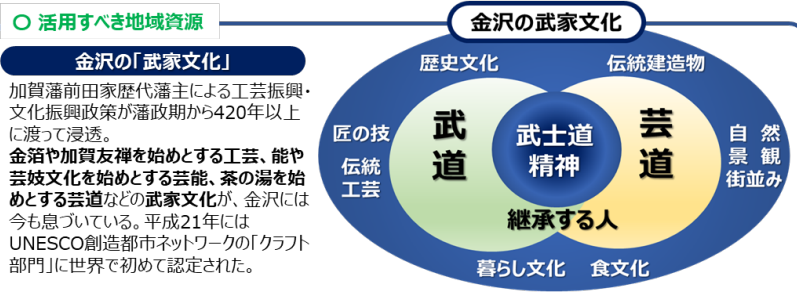


概要版

○ 取組の概要

当事業では、「金沢の武家文化」を核として、武道と芸道、その両道の根底に流れる「武士道」の精神を活用し、それらを受け継ぎ、継承してきた人々と来訪者を繋いで、金沢を「日本の本物がある特別な場所」として「日本の旅の目的地」となるコンテンツの造成に努めます。



**金沢の「武家文化」**  
加賀藩前田家歴代藩主による工芸振興・文化振興政策が藩政期から420年以上に渡って浸透。  
金箔や加賀友禅を始めとする工芸、能や芸妓文化を始めとする芸能、茶の湯を始めとする芸道などの武家文化が、金沢には今も息づいている。平成21年にはUNESCO創造都市ネットワークの「クラフト部門」に世界で初めて認定された。

**武士道の伝統に由来する「武道」**  
「武道」は武士道の伝統に由来するものであり、心技体を一体として鍛え、人格を磨き、道徳心を高め、礼節を尊重する態度を養う、人間形成の道と定義される。当事業では、加賀藩縁ある弓道と、武士の変遷にも関わる剣道を活用し、コンテンツ造成を行う。

**武士の嗜み「芸道」**  
武士の嗜みのひとつ「茶道」。加賀藩では、特に、茶の湯文化が奨励され、武士から始まったその文化は、職人や町人まで幅広い層に広がった。茶の湯の所作は弓道や剣道など武道の所作ともつながりがある。

○ 取り組みたい現状の課題

**金沢市のインバウンド** コロナ禍以前 年々増加傾向  
2019年・訪日外国人61.3万人 / 国籍別傾向・欧米豪が3割 (金沢市推進の欧米豪に向けての重点的プロモーション効果)

観光庁「訪日外国人消費動向調査 2019年(年間の推計)」  
石川県訪問率2.01%(全国18位)  
1人/カド消費額23,439円(全国41位)

<課題> 一人当たりの「地域消費額」を上げる必要がある

**金沢市の国内旅行**  
金沢市経済局観光政策課2020年2月「金沢市観光調査結果報告書」  
来訪者の世代・20代から60代まで偏りが無い  
出発地・「関東圏」が半数 (交通手段は「新幹線」経由が40%超)  
満足度・全体の90%以上「満足」、再来訪意向も高い。  
「景観・街並み」「食」「風情・雰囲気」「史跡・名所・施設」への好意的な意見が多い。

<金沢で特に不満だったこと>  
「混雑具合 (8.6%)」  
今回初めてトップ。  
今後、入込客数が増加していくと、土日祝日は、有名な場所に人が集中し、混雑による不満はさらに高まる可能性がある。

<課題> 混雑を増悪しない、平日来訪可能なターゲット層へのアプローチ

**課題解決に向けて**

- ①「混雑」を増長せず、一人当たりの地域消費額を高められる、少人数・高付加価値コンテンツの創出
- ②平日の誘客に繋がる、訪日外国人観光客の誘客への取り組み
- ③国内旅行における、平日来訪に繋げる「学び旅」への取り組み【教育旅行】 / 【大人の学び旅】

**課題解決に向けたターゲット層**

- ①主に欧米豪のモダンラグジュアリー層○世代:20~30代のミレニアル世代が中心○旅へのニーズ:本物の体験、一生に一度の体験、エコツーリズム、ボノーツーリズム、サステイナビリティ
- ②武道を目的に訪日するコア層、日本の文化・歴史等があるライト層
- ③SBNR (Spiritual But Not Religious) 無宗教型スピリチュアル層
- ④アクティブシニア層(65~75歳のアクティブに活動するシニア)・主に「弓道」を訴求 ⑤教育旅行

○ 取組の概要

取り組み項目	内容
①コンテンツ造成 契約締結・事業開始～ 11月上旬	・当事業メンバーとなる専門家、各種団体、事業者と共に、コンテンツ造成に取り組む。 ・国内DMCとのFAMTripを通して、磨き上げを行う。
②地域住民「武道ツーリズム」機運醸成勉強会 10月上旬～中旬	・金沢武道ツーリズム実施に向けた、受け地となる地域住民の機運醸成を図るため、オンラインとオフラインのハイブリッド型による勉強会を実施。 ・地域住民に興味を持っていただき、勉強会受講者から、新たなガイド候補へと誘導。 開催：1回
③コンテンツ磨き上げ【国内DMC・FAMTrip】 10月中旬～下旬	・国内旅行2社、訪日外国人旅行2社程度予定。 ・FAMツアー内で、意見交換会を行い、コンテンツブラッシュアップにつなげる。 ・終了後、アンケートにより顧客への推奨意向や継続訪問の意向などをリサーチ 開催：1回
④ガイドスキルアップ研修 11月中旬から下旬	・ラグジュアリー層受け入れ態勢強化のために、通訳ガイド等のスキルアップ研修を実施。 開催：1回
⑤行程・モデルプラン作成 9月中旬～11月下旬	・当事業メンバーの専門家、各種団体、事業者と共に、造成したコンテンツを盛り込んだ行程・モデルプランを作成。
⑥コンテンツ販売 12月下旬～	・磨き上げ、造成したコンテンツを国内DMC、市内旅行事業者等で販売。
⑦オンラインセミナー 1月中旬～2月下旬	・国内旅行事業者および海外エージェント向けに、販売につなげるオンラインセミナーを実施。
⑧広報・PR 取材・製作：10月中旬～11月上旬 掲載・配信開始：12月下旬～	・海外への情報発信を強化し、多言語サイト「Good Luck Trip」と「Gaijinpot」に特集記事を掲載します。さらに、日本最大の英字ニュースサイトで読者の73%が高所得者層の「ジャパントゥデイ」とのクロスメディアと、Google広告を活用する手法で、ターゲット層に確実にリーチし誘客に繋がります。

KPIおよび効果検証

- A. 地域への関心度、参画度、愛着度の向上 ・武道ツーリズム機運醸成勉強会参加者アンケートから抽出。【KPI】①金沢武道ツーリズムへの関心度(勉強会参加者数)・50名以上 ②金沢武道ツーリズムへの参画度(武道ツーリズムへ関わってみたい)・50%以上 ③金沢「武家文化」への愛着度(武道ツーリズム推進によって、武家文化の価値が向上すると考える人)70%以上
- B. 地域の価値波及効果 (推奨意向、継続訪問の意向) ・国内DMCによるFAMTripと、国内旅行業者、海外エージェント対象のオンラインセミナー参加者アンケートから抽出。【KPI】①顧客への推奨意向(顧客へ金沢武道ツーリズムを勧めてみたい)・80%以上 ②送客意向(送客の意向がある)・70%以上
- C. コンテンツ造成数 ・造成したコンテンツ数から達成数を確認。【KPI】○3コンテンツ以上
- D. 造成したコンテンツ、モデルプランの販促活動の達成度 ・オンラインセミナー参加者、造成コンテンツ・モデルプランのOTA掲載数、情報PV数から確認。【KPI】国内旅行業者、海外エージェント対象のオンラインセミナー参加者・6社以上 ②造成したコンテンツ、モデルプランのOTA掲載数・当事業実施年度内で2件以上 ③メディアでの情報発信数・35,000pv

【国外からも選ばれるコンテンツとするために】  
ここにしかない「唯一性」や「本物であること」が求められるため、これまでには踏み込めなかった地域資源の活用の仕方に取り組み、金沢ならではの特別感の創出を目指す。

- コンテンツ造成における工夫 ①地域の人と人の交流の場を創出 ②SDGsへの目に見える取り組みの実施
- 海外エージェントとのオンラインセミナーの実施
- 多言語サイトでの特集記事配信と、クロスメディアによる誘導で、ターゲット層へのリーチ拡大。
- 通訳ガイドのスキルアップ研修

### 1) 取組概要

金沢市は、加賀藩前田家歴代藩主による工芸振興・文化振興政策が藩政期から420年以上に渡って浸透し、金箔や加賀友禅を始めとする工芸、能や芸妓文化を始めとする芸能、茶の湯を始めとする芸道などの武家文化が今も息づいています。平成21年には、UNESCO創造都市ネットワークの「クラフト部門」に世界で初めて認定されました。

「武道」は、能や茶道、禅の精神などとも深く関わっており、当事業では、「金沢の武家文化」における「武道」と「武士道精神の学び」をコンテンツの核に据え、それらを継承してきた人々と来訪者を繋いで、金沢を「日本の本物がある特別な場所」として「日本の旅の目的地」となるコンテンツの作成に努めます。

### 2) 実施体制

事務局及び全体統括  
(株)地球の歩き方

#### コンテンツ開発

(株)丸一観光  
Ageshio Japan(株)

#### 旅行商品販売

Emilia Travel  
Exo travel  
Beauty of Japan

#### 広報・PR

Good luck trip  
Gaijin Pot

#### コンテンツ事業者

(株)四十万谷本舗  
彩土館  
弓道連盟／石川県立武道館

#### 協力・連携

金沢文化スポーツコミッション  
一般社団法人金沢市観光協会

### 3) 取組内容

#### 取組1：コンテンツ造成

- 1-1：現地調査・コンテンツ抽出
- 1-2：取組3を受けてのコンテンツ造成

#### 取組2：地域住民「武道ツーリズム」機運醸成勉強会

- 2-1：金沢武道ツーリズム・セミナーの実施

#### 取組3：コンテンツ磨き上げ

- 3-1：国内DMC/FAM Trip
- 3-2：コンテンツ事業者との意見交換
- 3-3：FAM Trip参加者アンケートの実施

#### 取組4：ガイドスキルアップ研修

- 4-1：ラグジュアリー層受け入れ態勢強化のためのスキルアップ研修

#### 取組5：ツアー行程・モデルプラン作成

- 5-1：造成したコンテンツを盛り込んだ行程、モデルプランの作成

#### 取組6：コンテンツ販売

- 6-1：国内DMC、金沢市内旅行事業者等での販売

#### 取組7：オンラインセミナー

- 7-1：国内・海外旅行エージェント向けオンライン商品説明の実施

#### 取組8：広報・PR

- 8-1：取材・記事制作
- 8-2：多言語サイト「Good Luck Trip」「Gaijinpot」への特集記事掲載
- 8-3：海外高所得者層への確実なリーチに向けたジャパントゥデイとのクロスメディアとGoogle広告の活用

4) 本事業で解決に取り組んだ課題

- ・国内外来訪者一人当たりの地域消費額アップ（インバウンド消費額23,439円（全国41位※観光庁「訪日外国人消費動向調査2019年年間値の推計より）
- ・混雑を増長しない平日来訪可能なターゲット層へのアプローチ

【取り組みの方向性】

- ①「混雑」を増長せず、一人当たりの地域消費額を高められる、少人数・高付加価値コンテンツの創出。
- ②平日の誘客に繋がる、訪日外国人観光客の誘客への取り組み。
- ③国内旅行における平日来訪に繋げる「学ぶ旅」への取り組み。  
教育旅行 / アクティブシニア層の学び旅

5) 効果検証方法

[ターゲット]  
課題解決のために以下のターゲットに向けてコンテンツ開発に取り組んだ。  
＜訪日外国人観光客＞ ①主に欧米豪のモダンラグジュアリー層 ②武道を目的に訪日する「コア層」、日本の文化・歴史等に関心がある「ライト層」 ③SBNR（Spiritual But Not Religious） 無宗教型スピリチュアル層

＜国内旅行＞ ①アクティブシニア層  
②教育旅行

[効果検証方法]  
①通訳ガイド研修および武道ツーリズム機運醸成勉強会参加者アンケートから検証。  
②国内DMCによるFAMツアーと、国内外エージェント対象ウェビナー参加者アンケートから検証。

6) 効果検証結果

①通訳ガイドおよび武道ツーリズム機運醸成勉強会参加者  
・弓道、剣道共に、武士道や禅との関わりへの理解にも繋がったとの声をいただき、武家文化と武士道精神が金沢の重要で魅力的なコンテンツであることに賛同いただいた。当初の目的である、地域の方々に来訪者にその魅力を伝える重要な役割を果たしていただくことに前向きな意向を示していただくこともできた。

②国内DMCによるFAMツアー参加者（国内外エージェント対象セミナーは推進中）  
・FAMツアー参加者は、参加した全社が富裕層向けコンテンツとしての送客意向を示し、内、2社は既に、自社サイトでの販売を開始しており、剣道3件の予約が12名の参加が確定。顧客はアメリカ、イギリスの小グループ。

7) 新たな課題や改善点

- ・教育旅行においては、当プランは高価格設定であることから、今後、価格面での検討や実施可能な体制づくりも必要となると考える。
- ・武家文化と武士道精神に学ぶ金沢武道ツーリズムを推進していくため、事業内容を理解した通訳ガイド数を増やしていく必要があると考える。そのため、今回実施したような、ガイド自らが体験し、実感することのできる研修を継続していく必要があると考える。

8) 次年度以降の自走化に向けた取組案及び事業体制

- コンテンツの継続販売、ブラッシュアップに向けた協力体制づくり、仕組みづくり  
当事業に参画した国内DMCやAgeshio Japanでは、当事業で造成した商品を、随時、改良しながら、翌年度以降も継続的に販売を行っていく。  
また、海外への情報発信として、「Good luck trip」サイトでは、今後も継続して発信を続ける。
- また、今回、当事業に関わる地元メンバーが事業推進の中心となるネットワークの強化、および、販路に繋がる事業ノウハウを地域に残すことを最大限に努力して取り組んだことから、受け入れについては、送客側のストレスなく、滞りなく推進することができる。

### 9) KPI (初期)

**A. 地域への関心度、参画度、愛着度向上**  
 ①関心度(勉強会参加者数)・**50名以上**  
 ②金沢武道ツーリズム参画度・**50%以上**  
 ③金沢「武家文化」への愛着度・**70%以上**

**B. 地域の価値波及効果**①顧客への推奨意向・**80%以上** ②送客意向・**70%以上**

**C. コンテンツ造成数**・**3コンテンツ以上**

**D. 販促活動の達成度**①オンラインセミナー参加者・**6社以上**  
 ②OTA掲載数・**2件以上**  
 ③メディアでの情報発信数・**35,000pv**

### 10) KPI (中間)

**A. 地域への関心度、参画度、愛着度向上**  
 ⇒12月1日開催の金沢武道ツーリズムセミナー参加者数で把握する。

**B. 地域の価値波及効果**  
 ⇒FAMTripと国内外オンライン商品セミナーで把握する。

**C. コンテンツ造成数**⇒**3コンテンツ/100%達成**

**D. 販促活動の達成度**⇒**100%**

### 11) KPI (最終報告)

**A. 地域への関心度、参画度、愛着度向上**  
 ①関心度:勉強会参加者数・**61名** (リアル26名/オンライン35名):**122%**  
 ②金沢武道ツーリズム参画度:**70%**  
 ③金沢「武家文化」への愛着度:**100%**

**B. 地域の価値波及効果**  
**OFAMTrip**①顧客への推奨意向 :**100%**  
 ②送客移行:**100%**

○オンラインセミナー : **6社**

**C. コンテンツ造成数**  
 ○**3コンテンツ/100%**

**D. 販促活動の達成度**  
 ①オンラインセミナー参加者**15社/100%**  
 ②OTA掲載数 ○**2件/100%**  
 ③メディアでの情報発信数 **53,391pv**

### 12) 地域資源 (自然・文化・人的) を活かす工夫点

**【武家文化の活用】** 当事業を通じ、受け手側、送客側両方の参加者から、武家文化が浸透している金沢で海外の方が興味を持つ「サムライ」を体感できる武道ツーリズムコンテンツができたことに大きな可能性を感じたという声を頂いた。今後更に、インストラクターの説明や指導の手順など、今回参加者からの意見を取り入れ、金沢の武家文化を核とした武道ツーリズムとしてブラッシュアップを図っていく。

**【茶道との連携】** 今回、金沢最古の茶室「灑雪亭」での茶道体験も高評価を得た。茶道と武道の関係は深く、所作にも表れているところから、今後、指導者同士の交流を深め、金沢武家文化における「武道×茶道」を確立し、金沢ならではのコンテンツとして育成していきたい。

### 13) 将来的に国内外に選ばれるコンテンツになり得るための工夫点

**【サムライ(武士)をテーマとしたストーリー作り】** FAM参加者から「サムライへの興味があるインバウンド観光客は多いため初めに金沢や加賀藩士の歴史など全体を説明する機会があれば、「金沢ならではの」ストーリーがわかりやすくなる」という要望をいただいた。金沢のサムライに関するストーリーを整理し、より感動いただける武道体験へと導いていくことで、「日本で本物のサムライになるなら金沢へ」と発信できるように取り組んでいきたい。

**【本物、本質の追求】** 当事業において、金沢には「本物」や「本質」を求めるモダンラグジュアリー層に響く地域資源があることを確認することができた。より、満足度を高め、金沢を日本での特別な場所とするために、武道、芸道の師範、工芸作家や、料理人、生産者等と交流する場を盛り込めるよう、受け入れ側の連携強化、協力体制の確立に取り組み、「本物、本質に触れる旅」を提供する。

14) 取組内容（実施記録）

～SAMURAI文化のまち「Kanazawa」で体験する「弓道」～

【体験内容】

- 日本発祥の武道にフォーカス
- スポーツの側面と日本的な精神世界を併せ持つ「弓道」を体験
- 石川県弓道連盟の会員が丁寧に指導します
- 袴に着替えて体験します
- 的に向かって矢を射る体験をします（4本）
- 修了証明書交付します。



【体験時間】

午前の部：10:00～11:30 午後の部：13:00～14:30



【ハイライト】

- ★袴の着装や、実際に的に弓を引きます
- ★手本の演武をご覧いただけます
- ★「スポーツの側面」と「日本の精神文化」が理解できます
- ★終了証を交付します・記念写真も撮影できます

## 14) 取組内容（実施記録）

### ～SAMURAI文化のまち「かなざわ」で体験する「剣道」～

#### 【体験内容】

- 日本発祥の武道にフォーカス
- スポーツの側面と日本的な精神世界を併せ持つ「剣道」を体験
- 剣道7段の榎館長がていねいにご指導します
- お面・籠手を着用します
- 講師の実技も実際にご覧いただけます
- 修了証明書交付します。

#### 【プログラム】（ご希望の時間をご連絡下さい）

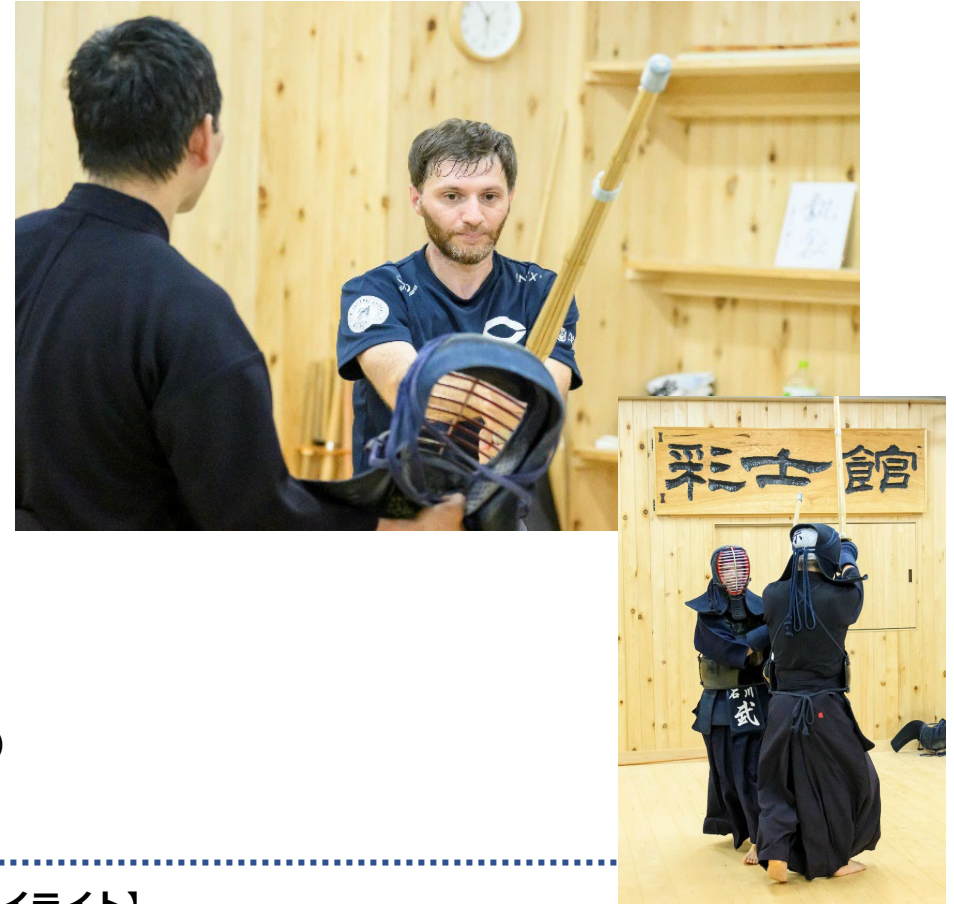
##### ①剣道体験（60分）

- 礼の仕方（神道・仏教・儒教）
- 竹刀の持ち方（刀の意味）
- 刀の構え方（上段・中段・下段・脇構え・八相構え）
- 剣道の実践（足さばき・素振り・面打ち・小手打ち・胴打ち）
- 面打ちの実践

##### ②剣道観戦（15分）

- 日本剣道形（太刀7本・小太刀3本）
- 剣道の稽古

##### ③記念撮影と防具鑑賞（15分）



#### 【ハイライト】

★ 刺子・袴の着装や日本刀を意味する竹刀で相手を打つ（切る）

体験で、サムライ気分を体感

★ 剣道の真剣味と緊迫ある実演

**14) 取組内容 (実施記録)**
**～ 居合道 タリフイメージ ～**

As of Sept. 30, 2022

**BUDO Tourism**
**SIT**

～Experience real local culture and authentic martial arts in Kanazawa, the city of samurai culture.～

**【Details】**

- Kanazawa is home to a samurai cultural roots, still visible today. Here in the city you'll find a local merchant house that was once built in the Izumino district during the Edo Period, and is still in business today since it launched in 1875. Married into a samurai family, the current owner continues to celebrate samurai culture with the lens and daily life. Enjoy this foray into samurai and local culture.

**【Program】 Approx. 90 min.**

- Enjoy a short movie viewing of how katana swords are made
- Enjoy a viewing and explanation of the swords at Shijimaya Honten
- Mirror what you see and take a photo in authentic Iaido hakama dress.
- Watch a private Iaido demo


**【Highlights】**

- ★Enjoy this experience inside a real authentic machiya building that's still in business today.
- ★Enjoy a Japanese garden that still thrives since the Meiji Era.

Details	Enjoy the traditions of the sword, an Iaido demonstration and photo shoot in authentic Iaido hakama attire at Shijimaya Honten, a Kanazawa veteran food maker.		
Days Available	Between Feb. and Oct., please email to inquire.		
Venue	Meeting Place : Shijimaya Honten (Kanazawa-shi, Yayoi 1-17-18 ) Ending Place : same as above		
Operating Hours	Time Needed : approx. 90 min. Please inquire for specific time requests.		
Fully Private/Room Booking	Available	Max. Num.	2-6 people.
Book by Date	Please inquiry for details.		
How to Book	Email		
Payment Method	Bank Transfer/Credit Card		
Fare (Sale price per person)	8,500yen each for two or more people		
Cancellation Policy	Same day cancellations: 100% of tarified price.		
Min. Number	2 people	Max. Number	6 people
Language	English	Translator Availability	Can be arranged upon request.
Included	Expenses/Insurance		
Not Included	• Private car or shuttle for hire can be arranged for guests upon request		
Notes	◆Overseas guests are welcome to book ◆Can be combined with other groups upon request		
Operating Company	Maruichi Kanko Co. Ltd.	Point person	Kazue Yoshioka
Inquiries (Hours)	076-266-4401 M-F 9:00am to 5:45pm (closed weekends/Japan holidays/Year-end holidays)	Inquiries	yoshioka@maruichi-gp.co.jp
Detailed Website	<a href="https://www.maruichi-gp.co.jp">https://www.maruichi-gp.co.jp</a>		