

和倉温泉お祭り会館拠点計画

2020. 09. 28

〔目次〕

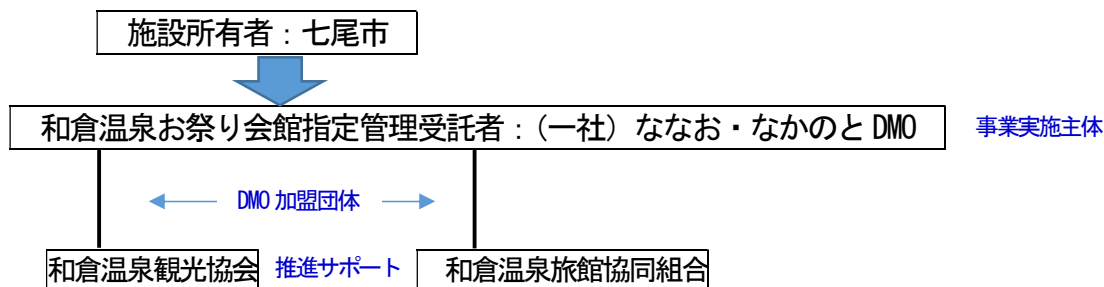
1. 実施体制	P. 2
2. 事務の実施体制	P. 3
3. 基本的な方針	P. 4
4. 目標	P. 15
5. 目標の達成状況の評価	P. 20
6. 文化資源保存活用施設	P. 21
7. 文化観光拠点施設機能強化事業	P. 24
8. 計画期間	P. 35

別途、参考資料

1. 実施体制

文化資源保 存活用施設	名称	和倉温泉お祭り会 館	所在地	〒926-0175 石川県七尾市和倉町2部13番地1
申請者 文化資源保存活用 施設の設置者	名称	七尾市	所在地	〒926-8611 石川県七尾市袖ヶ江町イ部25番地
	代表者	市長 不嶋 豊和		
	地方公共 団体内部 の役割	【主担当部署】 スポーツ・文化課課（文化振興）、商工観光課（観光振興） 【連携する部署】 なし		
共同申請者① 文化観光推進 事業者	名称	一般社団法人なお・な かのと DMO	所在地	〒926-0175 石川県七尾市和倉町2部13番地1
	代表者	理事長 谷崎 裕		
	役割	施行規則第1条第2項第1号の文化観光推進事業者		
共同申請者② 文化観光推進 事業者	名称	和倉温泉観光協会	所在地	〒926-0175 石川県七尾市和倉町2部13番地1
	代表者	協会長 田中道夫		
	役割	施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者		
共同申請者③ 文化観光推進 事業者	名称	和倉温泉旅館協同組合	所在地	〒926-0175 石川県七尾市和倉町2部13番地1
	代表者	理事長 谷崎 裕		
	役割	施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者		

2. 事務の実施体制



＜各団体の役割＞

（一社）ななお・なかのと DMO

和倉温泉お祭り会館の指定管理受託者として館の維持運営、および集客を通じた地域貢献を担い、観光文化施設の経営を行う。当拠点計画の中心的役割を担い執行責任を負う。

拠点計画運営上の役割：計画策定、計画の運用管理、事務担当（予算管理・報告等）

七尾市

拠点計画運営上の役割：拠点計画の協働提案及び DMO 遂行状況管理。予算措置および館が赤字の場合の運営費補填。

スポーツ・文化課（教育委員会）

世界遺産および指定文化財の管理、保全、報告。

文化観光施設活用に関する他事業との各種調整。

商工観光課

文化財を活用した発信・誘客。文化観光拠点施設を活用した観光振興。

和倉温泉観光協会

和倉温泉地内の商店（飲食店や土産物店等）や旅館が加盟する観光振興のための地域団体。和倉温泉お祭り会館の割引券などを各店店頭に置くなどの集客協力のほか、各店顧客への PR などを DMO と連携し実施している。

拠点計画運営上の役割：当該計画において、主に広報集客面においてサポートを行う。

和倉温泉旅館協同組合

和倉温泉の配湯を受けている全 21 館が加盟している同業者組合。DMO と連携し和倉温泉の観光振興を推進している。

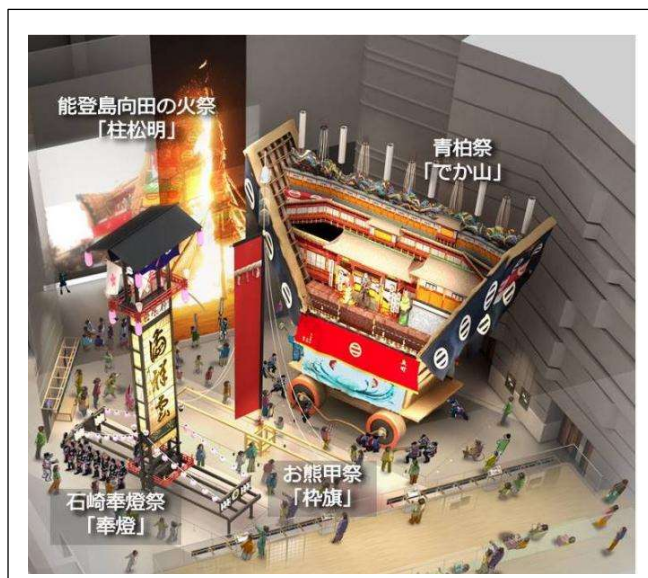
拠点計画運営上の役割：当該計画において、DMO への出資を行い、事業進捗においてサポートを行う。

3. 基本的な方針

3-1. 現状分析

3-1-1. 主要な文化資源

ユネスコ無形文化遺産に登録されている「青柏祭の曳山行事」をはじめとする石川県七尾市の4大祭の再現展示（約12mの高さの「でか山」実物展示他）および体験シミュレーション装置（音・映像・綱を引くアクション等での疑似体験）によって、特徴的な能登の祭りの魅力を訴求する。文化資源として展示している祭りの概要は以下のとおりである。



【青柏祭の曳山行事】（でか山）

青柏祭は七尾市山王町にある大地主神社の例大祭で、毎年5月3～5日に行われる能登最大の祭礼。高さ12m、重さ20tと日本一大きな曳山「でか山」3台が市内の狭い路地を曳き回され奉納される。天元4年（981）、能登国国守・源順が能登の国祭りとしたのが始まりといわれているが、室町時代後期に能登国守護であった畠山義統の治世において曳山を奉納したのが始まりとも言われ定かでない。「でか山」は七尾市内の3町の山町が「でか山」を曳航し、でか山に乗った着物姿の木遣り衆が唄う木遣唄や七尾まだらの舞、てこの原理を使って90度回転する「辻回し」など見どころが多い。昭和58年「国指定重要無形民俗文化財」、平成28年「ユネスコ無形文化遺産登録」。



〈体験プログラム〉

館内にある体験エリアでは、「でか山」が進む祭り風景の巨大映像に合わせて、「でか山」の綱を引く体験

「でか山」綱引体験



を楽しむことができる。本物の曳綱を最大10名の参加者で力を合わせて曳き、「でか山」が（映像上で）動きだしたら「合格」の映像が出るゲーム感覚の体験である。ガイドが参加者へ体験方法をアナウンスし、掛け声を発しながら参加者全員が協力して体験し、「でか山」の圧倒的な大きさや重さを体感していただく。インバウンドに対しては英語ガイドが指導する（英語ガイドがシフトにいる場合）。

【石崎奉燈祭】

能登半島各所で実施されるキリコ祭りは「能登のキリコ祭り」として日本遺産に認定されているが、その中でもその巨大さから代表格とされるのが石崎奉燈祭である。8月第一土曜日に行われる石崎奉燈祭では高さ12～13m重さ約2tの奉燈を、七尾市石崎地区の若衆が担ぎ、計6基の巨大な奉燈が漁師町の狭い路地を家々の軒先をかすめるように練り歩く。奉燈の上には、祭りを活気づける太鼓打ちや太鼓のリズムに合わせて心地よい音色を奏でる浴衣姿の子供たちが乗り込み太鼓・笛などで奉燈の動きを後押しする。街中の家々は部屋の間仕切りを取り外し、部屋を広げ親戚や友人などを家に招き入れる「よばれ」という宴を繰り広げ、夕刻には各町の大奉燈の乱舞競演が行われ、祭りは夜を徹して行われる。

〈体験プログラム〉

奉燈が担がれて進む映像に合わせて、参加者が左右の足を運ぶリズムをその場で太鼓・お囃子、掛け声に合わせて足踏みする体験。リズム狂わず参加者の足並みが揃った場合は「合格」の映像が映し出され、ガイドが成功を祝ってくれる。



「石崎奉燈祭」体験



【能登島向田の火祭り】

7月最終土曜日に能登島向田町で行われる火祭りは日本三大火祭りのひとつとされる。大松明は高さ約30m重さ約10tと巨大なものである。芯となるのはオオギと呼ばれる御神木で上に青竹を継ぎ足し先に御幣を差しさらにオオギの周りにはシバ約800束を稲わらで編んだ大縄でくくりつけて作られる。準備は一カ月ほど前から始まるが子どもから大人まで年齢ごとに集団がつくられ、大松明に火をつける手松明をつくったり、藁を集めたりとそれぞれに作業分担が決められている。当日は暗くなると神社から大小の奉燈が担ぎ出される。地元参加者や見物人に手松明が手渡され、神輿についた提灯の御神火をシバにうつし、かがり火とする。かがり火から点火した手松明を大松明に投げ込み点火する。燃え上がった大松明が山側に倒れると豊作、海側に倒れると豊漁になるといわれる。

〈体験プログラム〉

模造品の手松明を参加者全員が手にし、大松明の周りを廻るように全員で体験エリアを廻り、巨大映像に映し出される大松明の根本に着火する。これは「成功」「不成功」のゲーム性はないが、大松明に点火す

るシーンを疑似体験できるプログラムである。



「向田の火祭り」体験



【お熊甲祭】

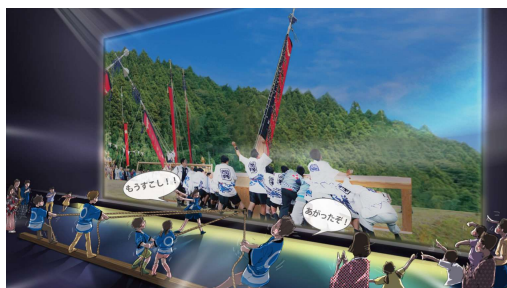
お熊甲祭は久麻加夫都阿良加志比古神社の大祭で毎年9月20日に行われることから「二十日祭り」とも呼ばれる。昭和56年「熊甲二十日祭の杵旗行事」として国指定重要無形民俗文化財に指定された。七尾市中島地区の各集落に鎮座する19の末社から繰り出す神輿は猿田彦の先導で、金幣・社名旗・杵旗などが本社に向かう。本社拝殿に全神輿が参入すると奉幣式に移り、お囃子に合わせて猿田彦が境内いっばいに舞い踊る。その後境内から700mほど離れた加茂原に移動し、お練りが行われ、早廻りや杵旗を地上すれすれまで傾ける「島田くずし」と呼ばれる大技も披露され祭は最高潮に達する。

〈体験プログラム〉

お熊甲祭のハイライト「島田くずし」の疑似体験。巨大映像に映し出された杵旗を引っ張る綱を参加者が持ち、島田くずしで傾けられていく杵旗を、バランスを保ちながら着地させないように綱を引き続け、地面すれすれまで傾ける。力を抜くと着地してしまい、参加者全員の呼吸が合わないと杵旗はバランスを崩してしまう。見事成功すると沢山の猿田彦が巨大スクリーンに映し出され祝福する。



「お熊甲祭」体験



3-1-2. 来訪客の動向

○文化資源保存活用施設への来訪者数及びそのうち訪日外国人旅行者数、その属性等

和倉温泉お祭り会館は開館当初からコロナ禍の影響を大きく受け、例年なら繁忙期である和倉温泉の旅館の営業縮小の影響を受けるかたちで入館者数は伸び悩んでいる。

ことに外国人は皆無の状況である。

令和2年6月1日開館のため、8月31日までの入場者数8260人		6月	7月	8月
うち外国人	0人	1978	3552	2730
	累計	1978	5530	8260

○文化資源保存活用施設周辺地域への来訪者数及びそのうち訪日外国人旅行者数、その属性等

同一地区内の和倉温泉は能登半島の宿泊中心地として宿泊客は年間約 90 万人超＝平成 30 年度＝の規模を誇る温泉地である。石川県来訪者数および能登半島来訪者数と比較すると和倉温泉の位置づけがわかる（次頁掲出グラフ：石川県観光統計より）。平成 28 年度と少々古い数値となるが、この傾向は大きく変わっていない。平成 28 年度石川県全体の宿泊者数は約 811 万人、うち能登エリアでの宿泊者数は約 180 万人、和倉温泉エリアの宿泊者数は約 85 万人となっている。この比率をみると、石川県全体の宿泊者数の約 22% が能登へ来訪宿泊、能登へ来訪宿泊した人のうち約 47% が和倉温泉エリアに宿泊していることになる。別の資料からであるが、和倉温泉は、他の能登半島内の宿泊拠点地域・輪島温泉の約 7 倍の宿泊者数となっている（輪島温泉の宿泊者数は年間約 13 万人）。

※和倉温泉旅館組合加盟旅館宿泊者総数。和倉温泉観光協会加盟宿泊施設は温泉配湯を受けていないのでいわゆる温泉観光客とは属性が異なる＝ビジネス客等＝。

※グラフ中の「DMO エリア」とは、一般 社団法人なお・なかのと DMO の管轄エリアである七尾市・中能登町の合計宿泊者数である。

※表については日帰り客を含む石川県内の観光訪問客数 DATA。エリア別の比率をつかむための参考資料として掲出。

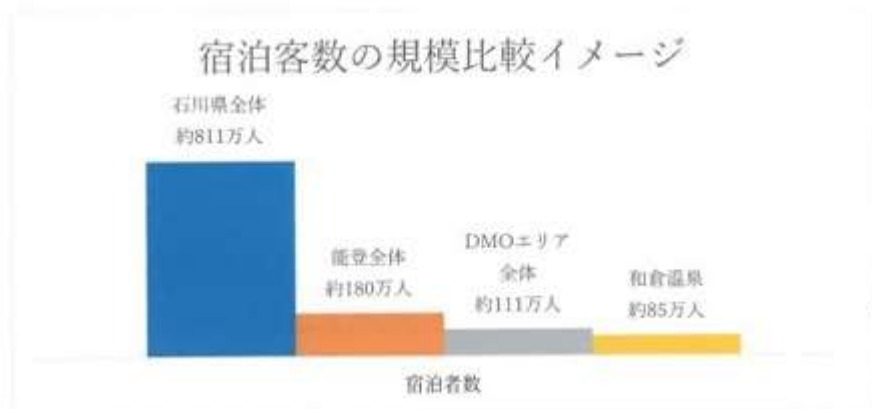
表：日帰り・宿泊別観光入込客数 28 年度（統計からみた石川県の観光 平成 28 年）

単位：千人

区分		総数	日帰客	宿泊
平成 28 年		24,588(100)	16,474(67.0)	8,114(33.0)
内 訳	金沢地域	10,355(100)	6,858(66.4)	3,476(33.6)
	加賀地域	5,580(100)	2,869(51.4)	2,710(48.6)
	白山地域	896(100)	776(86.6)	120(13.4)
	能登地域	7,788(100)	5,979(76.9)	1,799(23.1)

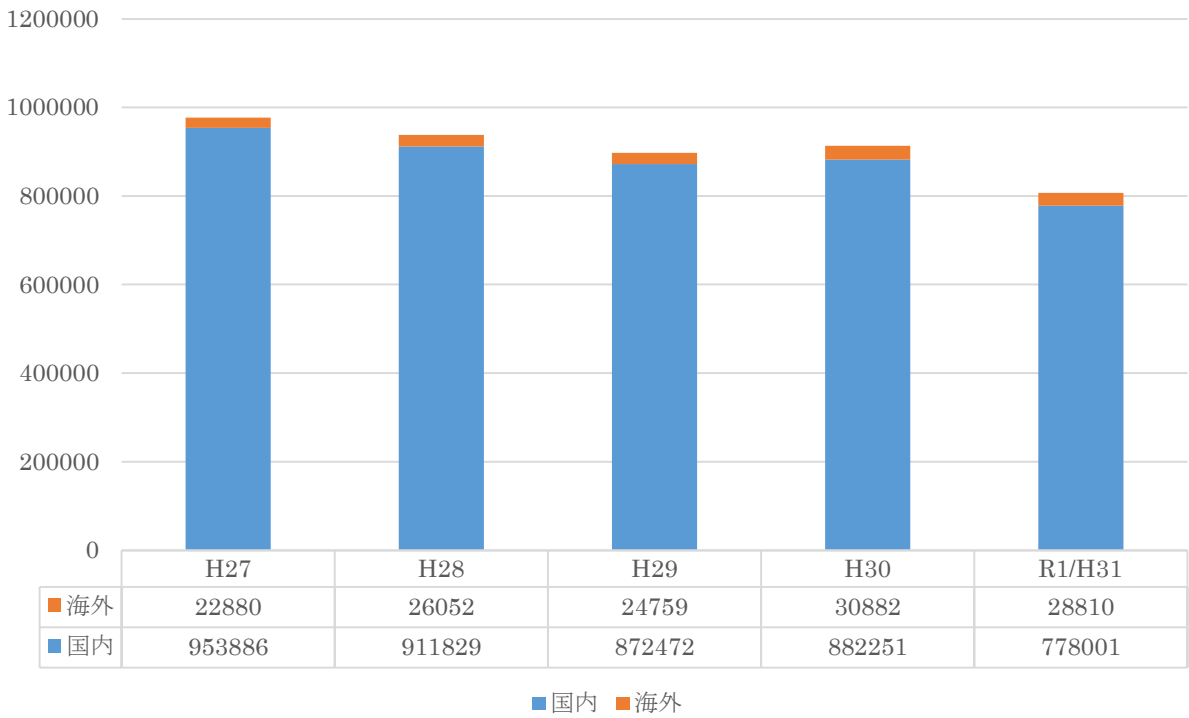
()内は構成比

図：宿泊者数の規模比較イメージ



和倉温泉の近年の宿泊客数経年変化は下表・グラフの通りであるが、近年の傾向として平成 27 年 3 月に開業した北陸新幹線の開業翌年度に大きな伸びを見せたもののその後ブームが沈静化するにつれて新幹線開業前の数字に近づいていくような漸減をみせる中、平成 30 年度はやや持ち直す形で増客している。しかしながら平成 31 年度（令和元年度）は冬からのコロナ影響で大きく数字を落とし、令和 2 年度に入り五月連休の旅館休業など前例にない落ち込みとなっている。

和倉温泉入込客数（平成27年度～令和元年度）



＜観光協会・旅館組合加盟宿泊施設合計宿泊者数＞

	H27	H28	H29	H30	R1/H31
国内	953886	911829	872472	882251	778001
海外	22880	26052	24759	30882	28810
計	976766	937881	897231	913133	806811

ここで課題となるのがインバウンド来訪数（宿泊者数）であり、和倉温泉内宿泊者数のうち約3.3%（平成30年度）にとどまっている。

インバウンドを来訪国別にみると下記の表になる。これも平成30年度のDATA であるが、傾向として近年大きな変化はない。

	アメリカ	カナダ	ブラジル	イギリス	ドイツ	フランス	オランダ	イタリア	スペイン	デンマーク	スウェーデン	ベルギー	アイルランド	オーストラリア	ニュージーランド	中国	香港	台湾	韓国
29年度	636	204	41	40	15	32	3	2	23			25	4	4	109	2,295	7,111	12,079	438
30年度	524	167		540	59	84	20	8	28			6			92	2,687	7,687	16,409	413
元年度	890	273	4	174	40	92	25	6	54	5	6	16	8	41	309	2,733	7,241	14,247	572
	シンガポール	タイ	マレーシア	インドネシア	フィリピン	ベトナム	インド	イスラエル	ロシア	その他	合計								
	321	173	33	15	2					1,130	24,735								
	565	62	6	46	179			6	30	1,181	30,805								
	466	224	23	76	77	231	5	6	17	782	28,653								

＜和倉温泉インバウンド国別来訪者数（平成30年度）＞

これを見ると和倉温泉来訪インバウンドの国属性は下記のベストスリーとなる。

国籍別最多順：①台湾 ②香港 ③中国

当館は令和2年6月1日開館（当初予定は4月オープン＝コロナで延期）であり、インバウンド入館実績はほぼ皆無であるが、和倉温泉全体のインバウンド実績が比例してくると思われる。

【ターゲットについて】

当館の集客から当面のターゲットを考えていくとき、当面のターゲットはやはり和倉温泉に来ている層への対応・取込みである。今後の施策にもつながることから、ここでターゲットをその取り組み方向性の面から一覧化し、優先順位の分析を行う。

〈国内客〉

① 国内団体客

・国内団体客の傾向

温泉宿泊客約85万人と日本海側最大規模の温泉地である和倉温泉は温泉旅館21軒のほぼ半数は客室数60室以上の中規模旅館であり、最盛期は団体客で埋め尽くされていた。ここ10年の傾向として全国同様に和倉温泉も団体客比率が減少し個人客（小グループ客）が増加している。団体比率は旅館の規模や性格により異なるが、大型旅館においては半数以上が団体客であり、だからこそ、コロナ禍で深刻な打撃を受けている。しかしながら館の入場者像を考えると、この団体客は基本となる数字をつくる重要な層である。

・国内団体層誘引の方向性

これら国内団体層の誘引取組の方向性は何といっても旅行会社への働きかけが第一である。当館としても開館にあたり、県観光連盟を通じての旅行会社への情報提供などを実施し、商品組み入れを働きかけており、旅行会社からの問い合わせも多数あり、これに誠実に対応している（しかし残念ながらコロナ状況でキャンセルされている団体見学も多数ある現状）。ニューオープンの話題性が落ち着いた次年度以降が本格的な団体誘引が必要な時期となってくる。この時期以降は更なる積極的な旅行会社へのアプローチと、各旅行会社の特徴を考慮した“もう一步踏み込んだ営業コミュニケーション”及び将来的には、営業体制の確立が必要になってくると思われる。

団体の行程の場合、雨天時にも団体規模人数を受け入れられ、一定時間楽しんでいただける当施設は旅行会社としても使い勝手がよく、期待感を持って受け止められている状況であり。伸びしろが十分にあると思われる。

また団体増大の方向性として学校団体の受け入れ拡充も必要である。現状、（コロナ禍もあり）学校団体の受け入れは地域の学校にとどまっているが、今後修学旅行を含む学校団体の増加は十分に可能性があると思われる。

② 国内個人客

・国内個人客の傾向

一方個人客は、ファミリー（子連れ層）、夫婦、小グループとセグメントが分けられるが、和倉温泉お祭り会館の客層として考えた場合、どのセグメントも当てはまる。ゲーム的な「体験プログラム」は児童を含めた家族全員で参加できるし、小グループ入館の場合もおおむねグループ全員で参加できる。年齢に注目したセグメントによる場合、ここ10年の旅の傾向として熟年グループが多いが、この層は、学びや地域文化に関心が高く、アクティブシニアといわれるように意外なほど「体験」参加意向も高い。こうした意味で“能登ならではの”の祭り文化を、展示だけでなく（疑似）体験含めて楽しめる施設は現在の旅の主要層にも受け入れやすいものと思われる。またコロナ前の直近の傾向

として、若年層の旅行も増えつつある傾向にあり、“若者が担う”祭りの文化は、こうした若年層にも活気と関心を持って受け入れられるものである。

・国内個人層誘引の方向性

これら国内個人客層増客に関しては、一般的には、HP と連動する web 媒体や広告等の出稿という“空中戦”展開が必要にされるものの、これら媒体広報は費用がかかり、これだけを充実化していくことは当館の場合予算的にも難しい。一方でこうした“空中戦”よりも、「旅館からの送客」を重視することで、コストを抑え、より確実に増客できる。旅館に泊まる個人客層はどのセグメントも“現地での情報”や“宿泊施設従業員のレコメンド”を求めており、旅館と当施設との強い結びつきは、ここまで以上に強固にしていく必要がある。和倉温泉の中にあつて観光集客施設として造られた当施設にとって、集客策の一丁目一番地ともいえるのが、この旅館からの送客の増大である。

この場合も、“旅館から歩いても行ける場所の、雨天でも楽しめるプログラムの施設”という位置付けのメリットは大きいことから、この旅館送客数はまだまだ伸ばせるものと思われる。

〈インバウンド客〉

③ インバウンド団体層≒アジア層

和倉温泉来訪ナンバーズリーまでの来訪国はアジア諸国であり、これは金沢を含む石川県のインバウンド来訪国の順位・傾向と同じである。県全体の来訪ナンバーズリー国の傾向と同様に和倉温泉のインバウンド層は概ね団体客であり、FIT 層の西欧豪層とは少し嗜好が異なるが、日本の祭りの巨大な曳山の実物を観られる、疑似体験ができる雨天観光可能なインドア施設という魅力は十分に訴求できるものと思われる（ことにインバウンドエージェントに対して）。

④ インバウンドFIT 層≒西欧豪層

上記アジア国でも（上記のように現状の和倉温泉来訪インバウンドはまだまだ団体が多いものの）とともに台湾・香港はだんだんと個人客化している。それ以上にFIT 層というと西欧豪層がまず挙げられる。前掲のインバウンド国別表に見るように、和倉温泉に（能登全体にも）西欧豪インバウンドはまだまだ多くの来訪はない現状である。しかしながら、現状来訪の人数とは別な視点から見るとこの西欧豪層は当地の将来を考えると非常に重要である。能登半島の海と山に囲まれ、持続可能なライフスタイルを持つ能登半島は金沢とは異なる文化を持ち、その中にあつて和倉温泉は“観光長期滞在の可能性”を持っている。なお・なかのDMOのインバウンド戦略においても、西欧豪客は世界へ当地の滞在魅力を“発信”してくれる戦略顧客として位置付けている。西欧豪層は日本文化の深部まで分け入ってくる関心の高さを示す層も少なくなく、“能登の祭り”の特異性や、地域としての伝統の深みなどを理解したいというウォンツを持つ人が多いと思われることから、この層に向けて館の文化資源紹介機能のスペックを今まで以上に引き上げていく必要があると思われる。

〈ターゲットの獲得優先順位および取組量のポートフォリオ〉

前述のターゲット区分に対し、どの優先順位で取組か、どの比重で取組を行うかについてのポートフォリオという点では、

「②国内個人層獲得」のための旅館連携施策 > 「③インバウンド団体」獲得策 > 「④インバウンド個人客」獲得策 > 「①国内団体獲得策」＝国内エージェント対策高度化

の順の比重で取組み、事業予算としては、全ターゲットを見据えながらも「②国内個人層獲得のための旅館連携施策」「③インバウンド団体獲得策」に重点配分するかたちで考えていくことになる。

ターゲットの獲得優先順位については、もちろん来館層を選ばずどの層の集客も目指すものの、観光の

潮流は、「団体から個人へ」「国内人口減少・高齢化によりインバウンド層に代替を求めていく」方向にあり、当施設もそうした方向に沿って取組を進めていくことが、温泉観光地の真ん中に立地する文化観光拠点施設として、周囲の旅館や商店との連携の中での集客もスムーズである。

経営安定集客の「達成の速さ」と費用対効果を考えると「②国内個人層獲得」のための旅館連携施策が最大重点となる。また、「①国内団体層獲得」は、国内エージェント対応は既に日常業務でもあり、この高度化は館運営の前提ともいえることであるから、これに向けた施策自体は（バーチャルツアー的館内案内を除いて）特に事業として打ち出すものではない。一方でインバウンド対策については、現状、金沢訪問インバウンド客層の約5%しか和倉温泉に来訪していないこと、その金沢訪問インバウンド層の来訪国ナンバーズリーまでがアジア諸国であり、その概ねが団体客であること、を鑑みると、まずは、インバウンドエージェントに能登半島（和倉温泉）来訪を働きかけ、能登訪問の中で当施設にも必ず立ち寄ってもらうという戦略が必要とされる。インバウンドエージェントは、国内エージェントのように先方社からのアプローチは期待できず、当館が、和倉温泉地域、ひいては能登全体地域と一緒に有効な誘客策を展開する必要がある。コロナ後の取り組みとはなるが、インバウンドエージェントモニターツアーでの立ち寄り働きかけや海外広報等を積極的に打っていかない限りインバウンドの獲得の道はない。予算等に限りはあるものの、このインバウンド獲得は和倉温泉の命題でもあり、旅館協同組合と歩調を合わせて取り組んでいく。現状では、インバウンド誘客に活用する基本ツール（パンフレット等）も整備されていないことからこうした基本的な不足物を制作することから実施したい。

3-1-3. 他の文化資源保存活用施設との比較

類似施設として同じ能登半島にあり、同様に祭（キリコ祭）をテーマとしている「輪島キリコ会館」（輪島市：平成27年移転リニューアルオープン。能登のまつりに特徴的なキリコを多数展示している）がある。同施設は年間約10万人の来場者（2020年2月5年間で50万人達成）があり、輪島温泉を擁する輪島市の宿泊者数は年間約13万人である。朝市訪問等日帰り観光客の多い輪島の地域特性があり、能登半島最大宿泊拠点地・和倉温泉にある当お祭り会館との単純比較はできないが、当施設は、年間約85万人（平成30年度宿泊者数）の和倉温泉宿泊客数からみたポテンシャルとしてそれ以上の年間来場者数を集められるものと見込んでいる。ことに「輪島キリコ会館」は巨大キリコの実物展示を多数展示していることが売りであるが、当館は「体験プログラム装置」を当初から組み込んでおり、より幅広い世代、幅広い国の客層に対応できる強みがある。この「体験」を「祭り文化への理解」にスムーズにつなげていけることが当地の文化観光を深めるあり方であると認識している。当館への来館・誘客を進める方向性として、年間約85万人宿泊の和倉温泉の各旅館とさらなる連携を進め（現状で既に和倉温泉旅館組合加盟全21旅館で入館券を組み込んだプランを作成・販売開始済）、各旅館からの団体受入などに関し柔軟な対応を行っていくことを想定している。

3-2. 課題

前述のように当館の最大課題はまずは、経営が安定する集客（目標年間10万人）を達成することであるが、その安定集客（来館者増大）の為に、さまざまに不足している/不十分である機能があり、大きく区分すると以下のように整理できる。

課題1： 祭りの感覚的の理解支援強化（ストーリーある展示のかたちをさらに追及する必要がある）

＝ターゲット：①②国内団体及び個人←ことに地元県以外からの来訪客

③④インバウンド全般＝

経営安定化のための来館客の確保・増大の第一の基盤は、「（文化観光施設としての）祭り文化理解と魅力の発揮」（＝満足度増大）である。当施設館内には「でか山」、「奉燈」（キリコ）、「杵旗」等の巨大な実

物展示がその多くの面積を占めており、それらがいきなり目に入る構造となっている。そのインパクトは大きいものの、各祭の時代的・文化的背景はそれら巨大展示の周囲のスペースに限られており、祭り全体の感覚的理解やストーリーある展示についてはさらなる研究・工夫が必要な面もある。ことに「向田の火祭」については 30mの高さの大松明が燃え上がるイメージ再現が難しい部分があり、現在は実物の半分の高さの火柱の写真バナーを展示しているが、これだけでは臨場感や祭の背景などを十分に伝え切れていない部分がある。また、巨大な担ぎものを上げる際に声を合わせて上げるその音曲としてお囃子があるが、これは各地区別に違うなど文化背景の深みがあるが、こうした部分も体感させるかたちになっておらず、地区別のお囃子などを選択して聞くことができる装置などの追加設置も検討の余地がある。加えて「でか山」の曳航には欠かせない木遣り唄も曳航する際の様々なシーンにおいて、歌い分けされており、これらの木遣り唄も紹介できる仕組みが必要となる。また、管内の映像展示は、体験コーナーの紹介映像で各祭りの映像が楽しめる形となっているが、これは体験プログラムの時間割と連動しており常に楽しめるわけではない。館内における各祭りの実物展示の横には 32 インチモニターがあるが、これは祭りの準備等、過程を記録した映像を流しており、多くの人がどのような来館時間帯でも全ての祭りの実況映像を見ることはできない。このように「祭りの実況」へのアプローチ性をさらに高めることが満足度向上のために必要となっている。

課題 2： 来館受入の多様化（「体験」の拡充・多角化、開館時間等の運営の弾力化、時期限定プログラム構築が必要である）

＝ターゲット：①～④ ←ことに①の大型団体客、および②④個人客ファミリー層＝

来館客の確保・増大に直接つながる課題として来館受入の多様化がある。当館の来館受入の多様化の前提としてまず、「体験プログラムの複数整備＝多様な来館層体験可能なかたちでの整備」が挙げられる。現状の施設では 4 つの祭を体験できる体験装置を設置しているが、各体験プログラムに（事前の映像観賞含め）30 分間要し、また一回の体験人数が限られることから団体利用が重なった際などは、別な体験に振り向けられる余地がなく、これが今後の機会損失を招いていく懸念もある。既設体験装置以外の軽微な体験手法の開発設置が必要となっている。また、児童団体（学校団体）などの受入れを今後増やしていくためには、大人標準の体験施設だけでなく児童たちだけが行っても達成間を得られるような体験プログラムを拡充整備していく必要がある（現状の。綱を引くなどのプログラムは本番臨場感を重視し、重い綱を大人数の力で引かないと“成功”できないようになっているため児童だけではハードルが高い）。

次に「開館時間等営業のありかた検討」も課題である。当館は温泉地内にあり、旅館宿泊の個人客層が館内消費だけでなく“街に出ていく”ことが温泉地全体の活性化につながる（※このことは和倉温泉旅館協同組合・観光協会等とも共通認識）ことから、旅館夕食時間との兼ね合いなども考慮した夜間開館の可能性など、より多くの層が利用できる営業のあり方も検討が必要である。この“営業のありかた”については、さらに、通常見学だけでなく、団体別のオーダーへの柔軟な対応も検討も必要である。例えば七尾市出身者同窓会や、結婚式、海外からのインセンティブツアー会合等（旅館連携）のユニークベニューなどへの通常開館時間外利用提供も検討しなければならない。

さらに祭りの開催時期に合わせた季節限定のプログラムの実施などの検討も必要である。祭りの前の時期に、その祭りを地域として盛り上げるために、関連展示や太鼓実演などの磁器限定プログラムなども検討すべきものとする。

課題 3： 館全体での収益力の向上（売店やカフェコーナーの高機能化・商品開発が必要である）

＝ターゲット：オールターゲット 団体・ファミリー層・インバウンド層・文化高造詣層＝

展示機能の強化、来館者満足度向上のための施策推進のために、館の収益力を高める必要がある。現状

の売店スペースは限りがあるため拡充の必要がある。これを来場者により魅力ある商品をプレゼンテーションできるスペースとして改装するとともに、そこで販売する商品の多角化・高度化等の開発投入が必須である。商品については現在の販売アイテムはファミリーニーズを満たす児童向けや、インバウンドの趣向に合致したものが必ずしも用意できていない。また売れ筋に関する研究も十分ではないことから、これを強化する必要がある。

課題4： 誘客広報の拡充・発信力向上

(旅館宿泊客連携施策、オピニオンリーダー層向ツール、インバウンド旅前広報向け広告、等が不足)

＝ターゲット： ② 旅館宿泊個人客

① ③ ←国内エージェント・インバウンドエージェント向

④ インバウンド旅前広報（日本関心層）

当施設は和倉温泉内にあり当然和倉温泉旅館来訪客が主力客層となる。旅館に宿泊する個人客は旅館との連携により誘引が可能となり、既に旅館割引の入館券は旅館組合と提携の上、各旅館で販売いただいているが（コロナということもあるものの）各旅館からの総客はまだ十分でなく、さらなる旅館への働きかけ、旅館と協働した誘客取組について多角的に検討、実施が必要である。個人客へのPRとして、交通機関タイアップ広報も必要となる。

また基本的な広報ツールの常備も必要である。当館の現在の配布資料は簡単なリーフレットのみで、旅行会社ツアー造成担当者等オピニオンリーダー層に手渡せるパンフレットも存在していない。インバウンドエージェントへ渡す資料も必要であり、日本語だけでなく多言語パンフレットも必要である。

さらには、的を絞ったかたちで“オープン一年目だからこそできる広報”を実施することは先々を考えて有効である。インバウンドにも話題を持って受け止められる新オープンの観光施設であるにも関わらず、海外発信の機会を逸している状況であり、海外OTA等への情報提供（連動広告出稿）などをより積極的に進める必要がある。

3-3. 文化観光拠点施設としての機能強化に向けて取組を強化すべき事項及び基本的な方向性

3-4. 地域における文化観光の推進への貢献

当施設は能登半島の最大宿泊拠点地である年間約85万人宿泊（コロナ以前）の和倉温泉の新たな観光拠点施設として、能登の祭り文化を広く伝える役割を持つ。展示は七尾市の4大祭りのみであるが。周辺地域の祭り情報や他市町村の観光スポット情報についても知ることができるようネットワークを構築していく。このことにより能登半島が指定されている世界農業遺産の構成要素の一つとしての“能登の祭礼”を体現、集約的に伝えていける深みのある文化観光施設へとステップを上げていきたい。

当施設は観光施設として生まれたが、“能登の祭り文化”をメインテーマとしたことで能登の祭り全体の情報ハブとなり得る位置付けにある。このことは同時に、人口減少・少子高齢化により徐々に失われつつある“能登の祭り文化”全体の危機を、都市農村交流の中で全国に訴え、持続可能なかたちの模索を地域とともに考えていける“祭り存続のハブ”にもなり得る施設であることを意味している。祭り存続の課題深刻化をコロナ禍が拍車をかけている現在において、このような役割を持つことを今後志向していくことは、長期的にみて地域のプライドを醸成し、将来的には地元民がボランティアで関わることで、地域全体での誘客意識高める／もてなし向上によってさらに来館者が増える、などの効果も期待できるものと思われる。

3-5. 文化の振興を起点とした、観光の振興、地域の活性化の好循環の創出

七尾市の4大祭りは地域だけで楽しめるというより、既に観光対象にもなっており、地域への誘客要素の一つとなっている。当館は祭りが開催されていない時期においても祭りの魅力を追体験できる施設として開館されており、もともとが観光振興施設である。当館の稼働により、祭り開催時期以外の時期に当地の祭の魅力を楽しめることから、これまで時期性に縛られ限定されていた魅力感受可能層を大きく拡大でき、和倉温泉の集客にも貢献できる。また、当館オープン前は、和倉温泉滞在客にとって旅館滞在時間の前後に雨天の場合でも楽しめる滞在プログラムを有する施設が少なかったが、当館開館により、骨太の観光資源をゆっくり楽しめる場所が生まれ、地域滞在時間が増え、結果的に地域内消費を増やすことができることが期待されている。今後は、和倉温泉内のイベント開催日における夜間開館（開館時間延長）など、利用層・利用機会を増やす取組を多角化していくことでさらなる地域好循環を生むことができるよう指向していく。館の経営安定化により来場収入増によって、将来的には文化資源（祭り）への再投資ができるなど好循環の生まれる可能性を視野に入れて取組を行うものである。

4. 目標

目標①：入館者満足度（課題１関連、取組強化事項１関連）							
（目標値の設定の考え方及び把握方法） 来訪者の満足度（外国人＋日本人）単位： 来館者アンケートにおける満足度調査５段階評価の平均値							
年度	実績		目標				
	単位	令和２年度	令和３年度	令和４年度	令和５年度	令和６年度	令和７年度
目標値	指数 (最高５)	想定 3.5	3.8	4.0	4.2	4.4	4.6
事業１－①： ミニ「奉燈」担ぎ体験整備事業		ミニ「奉燈」制作 担ぎ体験プログラム化	担ぎ体験プログラム実施	担ぎ体験プログラム実施	担ぎ体験プログラム実施	担ぎ体験プログラム実施	担ぎ体験プログラム実施
事業１－③： 祭り準備体験教室運営事業			調整・実施	実施	実施	実施	実施
事業２－①： 七尾城 VR ソフト開発設置			VR ソフト開発	VR ソフト活用	VR ソフト活用	VR ソフト活用	VR ソフト活用
事業２－③ 視覚訴求強化事業（火祭り 3D ホログラムおよびプロジェクト設置検討事業＝令和２年度＝、石崎奉燈祭り VR ソフト開発		火祭り 3D ホログラムおよびプロジェクト設置検討	石崎奉燈祭り VR ソフト開発	活用	活用	活用	活用

設置事業＝令和3年度＝)							
事業6－①： 向田の火祭 再現 3D ホログラム設置事業		3Dホログラム機器 の設置	活用	活用	活用	活用	活用
事業6－②： 祭り実況常時放映プロ ジェクター設置事業		プロジェクター、ス クリーン設置	活用	活用	活用	活用	活用

目標②：入館者人数（課題2関連、取組強化事項2関連）							
（目標値の設定の考え方及び把握方法） 全入場者数(日本ジ+外国人)							
年度	実績		目標				
	単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
目標値	人数	想定 20 千人	22	26	34	50	82
事業1－②： 期間限定プログラム 太鼓実演実施事業		太鼓導入 太鼓実演プログラム 作成	太鼓実演プログラム実施	太鼓実演プログラム実施 太鼓打ち体験ワークショ ップ作成	太鼓実演プログラム実施 太鼓打ち体験ワークショ ップ実施	太鼓実演プログラム実施 太鼓打ち体験ワークショ ップ実施	太鼓実演プログラム実施 太鼓打ち体験ワークショ ップ実施
事業1－④： 能登の祭りシンポジウ ム			企画・準備	企画・実施	—	画・準備	企画・実施

事業3－①： 観光地の「まちあるき」 の満足度向上整備支援 事業		・多言語観光案内標 識整備・VR映像コ ンテンツ作成・多言 語翻訳機導入・多言 語音声ガイド制作・ 公衆トイレの洋式化	・VR映像活用 ・多言語翻訳機活用 ・多言語音声ガイド活用	・VR映像活用 ・多言語翻訳機活用 ・多言語音声ガイド活用	・VR映像活用 ・多言語翻訳機活用 ・多言語音声ガイド活用	・VR映像活用 ・多言語翻訳機活用 ・多言語音声ガイド活用	・VR映像活用 ・多言語翻訳機活用 ・多言語音声ガイド活用
事業3－②： 夜間早朝における時間 市場の創出事業		夜間延長トライアル 実施	夜間延長定期実施	夜間延長定期実施 ユニークベニュー活用検 討	夜間延長定期実施 ユニークベニュー活用検 討	夜間延長定期実施 ユニークベニュー活用検 討	夜間延長定期実施 ユニークベニュー活用検 討

目標③：旅館からの来訪者数（課題2関連、取組強化事項2関連）							
（目標値の設定の考え方及び把握方法） 旅館からの来場者数。旅館で販売する割引券利用者数〈お祭り会館入場券付き宿泊セットプラン利用者〉							
年度	実績		目標				
		令和2 年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
目標値	単位：s 千人	想定 16	17.6	20.8	27.2	40	65.6
事業5－②： 観光案内所出展広報事 業		開 発 実 施	調整・実施	実施	実施	実施	実施
事業5－④： 観光列車連携広報事業				調整・実施	実施	実施	実施

目標④：売店売上額（課題３関連、取組強化事項３関連）							
（目標値の設定の考え方及び把握方法） 各年度の売店グッズ等売上額を目標とする（入館料収入以外）							
年度	実績		目標				
		令和２年度	令和３年度	令和４年度	令和５年度	令和６年度	令和７年度
目標値	単位： 千円	想定 4500	6000	8000	10000	12000	14000
事業４－①： 売店高度化調査事業		調査実施	—	—	—	—	—
事業４－②： 売店商品高度化・開発事業		開発実施	販売	販売	販売	販売	販売
事業６－③： 売店高度化調査事業に基づく売店整備事業		整備実施	活用	活用	活用	活用	活用

目標⑤：インバウンド来館者数（課題４関連、取組強化事項３関連）							
（目標値の設定の考え方及び把握方法）		各年度の外国人入館者人数を目標とする（有料入館者人数）					
年度	実績		目標				
		令和２年度	令和３年度	令和４年度	令和５年度	令和６年度	令和７年度
目標値	単位：千人	想定 0.05	2.2	2.6	3.4	5.0	8.2
事業２－②： 多言語解説検証事業			実施	—	—	—	—
事業５－①： パンフレット作成事業		作成実施	活用	活用	活用	活用	活用
事業５－③： 館内紹介バーチャルツアー			企画	実施	実施	実施	実施

5. 目標の達成状況の評価

3年後に行う中間評価や計画の終了時に向けて毎年度数値を確認し、軌道修正を図る。

評価には七尾市及び、和倉温泉観光協会、和倉温泉旅館組合が加わり多角的な視点から軌道修正を討議する。

6. 文化資源保存活用施設

6-1. 主要な文化資源についての解説・紹介の状況

6-1-1. 現状の取組

・文化資源の魅力に関する情報を適切に活用した解説・紹介（施行規則第1条第1項第1号）

〈実物展示〉

日本最大級の「でか山」等の実物を本物のスケールで展示することで、その巨大さや祭りの迫力を理解してもらうことができる。

〈解説パネル〉

祭りの概要のみならず、「でか山」の組み立ての過程（毎年組み立てられる）や祭りの歴史文化的な価値を継承する。

祭りのありかたなどを写真と文章で解説、祭り当日の再現だけでなく「祭りの背景」も知っていただけるよう工夫している。

〈映像展示〉

祭を迎えるまでの準備風景を館内設置の32インチモニターで放映し、祭りに関わる人々（祭人）の情熱を感じていただく。

〈専属ガイドによる解説〉

主に団体客対応としてお祭り会館ガイドが、お祭りの解説及び質問にも答える。

また、祭りの魅力や楽しさ、雰囲気伝え、満足感を高められるよう、お祭り体験のアテンドを行っている。

・情報通信技術の活用を考慮した適切な方法を用いた解説・紹介（施行規則第1条第1項第2号）

〈音声ガイド〉

ガイドが対応できない状況でも深く知っていただけるよう音声ガイド（日本語・英語・繁体中国語・簡体中国語）を用意。来館者が各自のスマートフォンでQRコードを読み込みダウンロードすることで祭りの概要及び歴史の解説を聞くことができる。

・外国人観光旅客の来訪の状況に応じて、適切に外国語を用いた解説・紹介（施行規則第1条第1項第3号）

〈音声ガイドの多言語化〉

音声ガイドは日本語のほか、英語・繁体中国語・簡体中国語の音声を用意している。

〈サインの多言語化〉

祭具など展示している各祭りのタイトルについては、英語・繁体中国語・簡体中国語・韓国語の表記を行っている。

〈外国人ガイドの配置〉

シフトの都合により、毎日ではないが、英語・インドネシア語・日本語で会話することができる職員（インドネシア人）を雇用している。

6-1-2. 本計画における取組

・文化資源の魅力に関する情報を適切に活用した解説・紹介（施行規則第1条第1項第1号）

①感覚的理解展示の強化のため、既設の体験装置とは別に、ロビー空間でミニ奉燈を小グループで担ぐことができるなどの“サブメニュー”としての体験プログラムを新設する。

②火祭イメージ再現における3Dホログラムの活用や、ヘッドホン装着による音声選択視聴システムなど祭の感覚的理解を支援する装置の追加設置を行う。

③ “祭り本番の映像” がスケジュールに関係なく容易に観ることができるよう、モニターを増設する。 ④ 祭りに共通で使われる太鼓を購入し、祭り関係者による太鼓実演プログラムを行うとともに、自由に太鼓をたたくなど祭りの世界へ誘う。 ・ 情報通信技術の活用を考慮した適切な方法を用いた解説・紹介（施行規則第1条第1項第2号） 祭り空間のバーチャル体験たる、VRプログラムおよび視聴スコープを今後整備していく。 ・ 外国人観光旅客の来訪の状況に応じて、適切に外国語を用いた解説・紹介（施行規則第1条第1項第3号） 現状、外国人による英語ガイドは、英語・日本語等を話せる職員（インドネシア人）が居る日時に限られているが、日本人ガイドスタッフも基本的な英語案内ができるようにスキルUPする。
6-2. 施行規則第1条第2項第1号の文化観光推進事業者との連携
6-2-1. 現状の取組
・ 文化観光の推進に関する多様な関係者との連携体制の構築 和倉温泉お祭り会館を管理運営している（一社）ななお・なかのとDMO（指定管理者）とは、基本協定に基づき、経営状況の情報共有や維持管理・修繕についての報告及び協議を行っている。また、館の管理運営に関する要望等を日常的にやりとりしている（七尾市商工観光課担当）。 ・ 文化観光の推進に関する各種データの収集・整理・分析 入館者数・満足度指標を含めたアンケート及びコロナ対策に関するアンケート集計を共有していく。（和倉温泉旅館協同組合、七尾市商工観光課） ・ 文化観光の推進に関する事業の方針の策定及びKPIの設定・PDCAサイクルの確立 DMOを指定管理者として選定することで、館の立ち上がり期の安定経営を支えている。また入館者数等のKPI管理において、数値結果の共有を行っている。（七尾市商工観光課）
6-2-2. 本計画における取組
・ 文化観光の推進に関する多様な関係者との連携体制の構築 七尾市における面的な観光受入れ体制の向上（まちあるき事業との連携等）の中で、和倉温泉お祭り会館について、その文化観光拠点性を高めていく。 ・ 文化観光の推進に関する各種データの収集・整理・分析 祭りに関する広範な資料収集と（今年度はコロナによりすべての祭りが中止）次年度以降、さらなる祭り映像の収録等を進めていく。 ・ 文化観光の推進に関する事業の方針の策定及びKPIの設定・PDCAサイクルの確立 市がDMOを支えることで安定した経営基盤を確保していく。また入館者数等のKPI管理において、数値結果だけでなく、その後の方針の修正等においても施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者とも連携しながら協働で改善を行っていく。
6-3. 施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者との連携
6-3-1. 現状の取組
・ 文化観光を推進するための交通アクセスの充実や商店街を含めた賑わいづくりなど、文化観光の推進に関する事業の企画・実施 ① 和倉温泉旅館組合と連携し、組合加盟の全21旅館に宿泊プランを組み込む形での割引販売を実施している（旅館組合に対して、特別価格で販売） ② 和倉温泉観光協会加盟の商店等（商店連盟）に割引チケット（50円引）を配付し、お祭り会館のPRを実施いただいている。 ③ 当地の観光バス運行会社・北陸鉄道㈱と連携し、和倉温泉バスターミナル発「ななお号」（申込制観光定期バス）が当該施設に毎日立ち寄っている。（当日バスターミナルで申込可：和倉温泉から七尾市街地観光地・一本

杉通りに寄り、その後当該施設に30分停車し能登半島西海岸観光地を廻り金沢に戻るバス)

- ④当地域の路線バス運行会社・北鉄能登バス(株)と連携し、既存停留所の表示「和倉温泉観光会館」を「和倉温泉お祭り会館」に訂正いただいている。(当館は当地の主要環状路線バス・七尾駅和倉温泉線の一つのバス亭として位置付けられており、概ね30分に一本の割合で、七尾駅前・和倉温泉駅前、そして和倉温泉バスターミナルと当館前を結び運行されている)。

6-3-2. 本計画における取組

- ・文化観光を推進するための交通アクセスの充実や商店街を含めた賑わいづくりなど、文化観光の推進に関する事業の企画を実施。

商店街を巻き込んだ夜間時間消費拡大イベントと連携し、夜間延長オープンのトライアルを実施する。実施鳥見内容は以下のとおりである。

- ・開館時間の弾力化（夜間開館延長等）

開館時間の弾力化については当館の個人客誘客の最大可能性が旅館からの誘客であることに鑑み、和倉温泉で行われる夜間イベントに合わせての夜間開館、また、旅館との調整の中で夕食後の時間帯での夜間開館、などを検討していく。

- ・旅館における広報イベント（旅館タイアップ企画）の推進

夕食後の時間において旅館が自館内で行うイベントの機会に便乗させてもらう形で、和倉温泉お祭り会館の出展広報を行う。事業の一つとして制作するお祭りのVRを持参し翌日の当館来訪を呼び掛けるなどPR強化を行う。

- ・公共交通機関とのタイアップ広報

JR 七尾線の観光列車「花嫁のれん号」でのJRタイアップ広報を行う。高岡と和倉温泉を結ぶ週末及び週明け運行の観光路線バス「わくライナー」とのタイアップ広報・セット入場券は既に発売しており、同様の展開を模索する。

- ・発地側での露出拡大（和倉温泉との協働キャラバン）

和倉温泉旅館組合が温泉地PRを、ゆるキャラ「わくたまくん」のPRとして発地側で展開している。これに歩調を合わせ、館の広報を行う。

7. 文化観光拠点施設機能強化事業

7-1. 事業の内容

7-1-1. 文化資源の魅力の増進に関する事業

(事業番号 1-①)

事業名	ミニ「奉燈」担ぎ体験整備事業
事業内容	館内ロビー空間において「ミニ奉燈」をグループ（児童6～10人）で担ぐ体験を提供する。整備内容としては子供用ミニキリコを制作設置し、ミニ奉燈担ぎエリアを床にマーキングし、安全に配慮し実施できるようにする。
実施主体	ななお・なかのと DMO
実施時期	令和2年11月～令和3年1月
継続見込	次年度以降継続 事業期間終了後の継続予定の有無：有 予算措置（どの予算で行う予定か）等や継続方法：体験プログラムとして継続。コストは特段かからず（ミニキリコ補修要の場合のみ補修費は入場料収入より拠出）
アウトプット目標	担ぎ体験用ミニ「奉燈」1基設置
必要資金 調達方法	0.9百万円 (内訳：0.3百万円[自己資金＝旅館組合拠出金]、0.6百万円[クラスター事業補助金] 国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。

(事業番号 1-②)

事業名	期間限定プログラム 太鼓実演実施事業
事業内容	各祭り共有で使われる太鼓の実物を導入し、地元の祭り関係者の太鼓等の実演プログラムを館内で実施する。（青柏祭1回・石崎奉燈祭1回・向田雨乞い太鼓1回・お熊甲祭1回）
実施主体	ななお・なかのと DMO 和倉温泉観光協会 和倉温泉旅館協同組合
実施時期	令和2年11月～令和4年2月
継続見込	次年度以降継続 事業期間終了後の継続予定の有無：有 予算措置（どの予算で行う予定か）等や継続方法：祭り前の時期の期間限定プログラムとして継続。費用は入場料収入より拠出）
アウトプット目標	令和2年度太鼓導入1式。令和3年度内太鼓実演プログラム4回開催
必要資金 調達方法	0.5百万円 (内訳:0.166百万円[自己資金＝旅館組合拠出金]、0.333百万円[クラスター事業補助金]) 国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。

(事業番号 1-③)

事業名	祭り準備体験教室運営事業
-----	--------------

事業内容	祭りは当日の華やかさ賑やかさだけに注目するのではなく。その伝統に裏打ちされた各種準備作業も文化の深さを伝えるものである。大松明などは当然のこと、巨大な曳き山などは毎年組立・解体され、その技術を次代へとつないでいく。こうした準備作業の一部を体験教室として地元の祭り実施者の手ほどきでワークショップ的に体験できるプログラムを確立、運営する。青柏祭の「さいはらい」づくりやお熊甲祭の「面棒」づくりなどの体験教室が実施可能で、その後状況に応じてプログラムを増やしていく。また、このプログラムを、旅行会社へ紹介、団体用プログラムとして実施し誘客増に努めるものとする。
実施主体	ななお・なかのと DMO
実施時期	令和3年6月～令和4年3月
継続見込	次年度以降継続 事業期間終了後の継続予定の有無：有 予算措置（どの予算で行う予定か）等や継続方法：各年度内4回（概ね4半期に一度）の体験教室として継続。費用は入場料収入より拠出）
アウトプット目標	体験教室年度内4回開催
必要資金 調達方法	0.5 百万円 (内訳：0.166 百万円[自己資金＝七尾市拠出金]、0.333 百万円[クラスター事業補助金]) 国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。

(事業番号 1－④)

事業名	能登の祭りシンポジウム
事業内容	世界農業遺産の構成要素の一つにもなっている“能登の祭り”全般についての、その文化的重要性や、持続可能なありかた等を、当地の祭り関係者と学識経験者および全国規模の祭り愛好者・サポーター団体（株式会社オマツリジャパン、一般社団法人マツリズム等）と連携し実施する。ここ能登地域でも高齢化や人口減により、祭り存続そのものが危うくなって来つつあり、都市部の研究者や祭りサポート団体と当地側主体者との交流機会を通じ、これら幅広い祭り関係者とのネットワークを確立し、祭りというある意味“（生物的でなく社会的な）いきもの”を展示していくことの意味と意義をさらに深めた展示の磨き上げに資する知見を獲得する。これを地域における文化観光推進への貢献機会とするとともに、併せてこのシンポジウムを来訪機会とするイベントパッケージを組み立てることで誘客に寄与させる。
実施主体	ななお・なかのと DMO 和倉温泉観光協会 和倉温泉旅館協同組合
実施時期	令和4年10月～令和5年2月
継続見込	次年度以降数年に一度開催 事業期間終了後の継続予定の有無：未定 予算措置（どの予算で行う予定か）等や継続方法：概ね5年に一度程度の開催を予定。費用は入場料収入より拠出）
アウトプット目標	年度内1回開催
必要資金 調達方法	1 百万円 (内訳：0.333 百万円[自己資金＝七尾市拠出金]、0.666 百万円[クラスター事業補助金])

	国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。
7-1-2. 情報通信技術を活用した展示、外国語による情報の提供その他の国内外からの観光旅客が文化についての理解を深めることに資する措置に関する事業	
(事業番号2-①)	
事業名	七尾城VRソフト開発設置
事業内容	青柏祭の文化を作った畠山氏の居城・七尾城に関するVRを「でか山」が奉納された文化背景の歴史・観光スポットの情報発信アイテムとして開発・設置。
実施主体	七尾市
実施時期	令和3年4月～令和3年8月
継続見込	次年度以降継続設置 事業期間終了後の継続予定の有無：開発事業としては無（利活用のみ）
アウトプット目標	畠山氏の居城・七尾城に関するVR 1種制作
必要資金調達方法	2.3百万円（内訳：2.3百万円[七尾市拠出金]）
(事業番号2-②)	
事業名	多言語解説検証事業（音声ガイド・解説パネル）
事業内容	現状当館では日・英・繁体中国語・簡体中国語が選択できる音声ガイドを有しているが、開館後にインバウンド来訪機会がないことから、日本語以外の多言語機能についてその有効性を確認・チェック出来ずにいた。観光庁の「魅力的な多言語解説作成指針」に沿って、限られた時間に耳で聴くことを意識して情報を詰め込みすぎているか、簡単な語彙と分かりやすい表現を用いているか、などのチェックを制作者以外のネイティブにより実施してもらおう。併せて館内のパネル表示の多言語についても改善案を検討してもらい、必要な部分は改良を行う。
実施主体	ななお・なかのとDMO
実施時期	令和3年4月～令和3年8月
継続見込	次年度以降必要に応じ実施 事業期間終了後の継続予定の有無：開発事業としては無（利活用のみ）
アウトプット目標	検証実施年度内1回
必要資金調達方法	0.9百万円 （内訳：0.3百万円[自己資金＝七尾市拠出金]、0.6百万円[クラスター事業補助金] 国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。
(事業番号2-③)	
事業名	視覚訴求強化事業（火祭り3Dホログラムおよびプロジェクト設置検討事業＝令和2年度、石崎奉燈祭りVRソフト開発設置事業＝令和3年度＝）
事業内容	感覚的展示機能向上の奏功手法である視覚理解を強化する。令和2年度は、現状来館者に素通りされてしまいがちな向田の火祭りの平面写真パネルを3Dホログラムによる大松明再現に置き換えていくための検討、および各祭り実施映像を既存体験コーナー以外

	で常設できるプロジェクターの設置の有り方に関する検討業務を行う。 令和3年度は石崎奉燈祭VRソフト開発設置を行う。石崎奉燈祭は狭い漁師町の路地を巨大な奉燈が駆け抜けていく、見物においてもスリリングな祭りであるが、この祭りの感覚をもっともよく伝えられるのはVRである。「でか山」のVRは青年会議所が過去作成しているため（借用交渉中）、石崎奉燈祭のVRを作成する。双眼鏡タイプの機械を各人が360度のバーチャル視界を楽しむものから一歩進んで、各人が祭り空間に身を置き、他者から干渉を受ける集団参加型の、整備年度における最新技術のものを整備、これを館内空間の一部スペースで実施することで集団的に祭り参加するバーチャル体験が可能になる。集団参加VRプログラムは団体吸引の大きなフックになるほか、大規模団体来訪時の体験分散にも資するものとなる。
実施主体	ななお・なかのとDMO 和倉温泉旅館協同組合
実施時期	令和2年12月～令和4年2月
継続見込	次年度以降継続設置 事業期間終了後の継続予定の有無：開発事業としては無（利活用のみ）
アウトプット目標	令和2年度： 火祭り3Dホログラムおよび祭り映像プロジェクター設置絵検討実施 令和3年度： 石崎奉燈祭VR 1種制作
必要資金調達方法	令和2年度： 0.1百万円（内訳：0.03百万円〔自己資金：和倉温泉旅館組合拠出金〕0.06百万円〔クラスター事業補助金〕） 国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。 令和3年度：9百万円（内訳：3百万円〔七尾市拠出金〕6百万円〔クラスター事業補助金〕） 国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。

7-1-3. 国内外からの観光旅客の移動の利便の増進その他の文化資源保存活用施設の利用に係る文化観光に関する利便の増進に関する事業

（事業番号3-①）

事業名	観光地の「まちあるき」の満足度向上整備支援事業
事業内容	訪日外国人を含む旅行者が「観光名所」に関する情報や、交流機会（体験・学習等）が得ることができる「観光拠点情報・交流施設」の取組を支援するため、設備の設置、施設の整備・改良等に要する経費の一部について支援する事業（観光庁支援事業）。令和2年度の当該事業においては、まちあるきを支援するものとして多言語翻訳機等を導入。和倉温泉お祭り会館というインバウンドにとって言語的に難しい単語を簡易な英語で伝えるなど来訪意向者に向け案内上工夫を施している。
実施主体	七尾市
実施時期	令和2年10月～令和3年3月
継続見込	今年度内完了 事業期間終了後の継続予定の有無：開発事業としては無（利活用のみ）
アウトプット目標	多言語翻訳機・VR機器の導入、公衆トイレの洋式化
必要資金調達方法	0.95百万円（内訳：0.47百万円〔観光庁〕、0.47百万円〔七尾市拠出金〕）＝採択済＝

(事業番号3-②)	
事業名	夜間早朝における時間市場の創出事業
事業内容	夜間早朝時間の消費拡大の為、商店街と連携し旅館宿泊者の泊食分離に関するトライアル事業を行う（観光庁委託事業）。これに関し和倉温泉お祭り会館として連動、通常閉館してしまう夜間時間帯において開館時間を延長する。 夜間開館は来訪（意向）者の利便向上に寄与するほか、それ以上に来訪意向が定かでない層に来訪誘引を働きかける機会を増大させる。；今年度は試験的に、上記事業における夜間イベント（和倉温泉内で牡蠣小屋を出店する計画 2021 年1月の土曜日4回）に合わせて夜間開館を実施する。 このようにまだ手探り段階ではあるが、次年度（令和3年度）においては、和倉温泉旅館協同組合が実施予定の「わくわく夏祭り」（例年8月に20日間程度夜市を連日開催）とも連動し、夜間開館期間を増やしていく。
実施主体	ななお・なかのと DMO 和倉温泉旅館協同組合
実施時期	令和3年1月
継続見込	次年度継続実施 事業期間終了後の継続予定の有無：有 予算措置（どの予算で行う予定か）等や継続方法： 費用は入場料収入より拠出
アウトプット目標	夜間延長開催日4日間
必要資金調達方法	10 百万円 （内訳：全額観光庁＝当該全体事業費＝採択済＝ ※当館時間延長に伴う賃金・光熱費等経費のみは0.02 百万円程度[自己財源]）
7-1-4. 文化資源に関する工芸品、食品その他の物品の販売又は提供に関する事業	
(事業番号4-①)	
事業名	売店高度化調査事業
事業内容	物販スペース・商品陳列及びポップなどの課題が多い売店について、顧客視点から売上増につながる改装のプランを確立する。現状の「販売コーナー」はDMO 職員のコーディネートで作られているが、これを集客施設で高売上をあげている実績のあるプロの店舗設計専門家＝売り場づくりの専門家 に検討を要請し、売場づくりをトータルにプロデュースしてもらい、以後の売上拡大に寄与させたい。
実施主体	ななお・なかのと DMO
実施時期	令和2年11月～令和2年12月
継続見込	今年度内完了 事業期間終了後の継続予定の有無： 調査事業としては無 （利活用のみ）
アウトプット目標	計画調査報告書一式
必要資金調達方法	0.9 百万円 （内訳：0.3 百万円[自己資金＝旅館組合拠出金]、0.6 百万円[クラスター事業補助金]） 国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。
(事業番号4-②)	
事業名	売店商品高度化・開発事業

事業内容	売店で取り扱う商品について、トレンドや顧客視点から再検証し、新たなラインナップを開発する。現状、各展示の祭りをモチーフにした T シャツや各種小物、女性向けアイテム、児童向けアイテム、地元産品能登上布を用いた製品、等々考えられるものは概ね取り揃えていると思われるが、明確なヒット商品が生まれず、個々のアイテムについてもデザインが納入業者ごとのテイストが異なるなど、トータルなプロデュースがなされていない。店舗設計同様に、商品開発においても、売れ筋の商品をある程度コンセプト感あるかたちで展開できるよう、他観光施設において実績がある物販のプロ（観光施設のショップバイヤーなど）を起用し商品の品ぞろえを見直してもらう。
実施主体	ななお・なかのと DMO
実施時期	令和2年11月～令和3年2月
継続見込	今年度内完了 事業期間終了後の継続予定の有無： 有 （個々アイテム見直しは随時 予算措置（どの予算で行う予定か）等や継続方法： 費用は入場料収入より拠出
アウトプット目標	開発商品 10 アイテム以上
必要資金 調達方法	1.2 百万円 （内訳：0.4 百万円[自己資金＝旅館組合拠出金]、0.8 百万円[クラスター事業補助金]） 国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。

7-1-5. 国内外における文化資源保存活用施設の宣伝に関する事業

（事業番号5-①）

事業名	パンフレット作成事業
事業内容	旅行会社ツアー造成担当者等オピニオンリーダー層向けに、各祭の歴史や文化背景、展示の見どころ、祭り関係者のコメントなどを掲載した解説パンフレットを作成。英語版も併せて作成する。
実施主体	ななお・なかのと DMO
実施時期	令和2年11月～令和3年3月
継続見込	次年度継続使用 事業期間終了後の継続予定の有無： 作成事業としては無 （利活用のみ） ※更新が必要な場合に実施（費用は入場料収入より拠出）
アウトプット目標	パンフレット日・英 各一種作成
必要資金 調達方法	2.1 百万円 （内訳：0.7 百万円[自己資金＝旅館組合拠出金]、1.4 百万円[クラスター事業補助金]） 国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。

（事業番号5-②）

事業名	観光案内所出展広報事業
事業内容	金沢駅観光案内所のスペースを県より借用し、和倉温泉お祭り会館オープン1年を記念したPRイベントを和倉温泉観光協会とともに展開する。
実施主体	ななお・なかのと DMO 和倉温泉観光協会 和倉温泉旅館協同組合
実施時期	令和3年4月～5年3月

継続見込	次年度継続実施 事業期間終了後の継続予定の有無： 有 予算措置（どの予算で行う予定か）等や継続方法： 費用は入場料収入より拠出
アウトプット目標	金沢駅観光案内所イベント年度内2回開催
必要資金 調達方法	0.5 百万円 (内訳：0.166[自己資金＝入場料収入充当]、0.333[クラスター事業補助金]) 国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。

(事業番号5-③)

事業名	館内紹介バーチャルツアー
事業内容	zoom 等オンラインで館内を案内するバーチャルツアーを、首都圏など遠隔地における来訪可能性団体や、国内海外エージェントに向けて実施する。開館後これまでも、先方団体の求めに応じて実施しており、そのときは在京の「七尾市出身者グループ」が（コロナ収束期における）グループ旅行候補先として当館訪問を検討いただき、先方団体の定例会の機会にバーチャルツアーを実施したものであった。改善点は諸々あったものの、この結果は好評であり、この手法は団体集客獲得の有効な方法であるとの認識を得た。現状、館の通信環境が館内の場所によっては不利なエリアがあり、この改善に合わせて取組を拡大する。
実施主体	ななお・なかのと DMO
実施時期	令和4年4月～5年3月
継続見込	次年度継続実施 事業期間終了後の継続予定の有無： 有 予算措置（どの予算で行う予定か）等や継続方法： 費用は入場料収入より拠出
アウトプット目標	年度内6回実施
必要資金 調達方法	0.5 百万円 (内訳：0.166[自己資金＝入場料収入充当]、0.333[クラスター事業補助金]) 国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。

(事業番号5-④)

事業名	観光列車連携広報事業
事業内容	JR 七尾線の観光列車「花嫁のれん号」での JR タイアップ広報を行う（DMOが中心となって、JR 西日本と連携して実施予定：年度内4回）。また、「花嫁のれん号」乗車券と当施設入館券がセットになった特別切符を構築、JR 関係の旅行会社を通じて販売してもらう。高岡と和倉温泉を結ぶ週末及び週明け運行の観光路線バス「わくライナー」とのタイアップ広報・セット入場券は既に発売しており、同様の展開を実施する。
実施主体	ななお・なかのと DMO 和倉温泉観光協会 和倉温泉旅館協同組合
実施時期	令和4年4月～5年3月
継続見込	次年度継続実施 事業期間終了後の継続予定の有無： 有

	予算措置（どの予算で行う予定か）等や継続方法： 費用は入場料収入より拠出
アウトプット目標	年度内4回実施
必要資金 調達方法	1 百万円 (内訳：0.333[自己資金＝入場料収入充当]、0.666[クラスター事業補助金]) 国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。
7-1-6. 7-1-1～7-1-5 の事業に必要な施設又は設備の整備に関する事業	
(事業番号6-①)	
事業名	能登島向田の火祭 再現3Dホログラム設置事業
事業内容	「事業番号2-③」の事業計画に基づき、現状の平面写真切抜パネルに代わる臨場感ある設置物として3Dホログラムを設置する。 <u>取組強化事項1：感覚的理解展示の強化（課題1関連）</u>
実施主体	ななお・なかのとDMO
実施時期	令和2年9月～令和3年2月
継続見込	今年度完了 事業期間終了後の継続予定の有無： 設置事業としては無 （利活用のみ）
アウトプット目標	3Dホログラム設置実施1カ所
必要資金 調達方法	2 百万円 (内訳：0.66 百万円[自己資金＝旅館組合拠出金]、1.33 百万円[クラスター事業補助金]) 国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。
(事業番号6-②)	
事業名	祭り実況常時放映プロジェクター設置事業
事業内容	「事業番号2-③」の事業計画に基づき、展示の4大祭りの実施映像を常時放映するプロジェクター（及びスクリーン）を2カ所設置する。 <u>取組強化事項1：感覚的理解展示の強化（課題1関連）</u>
実施主体	ななお・なかのとDMO
実施時期	令和2年11月～令和3年2月
継続見込	今年度完了
アウトプット目標	祭り実況常時放映プロジェクター（及びスクリーン）2基設置 事業期間終了後の継続予定の有無： 設置事業としては無 （利活用のみ）
必要資金 調達方法	0.3 百万円 (内訳：0.1 百万円[自己資金＝旅館組合拠出金]、0.2 百万円[クラスター事業補助金]) 国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。
(事業番号6-③)	
事業名	売店高度化調査事業に基づく売店整備事業
事業内容	「事業番号4-①」の事業計画に基づき、売店を改築する。

実施主体	ななお・なかのと DMO
実施時期	令和2年12月～令和3年3月
継続見込	今年度内完了 事業期間終了後の継続予定の有無： 整備事業としては無 （利活用のみ）
アウトプット目標	売店整備（改築）1箇所
必要資金 調達方法	1.8 百万円 （内訳：0.6 万円[自己資金＝旅館組合拠出金]、1.2 百万円[クラスター事業補助金]） 国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。

7-2. 特別の措置に関する事項

7-2-1. 必要とする特例措置の内容
無し

7-3. 必要な資金の額及び調達方法

	総事業費	事業番号	所要資金額	内訳
令和2年度	20.75 百万円	事業番号1-①	0.9 百万円	0.3 百万円 (自己資金 [旅館組合拠出金]) 0.6 百万円 (クラスター事業補助金)
		事業番号1-②	0.5 百万円	0.166 百万円 (自己資金 [旅館組合拠出金]) 0.333 百万円 (クラスター事業補助金)
		事業番号2-③	0.1 百万円	0.03 百万円 (自己資金 [旅館組合拠出金]) 0.06 百万円 (クラスター事業補助金)
		事業番号3-①	0.95 百万円	0.475 百万円 (七尾市拠出金) 0.475 百万円 (まちあるき事業補助金 [観光庁])
		事業番号3-②	10 百万円	10 百万円 (夜間早朝の時間市場の創出事業委託事業 [観光庁])
		事業番号4-①	0.9 百万円	0.3 百万円 (自己資金 [旅館組合拠出金]) 0.6 百万円 (クラスター事業補助金)
		事業番号4-②	1.2 百万円	0.4 百万円 (自己資金 [旅館組合拠出金]) 0.8 百万円 (クラスター事業補助金)
		事業番号5-①	2.1 百万円	0.7 百万円 (自己資金 [旅館組合拠出金]) 1.4 百万円 (クラスター事業補助金)
		事業番号6-①	2 百万円	0.66 百万円 (自己資金 [旅館組合拠出金]) 1.33 百万円 (クラスター事業補助金)
		事業番号6-②	0.3 百万円	0.1 百万円 (自己資金 [旅館組合拠出金]) 0.2 百万円 (クラスター事業補助金)
		事業番号6-③	1.8 百万円	0.6 百万円 (自己資金 [旅館組合拠出金]) 1.2 百万円 (クラスター事業補助金)
令和3年度	13.2 百万円	事業番号1-③	0.5 百万円	0.166 百万円 [自己資金=七尾市拠出金]、 0.333 百万円[クラスター事業補助金]

		事業番号 2－①	2.3 百万円	2.3 百万円（七尾市拠出金）
		事業番号 2－②	0.9 百万円	0.3 百万円[自己資金＝七尾市拠出金]、 0.6 百万円[クラスター事業補助金]
		事業番号 2－③	9 百万円	3 百万円[七尾市拠出金] 6 百万円[クラスター事業補助金]
		事業番号 5－②	0.5 百万円	0.166 百万円 （自己資金 [入場料収入充当]） 0.333 百万円 （クラスター事業補助金）
令和 4 年度	2.5 百万円	事業番号 1－④	1 百万円	0.33 百万円[七尾市拠出金] 0.66 百万円[クラスター事業補助金]
		事業番号 5－③	0.5 百万円	0.166 百万円 （自己資金 [入場料収入充当]） 0.333 百万円 （クラスター事業補助金）
		事業番号 5－④	1 百万円	0.33 百万円 （自己資金 [入場料収入充当]） 0.66 百万円 （クラスター事業補助金）
合計	36.55 百万円			

8. 計画期間

計画期間：令和2年度～令和4年度

令和2年度：展示機能・魅力増への取組 売店販売機能強化 集客広報強化
令和3年度：展示機能・魅力増への取組検証・改善 売店販売機能強化取組検証・改善
集客広報強化取組検証・改善
令和4年度：展示機能・魅力増への取組検証・改善 売店販売機能強化取組検証・改善
集客広報強化取組検証・改善