	○			加賀屋別邸松乃碧 （和洋室）

3．モデルツアー造成

行程	所要時間	ガイド	観光ポイント	食事	宿泊
Day 3 能登里山里海、自然を感じる旅					
移動		○			
能登仁形和紙体験	1.5h	○	工房の周りに咲いている野草や野花を摘み、それらを散りばめたオリジナルデザインの和紙作り体験は、自然とともに人が生きていることを実感できる。		
里山まるごとホテルにて昼食	1.5h	○	地産地消能登の素晴らしい原風景とともに。	朝○ 昼○ 夜○	
白米千枚田とせっぷんトンネル（散策のみ）	0.5h	○			
禄剛崎と岬遊歩道ハイキング	2.5h	○	美しい海岸線をゆっくりと楽しみながらハイキング（雨天バックアッププラン、珠洲焼工房見学など）		
宿泊先へ					百楽荘（Suite Room type）
Day4 能登里山里海、自然を感じる旅					
九十九湾遊歩道ウォーキング（能登海洋センターまで）	1.5h	○	海の上を歩いているような散歩道をお楽しみください。		
大野製炭工場	1.5h		菊炭の美しさと歴史を学び、地元スイーツを味わう。	朝○ 昼○ 夜×	
農村宿大坊にて昼食	1.5h	○	古民家レストランで地元の食材を使った美食イタリアンを。		
アトリエ桃花林	2h	○	書は心の画である、言葉は心の声である。海を望むアトリエで心の声を書にする体験。		
能登空港へ					

4．モニターツアーの実施

- **ターゲットである欧米豪の富裕層を顧客にもつ国内DMCの4者を招聘し、3泊4日でモニターツアーを実施し、評価のアンケートを実施した。**

実施概要

日時	2021年９月29日（水）～10月２日（土）
被招聘者	Ayabex　植田めぐみ氏 BOUTIQUE JTB　井上遥氏 Windows to Japan　チャーチ ニール氏 Exo travel　Claire Anais Ettori氏

モニターツアー旅程

ＤＡＹ１）　9月29日（水）　Kanazawa

8:40 ホテル出発（ハイアットセントリック金沢）⇒ 9:00 **庭園専門家と巡る兼六園**（金沢神社）⇒ 10:30 **毎田染画工芸工房視察** ⇒ 11:30 **玉泉邸にて昼食とミニチュア庭園作り体験** ⇒ 13:20 杉田工房見学 ⇒ 15:00 **旧中村邸和菓子作りと茶室「耕雲庵」でのお抹茶体験** ⇒17:30 日本料理銭屋にて夕食 ⇒ 20:00頃 ホテル着（ハイアットセントリック金沢）

ＤＡＹ２）　9月30日（木）　Kanazawa　⇒　NOTO PENINSULA

8:50 ホテル出発⇒ 9:20 **学芸員の解説による鈴木大拙館** ⇒ 10:30 能登島へ出発（1.5H） ⇒ 12:00 加賀屋別邸松乃碧インスペクション ⇒ 13:00 昼食と**能登島サイクリング体験**（1.5H） ⇒16:30 旅館着（能登九十九湾百楽荘）

ＤＡＹ３）　10月1日（金）　NOTO PENINSULA

8:15 旅館出発⇒ 8:30 **九十九湾遊歩道散歩**（1H） ⇒ 9:45 **アトリエ桃花林 （体験）** ⇒ 11:45 農村宿大坊（昼食） ⇒ 13:30 **大野製炭工場訪問** ⇒ 15:00 **禄剛崎と岬遊歩道ウォーキング**(2.5H) ⇒ 17:30 輪島へ移動 ⇒ 18:30 旅館着（ショートブレイク）⇒ 19:30 L'Atelier De Noto にて夕食 ⇒ 21:30頃 旅館着（漆の宿 お宿たなか）

ＤＡＹ４）　10月2日（土）　NOTO PENINSULA ⇒ TOKYO or OSAKA

8:30 旅館出発 ⇒ 8:50 白米千枚田⇒ 9:15 **曽々木海岸ウォーキング**（窓岩、せっぷんトンネル、岩倉山登山口案内）（1.5H） ⇒ 11:00 能登の庄インスペクション ⇒ 12:00 **里山まるごとホテル**（昼食）、一棟貸し中右衛門見学 ⇒13:45 **能登仁行和紙工房（体験）** ⇒ 15:50 能登空港 ⇒ 16:55発 ANA750 羽田行き （⇒ 大阪方面からの参加者は能登空港から金沢まで専用車にて送迎、18:30以降発のサンダーバードにて金沢駅より帰路へ）

4．モニターツアーの実施

毎田染画工芸

鈴木大拙館

アトリエ桃花林

曽々木海岸ウォーキング

玉泉園

能登島サイクリング

大野製炭工場

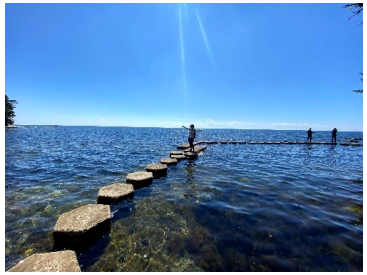
曽々木海岸ウォーキング

茶室「耕雲庵」

能登島サイクリング

里山まるごとホテル

日本料理　銭屋


九十九湾遊歩道

岬遊歩道

能登仁行和紙体験

4．モニターツアーの実施

- **地元の人やスペシャリストとの交流や、ローカルな自然や文化を特別感をもって提供する仕立てに「感動」や「忘れられない経験」になったとの感想であった。 4者とも「大変満足」との回答であり、商品としてセールスできる手応えを得た。**

＜大変満足＞
- 今回の視察は本当に素晴らしい体験ばかりでした。**金沢では入念に事前準備して頂き、コンテンツ自体が「特別感」を演出されている点、金沢で一流の人々から受けた「想い・信念」を感じました。**やはりただ観光だけでなく、文化・体験をしっかり耳で聞き、目で見ることから得る事は非常に多いと思いますし、その点では**特に富裕層への通訳ガイドの役割はさらに重要になってくると思います。**一流の人が語る想いや信念を、多言語でどのように伝えるか、まずはガイドさん自身が精通した人である必要もある。なかなかハードルは高い事と思いますが、金沢の文化伝統・芸術性がより世界へ広がるきっかけになるのではないかと思います。
SDGsの視点から考えると、ハイアットさんは一歩先に進んでおられるように感じましたが、自分が前泊で使用したホテルとの大きな差を感じました（前泊ホテルは特にプラスチックの多さが目立った。）。同じ地域でも差があると残念に思いますので、地域全体で取り組みをされるとよいのではないかと思います。

- 能登半島は今回初めてでしたが、**想像以上によかったです。**昔ながらの里山の風景・文化風習が色濃く残り、特に秋のシーズンで祭りの準備をされていたりする様子に自分の幼少時代を思い出しました。確かに自然の壮大さという点では、他に北海道や東北などの方が目立つかもしれませんが、**金沢との関係性・関連性を感じながら文化風習と自然・食を総合的に楽しみながらアクティビティするには一番のデスティネーションと考えます。**特にラグジュアリー対応可能な宿泊施設があったり、現地でのサポート体制もあることから造成もしやすそうに感じました。**能登のようなローカルでは地域の人々のふれあいが大きな特長になる点ではガイドをしてくれた地元の方が大きな武器になる**一方、今後インバウンドが復活した際には**サービスキャパシティの問題があるかもしれません**ので、今後数年に渡りローカルの方を多く育てて頂けるとデスティネーションとしても大成すると思います。

＜大変満足＞
- 今回の視察ではただ観光地を巡るだけでなく、**地元の色々な方、またその道のスペシャリストの方にお会いしお話を伺う機会が多く、心に残る体験の連続**でした。富裕層向けのツアーをつくる際に**ストーリー性とその土地の人との出会いや交流は欠かせないものと思います。**その土地のいろいろな人の人生に触れ、自然・歴史とのつながりを存分に感じられた旅となりました。「食」についても大事なポイントとなるお客様が多いですが、今回は**食事についても厳選されたコンテンツで感動する食体験ばかりでした。**全体を通してストーリー性を持たせ、人・歴史・文化・自然・食を上手く組み合わせお客様のご要望に合わせて提案していきたいと思いました。

＜大変満足＞
- 宿泊先、ご飯、体験**すべてのクオリティが高い**です。
- お客様がよくやっているアクティビティより、**ローカルの方々の生活のことをもっと知りたいですし、サステナビリティを段々重視しています**ので色々な人の素敵な話を聞いて、話して、**絶対に忘れられない経験になります。**

＜大変満足＞
- グルメ、体験、職人さん訪問もあり、**非常にバランスの良いコース。**特に、能登半島の穴場スポット等を見れたのが大きいです。本ツアーを通じて、**金沢に来るお客さんに能登を紹介する価値を確認できました。**

4．モニターツアーの実施

- **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。**

モニターツアー評価を受けてのブラッシュアップ

コンテンツ	評価や改善点	改善策	対応
兼六園散策＋昼食プラン	SDGsの観点から非常に面白く、日本庭園に興味がある旅行者にとっては専門家から話を聞けるのは非常に価値が高い。直接の英語説明と、内容を英語圏のクライアント向けに紹介できるガイドが必要とのこと。ミニチュア枯山水キットは、fun要素を求めるお客様にはぴったりだが、荷物になってしまう。	ストーリーのブラッシュアップを実施中。クライアントニーズに応じたカスタマイズも展開や専門性をもつガイド育成も予定。ミニチュア枯山水セットはオプションとして選べるようにする。	継続対応（一部対応済）
和菓子作り体験+茶室での本格茶道体験	ファミリー向けに良いという評価。自分で作った和菓子を茶道体験で頂けるという流れも満足度が高い。ただし、かなりの準備が必要なコンテンツになるので、キャンセルチャージを設定した方が良いとのアドバイスがあった。もう少しじっくり説明できる時間を設けた方が良いとの意見や、さらにブラッシュアップできればという評価もあり。	キャンセルチャージについては対応済。自分で作った和菓子を茶室に運ぶプロセス等スムーズな流れや時間の配分などの工夫は対応。	対応済
曽々木里海ウォーキングツアー	日本海を眺めながら歩くコースは最高。能登ならではの光景で、山と海、両方素晴らしい景色を楽しめると評価は高かった。ガイドをつけて、いかにストーリー性を掘り出すかは要検討。	専門性をもったガイドの育成を行う。また天候に合わせたカスタマイズやオプションを検討。	継続対応
お茶炭とクヌギ林の再生大野製炭工場見学	全体として大野さんのパッションストーリーや品質へのこだわりなど共感を得られ、職人のストーリーとスキルの価値観が非常にわかりやすいと満足度が高かった。金沢での茶道体験ともリンクする。山でのコーヒー体験も絶対に喜ばれるが、火のついている炭を見える形にするなど、細部でのブラッシュアップが必要。	炭焼工場での完成したお茶炭の展示や説明パネル等は対応済で、よりわかりやすさが増した。コーヒー体験や間のとり方の工夫も改善予定。	対応済

5．ターゲットの市場及び商品流通調査

- 市場調査にあたり、第一段階では、英・仏市場における金沢および能登への送客可能性のある旅行会社（ツアーオペレーター（TO））を英仏各10社以上をリストアップし、その上で第二段階では、アドベンチャーツーリズムのコンテンツの販売可能性について、コンテンツごとの評価とあわせてヒアリングを実施した。
- 最終的に英11社、仏12社に絞り込んだ。この23社に対して、金沢能登アドベンチャーツーリズムのコンテンツ評価や商品の販売意向についてヒアリングを行った。

英

■イギリス11社ヒアリングのまとめと今後の課題

- モデルツアーのコンセプト、アクティビティとも評価は概ね高く、ぜひおすすめしたいとの回答が多かった。パンデミック以降のトレンドとして田舎に行きたいというニーズがあることと、知られざる場所をプロモーションすることでオーバーツーリズムを解消したいという旅行会社の考えがうかがえた。旅程では、地元の人や農村のコミュニティや文化に浸ることを重視しており、旅程の自由時間を確保した方がよいという意見が多かった。「体験」ではなく「出会い」を体験として演出することが求められる。一方で、全体の価格が高いという意見が大半を占めており、価値の説明や説得力が必要である。これまであまり知られていなかった場所を巡るAdd-on（追加）旅程としての販売や、能登へのアクセスでのレンタカー利用、セルフガイドの提案もあった。ほとんどのコンテンツが、お客様に提供可能であり、英国市場では「庭園」「茶の湯」「クラフト」「自然とのエクササイズ」は概ね好評であった。

仏

■フランス12社ヒアリングのまとめと今後の課題

- イギリスと比べ、やや評価は厳しいが、提案の仕方として、金沢＋能登の行程の前後に東京を含むメジャーなデスティネーションも加えた「トータル日本旅行」のイメージで提案することで、より金沢＋能登の旅を売りやすくさせる必要があることがわかった。また4日間の短期滞在の行程を売るのであれば、MICE市場の可能性が大いにあるとのことであった。好評価の意見では、非定型のアクティビティがあり、没頭できる、非常に興味深く、文化、伝統、美食、ユニークな体験など、お客様が日本を訪れる際のニーズに総合的にマッチしている、他にはないユニークなアクティビティが魅力的である、ハイエンドの旅行者やこの地域で発見をしたい日本に情熱を持っているリピーターには適しているということであった。一方で、価格設定がフランス市場向けには非常に高額であることを指摘する意見は多い。また全体的にアクティビティが多いのでコンテンツの内容をフレキシブルに調整する必要がある。特に能登エリアがフランスでは知られておらずお客様に認知されていないことがネックとなっている。

5．ターゲットの市場及び商品流通調査

- **調査結果の総括と対応策を下に整理する。**
- **今後は、商品流通調査において反応のよかった英仏市場数社に対して、対応策を講じながら個別に関係性を築いていくこととする。**

商品流通調査結果の総括と活用策

重点項目	評価や改善点の整理	今後の対応策
提案する行程やコンテンツの工夫	全行程のどこに金沢・能登を組み込むと魅力的になるのか、前後の旅程アイデアとともに提案をしていく。英仏では旅のニーズ（時間配分等）が異なるが、好みのポイントを押さえていく必要がある。	英仏市場とも、ゴールデンルートと言われる主要都市＋知られざるデスティネーションをうまく行程に盛り込ませた日本の旅のデザインを見せていく。特に仏市場の旅行者向けへのカスタマイズも展開も検討する。
商品バリエーション展開	デスティネーションとして売っていく際には「ハイエンド」だけでなくミドルレンジや手頃なオプションを別途提示するなど、旅行会社がさまざまな顧客に対応できる見せ方も需要喚起のために必要である。	モデルルートは行程の組み方を具体化するために必要なツールであるが、ラグジュアリー層はカスタマイズする傾向にあることや、ミドルレンジ向けゲストのニーズへアプローチすることも想定し、それぞれのアクティビティをうまく組み合わせて顧客に展開できるバリエーションが必要である。
提案資料や海外旅行会社との体制づくり	英仏とも、個々のアクティビティの価格と価値、含まれるものの詳細について十分説明できる提案資料に改善する必要がある。	タリフだけでなく、旅行者がインスパイアされる写真やガイドやブティック系宿や移動の提案など、個々の旅行会社が活用できるセールス素材を充実する必要がある。また、特にニッチな商品では、デスティネーション・マーケティング活動の一貫として、旅行会社に知識をつけてもらうエデュケーションを引き続き実施。
ニーズを作り出すプロモーション	特に能登の認知度が低く、知られていないことが課題と感じている旅行会社が多い。ニーズを作り出すことが求められている。	金沢での主要コンテンツを訴求するとともに、旅行者が「能登にも行きたい」と思ってもらうために、プロモーションを中心としたマーケティング施策が必要となる。

6．ガイドの育成

- アドベンチャーツーリズムで訪問する旅行者の顧客満足度の向上のため、金沢市及び能登地域で活動する通訳案内士等を対象に、スーパーガイドとして活躍する外国人ガイド2名が講師となり、２泊３日の座学と実地研修を実施した。
- 参加者にはフィードバックのためのアンケートを実施し、研修の成果を確認できた。

日時	2021年10月8日（金） ～10月10日（日）
場所	１日目　　金沢市内 ２・３日目　能登地域
参加者	15名
実施概要	座学・実地研修・講評

講師

ピエトロ モスチェッティ氏（Pietrovito Moschetti）

イタリア出身。2005年に初来日。2012年より東京の主要ホテルにてコンシェルジュ、その後、EXOトラベルのプロダクトマネージャー。現在はフリーランス。外国人の視点でより深い日本を伝えることに情熱を注ぎ、対応力や柔軟性、伝える力を養うためのガイド育成業務を行う。英語、イタリア語、日本語に堪能。

アレキサンダー ジョエル ブラッドショー氏　（Alexander Joel Bradshaw）

昭和54（1979）年、イギリス シェフィールド生まれ。リーズ大学歴史学専攻。英会話教室ブラッドショー イングリッシュ スクールを設立。TEDxKagoshimaオーガナイザーの一員。現在は（株）島津興業 海外営業部長。観光コンサルティング会社 合同会社GOTOKUの代表も務めながらラグジュアリーツーリズムや観光業の人材育成にも携わる。

- 「外国人の視点」から見た日本を伝えるガイド力を養うことを目的に、言語能力だけでなく、お客様目線を想像して、地域の素材をどのように見せて伝えるとお客様が満足し喜んで頂けるかについて、深く学んだ。
- 座学では、国によるセールスプロセスの違い、DMCから見た旅行市場、ツーリズムにおけるプレイヤーなど市場全体の知識に加え、サステナブルツーリズム、レスポンシブルツーリズムの視点、富裕層ニーズ等を学ぶことで、お客様が求めるニーズが何かを探る手掛かりが得られた。
- ニーズや興味の対象に沿って、必要な情報や素材の魅力を伝えるには、高いスキルが求められる。ガイドにとって大事なストーリーテリングやフレキシビリティなどのスキルを学ぶことができた。研修した実地で参加者がガイドし、講師が改善のポイントを具体的に指摘する方式は、実践力の向上につながったと言える。
- 今後は、富裕層ニーズに応え、広域をカバーできるガイドのさらなる育成と、これまでと違った視点で見せるユニークなコンテンツについては、複数人のガイドを配置できる体制づくりも検討する必要がある

7．デジタル活用策及び販路の検討

■特別感のあるコンテンツやモデルツアーの販売体制

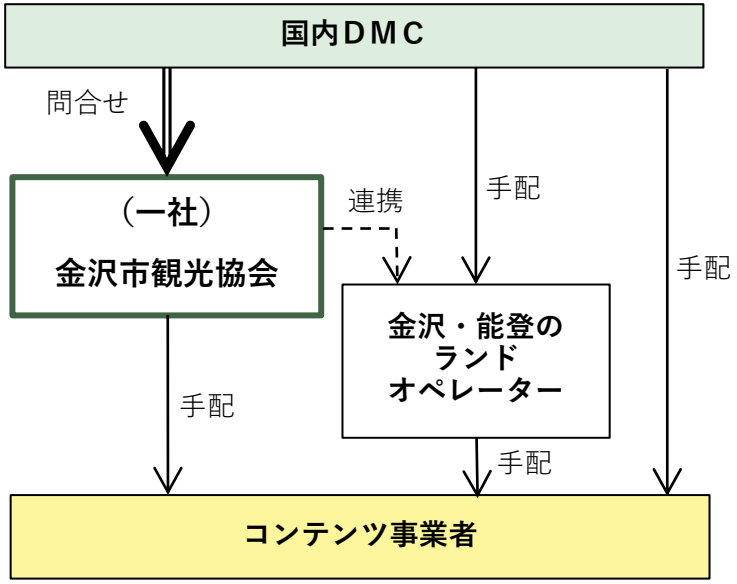
- ケース１）国内DMCから金沢市観光協会への問合せや依頼があった場合、いったん協会が窓口として受けたあと、１）金沢市内の特別なコンテンツは金沢市観光協会で手配、２）金沢エリアや能登エリアのランドオペレーターを紹介し手配、３）国内DMCが直接手配　以上の３種類で対応する。
- ケース２）海外AGTから金沢市観光協会への問合せや依頼は、招聘した国内DMCのうち最適な１社を紹介する。その上で、国内DMCがケース１と同様に手配する体制とする。

■web販売流通プラットフォーム

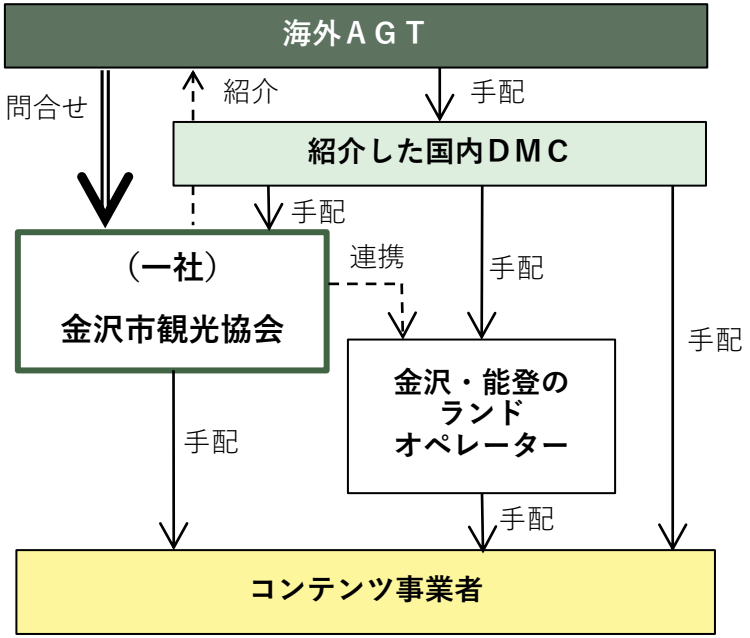
- なお、今回開発したモデルツアー商品は、金沢市観光協会が構築中の事業者向けサイトページに掲載を予定している。またBtoC販売が可能なコンテンツのみ、グローバルOTAの各社WEBサイトで販売する。

窓口・手配・販売体制（案）

＜国内DMCからの問合せ・手配依頼＞



＜海外AGTからの問合せ・手配依頼＞



8．有識者を含めた検討会の開催

第１回検討会

日時	2021年8月6日（金）14:00～16:00
場所	金沢市役所4階　会議室「兼六」 （ハイブリッド形式）
参加者	18名（弓削貴久（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、合同会社Tourism Exchange Japan、株式会社計画情報研究所（受託会社））
議事内容	１）コンテンツの造成について ２）ターゲットの市場及び商品流通調査について （STEP1　市場把握調査結果） ３）モデルツアー造成・モニターツアーについて ４）ガイド研修について ５）第２回検討会について
議事概要	• 8/2～8/5で実施したトラベルデザイナーとの下見視察での評価では、満足度はとても高かった。 • 英仏で可能性のある旅行会社のリストを選定できた。モデルツアーのアイテナリーを見せつつコンセプトや内容を細かく紹介してヒアリングしていく予定。 • ターゲットや価格帯について確認。 • モニターツアーは9月末～10月（3泊4日）に実施。 • ガイド研修を10/8～10/10に実施。金沢と能登で座学及びアウトサイドワークショップを行う。能登地域からも3～5名程度の参加を募る。

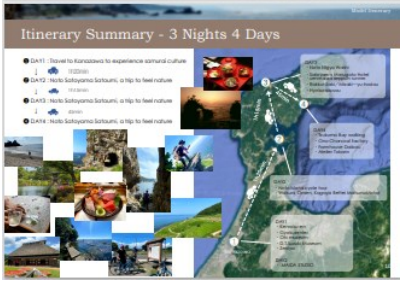
第２回検討会

日時	2021年11月26日（金）16:00～18:00
場所	金沢クラフトビジネス創造機構 レクチャールーム
参加者	13名（弓削貴久（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、合同会社Tourism Exchange Japan、株式会社計画情報研究所（受託会社））
議事内容	１）モニターツアーの結果報告 ２）モデルツアーについて ３）ガイド研修結果 ４）ターゲットの市場及び商品流通調査について ５）デジタル活用策及び販路の検討 ６）今後の予定
議事概要	• 欧米富裕層を顧客に持つDMC4社を招聘したモニターツアーの結果は大変好評だった。金沢と能登のコントラストがはっきりしており反応がよかった。 • ガイド研修ではアドバイスが具体的で学べることも多く、ガイド同士のつながりができたのもよかった。地元で説明できるガイドを絞り込みつつ複数人配置できる体制が必要。 • モデルツアーの販売はBtoBとなるため、英文のタリフやアイテナリーで発信する。WebでのBtoB販売ページとリンクさせる。

9．モデルツアーの取りまとめ

- モデルツアーのアイテナリーと、個別に販売可能な４つの商品を造成し、それぞれ日英のタリフを作成し、国内DMCへ情報提供した。

アイテナリー（抜粋）



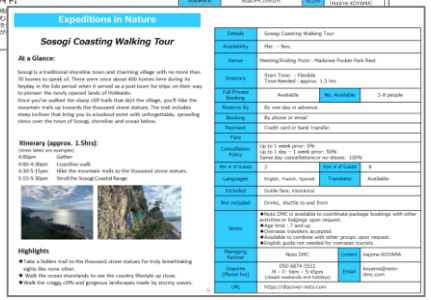
今回開発したコンテンツ商品

【ユニークな体験】
- ✓ ミシュラングリーンガイド☆☆☆兼六園散策＋昼食プラン
- ✓ お茶炭とクヌギ林の再生　大野製炭工場見学

【文化体験】
- ✓ 和菓子作り体験＋茶室での本格茶道体験

【自然のアクティビティ】
- ✓ 曽々木里海ウォーキングツアー

タリフ（一例）



１０．事業総括

■本事業の「期待する効果」の達成状況

	期待する効果	達成状況
コンテンツ造成数	0本→3本以上	4本
コンテンツ実施主体数	0団体→3団体	3団体
モデルツアー造成数	0本→1本以上	1本
販路商談成立数	0本→3本以上	3本
金沢市と能登地域が連携した 一括商品予約販売サイト	なし→販売スキーム構築	販売スキーム構築

■事業継続における課題整理

項目（課題名）	課題内容
１．運営体制	金沢市観光協会の窓口体制 海外AGTからの問い合わせに対して、国内DMCや地域の専門性を有する県内DMCとの連携強化。
２．販促	商品流通調査で反応のよかったイギリス、フランスの海外AGTとの、今後の関係性構築とセールス活動。 目に見える取引や売上実績につなげる。
３．PRツール	BtoBの情報提供。 ２で掲出した海外AGTや、国内DMCに対してタリフ提供以外に、東京－京都のゴールデンルートに対して、金沢能登へのアドオン企画やオプション提案、そのためのアイテナリー等、提供する情報内容や提供方法。
４．商品開発	各コンテンツを案内できる高いスキルを有する地元ガイドの育成。 言語対応だけでなく、金沢能登エリアの特徴や独自性を案内できる高い専門性をもった広域ガイドの育成。

１０．事業総括

■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）	活動内容・取組計画	実施予定期間
１．運営体制	ヒト：金沢市観光協会が中心となって運営 モノ：－ カネ：－ 情報：国内DMCや地域の専門性を有する県内DMCと情報交換	2022年5月～
２．販促	ヒト：金沢市観光協会が中心となり国内DMCの活用を促進 モノ：金沢市観光協会が運営する多言語サイト「Visit Kanazawa」を活用 カネ：金沢市観光協会の運営費（金沢市からの委託費含む） 国費による補助事業の活用 情報：海外AGTや国内DMCとの商談会や情報交換	2022年4月～
３．PRツール	ヒト：－ モノ：多言語サイト「Visit Kanazawa」を活用 カネ：－ 情報：webサイトだけではなく、海外AGTのニーズに応じて個別にセールスを展開	2022年5月～
４．商品開発	ヒト：地元ガイドの発掘、育成（高い専門性を有する広域ガイドの育成） モノ：コンテンツ発掘と磨き上げ カネ：国費による補助事業の活用など 情報：多言語サイト「Visit Kanazawa」による情報発信や、セミナー等での情報交換	2022年6月～

１０．事業総括

■総括

- アドベンチャーツーリズムをテーマとして、コンテンツを実施する事業者・地元ガイドとの協議やトラベルデザイナーの下見を通じて、金沢能登広域のコンテンツの開発・磨き上げを行った。モニターツアーで招聘した４社の評価はいずれも高いものであり、当初目標としていた新規の３コンテンツに対して、４コンテンツを造成することができた。また、既存コンテンツと有機的に組み合わせて、金沢と能登の魅力をストーリーとして味わえるモデルツアーを作ることができた。まずは今回招聘した国内DMCを通じて販路を形成していく。

- ガイド研修は、スーパーガイドとして活躍する外国人ガイド２名が講師となり、座学と実地研修を２泊３日で実施した。座学では「外国人の視点」から見た日本を伝えるガイド力、市場全体の知識、サステナブルツーリズム等の視点、多様なスキルを、実地研修では伝える内容や伝え方の改善ポイントを具体的に学ぶことができ、参加者には大変好評であった。各コンテンツを案内できる高いスキルを有する地元ガイドの育成は喫緊の課題である。金沢能登エリアの特徴や独自性を案内できる高い専門性をもった広域ガイドの育成について、引き続き重点的に取り組んでいく必要がある。

- ターゲットの市場及び商品流通調査では、今回造成したモデルツアーに関心をもつ具体的な英仏の海外AGTが判明したことは成果であった。また同時にいくつかの課題も明確になった。日本国内を巡るメジャールートにうまく行程を組み込んだ旅のデザインを見せていくこと、必ずしもハイエンドだけでなくミドルレンジ向けへのバリエーション展開、そのための写真を含むセールス素材の提供等は、海外旅行会社が顧客に対してアプローチしやすい環境を作っていくために重要である。あわせて金沢と能登の認知度を上げていくプロモーション活動の必要性も再認識された。今後は、商品流通調査で反応のよかった英仏の海外AGTとの関係性構築とセールス活動を通じて、目に見える取引や売上実績につなげていく必要がある。