

議案第 2 号

令和 8 年度 事業計画（案）

小松市は 2040 年に向け、「小松を明るく、にぎやかに！」を合言葉に、持続可能で魅力ある都市づくりを目指しています。現在、歴史を受け継ぎ未来をつくる「小松まちづくり 5.0」実現のための Komatsu 9（ナイン）プロジェクトが進められており、私たちは、観光地域づくり法人として会員の総合力を結集し、小松市のポテンシャルを最大限に活かすため、事業を推進していきます。

まず、小松への誘客をさらに進めるための情報発信ツールの連携強化（観光 DX）を図ります。SNS 活用、観光ホームページのさらなる充実などにより、国内外のより多くの方々に小松市の魅力を発信していきます。加えて、小松空港と台湾・高雄市を結ぶ定期便が 9 月 3 日に就航し、週 2 便（木曜・日曜）の運航が開始されることから、インバウンド誘客が期待されます。国際線ネットワークの拡充を追い風として、海外市場へのアプローチに取り組みます。また、小松の強みでもある“モノヅクリ”体験の提供、国の登録文化財に認定された加賀料理、霊峰白山の恵みであるあわづ温泉などの魅力あるおもてなしにより、お客様の満足度の向上を図り、観光を活用したまちづくりを進めていきます。

来訪者に「もっと深く、おもしろく！」感じていただくため、従来のランドマークを巡る観光から「あの人に会いたい型交流」へのシフトをさらに加速し、小松独自の「本物」を高付加価値化する戦略を構築します。

次の観光地域づくり法人 DMO 登録更新を見据え、組織の戦略づくりを進め、地域で「稼ぐ力」を付け自律できる地域を目指していきます。

また、今年で 10 周年となる日本遺産『珠玉と歩む物語』小松～時の流れの中で磨き上げた石の文化～をツールとして、文化財の保存と活用を図ってまいります。

スーベニアショップにおいては、小松駅 Komatsu 九にある「小松土産店」と小松空港内の「小松土産店 小松空港」において、小松産商品の発信拠点としての役割をさらに強化します。

これらの店舗では、地元の伝統工芸や農産物、菓子類など、地域資源を活かした魅力ある商品を多数取り揃え、観光客や出張客、市民に対して小松ならではの商品提供に努めます。

今年度は、SNS 上のトレンドなどを視野に入れながらポップアップ戦略を充実し、小松産商品のブランドづくりと物産振興を一層進めていきます。

これまで以上に会員のネットワークづくりを強化するとともに会員数を増加させ、観光を活かした地域づくりへの参画事業者同士の連携を深めていきます。

1. 組織の強化

【活動の方向性】

- 新規会員の増（多様な事業者間の連携）
- 会員の自主的事業参画の支援
- 国（観光庁・文化庁・経済産業省・農林水産省）及び県事業等への積極的参加
- 人材登用・育成の推進

【具体的活動】

- (1) 「観光地域づくり DMO 戦略」の策定
- (2) イベント等自主企画の推進
- (3) 会員間交流の推進
- (4) 研修機会の拡充

2. 人的交流の拡大に関する事業

【活動の方向性】

- 観光 DX の推進
- データを活用した施策の展開（交流人口・関係人口の拡大）
- 旅行者のトレンドを捉えた(ペルソナ設定)誘致促進
- 小松での滞在時間拡大による観光消費の拡大

【具体的活動】

- (1) デジタルを活用した WEB マーケティング（石川県「Milli」 「TIFO」活用）
- (2) データに基づく効果測定（KGI・KPI の設定）
- (3) 「ホームページ」「Instagram」「note」を駆使したデジタルプロモーション
- (4) MICE（コンベンション）の推進
- (5) メディア、旅行会社との関係構築
- (6) 教育旅行の推進
- (7) 観光プロモーション会議など商談会への積極的参加
- (8) 日本遺産「石の文化」など歴史文化にかかるガイド育成
- (9) 地域団体（住民）との連携

3. 物販売上の増加に関する事業

【活動の方向性】

- 小松の魅力の情報発信と連動したプロモーション活動
- WEB 対応の強化（WEB サイト、SNS 等）
- スーベニアショップの魅力的づくり・効率的運営
- 地元産のお土産づくりの強化、ふるさと納税との連携の拡充

【具体的活動】

- (1) 効果的な情報発信の検証・研究、会員の WEB サイトの活用
- (2) スーベニアショップのデザイン力向上による販売促進

- (3) ネットショップにおける販売強化
- (4) 会員による新商品提案促進（研修会）
- (5) 新規事業（販売先）の開拓、イベント・催事への効果的参加
- (6) 祭りやイベントと連動したマルシェの展開

4. おもてなし力の向上

【活動の方向性】

- 「ここに行きたい」型観光から「あの人に会いたい」型観光へ
 - 観光案内所の機能向上
 - 地域住民と一体となった観光地（地域の顔）としての意識醸成
 - (1) 観光案内所の認知度および来訪者満足度向上（データ調査）
 - (2) 各種パンフレットによる適切な情報提供（観光パンフレット・電子化・多言語化）
 - (3) 市内2次交通補完支援（こまつシェアサイクル運用支援）
 - (4) 旅のおもてなし力向上（小松観光ボランティアガイドの会「ようこそ」）
 - (5) 旅マエ・ナカにおける受地対策の強化（HPにおける地元ライターによる特集記事等）
- （観光DXと連動）

5. 海外向けプロモーション等

小松空港における国際線の活用や、昇龍道プロジェクトなどインバウンド獲得に向けた海外向けのプロポーシヨンの推進。

- (1) 観光庁・石川県との連携（東アジア・東南アジア・欧米へアプローチ）
- (2) SAVOR JAPAN
- (3) 中部経済産業局など中部地域での連携
- (4) インバウンド旅行社との連携