



新潟県観光協会

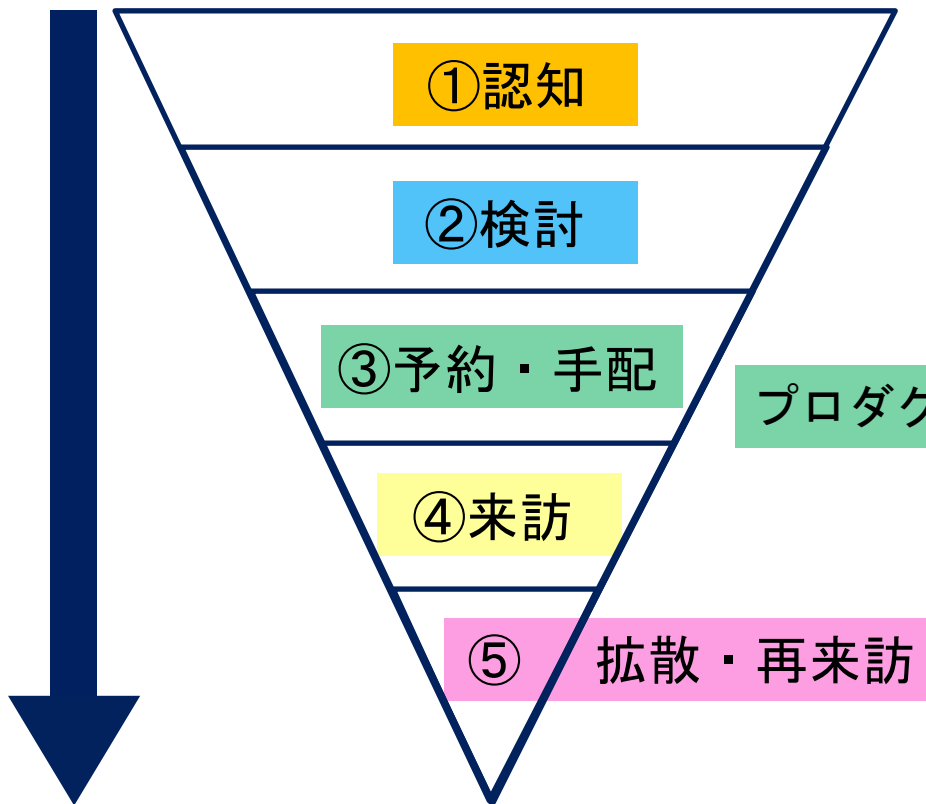
Niigata Prefectural Tourism Association

2023年度 第3回定期報告会 事業進捗・データ報告

2023.12.5

旅行者ファネル

旅行者がデスティネーションを認知してから来訪・再来訪に至るまでの意識遷移を図式化



<2023年度の重点取組>

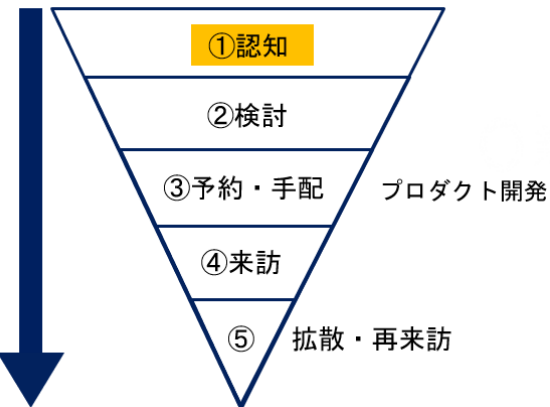
①認知、②検討 施策の継続実施

SNS
メディアPR
プレスリリース
WEB「にいがた観光ナビ」の強化

+

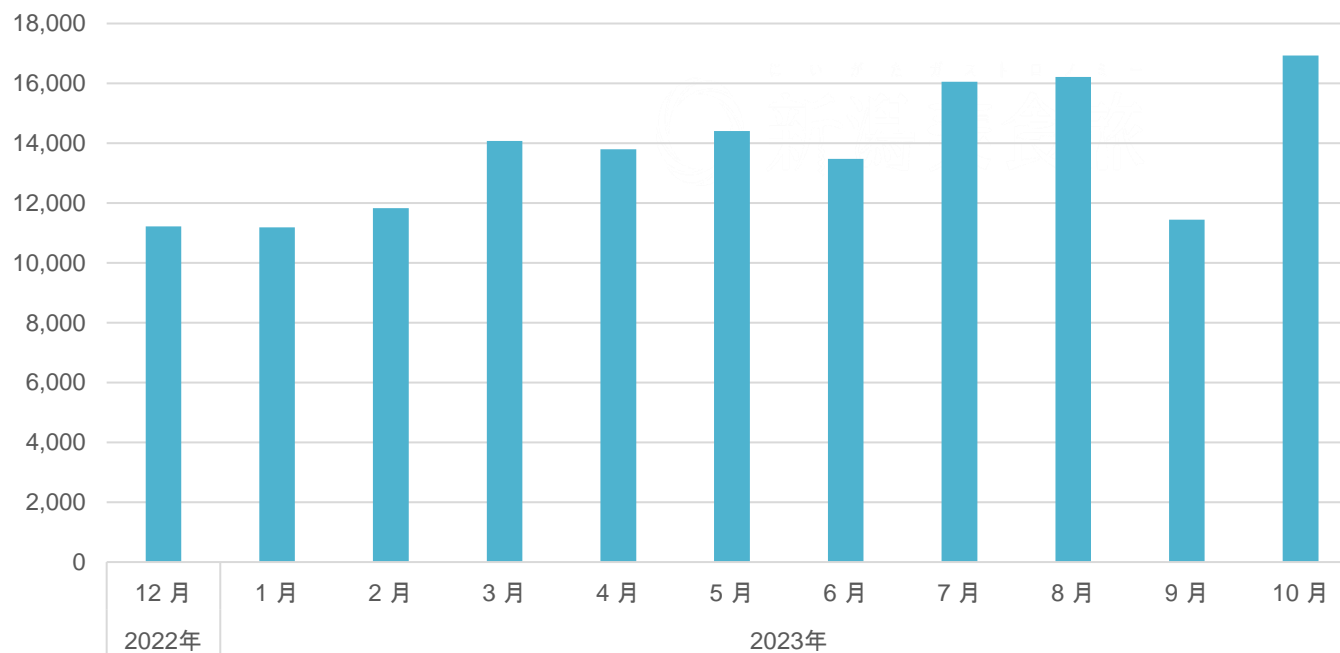
③予約・手配

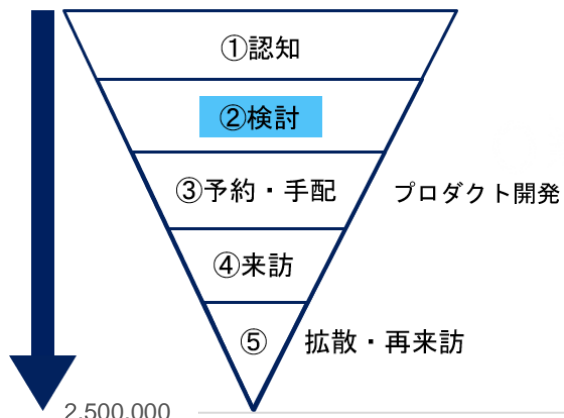
認知された後に選択される
(買える) 環境作り



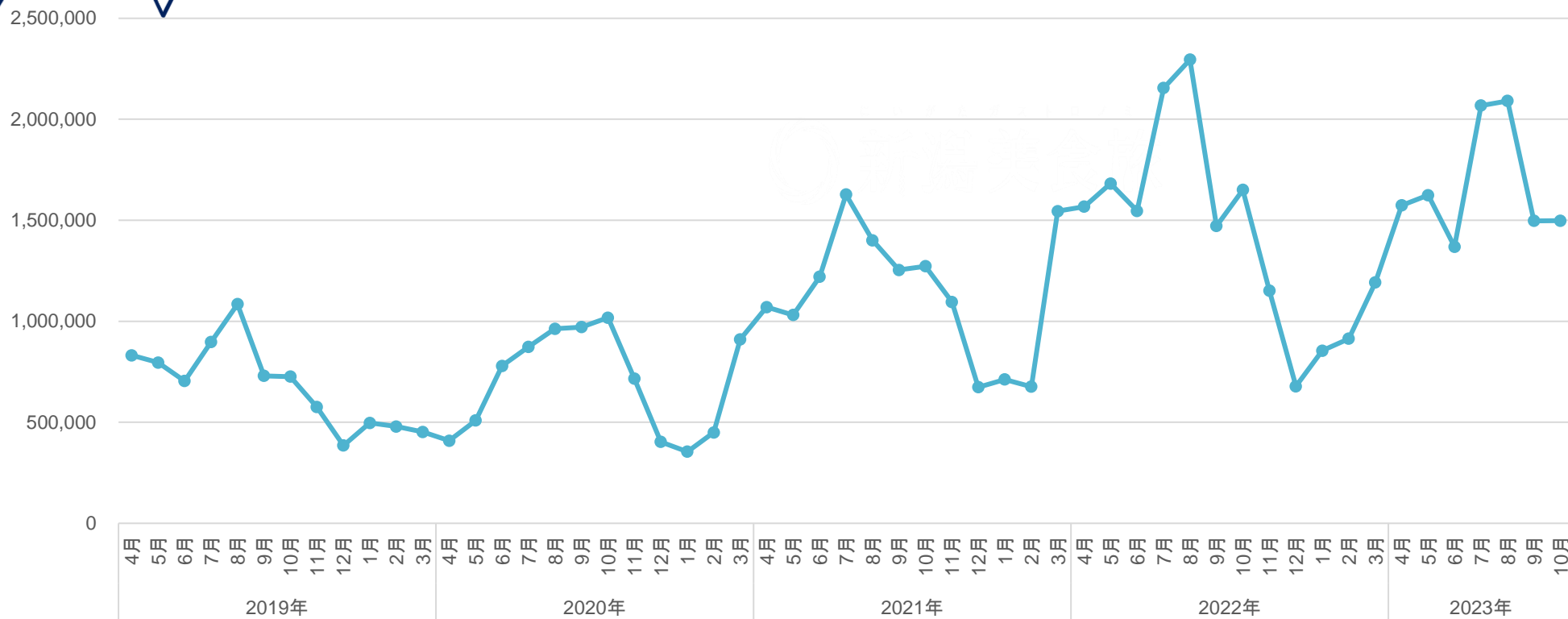
①認知 の現状 WEBクリッピング

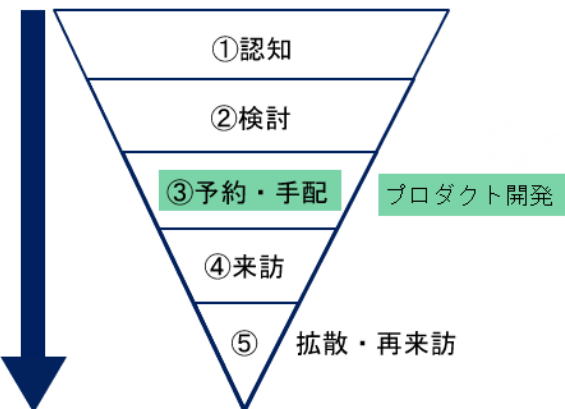
キーワード「新潟 観光 旅行 グルメ 温泉」の web取得記事数の総数





②検討 の現状 「にいがた観光ナビ」のPV

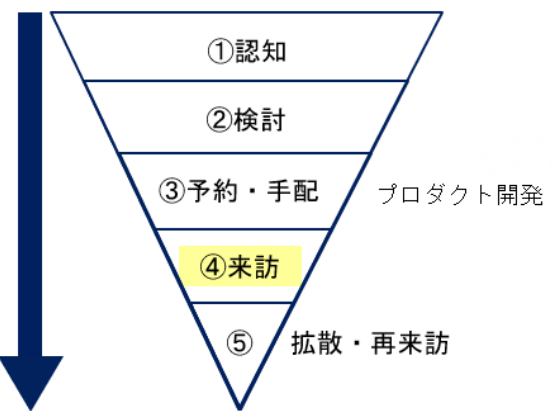




③予約・手配 の現状 「にいがた観光ナビ ONLINE STORE」

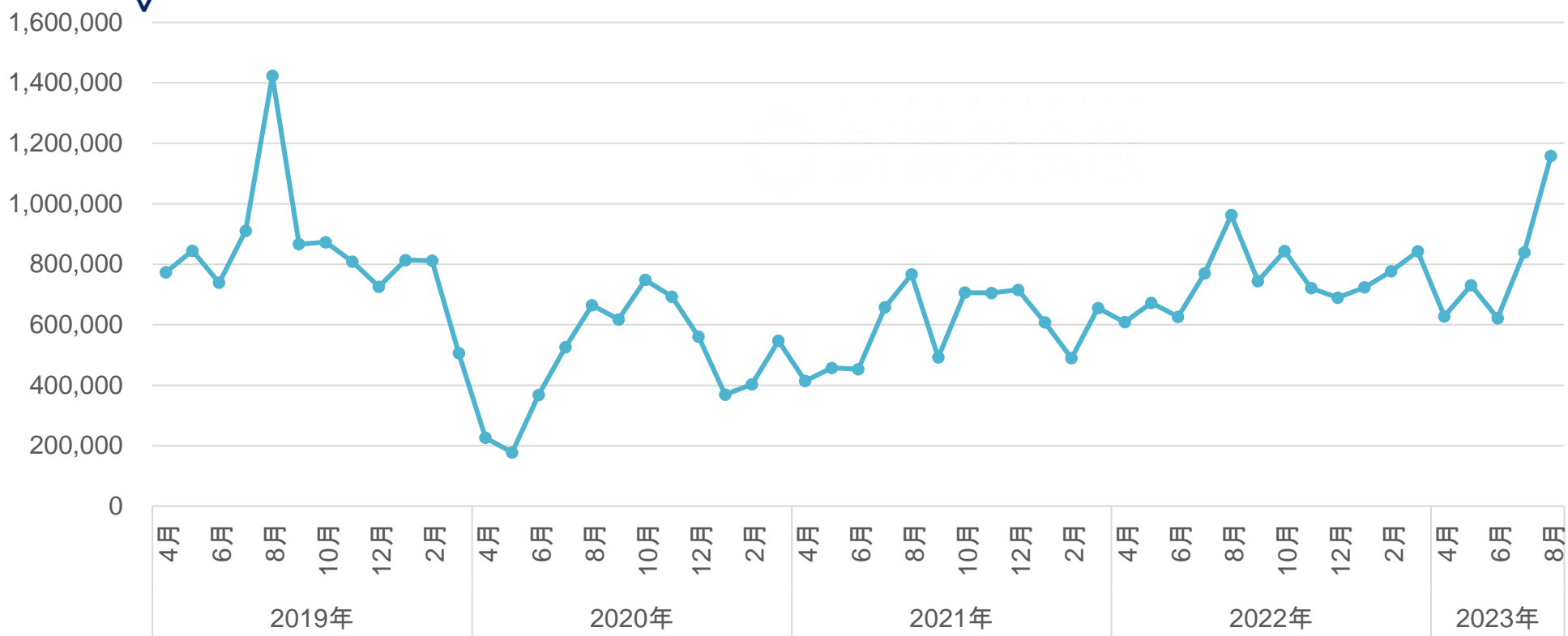


※詳細は「プロダクト流通促進事業」のスライド参照

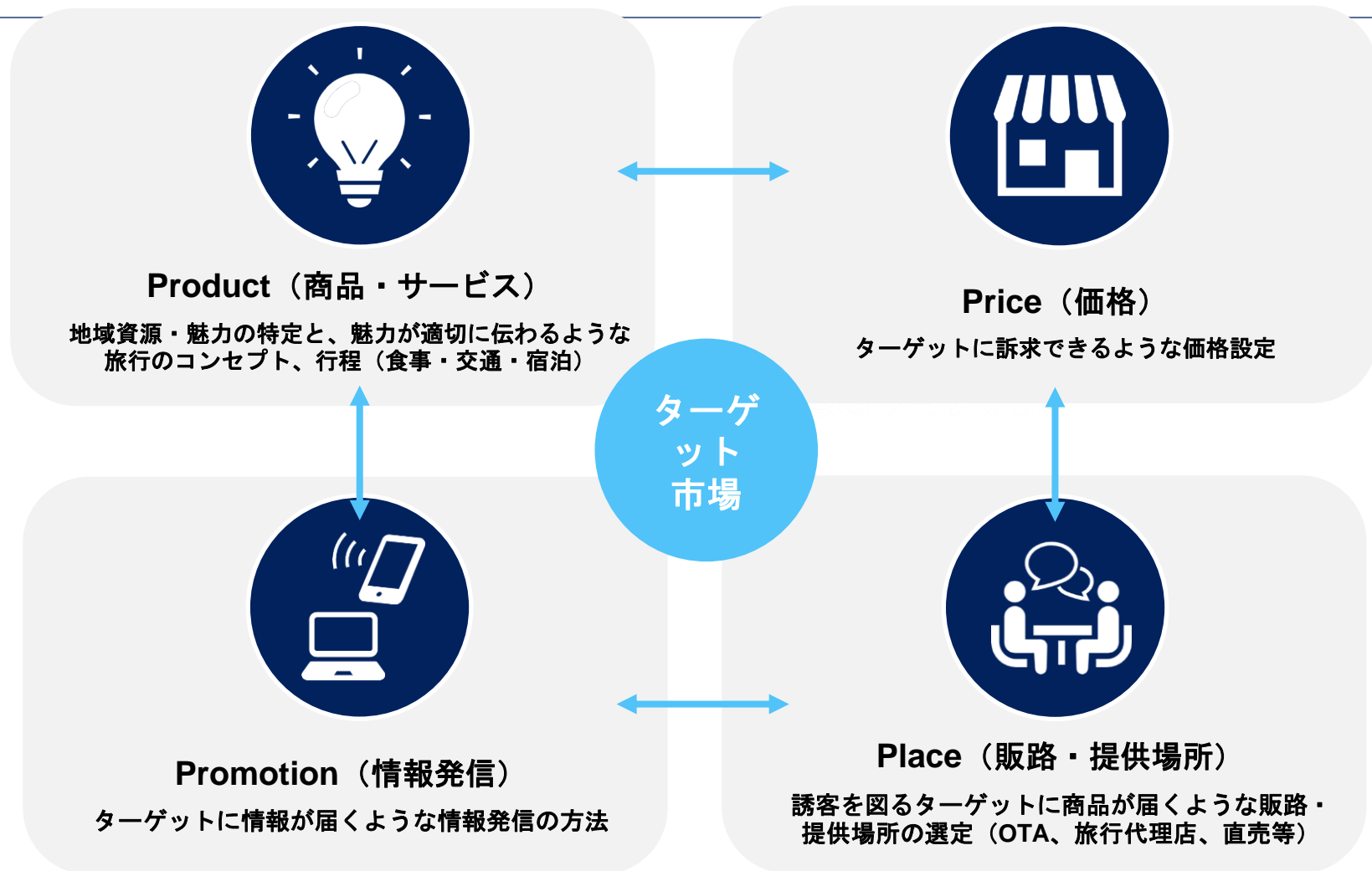


④来訪 の現状 県内宿泊者数

※国内



アクション側（新潟県観光協会）のフレームワーク 4P戦略



R5 新潟県観光協会 事業体系図



新潟観光ブランディング事業 2,000千円

事業の目的

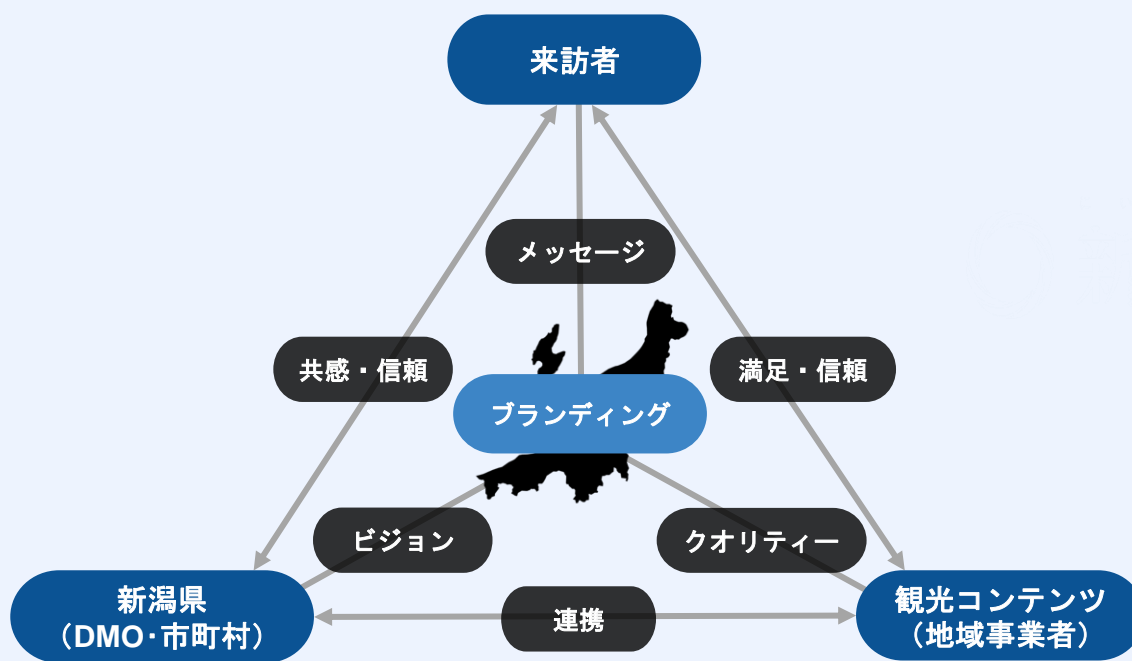
デスティネーションとしてのブランド化

新潟が国内の競合他県や世界各国から旅行選定先として選ばれるため、他の地域と差別化された新潟独自の付加価値を明確にしたうえで、新潟という destinations のブランディングを図ることとする。

新潟の特性に合った旅行者像（ペルソナ）設定（ターゲティング）し、戦略的かつ、効果的なデスティネーション・ブランディングを行うための土台作りを行う。

事業の内容

- 観光地の特徴・コンテンツの分析
→ほかのエリア（競合）との競合比較
- ターゲティング
→セグメントの中からターゲットとなる旅行者を策定
- ブランドアイデンティティの構築
- アウトプット
→クリエイティブの決定、
ブランドのキービジュアル（撮影）
コンセプトブック制作



事業進捗状況

新潟観光ブランディング事業

○ターゲティング

都市部に住む成功者 年齢:30~60代 年収:700万以上

- ・知的好奇心が強く、体験を重視する。
- ・ゆったりと贅沢に旅行を楽しみたい。長期滞在し、消費額も多い。

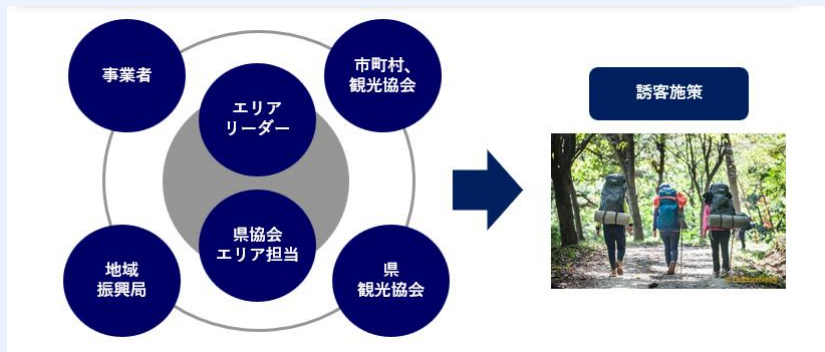
○アウトプット 進行中

- ・ブランドのキービジュアルの撮影 夏編、秋編が終了。

○今後の動き ・冬編の撮影（1月~2月を予定）



DMO等連携支援事業（日本版DMO形成）



○新潟県観光協会 定期報告会

・第1回 5月30日

「新潟」を知ってもらい、来てもらい、買ってもらうための、新たな戦略について

・第2回 9月28日

集客UPにつながる！旅行会社・メディアに採用されるPRの秘訣

・第3回 12月5日

月刊新潟Komachi、レルヒさん、観光協会職員が やってみてわかった！

SNS運用のコツ

・第4回 2024年2月頃

新潟ブランディング事業の検討結果・方針(予定)

○エリアマーケティング会議

目的: エリアマーケティング会議では、エリア内の市町村・事業者が連携して、新潟県外からの誘客を図るための施策を検討・企画する。

・エリアリーダー会議: 7月に実施(エリアマーケティング会議のねらい・進め方を共有)

・村上・新発田エリア: 村上市の計画づくりに意見交換、市町村ごとの事業ヒアリング

・新潟・阿賀エリア: 市町村ごとの事業・ターゲット等ヒアリング実施、地域で頑張る人発掘等

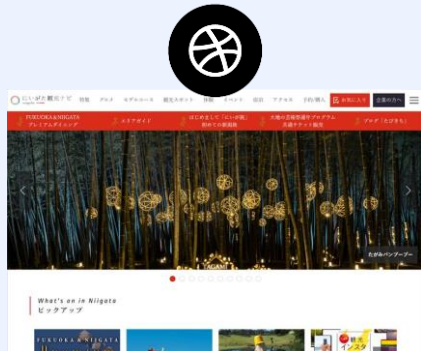
・長岡・柏崎エリア: 地域の課題等ヒアリング実施

・湯沢・魚沼エリア: 旅行形態別の施設リスト作成中

・妙高・上越・糸魚川エリア: 市町村ごとの事業・ターゲット等ヒアリング実施

・佐渡エリア: 市の計画づくりに意見交換、市町村ごとの事業・ターゲット等ヒアリング実施

デジタル情報発信事業 12,404千円



新潟県公式観光webサイト
「にいがた観光ナビ」
<https://niigata-kankou.or.jp/>



新潟県観光協会
X (旧Twitter)
<https://twitter.com/umasaniiigata>



新潟県観光協会
Instagram
<https://www.instagram.com/>



新潟県観光協会
Facebook
https://www.facebook.com/umasaniiigata/?locale=ja_JP

事業の目的

プロモーションの目的に応じてメディアの使い分け、またはそれらを組み合わせ（＝メディアミックス）で情報発信することで、より効果的にデステーションとしての認知を向上させることを目的とする。

事業の内容

- 公式HP「にいがた観光ナビ」を軸に、地元ライターによる旬の記事の発信、各SNSの特長を生かした情報拡散など、デジタルで情報発信を行う。
- 週末webミーティングを通してユーザーのアクセスや行動データを集約・分析し、プロモーションプランを計画する。

新潟県観光協会のオウンドメディア（2023年11月 数値）

- にいがた観光ナビ（webサイト）
...2022年 全国都道府県観光関連サイト閲覧者数ランキング 全国4位。
- 新潟県観光協会 Instagram ... フォロワー8,800人
- 新潟県観光協会 X... フォロワー8.4万人
- 新潟県観光協会 facebook... フォロワー8,400人
- 新潟県観光協会 LINE... フォロワー12,300人



にいがた観光ナビ

<https://niigata-kankou.or.jp/>



- ・WEB内でオンラインコンテンツの販売6月スタート(販売システム:TXJ)
- ・トップページの見直し、改修

○旅の特集(<https://niigata-kankou.or.jp/feature>): 12本公開 ※11月時点

- ・新潟おにぎり最高！新米おにぎりを食べに行こう！！おにぎり店まとめ
- ・新潟のローカル線で絶景列車の旅！秘境と聖地を巡る5選
- ・とんこつにあんかけに淡麗系ラーメンまで！
まだまだあるラーメン王国・新潟の実態！
- ・スキーレッスン付きツアー・スクール・バッジテスト
など

西蒲区に誕生したお花とカフェの複合施設！OC garden／新潟市

2023年11月03日

👁 799ビュー ♥️ 3いいね



○新潟県観光協会公式ブログ「たびきち」

(<https://niigata-kankou.or.jp/blog>): 116本公開 ※11月末時点

- ・にいがた謎解きクエストで新潟駅から2キロ圏内を探検しまくろう！／新潟市
- ・グリーンシーズンのスキー場でリフレッシュ！～湯沢高原パノラマパーク・アルプの里～／湯沢町
- ・築100年古民家リノベー棟貸し宿が大自然の中に今冬オープン！最高の癒しを／阿賀町
など

○今後の動き

- ・紅葉、スキーなどの情報発信
- ・週末WEBミーティング

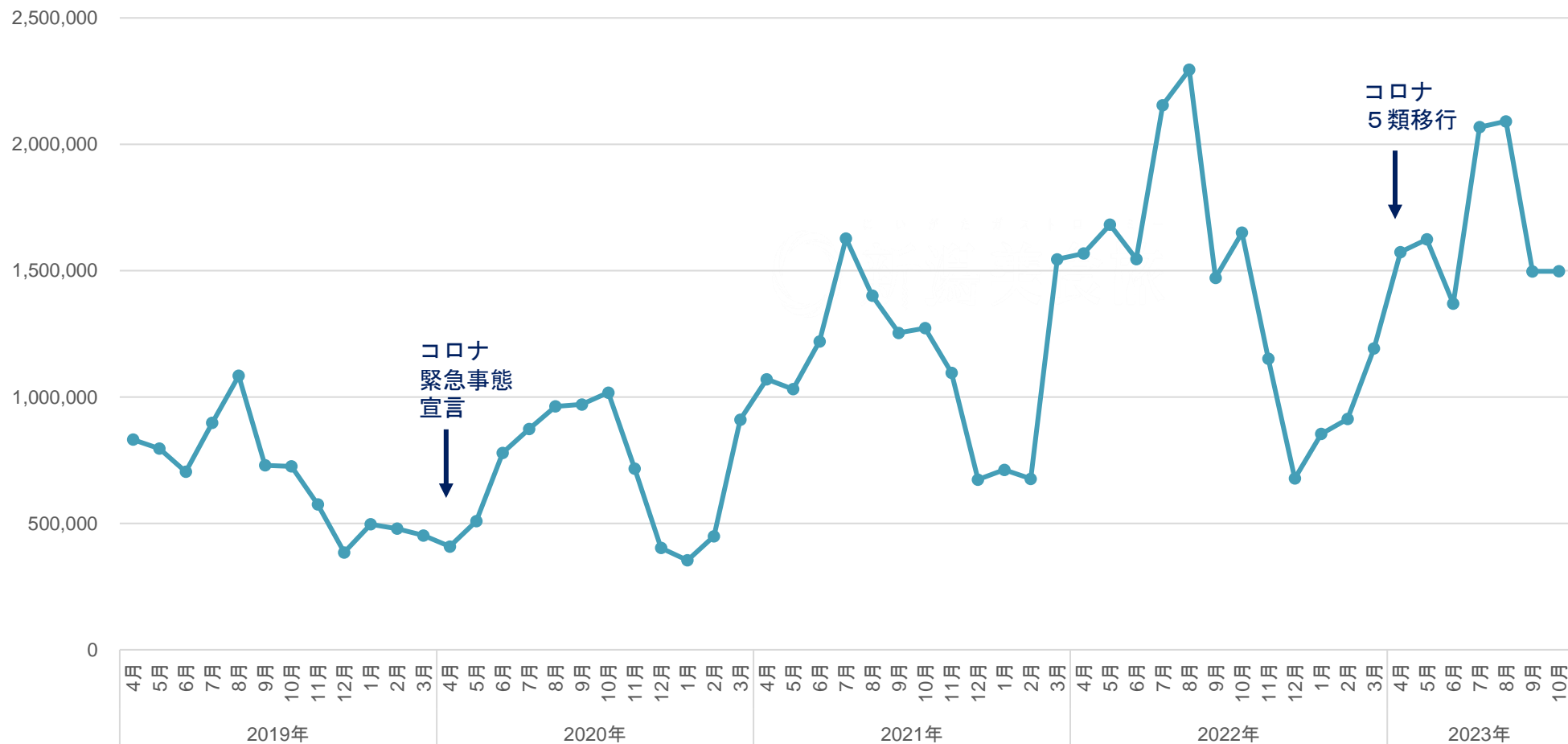
事業進捗状況



にいがた観光ナビ

<https://niigata-kankou.or.jp/>

にいがた観光ナビPV(旅行支援ページを除く)



事業進捗状況



X (旧 Twitter)

2011年から運用

<https://twitter.com/umasaniigata>

インプレッション TOP3



ヤスダヨーグルトギフト
セットキャンペーン
(10月投稿)

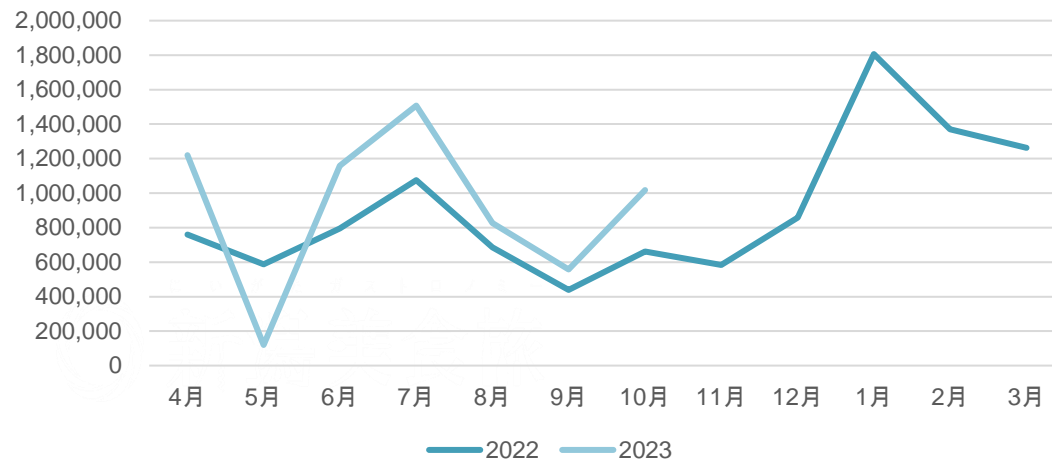


ヤスダヨーグルトア
イスキャンペーン
(5月投稿)

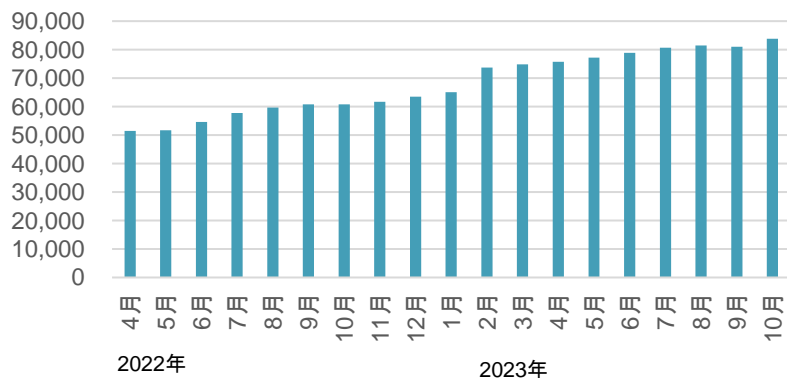


くろさき茶豆キャン
ペーン
(8月投稿)

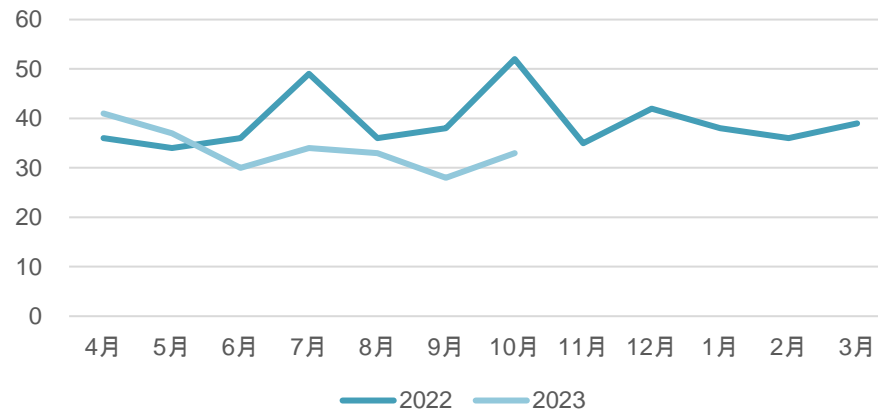
インプレッション表示回数



フォロワー 83,869(11月時点)



投稿数



事業進捗状況



Instagram

<https://www.instagram.com/>

2022年5月から運用

エンゲージメント TOP3



弥彦大鳥居
(9月投稿)

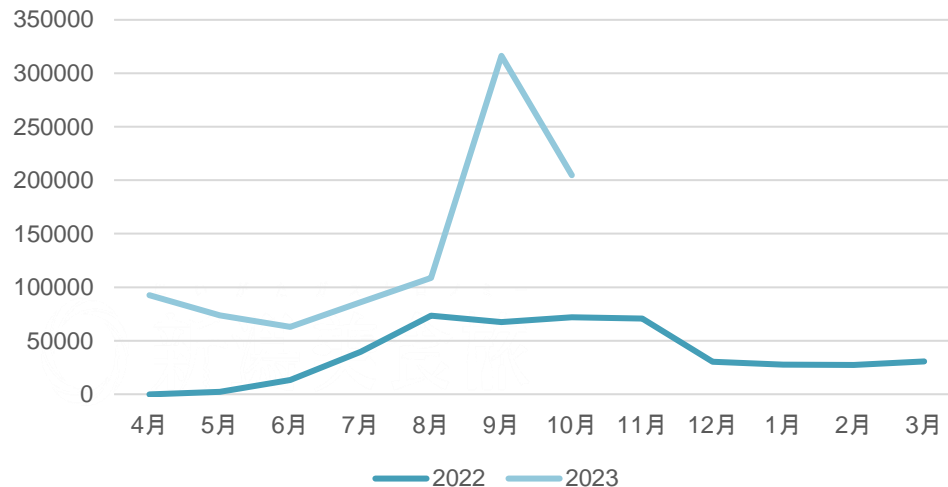


田んぼアート
(9月投稿)

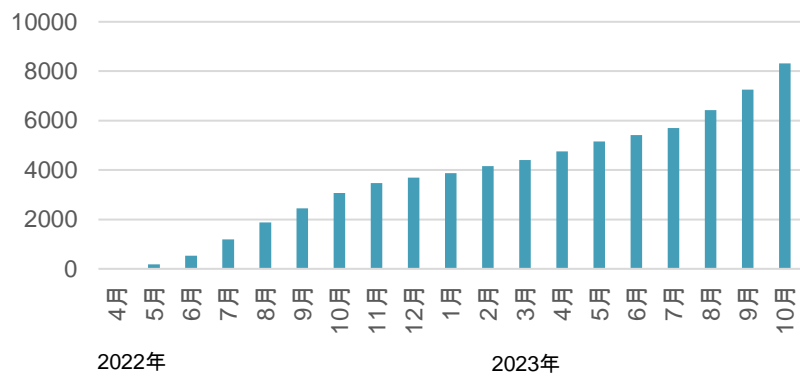


片貝まつり
(9月投稿)

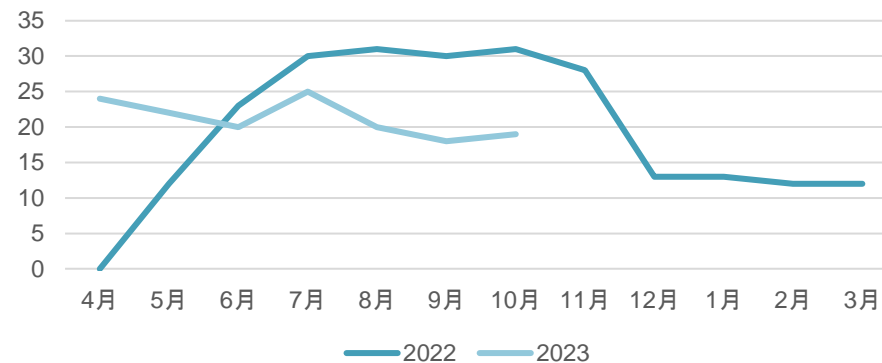
インプレッション表示回数



フォロワー 8,307(11月時点)



投稿数



事業進捗状況



Facebook

2011年から運用

https://www.facebook.com/umasaniigata/?locale=ja_JP

いいね TOP3



本気丼
(10月投稿)

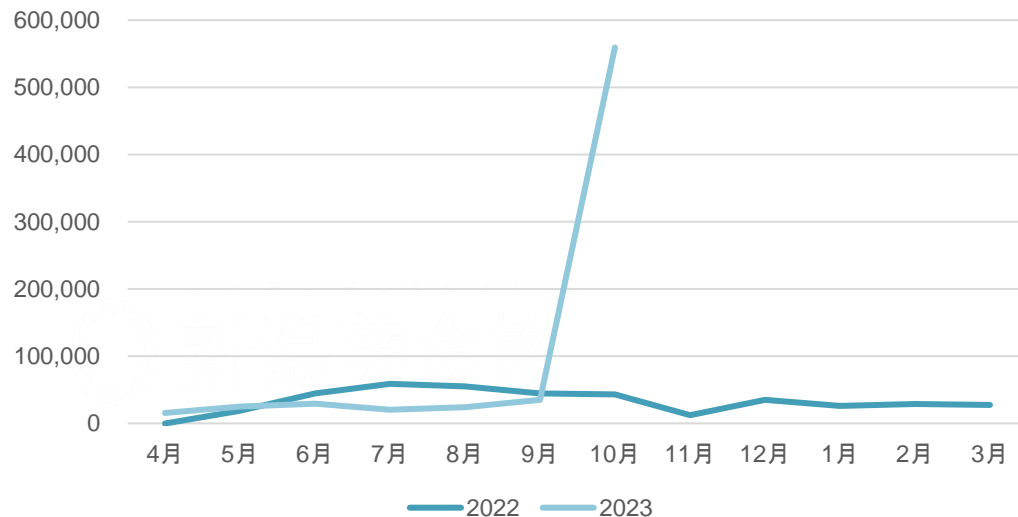


はらこ丼フェス
ティバル
(10月投稿)

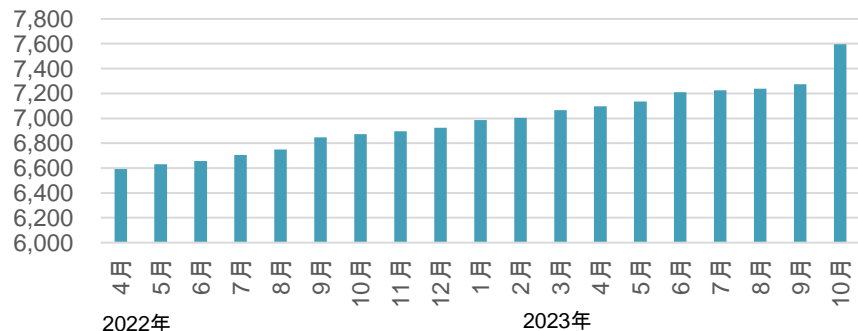


特集サザエさんOP
(6月投稿)

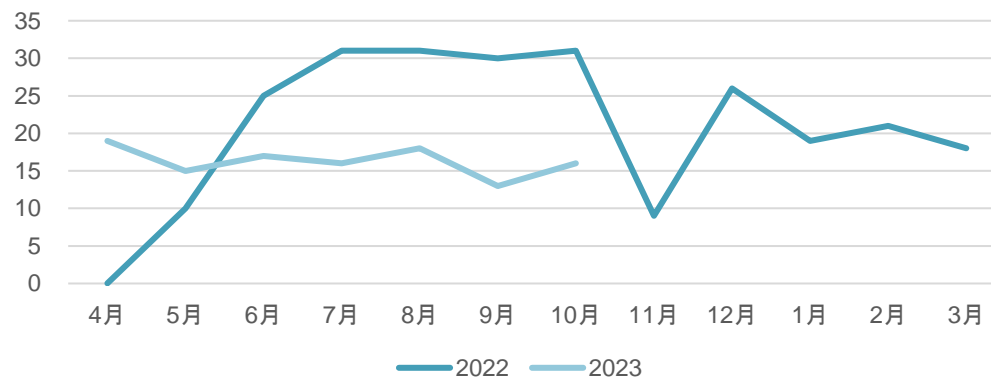
リーチ(投稿を見た人の数)



フォロワー 7,596(11月時点)



投稿数



事業概要

メディア連携事業 4,250千円



事業の目的

新潟県のデスティネーションとしての認知向上のため、パブリシティでの露出拡大を目指し、メディアへの情報提供と定期訪問などを通じ、メディアとのネットワークの強化に取り組む。
ネットワークを基盤にタイアップ・取材支援等を実施する。

事業の内容

- 首都圏を中心としたメディアへの定期訪問
- メディア掲載における新潟取材時の取材支援（交通費等）、タイアップ支援
- PR TIMESでリリース情報の発信

KPI

- メディア露出数 200（R4年度比較アップ）
※R4年度 主要メディア露出数：176

事業進捗状況

メディア連携事業

○取材支援・メディアリレーションによる掲載依頼 ・「JNTOロンドン」2023年10月5日

「Exploring the Charms of Niigata's Sado Island」で、宿根木・尾畑酒造・鬼太鼓など掲載

・「男の隠れ家」2023年11月号

「伝統的建築の老舗宿」→松之山温泉 凌雲閣の
伝統的建築美、歴史、空間を紹介

・「BRUTUS」998号(2023年 12月1日発売)

「おいしい、温泉。～良いお湯、良い酒、良い肴～」→
カーブ・ドッチ ヴィネスパ、SNOW PEAK FIELDS SUITE
を紹介

など、計26件メディア掲載

OPR TIMES

4月 配信13件

5月 配信15件

6月 配信12件

7月 配信13件

8月 配信10件

9月 配信10件

10月 配信16件

11月 配信9件

4月～11月

ページビュー数

238,412

転載サイト数

3,369

○主要TV放送・雑誌・ web掲載数

(県観光協会リサーチ分)

23 年4 月 16

23 年5 月 21

23 年6 月 15

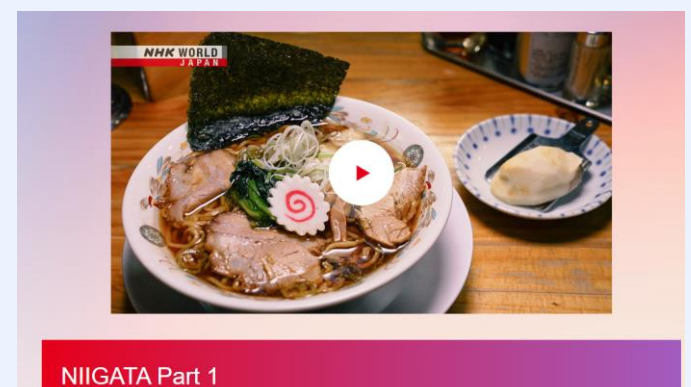
23 年7 月 32

23 年8 月 25

23 年9 月 16

23 年10 月 28

23 年11月 16



メディア連携事業（東京観光センター機能強化）

首都圏を中心にメディアリレーションをとっているメディアに向けて、年5回ほどリリースを作成。商談会でも展開。



〇23年8月15日発行 秋号

- ・サどころ新潟 豊蒸祭
- ・個性派ワイナリーがそろう新潟県のワイン
- ・郷土の人々に受け継がれてきた棚田
- ・神秘的な即身仏をめぐる
- ・栃尾のあぶらげ
- ・ガストロノミー 玉城屋
- ・トキエア 就航

〇23年10月17日発行 秋～冬号

- ・冬花火
- ・アクセス良スキー場、マジ井
- ・さどまり
- ・村上の塩引き鮭を作ってみよう
- ・ユニークな新潟おみくじ10選
- ・雪国ならではの 新潟の工芸品
- ・糸魚川5醸
- ・ガストロノミー 里山十帖
- ・あなたの知らない〇〇温泉 赤湯、清川高原温泉

事業概要

観光人材育成事業 1,600千円



事業の目的

新潟県の観光を担う人材を育成するため、対象別に設計した研修を実施する。
令和5年度は、観光初任者研修、観光プロパー合宿、デジタル化研修の3本とする。

事業の内容

- 観光初任者研修
⇒観光に初めて関わる行政職員・新任 観光協会職員等を対象に観光のいろはを学ぶ研修
- 観光プロパー合宿
⇒県内各市町村の観光プロパー人材を対象にネットワーキング・スキルアップを目指す研修
- デジタル化研修
⇒主に民間事業者を対象に、マーケティングのデジタル活用を通年型で学ぶ研修

KPI

- 観光初任者研修 / 50名
- 観光プロパー合宿 / 30名
- デジタル化研修 / 30名

事業進捗状況

観光人材育成事業

事業の目的

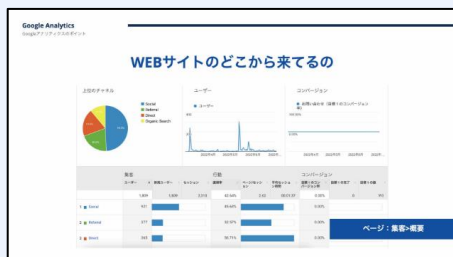
新潟県の観光を担う人材を育成するため、対象別に設計した研修を実施する。
令和5年度は、観光初任者研修、観光プロパー合宿、デジタル化研修の3本とする。

事業の内容

- 観光初任者研修 済
⇒観光に初めて関わる行政職員・新任 観光協会職員等を対象に観光のいろはを学ぶ研修
- 観光プロパー合宿 済
⇒県内各市町村の観光プロパー人材を対象にネットワーキング・スキルアップを目指す研修
- デジタル化研修
⇒主に民間事業者を対象に、マーケティングのデジタル活用を通年型で学ぶ研修。年内に事業者が決定、1～3月で実施予定

KPI

- 観光初任者研修 〳50名
- 観光プロパー合宿 〳30名
- デジタル化研修 〳30名



事業概要

新潟ブランド情報発信強化事業

20,500千円

事業の目的

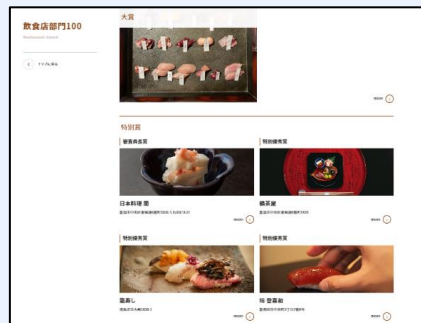
「新潟県観光立県推進行動計画」内で掲げられている観光政策の1つ、「ガストロノミー」の情報発信（認知拡大）をさらに強化するため、令和4年度で実施した『新潟ガストロノミーアワード』及び『プレミアムダイニング』を継続実施する。

事業の内容

- プレミアムダイニング ⇒ 今年度は福岡県・静岡県と連携したプレミアムダイニングを開催する。
 - 新潟ガストロノミーアワード ⇒ 令和5年度は新店舗表彰やインフォーマル部門等を設けて開催予定。
- ※それぞれの成果物は旅行会社との商談会、メディアへのリリース、にいがた観光ナビでの販売などにつなげていく。



▲ アワード表彰式



▲ アワードのWebサイト



▲ 豪農の館を会場にしたプレミアムダイニング



▲ 料理イメージ

事業進捗状況

新潟ブランド情報発信強化事業

●プレミアムダイニングは、福岡県・静岡県と連携して、下記のスケジュールで進行中

日時	令和6年2月11日	令和5年9月23日・24日	福岡県との開催
会場	Goh Gan(福岡市博多区)	旧第四銀行(新潟県新潟市)	
定員	40~50名	開催済み	
料金	調整中	35,000円	

静岡県との開催	令和6年3月12日	令和5年11月11日	日時
	里山十帖(新潟県南魚沼市)	富田美術館	会場
	20~25名	開催済み	定員
	調整中	44,000円	料金

プレミアムダイニング...新潟の各地に根付く、文化や歴史、風土などのストーリーとともに新潟の食を楽しむイベント。新潟県と福岡県、新潟県と静岡県、それぞれの一流シェフたちによるその日限りのプレミアムな食体験。



参加シェフ PROFILE

【福岡】
福山 剛
Goh Fukuyama
[Goh]
9/23・24

福岡「イル・ド・フランス」、「マーキュリーカフェ」で修業した後、2002年西中国に「ラ・メゾン・ドゥ・ラ・ナチュール・ゴウ」をオープン。常に革新で独創的なフレンチを創り出す。2016年「アジアのベストレストラン50」に初めてランクイン、2021年には30位入賞。2022年、バンコクのシェフ、ガガン・アナンと共に「Goh Gan」を開業。

【新潟】
鬼嶋 大之
Hiroyuki Kishima
[my farm to table おにや]
9/23・24

自家養鶏場を持ち、生産から調理、提供まで一貫して行う。「鶏肉の宝石」とも呼ばれるシャボンも育て提供している。「ミシュランガイド新潟2020特別版」ではプレートの評価、2022年度新潟ガストロノミーアワード飲食店部門で大賞を受賞。

【新潟】
佐藤 大介
Daisuke Sato
[日本料理 蘭]
9/23

日本料理 蘭(あらぎ)の2代目。京都の修業先で板前としての心得を学んだ。料理には常に素材への敬意を大切にしている。「ミシュランガイド新潟2020特別版」にて一つ星の評価。2022年度新潟ガストロノミーアワード飲食店部門で特別賞を受賞。

【新潟】
小林 宏輔
Kosuke Kobayashi
[登喜和鮨]
9/24

老舗寿司店 登喜和の3代目。県産食材にこだわりながら新しい美味しさを探求する。「ミシュランガイド新潟2020特別版」で一つ星、ゴ・エ・ミヨ2023では3トックの評価。2022年度新潟ガストロノミーアワード飲食店部門で特別賞を受賞。

▲福岡とのプレミアムダイニングの告知フライヤー

●ガストロノミーアワードに関しては、11月20日「募集告示」。今回は「40歳以下の若手シェフ」を対象とした特別版として開催

事業概要

スタンプラリー事業 3,000千円



事業の目的

新潟観光ファンクラブ「にいくる」と連携し、参画店舗などを周遊するデジタルスタンプラリーを実施することで、利用者の動態データを集約し、分析・活用するとともに、参画店舗をはじめとする各地域の観光関連施設における観光消費額を向上させることを目的とする。

事業の内容

- 新潟観光ファンクラブ「にいくる」内のスタンプラリー機能の実装 ※県予算
- 参画店舗の集約（「にいくる」への新規加盟の促進）
- 参加者募集広報（「にいくる」への新規会員登録の促進）
- 参加者の動態データ分析・活用

KPI

- 消費額向上の目標値 R4年度13,713円 ⇒ R5年度 15,000円
- スタンプラリー利用者数 6,000人（参考：R4年度利用者数 3,667人）
- スタンプラリーを通じて新規「にいくる」登録ユーザー数 2,000人



スタンプラリー事業



参加方法

スマホで簡単参加！
デジタルスタンプラリー



○実施内容

- 以下の内容にて開催中。
 - 名称 にいがた観光ファンクラブNiicleスタンプラリー（デジタル）
 - 期間 秋：2023年9月25日（月）～11月19日（日）
冬： 〃 12月23日（土）～2024年2月18日（日）
 - 参加施設 にーくる協力施設及びNEXCO東日本新潟支社管轄SA・PA
計 約600施設
 - 参加者 にーくる会員 約15万人

- にーくるへのスタンプラリー機能の実装
→ 実装済み
- 参画店舗の集約（新規参画施設の促進）
→ 昨年度スタンプラリー参加施設に声掛け。68施設が新規参画（スタンプラリーwebサイト <https://niigata-kankou.or.jp/ngt/stamp/>）
- ・ 秋期のスタンプラリー実績は以下のとおり。
スタンプ取得件数：11,421件
各賞応募件数合計：1,145件

○今後の動き

- 冬期スタンプラリー用パンフレット作成
- Instagram広告の実施
- 参加者の動態データ分析
→ スタンプラリー終了後（2月下旬～）、実施予定

事業概要

佐渡金山を核とした交流人口拡大事業

11,280千円

事業の目的

佐渡金山の世界遺産登録に向けて、佐渡および佐渡をフックとした県内観光コンテンツ（アドベンチャーツーリズムなど）や、モデルコース（ストーリーに基づく佐渡を中心とした県内周遊ルートなど）を首都圏メディアによって発信することで、佐渡のデスティネーションとしての認知度を向上させる。

事業の内容

- 知的好奇心旺盛なユーザーをターゲットにした首都圏メディア「CREA」（予定）などと連携して、特集記事・モデルコースを制作。そのためにニーズに沿った現地取材を実施。
⇒モデルコースはwebサイト「にいがた観光ナビ」内にも表示
- 作成したモデルコースの販売（商談会での紹介等、来訪の促進）



佐渡金山を核とした交流人口拡大事業



OCREAとの連携

秋編の取材終了 以下、モデルコース・記事を新たに公開

・佐渡の大自然に飛び込む2泊3日のアウトドアトリップ。ドンデン高原とへんじんもっこで贅沢に自然を満喫！

https://crea.bunshun.jp/articles/-/45281#goog_rewarded

・【30以上の能舞台が今なお残る聖地】佐渡島の能は“庶民の能”

今も受け継がれる佐渡の能楽を旅する

<https://crea.bunshun.jp/articles/-/44786>

・【通いたくなる島、佐渡】

心奪われる夕陽の“インフィニティ”温泉リゾートでラグジュアリーステイ

<https://crea.bunshun.jp/list/feature/crea202309-sadogashima>

○静岡総合テレビとの連携

・9/23(土)9:30～「とびっきり！しずおか土曜版」にて、佐渡を中心にロケをした内容を全27分の超長編にて放送。

ロケ地：トキの森公園、ホテル万長、きらりうむ佐渡、あなぐち（ガストロノミー）

個人視聴率4.3%・世帯平均視聴率9.2%・占拠率32.0%の高視聴率を獲得

○今後の動き

・CREA冬編の撮影(24年1～2月を予定)

・にいがた観光ナビにモデルコースの掲載

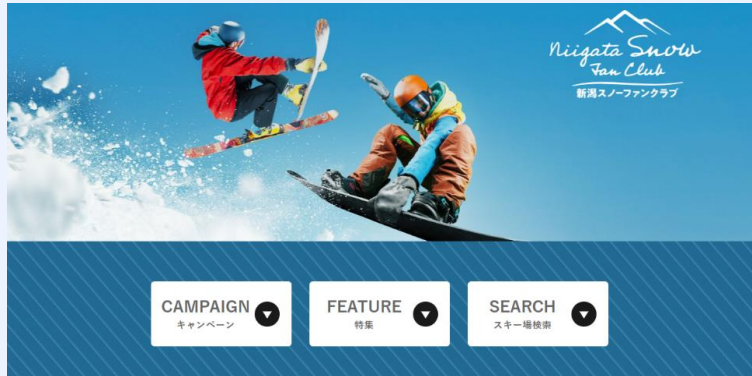
・AGT・メディア向けに新しいスポットの提案



事業概要

スキー関係事業 25,970千円

※内訳：スノーリゾート新潟促進事業 13,965千円
にいがたスキー100年委員会事業 12,005千円



新潟スノーファンクラブ WEBサイト
(<https://niigata-kankou.or.jp/snow>)



事業の目的

新潟県のスノーリゾートとしてのブランドコンセプトの確立を図るとともに、県内外に対して県内スキー場に関するプロモーションを行い、県内スキー観光誘客の促進を図る。

事業の内容

- 新潟県内のスキー場とその周辺の魅力の洗い出し
- ターゲットとなるペルソナ設定、ブランドコンセプトの決定
- クリエイティブ制作（グリーンシーズン（夏～秋）、スキーシーズンとも）
- オンライン及びオフライン両面からのプロモーション
オンライン：本県スキー場情報ポータルサイト「新潟スノーファンクラブ」及び各種SNSによる情報発信等
オフライン：首都圏スポーツ用品店とタイアップした店頭PRイベントの実施
- スキー場に対するグリーンシーズンを含めた情報発信の場の提供
・「にいがた観光ナビ」及び「新潟スノーファンクラブ」等による情報発信
・県内外イベント出展
- スキーレッスン付ツアーの開催、スポーツイベントと連携したPRイベントの実施

KPI

- ブランドコンセプトの確立
- ブランドコンセプトを表現する動画等のクリエイティブ制作

事業進捗状況

スキー関係事業



○実施内容

- 国内マーケットへ、新潟県内スキー場の強み
「近い、温かい、楽しい」を生かした誘客を図るため
 - メインターゲットを**子供・ファミリー**
ブランドコンセプトの方向性を「**雪育リゾート**」として
 - ・子供と一緒に雪に触れよう、遊ぼう
 - ・スキー&スノボの楽しさを体験しよう
 - ・雪国文化や雪国をテーマに環境を学ぼうというテーマを訴求
 - 10/21 アルビレックス新潟ホームゲームでスキーPR及びリフト乗り降り体験
 - 11/11-12 「東京雪祭」（代々木公園）出展。新潟のスノーリゾートをPR
 - 12/6 「雪育リゾート新潟 関係者の集い」（東京都中野）を開催
 - 首都圏での広報展開（都内スポーツ店）
 - 子ども向けスキーツアーの造成支援、バジテストの取組強化
 - スキー場情報ポータルサイト「にいがたスノーファンクラブ」で情報発信
 - セールスシート及びPR動画制作
- （並行して）
- グリーンシーズンの情報発信強化のため、「にいがたスノーファンクラブ」内にグリーンシーズン情報を集約・掲載
→新潟スノーファンクラブ WEBサイト（<https://niigata-kankou.or.jp/snow>）

事業概要

新潟空港案内所設置事業 8,597千円

事業の目的

新潟空港に観光案内所を設置する。外国語での観光案内サービス等を提供し、外国人受入体制の強化を図る。

事業の内容

- 外国語・日本語で、新潟県の観光案内をする。
- 「にいがた観光ナビONLINE STORE」のタッチポイントの1つとしてQRコードを設置し、その場で新潟の観光コンテンツを予約・購入可能にする。



事業進捗状況

新潟空港案内所設置事業

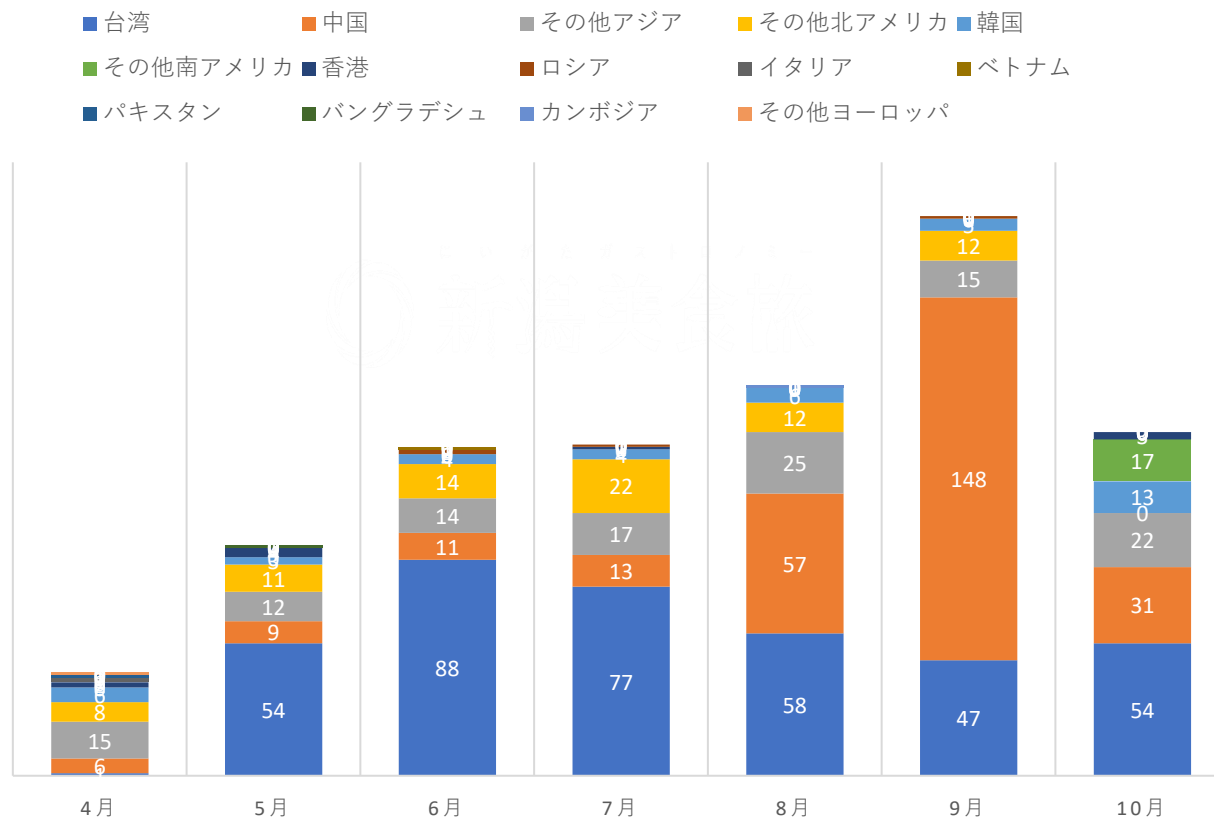
○カウンター対応件数（内外国人）

4月	377件（42）
5月	515件（94）
6月	497件（134）
7月	546件（135）
8月	562件（159）
9月	643件（228）
10月	678件（140）

○お問い合わせ内容

- ・観光情報（例：新潟市内夕食の
おススメは？月岡温泉に宿泊予
定だが、他に周るとよいスポッ
トは？）
- ・交通案内（直江津への行き方
は？）
- ・AIRチェックイン情報

外国人カウンター対応内訳



※その他には地域不明を含む

その他北アメリカ：アメリカ・カナダ・メキシコ以外もしくは地域不明

その他南アメリカ：ブラジル・アルゼンチン・チリ・コロンビア・ペルー・ベネズエラ・エクアドル・ボリビア以外もしくは地域不明

事業概要

在留外国人と連携した魅力発信事業

2,000千円



事業の目的

在留外国人を活用して訪日外国人旅行者に向けた旅マエ情報の充実化を図るため、在留外国人及び国際交流関心層（日本人）のコミュニティ（Facebookグループ）を形成し、本県観光の魅力を発信する継続的な情報発信体制の構築する。

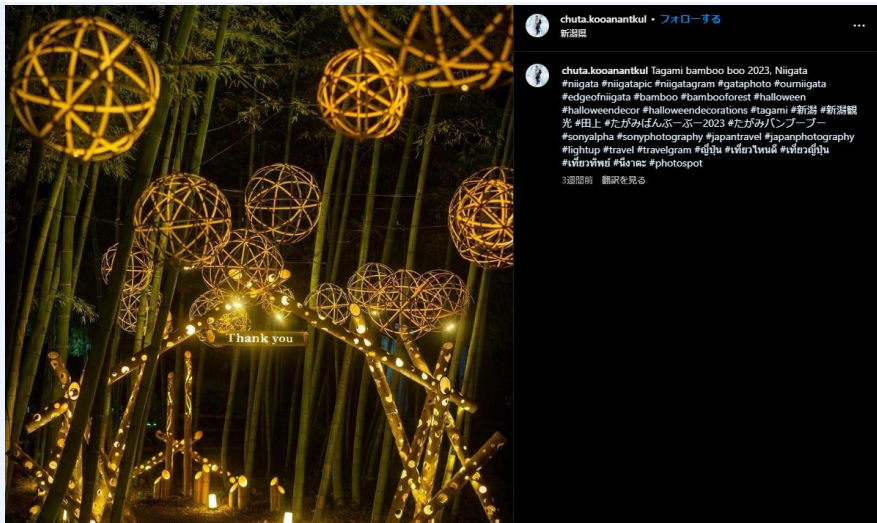
当該コミュニティの活性化・活用・拡大を図り、情報発信に対する意欲向上や発信力強化につなげる。

事業の内容

- コミュニティメンバーのSNSにおける本県観光に関する魅力発信の継続
- 新規コミュニティメンバーの確保
- 観光事業者等に対するコミュニティの周知
- コミュニティメンバーを活用した業務の実施
- 気軽にコミュニティメンバーを活用するための仕組みづくり



在留外国人と連携した魅力発信事業



- コミュニティメンバーのSNSにおける本県観光に関する魅力発信の継続
⇒ 【R5.8実績】 【R5.9実績】 【R5.10実績】
- | | | |
|--------------------|--------------------|--------------------|
| ・ Facebook : 32投稿 | ・ Facebook : 27投稿 | ・ Facebook : 23投稿 |
| ・ Instagram : 21投稿 | ・ Instagram : 36投稿 | ・ Instagram : 24投稿 |
| ・ LinkedIn : 2投稿 | | |

(投稿内容)

- ・田上バンブーブー ・瓢湖 ・白山神社 ・古町芸妓
・妙高黄金の湯 ぽんしゅ館など

- 新規コミュニティメンバーの確保
 - ⇒ ALTを対象として新規コミュニティメンバーを募集し、新規コミュニティメンバー13名確保（R5.10時点）

- 観光事業者等に対するコミュニティの周知
⇒ 当事業の概要、コミュニティメンバーの情報及びコミュニティの活用事例等を掲載したセールスツールを作成し、インバウンド事業に取り組む観光事業者へのセールス活動を実施中

- コミュニティメンバーを活用した業務の実施
⇒【業務受託内容】
 - ・ PV動画撮影の被写体モデル（R5.8.31実施）
 - ・ 日本酒テイスティングレクチャーガイド育成事業への参加（R5.9.8実施）
 - ・ 今後、インバウンド向けモニターツアー等へも参加予定

事業概要

文化観光魅力発信事業 13,700千円



事業の目的

- R4年度～R6年度までの3カ年事業。
- 県内を5つのエリアに分け、各エリアの文化資源を網羅したモデルコースの造成やモニターツアー等を実施することで、本県文化の魅力を発信し、県内への観光入込客数の増加を図る。

【R4年度（1エリア）：新潟・佐渡エリア】

新潟市、三条市、加茂市、燕市、五泉市、弥彦村、田上町、阿賀町、佐渡市

【R5年度（2エリア）：魚沼・上越エリア】

魚沼：魚沼市、十日町市、南魚沼市、湯沢町、津南町

上越：妙高市、上越市、糸魚川市

【R6年度（2エリア）：新発田・長岡エリア】

新発田：新発田市、村上市、阿賀野市、胎内市、聖籠町、関川村、粟島浦村

長岡：長岡市、柏崎市、小千谷市、見附市、出雲崎町、刈羽村

事業の内容

- 「文化芸能・郷土料理・方言」の切り口から観光コンテンツの掘り起こし
- メディア「TRANSIT」と連携したモデルコース造成
- モニターツアー実施（AGT向け・親子向け）
- 「にいがた観光ナビ」内のモデルコースページへの掲載
- 収集した観光コンテンツや造成したモデルコースを活かしたPR活動（メディア露出・ツアー商品造成等）

KPI

- モデルコース6本造成
- モデルコースや掘り起こした観光コンテンツのメディア掲載3回
- モデルコースや掘り起こした観光コンテンツの商品造成3回



文化観光魅力発信事業



「にいがた観光ナビ」内のモデルコースページへの掲載（魚沼・方言）



妙高・上越・糸魚川エリア 親子向けモニターツアー

- 「伝統芸能・郷土料理・方言」の切り口から観光コンテンツの掘り起こし

☑ 湯沢・魚沼エリア：R5.6完了

☑ 妙高・上越・糸魚川エリア：R5.7完了

- メディア「TRANSIT」と連携したモデルコース造成

〈①伝統芸能 ②郷土料理 ③方言 をテーマとして、各エリア3本造成〉

☑ ①伝統芸能：R5.8コース案作成⇒R5.12現地取材⇒R6.1コース確定予定

☑ ②郷土料理・③方言：R5.8コース案作成⇒R5.9現地取材

⇒湯沢・魚沼エリア：R5.10コース確定・観光ナビ掲載

妙高・上越・糸魚川エリア：R5.12コース確定・観光ナビ掲載

- モニターツアー実施（AGT向け・親子向け）

〈モデルコースの有効性検証のため、各エリア2回開催（親子向け・AGT向け）〉

☑ 湯沢・魚沼エリア：親子向け、AGT向けともにR5.1実施予定

☑ 妙高・上越・糸魚川エリア：親子向け実施済み（R5.11.18-19）

AGT向けR5.1実施予定

〈妙高・上越・糸魚川エリア 親子向けモニターツアー行程〉

【1日目】

上越妙高駅発＝かんざり本社/お買い物＝癒しの宿 田端屋/笹箕寿司作り体験＝

高田城址公園＝上越市埋蔵文化財センター＝春日山神社＝鵜の浜温泉 ロイヤルホテル小林/宿泊

【2日目】

フォッサマグナミュージアム＝糸魚川ジオステーションジオパル＝糸魚川ヒスイ海岸/ヒスイ探し＝

道の駅マリンドリーム能生＝糸魚川まち歩き体験（マキノ製飴店・加賀の井酒造）＝糸魚川駅



事業概要

テーマ別コンテンツ造成強化事業

9,000千円

事業の目的

旅行者に訴求するテーマ性のあるコンテンツをエリア連携で造成するため、テーマで横ぐしを刺しつつマーケットの研究なども行い、造成したコンテンツやツアーについて、モニターツアーなどでの検証を通し磨き上げを図る。

事業の内容

- 新潟県の地質学的な成り立ちや日本屈指の豪雪の恩恵と言え、新潟を代表するコンテンツ『米』と『日本酒』 2つのテーマで実施。
- 新潟の『米』・『日本酒』は、なぜ美味しいのか。その理由や背景、ストーリーを深掘し、各テーマ毎にコンセプトブックを作成。
- プロダクトの開発。（想定）大自然に囲まれた奥只見湖で地酒を楽しむ貸切クルーズ等。
- 今年度、各エリアと連携し、『米』、『日本酒』に関するプロダクトのアウトプットを目指す。次年度は、新たに『温泉』をテーマに実施予定。
- 完成したプロダクトを当協会WEBサイト・SNSで発信、オンライン販売の実施。AGT、メディア営業活動、商談会で提案を行う。



事業進捗状況

テーマ別コンテンツ造成強化事業



○活動状況

- ・新潟の日本酒は何故美味しいのか、その背景を深掘するための有識者会議の開催（6月～）
- ・コンテンツの磨き上げを目的としたモニターツアーの実施（9月21日-22日）※奥只見湖SAKEクルーズなど
- ・県内酒蔵へ日本酒データヒアリングを実施（11月～）

○有識者

【地質・地形の有識者】

氏名：巽好幸 職位：ジオリブ研究所合同会社 所長 (<https://geo-live.jp/>)

経歴：理学博士（東京大学）。京都大学総合人間学部教授、同大学院理学研究科教授、東京大学海洋研究所教授、海洋研究開発機構プログラムディレクター、神戸大学海洋底探査センター教授、同大学高等研究院海共生研究アライアンス長などを歴任。著書として『和食はなぜ美味しいー日本列島の贈り物』など。NHKスペシャル「ジオ・ジャパン」シリーズ、MBS「情熱大陸」など出演・監修。「美食地質学」の創始者。

【食の有識者】

氏名：大引伸昭 職位：ジオリブ研究所合同会社 主任研究員（ガストロノミー部門）

経歴：辻調理師専門学校日本料理教授。2023年より株式会社辻料理教育研究所（辻調グループ）の取締役、教育事業部長に就任。読売テレビ「どっちの料理ショー」などに出演し、2018年から巽氏とともに毎日新聞「美食地質学入門」が連載中。2025年日本国際博覧会大阪パビリオン推進委員会 アドバイザー。

○今後のスケジュール

- 12月～1月 日本酒コンセプトブック制作
- 12月～ 造成コンテンツの一般販売・BtoB販売

事業概要

インバウンドカレッジ 3,700千円



セミナー



エクスカーション



修了式

事業の目的

新潟県のインバウンド誘客促進のため、インバウンドに取り組む民間事業者などを対象に、リテラシー向上・市場研究・ネットワーキング強化を図る通年型の育成プログラムを実施する。

インバウンドマーケティングの全体像やサービスの質向上のための手法等についてもプログラムへ組み込むとともに、令和4年度インバウンドカレッジ修了者卒業生からも引き続きカレッジに参加してもらい役割とすることで参加者間のネットワーク拡大を図る。

※R4年度からの継続事業

事業の内容

- インバウンド有識者によるセミナー及び参加者によるワークショップ
※全8回（開催日数は全6日）

KPI

- インバウンドカレッジ修了者：20名

インバウンドカレッジ



セミナー



ワークショップ

- 参加者：28名
- 全8回（開催日数は全6日）のうち、第6回まで実施済み
（R5.8からR6.1まで毎月1回開催）

	場所	講座担当者	講座テーマ	テーマ
第1回 8月29日（火） 13:00～17:00	江南区文化会館	木立徹	インバウンドと地方創生	動機付け
第2回 9月22日（金） 13:00～17:00	ryugon	井口智裕	地域ブランディング	地域連携
第3回 第4回 （同日開催） 10月25日（水） 10:00～17:00	コープシティ花園	アレクサンダー	コンテンツ造成	観光商品づくり
		井手基之	ランオベによる海外旅行販売	商品の流通
第5回 第6回 （同日開催） 11月9日（木） 10:00～17:00	まちなかキャンパス長岡	松下秋裕	DXによる省力化と地域でつくるコミュニケーション	地域連携
		手塚良則	食の高付加価値化とSDG s	高付加価値化
第7回 12月14日（木） 13:00～17:00	十日町市民交流センター 分じろう	中西 恭大	世界に向けて新潟をPRする	情報発信
第8回 2024年 1月24日（水） 10:00～15:00	未定	原忠之・木立	地域で持続可能な観光を生み出す組織の運営 +まとめ	地域づくりと振り返り

事業概要

プロダクト流通促進事業



事業の目的

にいがた観光ナビ内のオンライン予約・販売システムを活用し、県内各地の宿泊・体験・名産品等の販売を行い、県内観光の消費拡大を図る。

また、宿泊施設・観光案内所等を旅行商品情報のハブとすることで県内観光コンテンツの流通促進を可能とする環境の整備を図る。加えて、顧客の購買データを見える化し今後の商品販売に活用していく。

事業の内容

- オンライン予約・販売システムの新規事業者登録、新規商品販売の推進
- にいがた観光ナビ・メルマガ・各SNS・OTA・Googleマップと連携した販売促進
- タッチポイント（提携販売先）を県内主要施設に設置し、旅ナカでの商品販売強化
- 新潟観光ファンクラブと連動させ、顧客の購買行動データを見える化し、市町村・事業者へフィードバック

KPI

- 売上目標 R5年度（初年度）1,000万円（新潟観光ナビ、OTA、Googleマップ等含む。）
- 登録宿泊施設数 175軒
- 掲載商品数（アクティビティ等） 400件

事業進捗状況

プロダクト流通促進事業



にいがた観光ナビ ONLINE STORE

【販売中！】2023年の越後妻有／共通チケット「一般及び小中学生」（～11/5まで）



【大地の芸術祭】共通チケット販売中！
※お申込み後、お届けまで約13～15日営業日程度かかります。予めご了承ください。

「にいがた観光ナビ」内に
「オンライン予約・販売ページ」が完成しました！

新潟県公式観光サイト「にいがた観光ナビ」は、
全国観光サイト満足度ランキング
2年連続全国4位！ 月間200万PV
(2021・2022年度)

この度、オンライン流通プラットフォーム「TXJ」と、にいがた観光ナビが連携し、地域の観光事業者・宿泊事業者や自治体・DMO・DMC等と世界の旅行者をつなぎます

にいがた観光ナビ上で、宿泊プラン、ツアー商品、体験、お土産品等を販売できます。

システム導入
初期費用
満足利用料
無料

Google Map上に販売商品の表示が可能に！

複数の販売チャンネルに表示できます
(にいがた観光ナビ、自社サイト、各OTAでも販売可能)

インバウンド対応（英・仏・中）

オンラインチケット販売可（二次元コード）

オンライン販売セミナーを開催します

内容 オンライン予約・販売システム「TXJ」についての設置・操作方法の詳しい説明から、全国での活用・販売事例をご紹介します！

対象 市町村、市町村観光協会、DMO、DMC、旅行会社、交通事業者、宿泊施設、飲食店、小売店、各種メーカー、観光施設、公共施設、体験コンテンツ事業者、その他「オンライン販売を始めてみたい！」と検討している事業者
★対象外 ★今まで観光客を受け入れていなかったが、今後集客を考えている事業者

日時 2023. 10/27（金） 14:00～15:30（受付：13:45～）

会場 新潟テルサ 3階研修室 新潟市中央区錦木（しゅもく）185-18
(当日オンライン配信も行います。オンライン視聴希望の方に視聴URLをお送りします)

定員 現地参加40名・オンライン参加100名

【新潟駅・燕三条駅発着】にいがた地酒列車



○オンライン販売サイト（予約販売システム「TXJ」を利用）

・にいがた観光ナビONLINE STOREをオープン。

<https://niigata-kankou.or.jp/txj/?category=1>

○販売商品

36商品（11月時点） ※登録事業者ア19社

- ・にいがた地酒列車
- ・十日町里山ウォーキング／トラベルマスターズ
- ・信濃川サンセットクルーズ
- ・鮭の味噌漬け／関川村_ちょっといい宿 高橋屋観山荘
- ・佐渡 銀鮭（サーモン）半身／山六水産
- ・ホテル小柳
- ・闘牛と錦鯉の伝統文化会館
- ・乙まんじゅうや
- ・HIENセット／NELNIDO
- など

○オンライン販売セミナー開催

- ・開催日：2023年10月27日
- ・会場：新潟テルサ（オンライン配信有）
- ・参加人数：計77名（オンライン参加含む）
- ・セミナー参加後登録手続き中事業者：17社

事業進捗状況

プロダクト流通促進事業

モデルコース



お土産特集

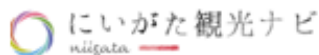


公式ブログ たびきち



SNS

X (フォロワー8.2万人)



トップページ

モデルコース

特集記事

公式ブログ
たびきち



SNS



PRTIMES

メディアリリース

事業概要

旅行商品造成・誘客事業 5,350千円



事業の目的

首都圏、就航地、近隣県及び県内の旅行AGT並びにキャリアを対象とした商談会の開催、視察支援、タイアップ等を実施し、旅行商品の造成を促進する。

定番コース以外のテーマ性の強いコンテンツ（歴史・文化・ネイチャー・ガストロノミー等）を得意とする旅行会社へ新潟県の特徴あるコンテンツを提案し、新規商品造成を促進する。

事業の内容

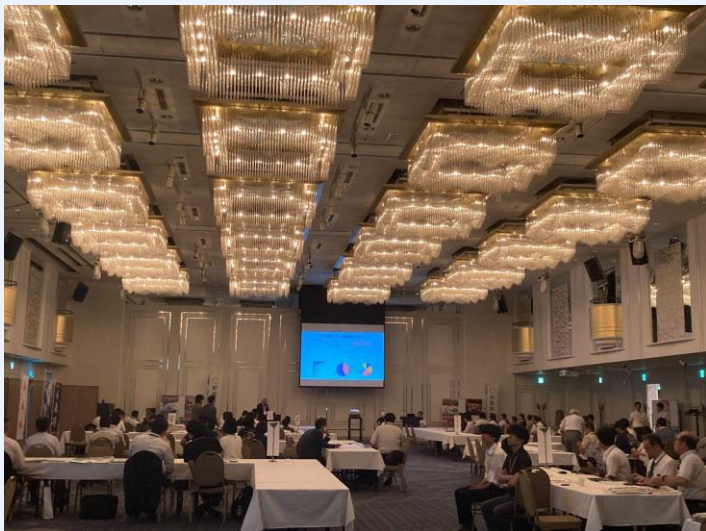
- 旅行会社を対象とした商談会の開催：年10回予定
 - ①首都圏・関西圏：東京・大阪（各2回 ※うち1回はオンラインを予定）
 - ②空路就航地：名古屋（2回）・福岡・（札幌・那覇は旅行会社訪問予定）
 - ③広域地域：仙台（福島・山形）、大宮（群馬・栃木）、金沢（福井・富山）
- 他事業とも連携し、新しいプロダクトを、商談会を活用してアウトプットする。
（各エリアミーティングで造成したプロダクト・モデルコースを商談会を活用し、アウトプット）
- 旅行会社に対して造成・視察の助成

KPI

- 旅行商品企画造成数：250本（令和4年度 231本）

事業進捗状況

旅行商品造成・誘客事業



○商談会

- 4月17日 名古屋（名古屋クラウンホテル） 旅行会社 12社
- 5月22日 仙台（ホテルモントレ仙台） 10社
- 7月19日 大宮（ホテルブリランテ武蔵野）15社
- 9月19日 東京（浅草ビューホテル）20社

・訪問営業

- 5月15日 札幌市内旅行会社 4社
- 11月20日 福井県内・石川県内 3社

○今後の商談会予定

- 1月 東京（オンライン）
- 2月 大阪（リアルorオンライン調整中）
- 3月 福岡・沖縄（訪問営業予定）
- ※10月名古屋は中止

○県内交通事業者 旅行商品造成助成金

- 11月現在 申請2社（1社問合せ有）





新潟県観光協会

Niigata Prefectural Tourism Association