

令和7年度（公社）新潟県観光協会 事業報告

1 連携

(1) エリア連携事業 <1,896,475 円>

○ エリアマーケティング会議の実施

7エリア毎に、コアバリューに沿った域内周遊コンテンツの検討、旅行会社への提案（商談会活用等）、地域コンテンツ・イベント等についての情報交換を実施しました。

佐渡、湯沢・魚沼、弥彦・燕三条の3エリアでは、観光庁事業「高付加価値なインバウンド観光地づくり事業（佐渡・新潟エリア）」のFAMフィードバックミーティングを実施し、FAMツアーを受けての改善、意見交換も実施しました。



会議の様子

<開催日>

- | | |
|----------------|--------------------------------------|
| ① 新潟・阿賀エリア | 5/15、7/17、9/12、12/17 |
| ② 村上・新発田エリア | 5/26、8/19、9/4、12/3 |
| ③ 弥彦・燕三条エリア | 6/25、7/17、9/4、11/12、12/10、2/12 |
| ④ 長岡・柏崎エリア | 5/28、9/12、12/12、1/19 |
| ⑤ 湯沢・魚沼エリア | 4/17、8/1、8/28、10/16、12/2、12/8 |
| ⑥ 妙高・上越・糸魚川エリア | 6/4、7/11、9/12、12/3、2/2、2/12 |
| ⑦ 佐渡エリア | 6/10、6/16、7/29、9/4、9/8、12/18、2/2、2/5 |

○ エリア連携の取組

妙高・上越・糸魚川エリアと佐渡エリア連携：

上越・佐渡広域サイクルルートの造成、紹介ツールの作成、サイクルイベントに出展し、商品のテスト販売の実施等を行いました。



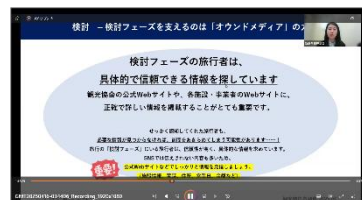
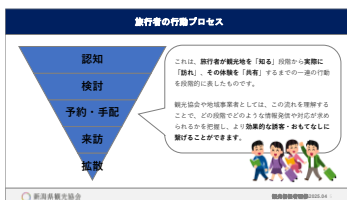
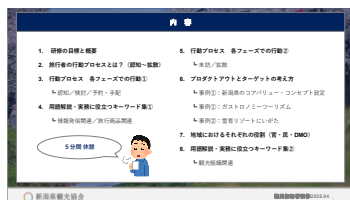
紹介ツール

(2) 観光人材育成事業 <0 円>

初めて観光事業の担当となる行政・観光協会・各種団体の初任者を対象に、観光の基礎（いろは）を最初に学ぶための研修を開催しました。旅行者の行動プロセス（認知～拡散）を共有し、それぞれのフェーズでの考え方や、プロダクトアウト、ターゲット戦略なども説明しました。

- ・開催日：R7.4.16（水）

- ・参加者：118名（オンライン開催）



研修資料

(3) サクラクオリティ事業 <428,250円>

県内宿泊施設によるサクラクオリティの新規認証取得、活用を推進するための活動を通じて、宿泊に関する安心・安全の体制づくりに取り組みました。

- ・新規認証施設（1件）への調査
- ・認証更新施設（4件）への調査

(4) 表彰事業 <207,522円>

本県観光の振興と発展に功績があり、他の模範となる観光関係者の方を表彰しました。

- ・観光功労者：5名
- ・観光事業優良従業員：6名
- ・観光ボランティアガイド：11名



表彰式の様子



表彰者のみなさま

(5) ブランディングワークショップ・モデルツーリズム事業 <5,495,002円>

コアバリュー「大地の雪の恩恵」について、観光関係者間での浸透及び活用のため、以下の取組を実施しました。

○ 7エリアツアーの実施

7エリアによる、コアバリュー「大地と雪の恩恵」を体験する観光関係者向けバスツアーを開催しました。

<開催日>

- ・R7.8.18（月） 湯沢・魚沼エリア
- ・R7.8.20（水） 新潟・阿賀エリア
- ・R7.8.21（木） 妙高・上越・糸魚川エリア
- ・R7.8.22（金） 弥彦・燕三条エリア
- ・R7.8.27（水） 長岡・柏崎エリア
- ・R7.9.5（金） 佐渡エリア
- ・R7.9.10（水） 村上・新発田エリア



当日の様子

○ ブランディングワークショップの実施

ブランドの考え方を再度インプットし、今後のコンテンツ造成に向けた実践的な検討の土台づくりをしました。

<開催日>

- ・ R7. 10. 9 (木) 新発田会場 (健康長寿アクティブ交流センター) 22名参加
- ・ R7. 10. 23 (木) 佐渡会場 (トキ交流会館 大ホール) 18名参加
- ・ R7. 10. 24 (金) 長岡会場 (トチオーレ長岡 大ホール) 23名参加

○ モデルツーリズム事業

エリアからの手上げによる公募から選定したモデルコースに関して、現状分析やオーブンデータ等を活用した基礎分析などを経て、FAM ツアーを実施しました。

<実施エリア>

- ・ 長岡・柏崎エリア R8. 2. 17 (火) ~2. 18 (水)
- ・ 妙高・上越・糸魚川エリア R8. 2. 28 (土) ~3. 1 (日)

2 認知

(1) メディア連携事業 <2,629,350 円>

本県を観光 destinations として広く認知していただくことを目的に、パブリシティによる情報発信の強化に取り組みました。首都圏を中心としたメディアへの定期訪問や情報提供を通じてネットワークの構築を進めるとともに、取材時の調整や交通費等の支援、タイアップ企画の実施などにより、メディアリレーションの強化を図りました。

【主な取組内容】

- ・首都圏を中心としたメディアへの定期訪問を行い、関係構築を図りました。
- ・新潟取材時の取材支援（交通費等）およびタイアップ企画を実施しました。
- ・観光素材や季節情報の提供により記事化の促進に取り組みました。

【実績】

- ・メディアリレーションによる掲載件数：70 件（前年+25 件）
 - ・主要テレビ・雑誌・WEB での掲載数（国内・海外）：290 件（前年+62 件）
 - ・クリッピング数（国内 WEB）：241,323 件／年（前年+16,396 件）
- ※「新潟 観光 旅行 グルメ 温泉」をキーワードとする国内 WEB 記事数

【主な掲載事例】

<国内>

- ・婦人画報 6 月号「世界文化遺産登録の地 ニッポンの宝島 佐渡絶景」 | 雑誌/WEB

佐渡島の自然景観や文化、世界遺産登録を背景とした観光の魅力について、10 ページにわたり紹介されました。

- ・男の隠れ家 12 月号「新潟ご当地ラーメン旅&車中泊」 | 雑誌/WEB

新潟各地の特色あるラーメンや、ドライブ・車中泊を楽しむ旅の魅力について、表紙を含め 11 ページで紹介されました。

- ・地球の歩き方「新潟版」 | 雑誌/WEB

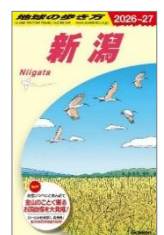
新潟県内全 30 市町村を網羅した一冊で、全 516 ページにわたり、新潟の観光スポットや文化、グルメ等が紹介されました。



婦人画報



男の隠れ家



地球の歩き方

「新潟版」

・遠くへ行きたい 12月7日放送「澤穂希が新潟へ 日本が誇る鮭の町で出会った美食と美酒！」 | TV/YouTube

女子サッカー元日本代表の澤穂希氏が出演し、村上市から阿賀野市にかけての地域文化や観光スポットを巡る旅の様子が紹介されました。



TV放送の様子

<海外>

・AFAR Where to Go in 2026: Places That Are on the Rise and Off the Beaten Path | WEB

米国の旅行メディア「AFAR」が発表した「2026年に訪れるべき場所：今注目のスポットと穴場スポット」に佐渡島が掲載されました。日本からは唯一の選出となりました。



WEBサイト

・Wanderlust Travel Magazine A love letter to Japan | 雑誌/WEB

英国の旅行メディア「Wanderlust」による日本特集号において、新潟県内の情報が旅館紹介ページや裏表紙を含め、計18ページにわたり掲載されました。記事では、新潟は「派手な観光地ではないものの、自然や文化、食を通じて日本の地方の魅力を感じることができる旅先」として紹介されました。



Wanderlust 日本特集号

・Condé Nast Traveler What to Do in Niigata, Japan's Haven for Skiing, Seafood, and Sake | WEB

世界最高峰ラグジュアリー旅行誌において、新潟県の食、宿泊施設、アクティビティなどの魅力が紹介されました。



WEBサイト

(2) デジタル情報発信事業 <13,394,866円>

「にいがた観光ナビ」において、特集記事や地元ライターによるブログ取材記事等を掲載し、新潟の観光情報を発信しました。加えて、AI検索に対応するため、サイトの構

造化を実施しました。また、SNS では、プレゼントキャンペーンを実施し、フォロワー増に取り組みました。

- ・PV 数：17,554,891
- ・旅の特集：15 本公開
- ・ブログたびきち：145 本公開



にいがた観光ナビ PV 数の推移



ブログ記事

(3) 関西圏・中京圏キャリア連携情報発信事業 <6,058,114 円>

○ 関西圏情報発信

関西圏からの誘客促進を図るため、交通事業者や関西圏のローカルメディア等を活用した広告展開を実施しました。

・ JR 西日本と連携した情報発信

京阪神 JR 駅デジタルサイネージや鉄道車両内へ広告を掲出し、「佐渡島の金山」の世界文化遺産登録及び北陸新幹線による本県へのアクセスを PR しました。

掲出期間：R7.8月～9月

・ JR Green Resort キャンペーン

グリーンシーズンの魅力を発信する特設サイトを制作するとともに、ウェブ広告や交通広告を展開しました。

特設サイト掲載期間：R7.8月～10月

・ 京阪神エルマガジン社『新潟の本』タイアップ

新潟県の観光情報を紹介する『新潟の本』とタイアップし誌面制作を行いました。本県のコアバリューや特産品などを紹介しました。

発行日：R7.7.31 (木)



新潟の本

○ 中京圏情報発信

・ 中京圏ローカルメディア「KELLY」タイアップ

中京圏で展開する雑誌「KELLY」とタイアップし、誌面制作を行いました。雑誌の販売に加え、ウェブ記事や SNS での紹介も行いました。

掲載号：5月号



雑誌「KELLY」紙面

発行日：R8.3.23（月）

○ 中京圏モニターツアー

中京圏からの誘客促進のため、本県の「ガストロノミー」などをテーマとしたツアーを造成し、本県への送客促進を図りました。

造成旅行会社：HIS、クラブツーリズム、阪急交通社、JTB
実績：255 名



募集媒体

(4) 新潟美食旅（ガストロノミー）推進事業 <43,250,497 円>

○ 生産者との連携による新潟美食旅の推進

新潟らしい特色ある生産者（農林水産業・特産加工品）と連携した観光商品の造成（23 コース）を行いました。また、本県ブランド食材と食文化、生産者とのふれあいを体感する高付加価値型ツアーの造成（3 コース）を行いました。

○ 情報発信の強化（メディア向けツアー）

新潟ガストロノミーアワードの情報発信を行いました。

○ 新潟ガストロノミーアワード 2026 の開催

3 回目となるアワードを開催しました。168 のレストランと 21 の一次産業従事者を表彰しました。



ツアーの様子



授賞式の様子



飲食店部門 受賞店

(5) 他県連携による広域周遊促進事業 <9,092,679 円>

○ 【新潟・三重県連携事業】ガストロノミー実践講座

令和 6 年度に開催された両県のシェフコラボレーションによる「プレミアムダイニング」に引き続き、両県連携のガストロノミー事業枠を活用し、人材の育成という観点に立ち、実践講座を開催しました。シェフを中心に 22 名が参加しました。

開催日：R8.1.29（木）



当日の様子

○ 【新潟・福岡県連携事業】旅行会社招聘事業

福岡県内の旅行会社を新潟県に招へいして宿泊旅行商品の造成をさらに促進することを目的とした FAM ツアーを開催しました。県内事業者を集めたミニ商談会も実施しました。福岡県からは 12 社が参加しました。

実施日：R7.11.5（木）～11.7（金） 2泊3日行程



当日の様子

○ 【新潟・福岡県連携事業】相互連携 WEB サイトの構築

両県の魅力として共通する、日本酒やラーメンをテーマにした特集記事を制作し、両県の観光情報サイトに掲載しました。

新潟県では、日本酒、ラーメン、ナイトタイム、ガストロノミー、温泉の5つのテーマを取り上げました。



WEB サイト

○ 【中央日本4県連携企画】ローカルワイントークショー・試飲会

国内有数のワイン生産地である4県（新潟、長野、山梨、静岡）が連携することで、全国に向けた「ワイントーリズム」の発信を行い、誘客を図ることを目的にトークショー・試飲会を開催しました。

メディアの取材、情報発信による認知度向上に加え、旅行会社を招聘し、ワインによるガストロノミーツーリズムの商品造成を推進しました。

開催日：R8.2.3（火）

場 所：銀座・新潟情報館 THE NIIGATA（東京都）

参加者：ワインに造詣の深い有識者やメディアなど 15 名



当日の様子

(6) イベント事業 <1,293,638 円>

新潟の情報に触れる機会を増やすため、各地で開催されるイベントに参加し、県内観光の PR を行いました。また、「大新潟まつり」をはじめ、全国の百貨店やイベント会場で開催される催事に対して、観光パンフレットやノベルティの提供を行い、来場者に向けた情報発信を図りました。

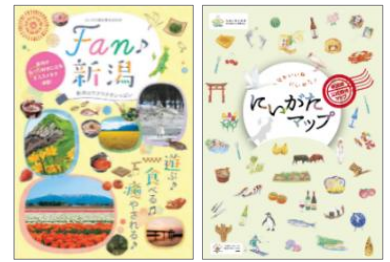


イベント出展の様子

(7) 観光PRツール制作事業 <3,430,490円>

観光情報発信のため、下記パンフレットの修正および増刷を行いました。

- ・パンフレット「Fan 新潟」
作成部数：21,700部
主な送付先：イベント配布、パンフレット郵送希望者
- ・パンフレット「にいがたマップ」
作成部数：40,000部
主な送付先：イベント配布、パンフレット郵送希望者



パンフレット

(8) 雪育リゾート新潟促進事業 <13,394,388円>

※一部、スキー100年委員会と一体で事業を実施

国内マーケットを対象に県内スキー場の強みである「近い、温かい、楽しい」を活かした誘客を図るため、子供・ファミリー層をターゲットに、ブランドコンセプト「雪育リゾートにいがた」をPRする取組を行いました。

○ 雪育コンテンツ造成、モニターツアー

雪育に関連したコンテンツの開発を図るため、(株)アソビューと連携し、地域DMOや観光事業者を対象としたワークショップ開催や販売サイトへのコンテンツ登録促進を実施しました。

- ・湯沢エリアでのワークショップ開催 R7.7.15(火)
- ・妙高エリアでのワークショップ開催 R7.7.16(水)

また、専用ホームページの立ち上げや販促ビジュアル、オンラインマップの整備を進め雪育コンテンツの露出強化を図るとともに、メディア及び一般を対象としたFAMツアーを実施し課題の洗い出しを行いました。

- ・メディア向けFAMツアー(後述の雪上運動会と合わせて実施)

開催日：R8.2.15(日)～2.16(月)

参加者：6社13名

内容：雪国文化体験(ほんやら洞、棚田かんじきウォーク)

- ・一般向けFAMツアー①

実施：(一社)魚沼市観光協会

出発日：R8.3.7(土)、R8.3.14(土)

参加者：合計17名

内容：魚沼和紙ランタン作り、雪の森ナイトウォーク、雪中テントサウナ

- ・一般向けFAMツアー②

実施：(株)KOKK(ハミングツアー)

出発日：R8.3.14(土)

参加者：40名

内容：湯沢高原ロープウェイ、笹団子作り



販促ビジュアル



募集媒体

○ メディア等を活用した首都圏イベント

FAM ツアーを通して、首都圏を中心とした県内外に、グリーンシーズンの本県スキー場の魅力を発信するとともに、メディア等を招聘したイベントを実施し、県内スキー関係者や関連事業者と一体となって雪育の取組をPRしました。

・FAM ツアー①

開催日：R7.6.14（土）～6.15（日）

参加者：インフルエンサー2組

内 容：妙高エリアの自然、屋内アクティビティ、郷土料理

・FAM ツアー②

開催日：R7.7.19（土）～7.20（日）

参加者：メディア9社16名

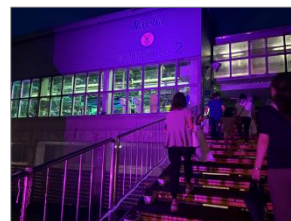
内 容：湯沢エリアのサマーゲレンデ、ナイトゴンドラ、
スキー場アクティビティ

・雪育リゾートにいがた関係者の集い

開催日：R7.11.7（金）

参加者：84名（メディア、旅行会社等）

場 所：ベルサール飯田橋駅前（東京都千代田区）



ツアーの様子



関係者の集いの様子

○ ファミリー向け首都圏イベント

首都圏で開催されるファミリー向けイベントや駅構内でのイベントに出展しPRを実施しました。

・東京雪祭

開催日：R7.11.8（土）～11.9（日）

参加者：947名（参考）R6：840名

場 所：代々木公園

・JR大宮駅でのPRイベント（グリーンシーズン）

開催日：R7.7.11（金）

場 所：JR大宮駅構内

・JR大阪駅でのPRイベント（グリーンシーズン）

開催日：R7.8.22（金）～8.23（土）

場 所：JR大阪駅構内

・JR大宮駅でのPRイベント（スノーシーズン）

開催日：R8.1.22（木）～1.23（金）

場 所：JR大宮駅構内



イベント出展の様子

○ 「雪育リゾートにいがた」の情報発信

スキー・スノーボードの滑走に限らず、雪と触れ合い楽しむことができる「雪育コンテンツ」の具体的な事例として雪上運動会を開催し、メディア招聘と組み合わせた情報発信を実施しました。

- ・雪育新潟フェス@苗場
開催日：R8.2.15（日）
参加者：28 家族 83 名
場 所：苗場スキー場



雪上運動会の様子

(9) にいがた観光特使活用等推進事業 <28,750 円>

当県に縁のある方に「にいがた観光特使」を委嘱して、新潟の魅力を広く発信していただきました。

- ・にいがた観光特使人数：221 名（R8.3.31 現在）

(10) 世界遺産を核とした誘客促進事業 <6,000,000 円>

世界文化遺産「佐渡島の金山」を核とし、首都圏の旅行関心層に向けた観光プロモーションを実施しました。メディア「CREA」（文藝春秋）と連携し、WEB 記事による情報発信に加え、旅行商品の造成、リアルイベントの開催、フォトコンテストなど複合的な施策を展開しました。

これにより、オンラインでの認知拡大から実際の来訪意欲の醸成まで段階的な誘客導線を構築し、新潟県観光の魅力発信と誘客促進を図りました。

【主な取組内容】

○ メディア「CREA」と連携した情報発信

- ・WEB 記事の制作・掲載
- ・佐渡を中心とした旅行商品の造成・販売
- ・首都圏でのリアルイベント開催（全3回）
- ・読者参加型フォトコンテスト及び写真展の実施

【実績】

○ CREA WEB 記事掲載

- ・掲載記事数：21 本
- ・記事総 PV 数：約 80 万 PV（目標 30 万 PV の約 267%達成）
- ・主な記事

「山田杏奈、佐渡の神秘に触れる ― 佐渡金山・北沢浮遊選鉱場を巡る旅」

「俳優・工藤阿須加が巡る佐渡の魅力」 など



CREA WEB 記事

○ 旅行商品の造成・販売

- ・「CREA×新潟県 2泊3日スペシャル美食ツアー」を造成・販売
- ・販売価格 約14万円
- ・参加者：14名（定員充足率100%）
- ・参加者満足度：92.3%
- ・主な行程

佐渡金山・北沢浮遊選鉱場など世界遺産関連施設の見学、カーブドッチワイナリーや酒蔵の訪問、地元食材を活用したガストロノミー体験など



ツアー紹介ページ

○ 首都圏リアルイベント（全3回）

- ・会場：新潟県情報発信拠点「THE NIIGATA」（東京・銀座）ほか
- ・応募者数：計227名

<イベント内容>

「秋旅の参考に。自然もグルメも大満足の新潟の魅力体験会」（登山 YouTuber かほ氏登壇）

「CREA×新潟県 おいしい忘年会&マルシェ」

「新潟県と写真」をテーマとした写真講座イベント

※ イベント参加者の満足度・来訪意欲はいずれも100%を記録



CREA WEB 記事

○ フォトコンテスト・写真展

- ・フォトコンテスト「新潟県と27枚の風景」を実施
- ・応募数：655件（目標300件の218%達成）
- ・入賞作品による写真展を東京（文春ギャラリー）と、新潟（JR新潟駅直結「CoCoLo南館」1Fのシーポイントニイガタ×モヨリ）にて開催、参加者自身が新潟の魅力を発信する機会を創出しました。

○ ムック本「CREA Due 佐渡」発売（R8.3.31）

令和5年度から継続して実施してきた「通いたくなる島、佐渡」をテーマとした取材の集大成として、CREA編集部によるムック本「CREA Due 佐渡」が令和8年3月31日に発売されました。



CREA フォトコンテスト



CREA Due 佐渡

(11) 「にいがた観光ナビ」改修事業 <6,600,000円>

「にいがた観光ナビ」の改修のため、以下の取組を実施しました。

①観光情報を整理・統一するための基礎データの整備

掲載する観光スポットやイベント情報の元となるデータを整理しました。

②市町村との情報連携の仕組みづくり

各市町村の情報を自動で取り込めるよう、連携ルールを作成しました。

③サイト全体の構成および画面設計の作成

トップページ、特集ページ、ブログ、モデルコースなどの構成案を作成しました。

(12) 新潟県ブランド食材 PR ストーリーブック制作事業 <2,998,600円>

新潟ガストロノミーに関わる旅行事業者やメディア関係者等に対して、県産農林水産物の代表である県推進ブランド品目に対する更なる理解を促し、企画する旅行商品を通じて、ツアー等に参加する観光客へと波及させることで、県推進ブランド品目のファン獲得や県外からの更なる誘客につなげることを目的とした「ストーリーブック」の制作を行いました。



ブランド食材 PR ストーリーブック

ストーリーブックは、新潟ガストロノミー関係者（旅行会社（代理店を含む）、各種メディア、飲食店、宿泊施設）に広く配布・宣伝を行います。

・制作部数：2,000部

(13) 首都圏メディア向けFAM ツアー実施事業 <1,974,390円>

「首都圏メディア交流会」（R8.2.9（月）、銀座・新潟情報館 THE NIIGATA において開催）に参加した事業者を対象にした「ガストロノミーFAM ツアー」を開催しました。

コアバリュー「大地と雪の恩恵」、ガストロノミー（美食旅）を体感する特別な新潟現地視察会として実施し、2日目には第3回目となる「新潟ガストロノミーアワード 2026」へも参加いただきました。

実施日：R8.3.12（木）～3.13（金） 1泊2日行程

参加者：8名



ツアー当日の様子

3 造成

(1) テーマ別コンテンツ造成強化事業 <9,661,101 円>

新潟県の観光ブランド戦略の普及・浸透を目的として、「新潟観光ブランドコンセプトブック」を制作しました。本書は「新潟県観光立県推進行動計画」をもとに、新潟観光のコアバリュー「大地と雪の恩恵」およびブランドコンセプト「Discover Niigata : crafted by nature, perfected by time」を整理し、写真と文章で表現したものです。

県内の観光関係事業者が共通認識のもとインバウンドを含む旅行者へ効果的に情報発信できるよう、ブランドの価値と背景にあるストーリーをまとめ、観光関係者へ配布しました。



新潟観光ブランドコンセプトブック

(2) 関西圏・中京圏 AGT 現地視察 <2,513,870 円>

○ 関西圏 AGT 現地視察

関西圏からの誘客を図るために、JR 西日本と連携して関西圏の旅行会社を対象とした現地視察を行い、旅行商品造成の促進に結びました。

- ・実施日：R7.9.3（水）～9.5（金）
- ・参加者：旅行会社5名、JR 西日本1名 計6名
- ・視察地：上越市、佐渡市、新潟市、田上町、三条市、燕市

○ 中京圏 AGT 現地視察

中京圏からの誘客を図るために、中京圏の旅行会社を対象とした現地視察を行い、旅行商品造成の促進に結びました。

- ・実施日：R7.10.15（水）～10.17（金）
- ・参加者：旅行会社4名
- ・視察地：新潟市、佐渡市、長岡市、
小千谷市、魚沼市、湯沢町



当日の様子

(3) グリーン・ツーリズム推進強化事業 <3,000,000 円>

県内のグリーン・ツーリズム推進団体が連携し、教育体験旅行を広域で受け入れる「にいがたファームステイ」の取組を促進するため、首都圏の旅行会社等を対象として、以下の取組を行いました。

○ 教育体験旅行モニターツアーの開催

・ 第1回（妙高・上越・糸魚川）

開催日：R7. 8. 25（月）～8. 26（火）

参加者：旅行会社5社6名

グリーン・ツーリズム推進団体8団体14名

・ 第2回（胎内・阿賀・魚沼）

開催日：R8. 2. 4（水）～2. 5（木）

参加者：旅行会社5社5名

グリーン・ツーリズム推進団体10団体10名



ツアー当日の様子

○ 教育体験旅行に特化した商談会の開催

開催日：R7. 12. 16（火）

参加者：旅行会社7社8名

グリーン・ツーリズム推進団体8団体12名



商談会の様子

4 流通

(1) プロダクト流通促進事業 <733,016 円>

にいがた観光ナビ内で予約・購入ができるプラットフォームを運用し、コンテンツの販売を行いました。

【主な販売実績】

- ・ファンクラブ会員向けスキーリフト早割リフト券 2,334 枚
- ・レルヒさんグッズ販売 計 77 件
- ・大地の芸術祭前売券販売 計 5 件



39 割バナー

(2) 旅行商品造成・誘客事業 <4,153,139 円>

首都圏、関西圏、中京圏の旅行会社を対象とした商談会を実施し、旅行商品造成の促進を図りました。また空路就航先旅行会社へのセールス活動、他事業での招請等の旅行会社とのリレーション強化を図りました。

○ 首都圏商談会

<第1回>

開催日：R7. 9. 16（水）

会 場：砂防会館

参加者：旅行会社 24 社／県内 78 名

<第2回>

開催日：R8. 2. 10（火）

会 場：TKP 京橋アネックス

参加者：旅行会社 28 社／県内 92 名



○ 関西圏商談会

<第1回>

開催日：R7. 9. 30（水）

会 場：ホテルモントレ大阪

参加者：旅行会社 11 社／県内 52 名

<第2回>

開催日：R8. 2. 26（木）

会 場：ホテルモントレ大阪

参加者：旅行会社 14 社／県内 57 名



商談会の様子

○ 中京圏商談会

開催日：R7. 4. 14（月）

会 場：名古屋クラウンホテル

参加者：旅行会社 12 社 県内 39 名

○ 福岡 AGT 訪問

実施日：R7. 5. 12（月）

訪問先：福岡市内旅行会社 4 社

(3) 就航地先等誘客事業 <7,585,445 円>

トキエア就航地先をターゲットとしたイベントや広報 PR と空港課と連携して実施しました。主な実施内容は以下の通りです。

- ①神戸線の PR/神戸サンテレビでの PR、新潟県女将の会によるメディアキャラバン
- ②丘珠線の PR/エスコンフィールドブース出展



当日の様子

(4) 地域の魅力を生かしたツーリズム事業（八十里越） <2,000,000 円>

国道 289 号線（八十里越）の開通を見据え、同国道を活用した旅行商品の造成及び八十里越に関連するコンテンツ・県内周遊モデルコースのメディア掲載の促進を図るため、旅行会社及びメディアを対象とした FAM ツアーを実施しました。

○ 旅行会社向け FAM ツアー

開催日：R7. 8. 28（木）～29（金）

参加者：9 社 9 名

内 容：弥彦・燕三条エリア内の市町村の主な観光コンテンツの紹介

○ メディア向け FAM ツアー

開催日：R8. 2. 26（木）～2. 27（金）

参加者：5 社 5 名

内 容：八十里越を軸とした「ものづくりと雪国文化」を体感する広域周遊
（三条市・南魚沼市）



ツアー当日の様子

5 その他

(1) 首都圏観光誘客強化事業 <1,313,072 円>

首都圏に向けた観光情報の発信強化を目的に、プレスリリース配信サービス「PR TIMES」を活用した情報発信を実施しました。県内の観光素材やイベント、季節の魅力などをタイムリーに発信するとともに、首都圏メディアへの定期訪問を通じてメディアとの関係構築を図りました。

これにより、WEB メディア等への転載による情報拡散とメディア露出の拡大を促進し、新潟県の観光認知度向上と誘客促進に取り組みました。

【主な取組内容】

- ・プレスリリース配信サービス（PR TIMES）を活用した観光情報の発信
- ・WEB メディア等への転載による情報拡散の促進

【実績】

- ・PR TIMES 配信数：109 件
- ・PR TIMES 配信記事の実績（R7.4.1～R8.3.31）
ページビュー数（PV）：293,674（昨年比+54,562）
訪問者数（UU）：293,173
転載数：3,874 件
- ・首都圏メディア訪問数：32 件

首都圏の出版社・WEB メディア等を訪問し、新潟県の観光素材や取材情報の提供を行うことで、継続的なメディアリレーションの構築に取り組みました。



PR TIMES

(2) 大阪観光センター機能強化事業 <4,211,449 円>

「大阪・関西万博」を捉え、大阪のラジオ局で特集番組を放送したほか、神戸まつり、OBC ラジオまつり、神戸空港イベント等で誘客、また神戸新聞でPRをしました。

大阪モノレール（株）等と共同で、大阪モノレールの日本酒列車「日本酒王国にいがた」を一日限定で運行するとともに、万博記念公園駅構内にブースを設置し観光物産展を開催することで、主に大阪からアクセスが良い妙高・上越エリアをアピールしました。



当日の様子

(3) フィルムコミッション推進事業 <7,509,572 円>

県内のロケ誘致に向け会員と連携し、ロケーション支援及び会員向け研修会を開催し

ました。また、作品を活用した観光誘客事業を実施しました。

○ **令和7年度新潟県フィルムコミッション協議会総会**

開催日：R7.7.25（金）

○ **令和7年度新潟県フィルムコミッション協議会研修会**

開催日：R8.2.6（金）

内 容：

<第1部>

講師：映画史編集長兼新潟県フィルムコミッション協議会会長 星 龍雄 氏

演題：「書籍『にいがた映画 130年史』から見る新潟県の映画について」

<第2部>

講師：株式会社 Lat-Lon プロデューサー 佐藤 圭一郎 氏

演題：「映画『ヒグマ!!』撮影時の事例～制作側から見た新潟県ロケーションの強み今後さらに選ばれるために「あると助かること／期待すること～」

<第3部>

講師：Tジョイ長岡サイトマネージャー 供田 恭岳 氏

演題：「ご当地映画におけるシネコンの取組」

○ **PR 事業**

映画『か「」く「」し「」ご「」と「」』と『ヒグマ!!』のロケ地マップ制作等



協議会の様子



ロケ地マップ

(4) 地方創生プレミアムインバンドツアー集中展開事業 <12,150,930円>

観光庁の補助金を活用し、以下の事業を実施しました。

【地方創生プレミアムインバンドツアー集中展開事業】

国指定地域内での翡翠（ヒスイ）体験！～翡翠×金×錦鯉×花街 世界に誇る特別な新潟の歴史文化周遊ツアー～

自然、文化、ガストロノミーをテーマに、大阪・関西万博で迎賓館・静けさの森で展示された国の石ヒスイを中心に、世界遺産佐渡島の金山、富裕層に人気の高い錦鯉、かつて新潟が日本海側最大の人口を有するきっかけとなった北前船文化の4つの資源を、これまでにない特別な体験コンテンツの形で磨き上げ、高付加・高単価ツアーを造成しました。



ツアー当日の様子

(5) 観光地域づくり法人の経営戦略策定に向けたデータ活用モデル実証事業 <6,159,391円>

観光庁の補助金を活用し、以下の取組を実施しました。

○ にいがた旅行アンケート、DMPの構築

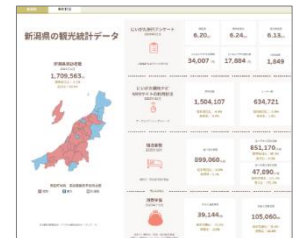
観光データの分析において不足していたデータの収集方法を検証し、QRコードを活用したアンケート調査を実施した。これにより訪問客の消費行動データを取得できるよう、DMPの改修および機能強化を図りました。



キャンペーン広告

○ 因果モデル分析

DMPで管理している国、県、市町村の既存データに加え、観光施設等で実施したQRコードアンケートにより不足データを追加所得した。これらのデータを用いてKGI、KPIを含む各種指標の間の相関分析及び因果モデルの構築を行いました。



観光統計データページ

(6) 持続可能な観光地づくりのための観光DX推進 <5,000,000円>

観光関連データを総合的に活用し、地域が主体的にデータに基づく観光マネジメントを実施できる体制構築を目的として「多様な観光データ分析」ならびに「エリア別の現状把握と課題抽出」を行いました。

(7) 地域おこし協力隊活動事業 <2,263,745円>

国内エージェント（福岡県）及び海外のメディア向けFAM（豪、仏、英）等について、地域ブランドや地場製品の開発・販売・PR等の地域おこし支援などを行う「地域おこし協力隊」からも通訳等の協力を受け、事業を実施しました。

(8) 地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり事業「佐渡・新潟エリア」 <104,848,313円>

ターゲット4市場（米・英・仏・豪）からの高付加価値旅行者の誘致を図り、持続可能な観光地づくりを進めるため、認知・販路拡大及び受入基盤強化（ウリ・ヤド・アシ）の取組を実施しました。

○ 認知・販路拡大

- ・英・仏・豪に現地担当者を配置し、メディア・旅行会社向けセールス、ニュースレター・プレスリリースの発信を行いました。
- ・露出拡大、商品造成を目的とした海外メディア・旅行会社を招請したFAMツアーを実施しました。（仏12名、英8名、豪4名、米3名）
- ・高付加価値インバウンド向けWEBサイト（新潟県インバウンドサイト内）を制作しました。

○ ウリ

地域資源を活用した高付加価値体験コンテンツを造成しました（3件）



体験コンテンツ

○ ヤド

宿泊施設のホスピタリティ向上を目的としたホスピタリティ研修と先進地視察会を実施しました。

・ 研修

開催日：R8. 2. 4（水）

参加者：16名

会 場：新潟県庁自治会館

講 師：ホスピタリティマネジメント（株）



・ 先進地視察

開催日：R7. 12. 11（木）～12. 12（金）

参加者：6名

視察先：石川県山中温泉、山代温泉等



視察の様子

○ アシ

新潟県ハイヤー・タクシー協会と連携し、研修会・視察会を実施しました。

・ セミナー

開催日：（1回目）R7. 6. 17（火）

（2回目）R7. 9. 2（火）

参加者：（1回目）19名

（2回目）48名



研修会の様子

・ 先進地視察

開催日：R7. 9. 9（火）

参加者：9名

視察先：東京 MK・ジャパンリムジンサービス

・ ドライバー研修

開催日：R7. 10. 31（金）

参加者：34名

視察先：ビッグスワン



フィードバックミーティングの様子

○ エリア

佐渡、弥彦・燕三条、湯沢・魚沼の3エリアにおいて FAM フィードバックミーティングを実施しました。