施策	目的	内容
1	北陸エリアのデスティネーションブランディング構築とプロモーション	<p>◆高付加価値旅行者のマーケットに対して北陸エリアの認知度向上を図るとともに、販売準備を進めていくため、その前提となる以下の取り組みを実施。</p> <p>①R6年度に実施した国内外エージェントへのヒアリング等の結果も踏まえ、北陸エリア全体のデスティネーションブランディングの確立を図るとともに、北陸エリアの潜在価値を発信・訴求するためのプロモーション・商談ツール(ストーリー化)を制作。ネットワーク構築や販路形成の取組み(施策3, 4等)で活用し、高付加価値旅行者のマーケットに対する訴求効果を検証。 ②①の発信・訴求を目的としたWEBサイト構築。①と同様、ネットワーク構築や販路形成の取組み(施策3, 4等)で活用し、高付加価値旅行者のマーケットに対する訴求効果を検証。</p>
2	販売準備(コンテンツ磨き上げ、造成)	<p>◆R6年度に実施した国内DMCや海外エージェントへのヒアリング、招請ツアー等を通じて検証した北陸の滞在価値や戦略素材の評価結果を踏まえ、高付加価値旅行者のマーケットに対しての販売を進めていくため、以下の取り組みを実施。</p> <p>①北陸の滞在価値を体験できるコンテンツの磨き上げ及び造成(R6年度に実施した国内DMCや海外エージェントへのヒアリング、招請による評価結果を踏まえた既存コンテンツの磨き上げ、高付加価値旅行者に訴求可能な魅力あるコンテンツ造成) ②高付加価値旅行者に訴求可能なコンテンツから成る北陸のプロトタイプツアー検証(国内DMCへのヒアリング等)及び造成 ③R6年度に作成した戦略素材タリフのブラッシュアップ及び新たなコンテンツタリフの追加作成及び専門家(国内DMC等)による評価</p>
3	・国内ナショナルDMC・海外エージェントとのネットワーク構築 ・北陸エリアの認知度向上	<p>◆R6年度に実施した国内DMCや海外エージェントへのヒアリング、招請ツアー等を通じて検証した北陸の滞在価値や戦略素材の評価結果を基に、コンテンツ及びツアー内容の磨き上げ(施策2で作成したプロトタイプツアーの改善等)を進めるとともに、国内外のエージェントと北陸エリアのネットワーク構築や、北陸の認知度向上を図り、高付加価値旅行者のマーケットに向けての販売を進めていくため、以下の取り組みを実施。(特に認知度向上と販売準備を推進するため招請を重点的に実施)</p> <p>①国内DMC招請FAMツアー 10社 ②海外エージェント招請FAMツアー(特に欧米豪市場) 4市場×3社 計12社 ③海外メディア招請取材ツアーを通じた北陸の評価と、メディア露出を通じた北陸の認知度向上 6社</p>
4	コネクション・販路形成	<p>◆国内外エージェントと北陸エリアの事業者のネットワーク構築と販路形成を図るため、以下の取り組みを実施。</p> <p>①JNTO事業との連携を踏まえた海外ラグジュアリー系商談会への参加 ②国内DMCと北陸エリア事業者との商談・ネットワーキングイベント開催 ③国内DMCに対する北陸エリアの事業者のセールス活動</p>
5	人材育成(ヤド、ヒト、アシ)	<p>◆R6年度事業を通じて北陸の課題として高付加価値旅行者に対応した通訳ガイドや宿泊施設の不足が挙げられたことから、ヤド、ヒト、アシの各観点で人材育成を図る。</p> <p>①高付加価値旅行者のニーズを満たす通訳ガイド/DMC向け研修(3回) ②宿泊施設向け研修(コンシェルジュ、ホスピタリティ、食等のテーマを想定)研修(3回) ③交通事業者向け(タクシー等)研修(1回)の実施</p>
6	ヤド確保にむけた検証・実施	<p>◆高付加価値旅行者の誘客にキーとなる宿泊施設の充実を図るため、以下の取り組みを実施。</p> <p>①高付加価値旅行者向け宿泊施設誘致の可能性調査(地域の宿泊施設誘致先(古民家等の空き家)に対する誘致可能性調査、新規・改修に関する専門家調査、投資家・ランドオペレーター等による現地調査(招請ツアー)による評価・検証) ②地域の宿泊施設に対する高付加価値化への対応状況調査(高付加価値化への対応状況、意向、予約及びキャンセル状況を踏まえた需要等)</p>
7	調査経費	<p>高付加価値な観光地づくりにむけたエリア内での調査として、以下の取り組みを実施。</p> <p>①R6年度までの調査事業をもとに人材育成にむけた課題や育成にむけたプロセス等を整理するとともに、高付加価値旅行者に対応できる地域の人材(通訳ガイド等)発掘およびリスト化、観光事業者とのネットワーク構築を推進</p>
8	推進体制強化	<p>◆高付加価値なインバウンド観光地づくりに向けた機運醸成と、エリアにおける推進体制の強化を図るため、以下の取り組みを実施。</p> <p>①インバウンド誘客と高付加価値な観光地づくり推進にむけ、地域の機運醸成を図るセミナー開催 ②推進体制強化に向けた関係者検討会、専門家を招いての勉強会及び先進他地域視察 ③地域DMCの取組みや北陸エリア内の高付加価値コンテンツに理解を深めるためのフィールドワーク、意見交換会開催 ④各施策の検討、中間評価及び年度末報告に係る関係者会議開催</p>
9	マスタープラン改定・KPI測定	<p>◆KPIのモニタリング、検証及びマスタープランのブラッシュアップ</p>
10	事務局業務	<p>「高付加価値インバウンド観光地づくり北陸エリア準備会」の事業統括、各施策運営委託経費</p>

R7重点施策

◆R6年度の取組みを通じて北陸エリアへの高付加価値旅行者の来訪状況把握や滞在価値の検証を進めてきており、R7年度以降は北陸の滞在価値を前面に押し出したコンテンツの磨き上げや新規造成、プロトタイプツアー造成を進めていく。
◆また、高付加価値旅行者の誘客に向けて、①海外における北陸エリアの認知度不足 ②宿泊施設や通訳ガイドの不足 といった課題も明らかになっており、北陸のデスティネーションブランディングの確立とPR手段の構築・テストマーケティングの実施、特にヤド、ヒト、アシについての人材・事業者の育成や発掘を進めていく。
◆将来的に、高付加価値な観光地づくりに通じた観光地経営を実現できるよう、地域DMCや宿泊施設、金融機関など幅広く民間事業者を巻き込んだ形の推進体制強化について、エリア内関係者で定期的にミーティングを開催し、具体的な検討を進めていく。