

DMOとしての重点テーマ

観光に係る環境の変化

個人化

多様化

ニーズ深化

手配現地化

デジタル化



新型コロナ

受け地の対応の実力が問われる状況

国内個人客層／インバウンドFIT層を見据え

対応力のある受け地の地盤づくりを推進

○地域をあげた受入体制

○選ばれるための情報発信

○着地情報整備



新型コロナ対策

ターゲットに対応するための3つの重点テーマ

ブランディングの強化 (ガストロノミー等)

- ・ストーリー性のある情報発信によるブランディング
- ・新潟の強みを活かすテーマ別コンテンツの強化

受入態勢の強化 (サクラクオリティ等)

- ・品質向上による満足度向上とリピーター獲得
- ・コロナ禍に対応する安心安全情報の発信

多様性への対応 (インバウンド等)

- ・着地素材の応用活用
- ・コロナ禍に対応する安心安全の体制づくり

重点テーマの基盤になる取り組み

○エリア内・エリア間連携による事業実施

- ▶ 観光地域づくり事業、テーマ別観光広域観光推進事業、等

○HPのプラットフォーム化による情報発信のデジタルシフト

- ▶ デジタル化に対応する人材育成事業、デジタル情報発信強化事業、等

○データの集約と共有・活用によるデータマーケティング

- ▶ DMO等連携支援事業、セミナーと定期報告会、等

事業イメージ

I. 関わる

県民関与度、地域ネットワーク化の強化
(公社)新潟県観光協会事業

- ・DMO等連携支援事業
- ・サクラクオリティ等支援事業
- ・宿泊地満足度調査
- ・にいがた観光ファンクラブ推進事業

12,554千円

IV. 伝える

デジタル化による効率的情報発信と「話題づくり」

(公社)新潟県観光協会事業

- ・観光情報発信強化事業
- ・キャリア連携による誘客事業
- ・オンライン等魅力発信事業
- ・佐渡金銀山を核とした交流人口拡大事業 ほか

85,632千円

「うまさぎっしり新潟」
観光推進協議会事業

- ・テーマ別広域観光推進事業
- ・メディアタイアップ事業
- ・デジタル情報発信強化事業
- ・デジタル観光展／オリパライベント ほか

38,298千円

緊急対策事業

- ・県民宿泊割引キャンペーン

500,000千円

II. つくる

観光需要拡大の為に
受入態勢整備とブランド形成

(公社)新潟県観光協会事業

- ・日本海美食旅(ガストロミ-)推進事業
- ・空路を活用した誘客促進対策事業
- ・商談会開催事業(首都圏+関西圏+近隣県)
- ・インバウンド推進事業 ほか

37,804千円

III. 育てる

観光地域づくりを支える人財育成

(公社)新潟県観光協会事業

- ・デジタル化に対応する人材育成事業
- ・子どもボランティアガイド育成支援事業
- ・表彰事業

2,145千円