



池ヶ原（小千谷市）

新潟県観光協会 戦略とR4の取組

公益社団法人 新潟県観光協会

新潟県観光協会のミッション

DMOとしての基本理念

「新潟県の観光をまとめ、活用する推進役として、自然の食の宝庫新潟の観光にかかわる人たちの満足度の最大化を図る。観光資源の活用による地域経営“稼ぐ仕組み”を形成する。」

- すなわち ①効果的な地域経営を可能とする仕組みを作ること
②来訪による地域活性化を実感できる状況を作ること

とりわけ現状では・・・

新型コロナにより、観光関連産業は今までになく厳しい状況。
ポストコロナを見据え、**観光の循環を円滑に回す**ことが重要。

【観光の循環】

地域の魅力を伝える ▶ 来てもらい、お金を落としてもらう ▶ 再び訪れてもらう

観光の循環を円滑に回すために

- 多くの人に来てもらう仕組みを作る（マーケティング）
- 全県の底上げを図る基盤を強化する（マネジメント）



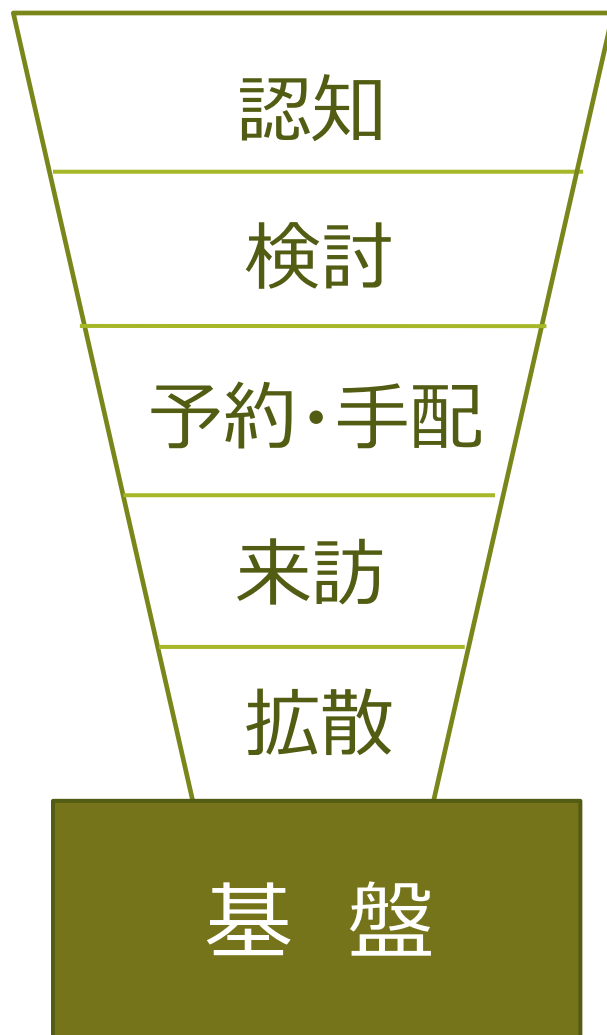
笹川流れ（村上市）

新潟県観光協会の役割

旅行の各フェーズを高めること

課題

取り組むべき事項



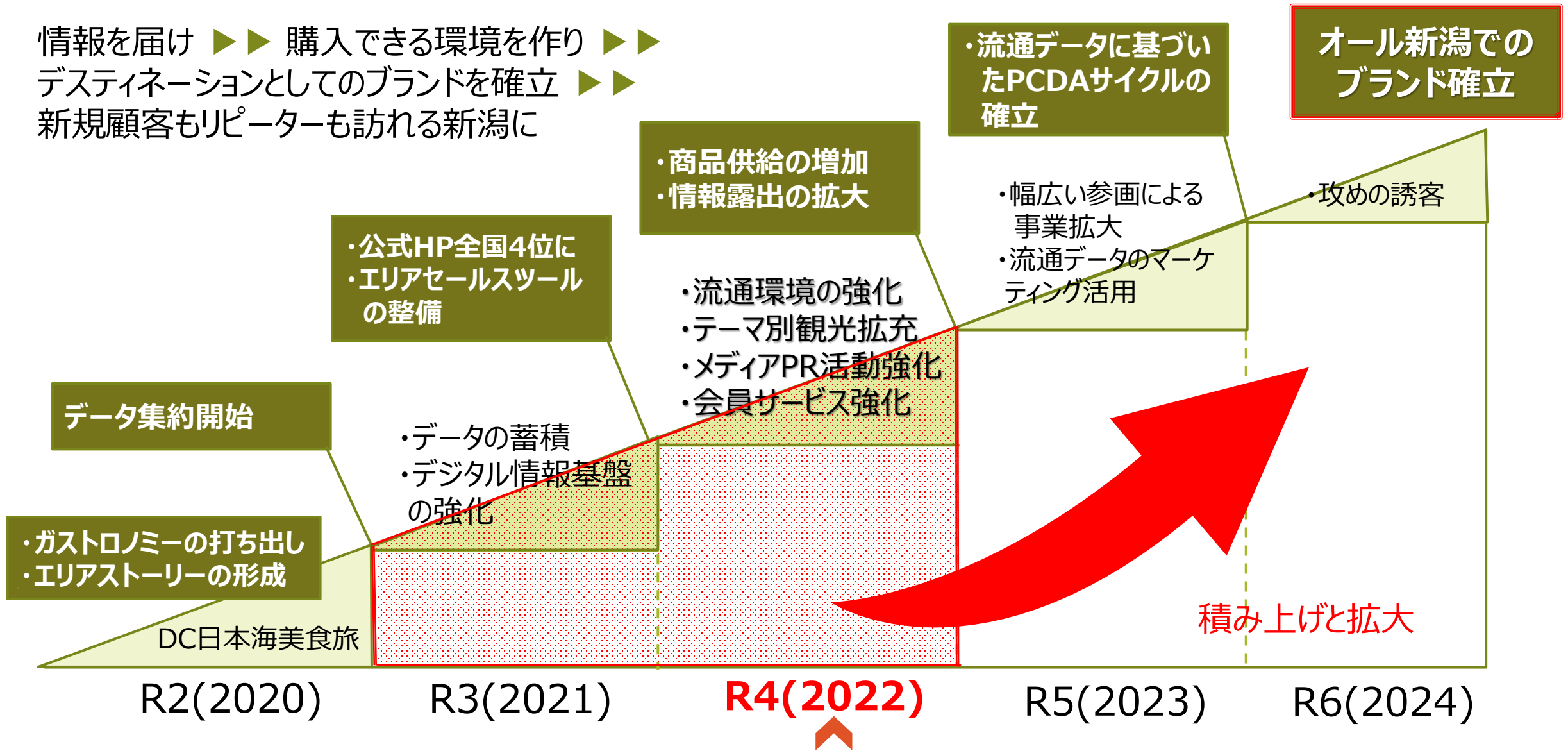
- デスティネーションとしての認知不足
- 観光コンテンツの不足
- コンテンツ流通不足
- 受入態勢
- 再訪につなげる仕組み
- 地域内の連携不足



- 新潟を知ってもらう
- プロダクトを開発し、旅の提案を行う
- 購入できる環境づくり
- 来訪者の利便性向上
- 口コミ拡大と再訪促進
- 関係者の拡大・参画促進

中期的ビジョン

情報を届け ▶▶ 購入できる環境を作り ▶▶
デスティネーションとしてのブランドを確立 ▶▶
新規顧客もリピーターも訪れる新潟に



R3の取組の振り返り

- 「にいがた観光ナビ」などHPの強化、SNSの効果的運用
- デジタル観光展・オンラインツアーの実施によるデジタルプラットフォームの整備
- エリアセールスツール・素材集の整備など、エリアブランディングの基盤整備
- 商品販売開始・オンライン商談システムの構築など、DXによる流通改善
- 観光関連データの集約による会員間での共有・定期報告実施



にいがた観光素材・コンテンツ検索サイト

情報入力フォーム

郵便番号	
公開希望氏名	
連絡先メールアドレス	
電話番号	

R4に向けての基盤作り

R4事業構成の考え方

R3に整えた基盤の最大活用
(HP、エリアツール、商談システムなど)

現状の課題への対処
(会員満足度調査、D-NEXTから)

「うまさぎっしり新潟」観光推進
協議会解散に伴う発信事業統合

「にいがた観光ナビ」をプラットフォームとしたデジタルシフト



(マーケティング)

- 食をフックにした7エリアのブランディング
- 観光素材のテーマ別集約とデジタル発信
- アッパー顧客へのアプローチ（「うまさぎっしり」から「美食旅」へ）

(マネジメント)

- 多くの関係者が参画する仕組みづくり