



新潟県観光協会

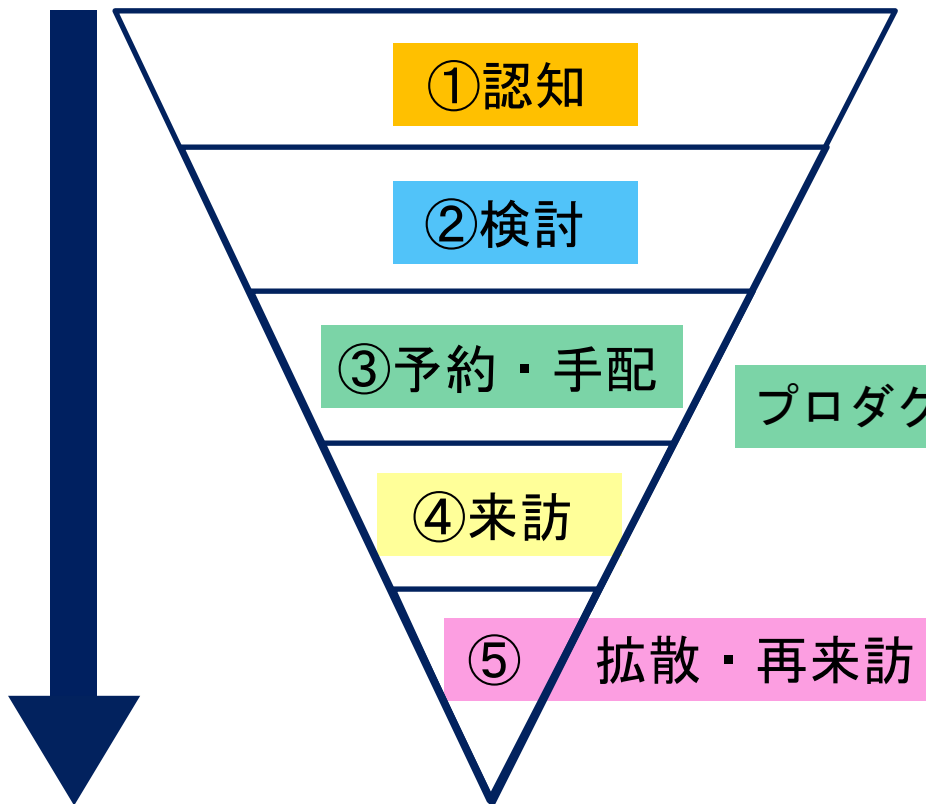
Niigata Prefectural Tourism Association

# 2023年度 第2回定期報告会 事業進捗・データ報告

2023.9.28

# 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

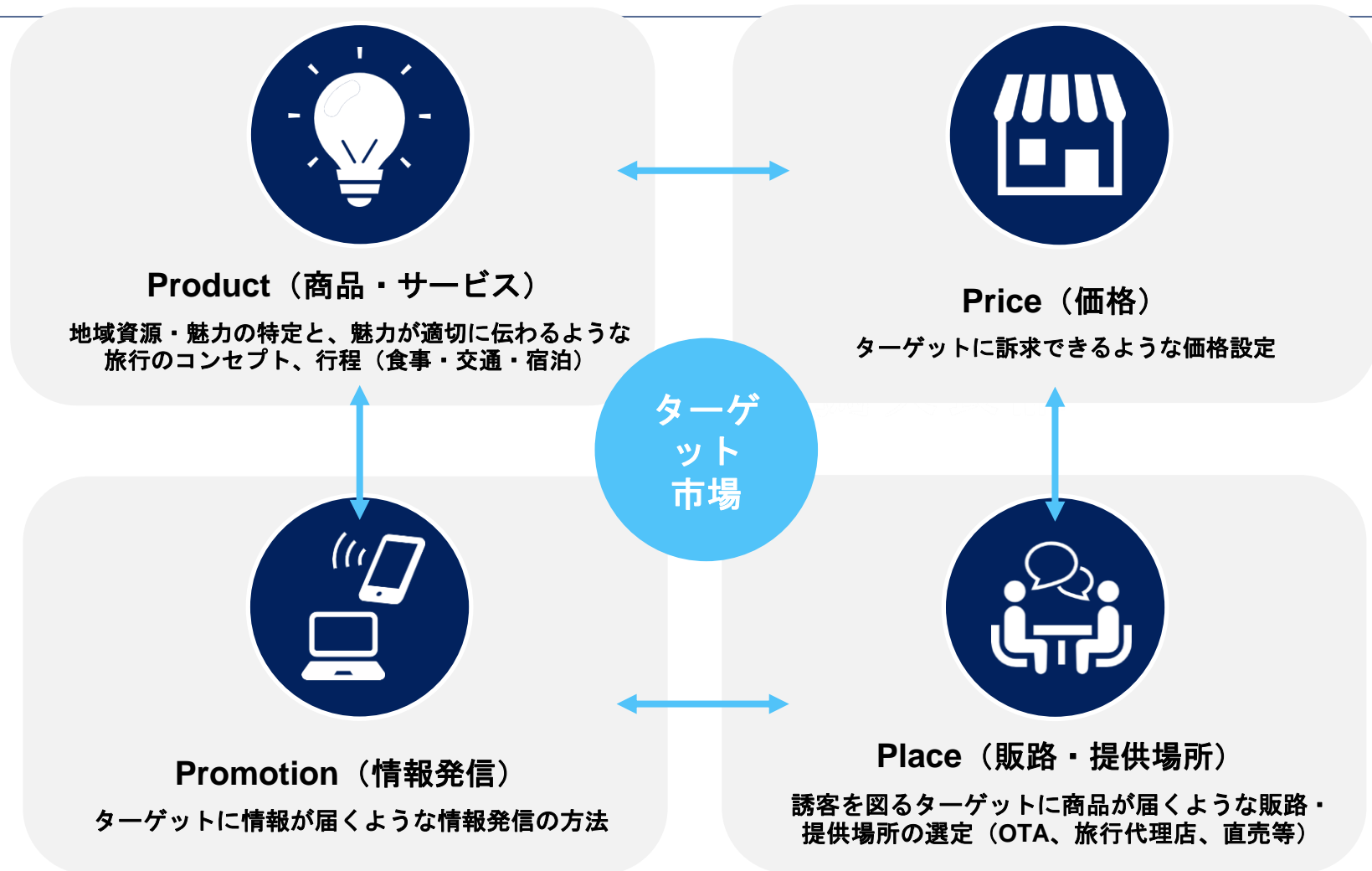
SNS  
メディアPR  
プレスリリース  
WEB「にいがた観光ナビ」の強化

+

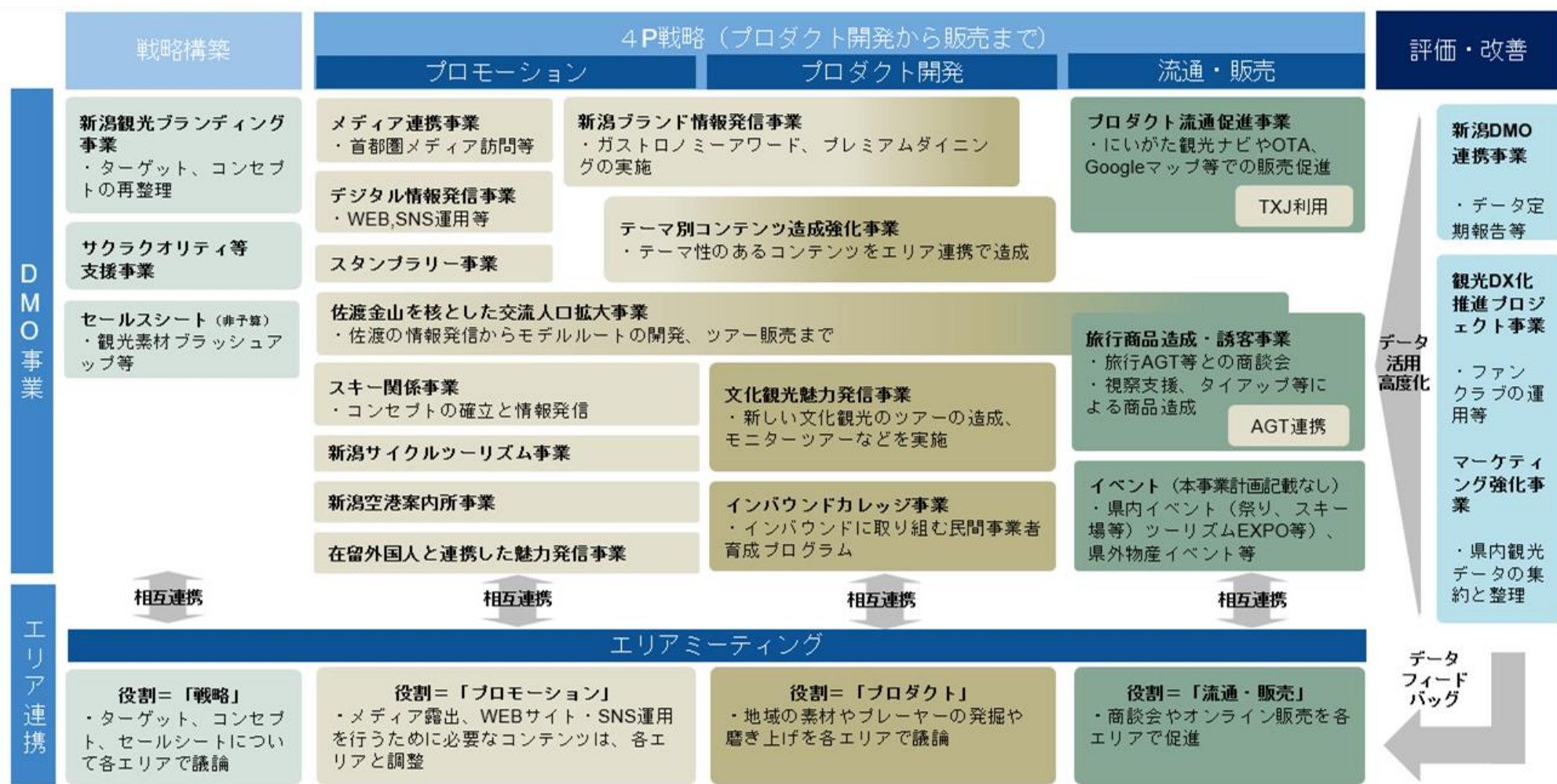
③予約・手配

認知された後に選択される  
(買える) 環境作り

# 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

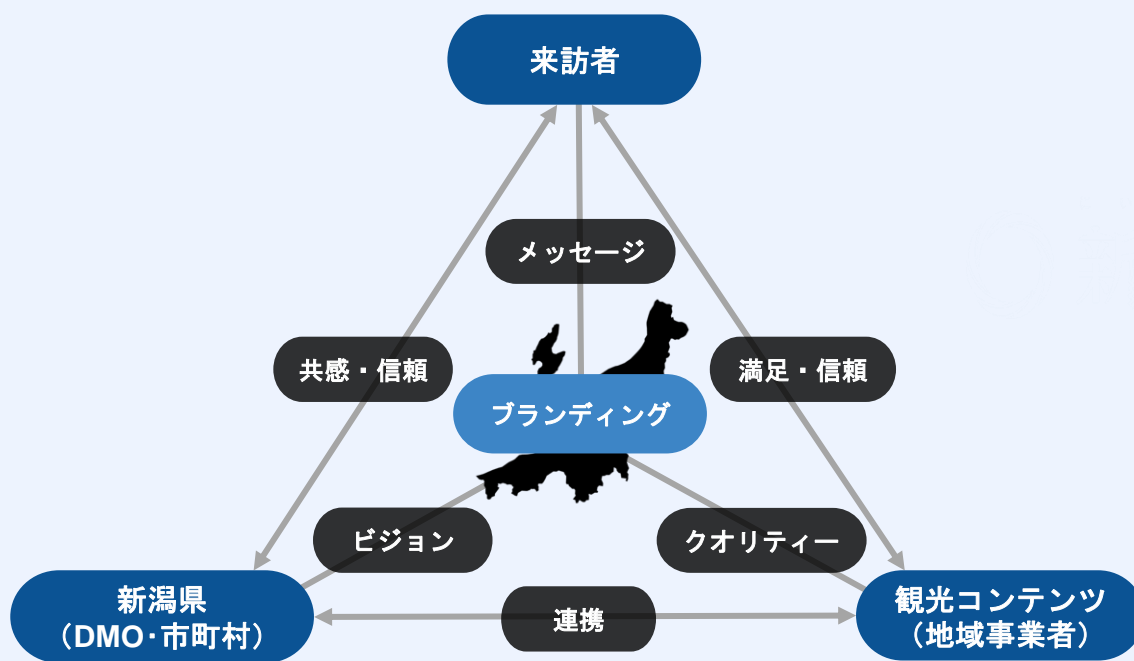
## デスティネーションとしてのブランド化

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。

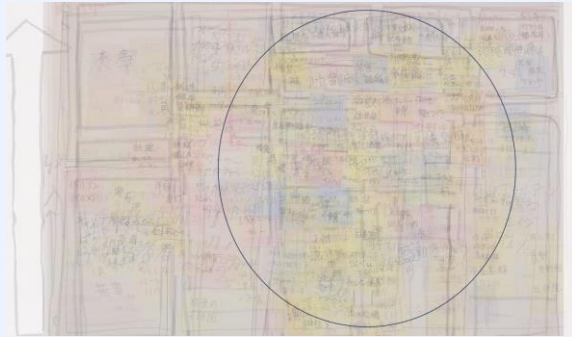
新潟の特性に合った旅行者像（ペルソナ）設定（ターゲティング）し、戦略的かつ、効果的なデスティネーション・ブランディングを行うための土台作りを行う。

## 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



## 新潟観光ブランディング事業



### ○ターゲティング 進行中

各市町村の観光素材（スポット・食・宿など）を旅行者セグメント表に分類した結果、表のオレンジ丸をターゲットにしていきたいことで決定。

### 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。旅行への関心は高く、話題になっている場所より、人が知らないところを積極的に開拓する。
- ・ゆったりと贅沢に旅行を楽しみたい。訪問先は多く、長期滞在し、消費額も多い。

### ○アウトプット 進行中

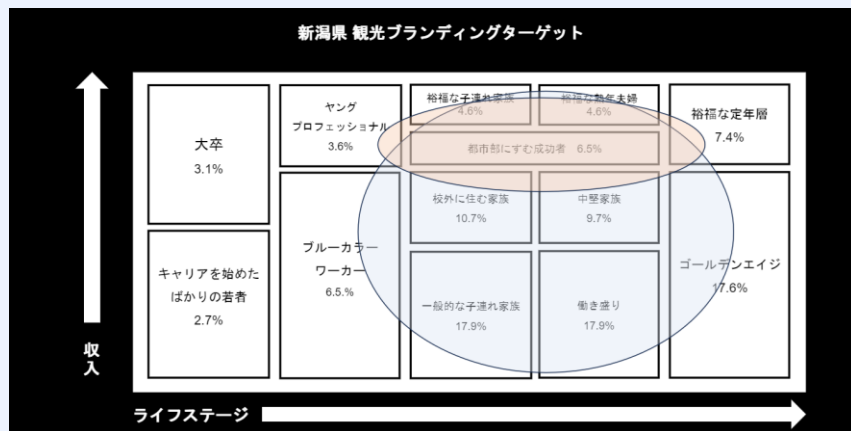
ブランドのキービジュアルの撮影 夏編が終了。（8/29-9/1）

#### ・夏の撮影スポット

佐渡（鬼太鼓、宿根木、たらい船漁、北沢浮遊選鉱場、尖閣湾揚島等）、新潟（古町、芸妓、越後平野等）、津南（信濃川、田んぼ等、龍ヶ窪等）、魚沼（奥只見湖）

### ○今後の動き

- ・冬編の撮影（1月～2月を予定）
- ・ブランドコンセプトを言語化
- ・ブランドの提供価値を明確にする
- ・ブランドのネーミングやロゴの検討





## 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 (11~12月頃)

WEB・SNS運用のコツ、エリアでの取り組み事例紹介、データ活用  
の手法（予定）

#### ・第4回 (24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。

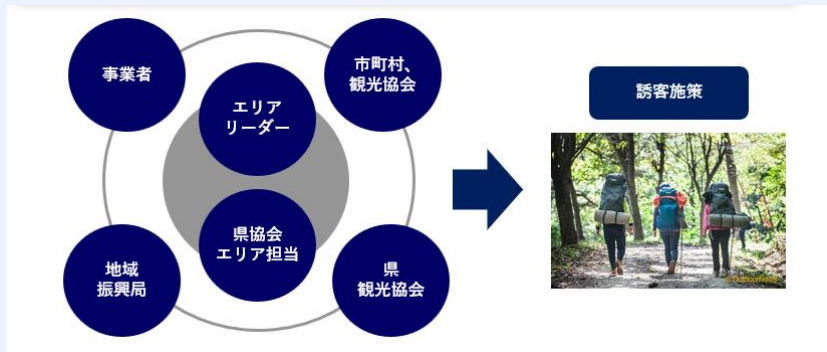
・エリアリーダー会議 7月に実施（エリアマーケティング会議の  
ねらい・進めを共有）

・湯沢・魚沼エリア MTG 1回目 9月に実施

・新潟・阿賀エリア MTG 1回目 9月に実施

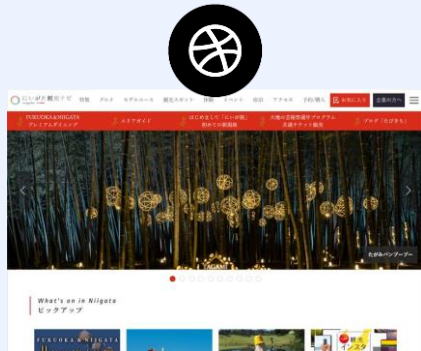
・妙高・上越・糸魚川エリア MTG 1回目 9月に実施

ほかエリアMTG 10月以降に実施予定





## 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](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4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4,500人
- 新潟県観光協会 Twitter... フォロワー7.4万人
- 新潟県観光協会 facebook... フォロワー7,000人
- 新潟県観光協会 LINE... フォロワー11,700人



## にいがた観光ナビ

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



神社数日本一の新潟で運試し！ユニークな新潟おみくじ10選

2023.08.25

日本一神社が多い新潟県。約4,700社以上の神社を有し、ご利益がある神社仏閣やパースゼットが点在しています。また、神社が多いので御朱書きやおみくじもたくさんあります。今回は厳選して、可愛いおみくじ、おもしろいおみくじなど御朱書きやおみくじをご紹介します。

一本一本、花の絵に思いをこめて。温かい贈り物がそろそろ、小池ろうそく店／新潟市

2023年07月29日

👁 1060ビュー 🍀 1いいね



新潟市

小池ろうそく店

- ・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 ※8月時点
- ・神社数日本一の新潟で運試し！ユニークな新潟おみくじ10選
  - ・サザエさんのにいがた旅 2023夏編：オープニングで紹介されたスポットを巡ろう
  - ・究極の存在「即身仏」-日本最古と日本最後の即身仏をめぐる-
  - ・新潟県・道の駅のご当地アイス・ソフトクリーム8選など

- 新潟県観光協会公式ブログ「たびきち」  
（<https://niigata-kankou.or.jp/blog>）：78本公開 ※8月時点
- ・ザ・ヴェランダ石打丸山は緑まぶしい極上リゾート／南魚沼市
  - ・花の絵に思いをこめて。温かい贈り物がそろそろ、小池ろうそく店／新潟市
  - ・110年の時を経て新発田へやってきた大倉喜八郎の別邸「蔵春閣」／新発田市など

- 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



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

 新潟県観光協会

# 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

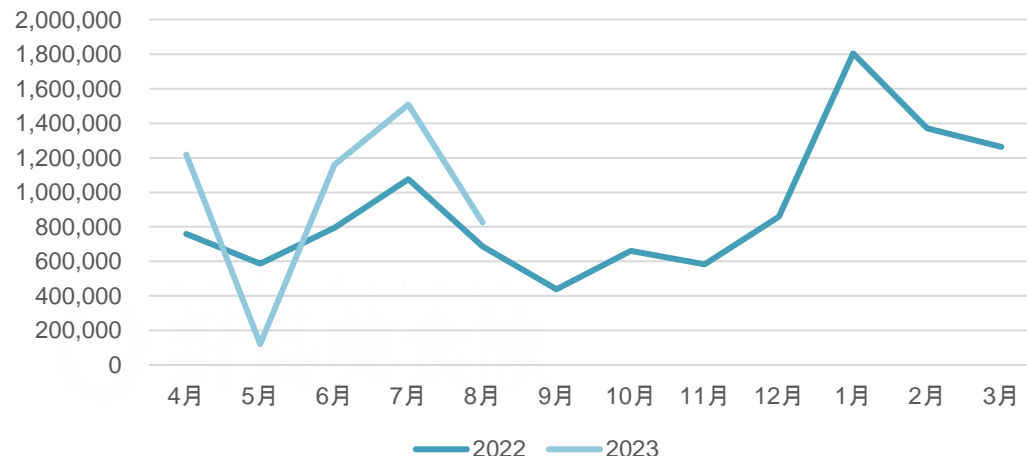


#方言でだからダメだ  
って言ったでしょ  
(7月投稿)

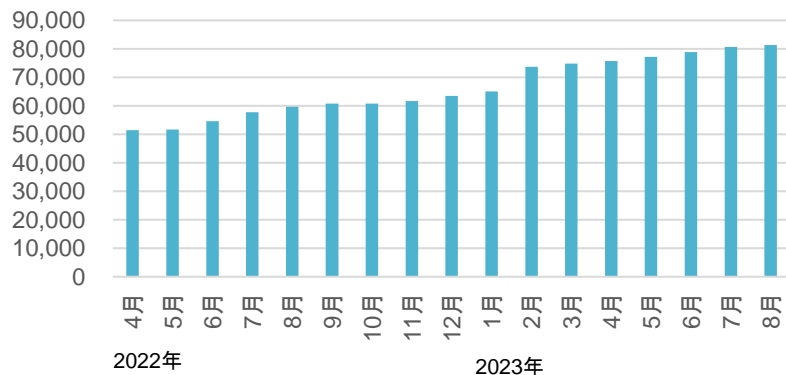
ヤスタヨーグルトア  
イスキャンペーン  
(5月投稿)

くろさき茶豆キャ  
ンペーン  
(8月投稿)

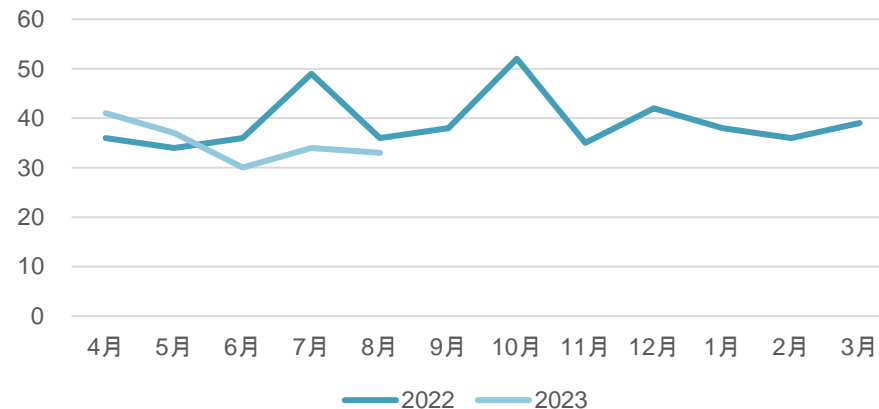
## インプレッション(表示された回数)



## フォロワー 81,426 (8月時点)



## 投稿数





# 事業進捗状況



Instagram

2022年5月から運用

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

## エンゲージメント TOP3



長岡花火  
(8月投稿)

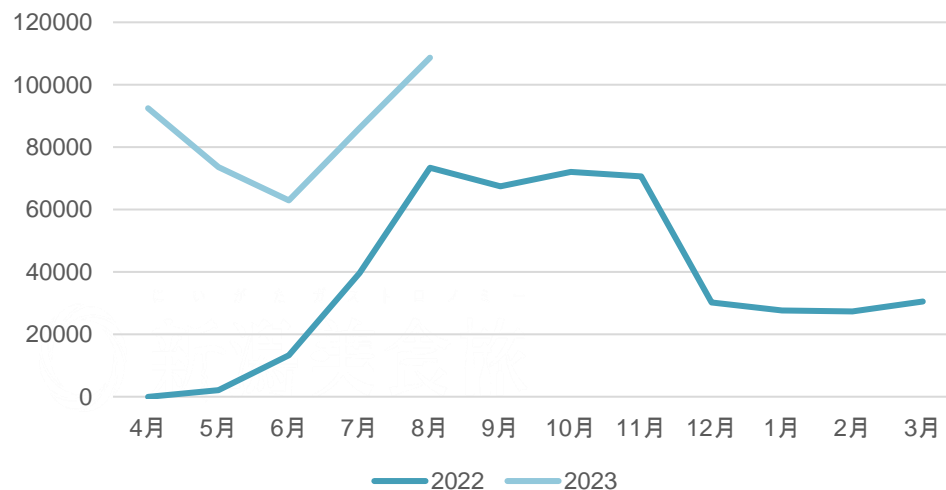


上堰潟ひまわり  
(8月投稿)

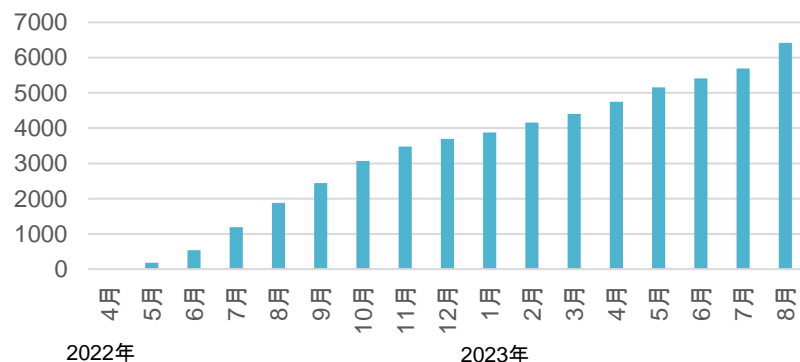


越後平野  
(5月投稿)

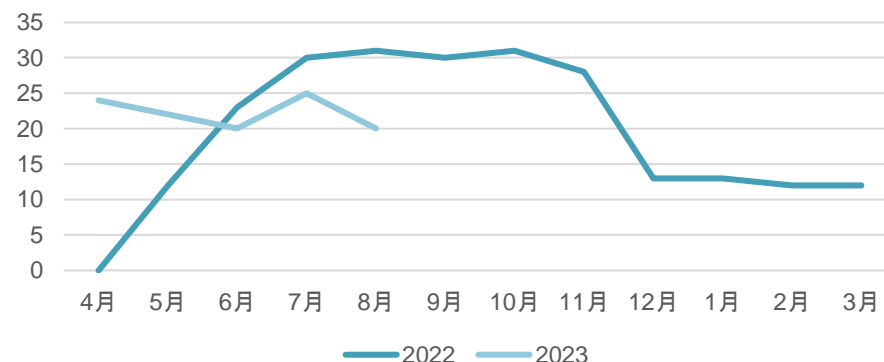
## インプレッション(表示された回数)



## フォロワー 6,416 (8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](https://www.facebook.com/umasaniigata/?locale=ja_JP)

## いいね TOP3



特集サザエさんOP  
(6月投稿)

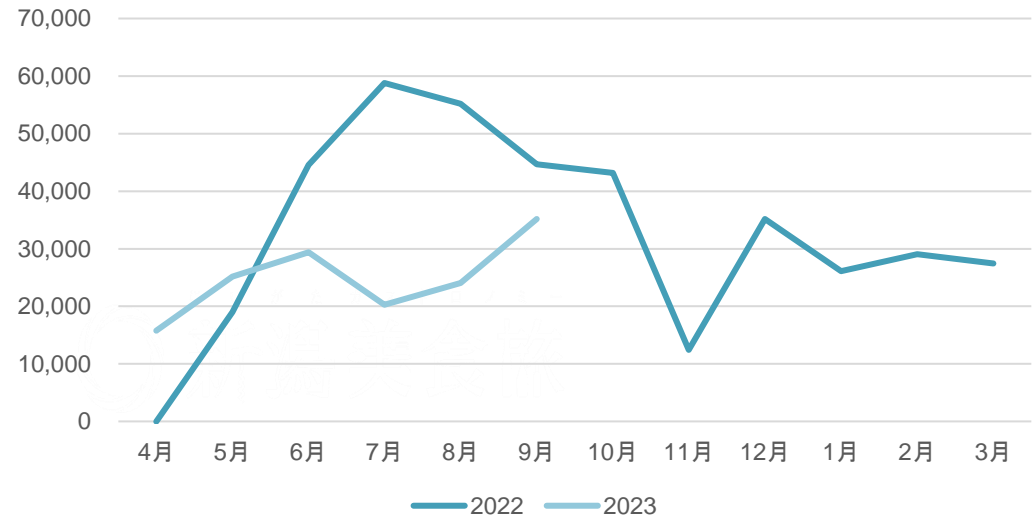


蒲原まつり  
(6月投稿)

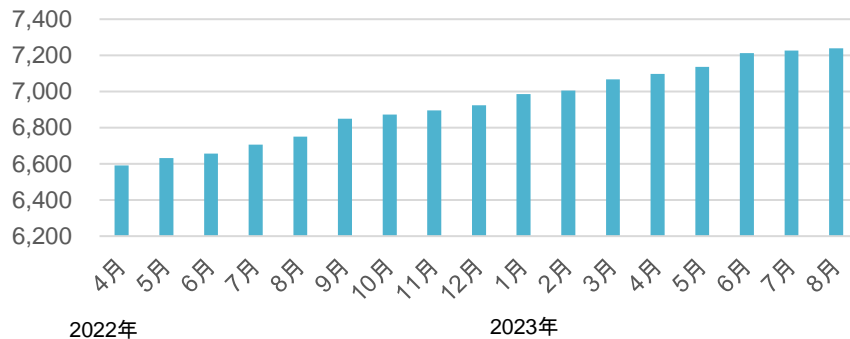


花火カレンダー  
(6月投稿)

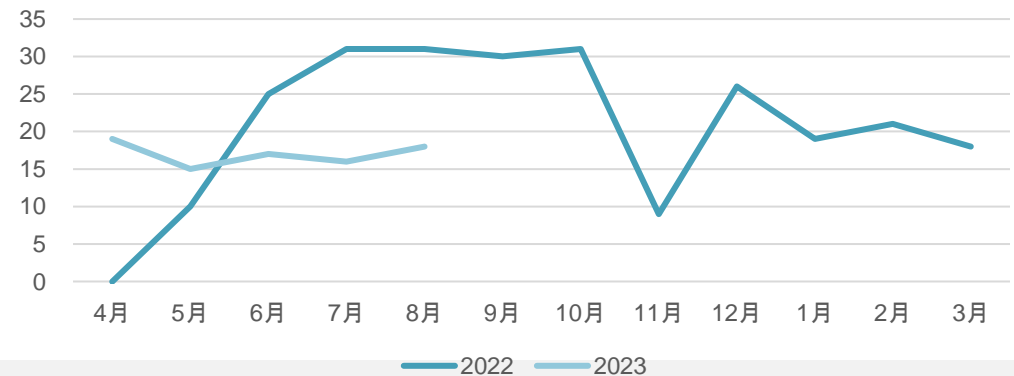
## リーチ(投稿を見た人の数)



## フォロワー 7,239 (8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

- ・「大人の休日倶楽部」2024年2月号（1/25発行）

【新潟を味わう「美食地質学」特集】

→糸魚川・佐渡・村上・湯沢・魚沼 を取材

- ・「BRUTUS」2023年7月18日発売号

【A Long Vacation 一世一代のバカンスへ。】

→尾畑酒造の酒造り体験プログラムを取材

- ・「Niigata Geo Tourism」海外メディアツアー

- ・「MATADOR」「ログレポート」

- ・「JNTOロンドン」「ryokanwandering」  
など、計19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

4月～8月

ページビュー数

**165,271**

転載サイト数

**2,260**

### ○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所得記事数の総数）

22年12月 11,213

23年1月 11,190

23年2月 11,825

23年3月 14,067

23年4月 13,799

23年5月 14,404

23年6月 13,476

23年7月 16,054

23年8月 16,212

23年9月 11,445

### ○全国主要TV放送・雑誌・ web掲載数

（県観光協会リサーチ分）

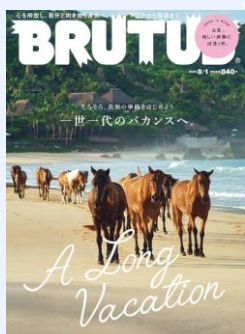
23年4月 16

23年5月 21

23年6月 15

23年7月 32

23年8月 25





## 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6月17日発行 夏号

- ・長期滞在型リゾートに！佐渡市内の宿泊施設を一斉改修
- ・新潟県にあるもう一つの有人島「粟島」
- ・新潟市“にしかんエリア”にお酒を楽しむ新スポットが誕生！
- ・にいがた観光ナビ ONLINE STORE
- ・新潟県花火カレンダー2023
- ・狐の嫁入り 開催決定
- ・いといがわサマーロックフェス'23
- ・ガストロノミー オステリア バッコ
- ・バスセンターのカレー

### 〇23年8月15日発行 秋号

- ・サビコ新潟 豊蒸祭
- ・個性派ワイナリーがそろそろ新潟県のワイン
- ・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

●メディアリリースのバックナンバーは  
新潟県観光協会 企業向けサイトに掲載→ <https://niigata-kankou.or.jp/business>

# 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

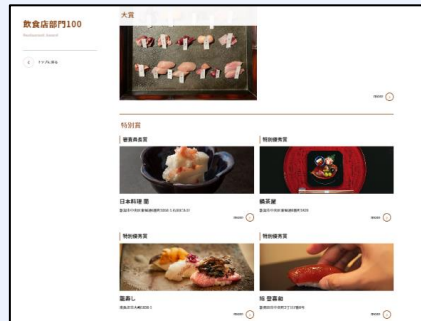
「新潟県観光立県推進行動計画」内で掲げられている観光政策の1つ、「ガストロノミー」の情報発信（認知拡大）をさらに強化するため、令和4年度で実施した『新潟ガストロノミーアワード』及び『プレミアムダイニング』を継続実施する。

### 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( 調整中)	令和5 年9 月23日・ 24日	福岡県との開催
会場	GohGan(福岡市博多区)	旧第四銀行住吉町支店( 新潟県新潟市)	
定員	20～30名	各日40名	
料金	調整中	35,000円	

静岡県との開催	令和6 年3 月12日( 調整中)	令和5年11月29日	日時
	里山十帖( 新潟県南魚沼市)	調整中	会場
	20～25名	20～30名	定員
	30,000～50,000円( 宿泊別)	調整中	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コラボレーションが楽しめる、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」、「マール・カフェ」で修業した後、2002年西中洲に「ラ・メゾン・ドゥ・ラ・ナチュール・ゴウ」をオープン。常に斬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・アナンドと共に「GohGan」を開業。

【新潟】  
鬼嶋 大之  
Hiroyuki Kishima  
[my farm to table おみや]  
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有て提供している。「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  
[登喜和館]  
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。

- ガストロノミーアワードは下期計画

# 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「にーくる」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「にーくる」内のスタンプラリー機能の実装 ※県予算
- 参画店舗の集約（「にーくる」への新規加盟の促進）
- 参加者募集広報（「にーくる」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「にーくる」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

#### 賞品一覧

※写真はイメージです

**A賞** 参加宿泊施設の  
ペア宿泊券  
20名  
1名



**B賞** 新潟県内飲食店のお食事券 10,000円分

スタンプ  
15個  
7名  
(各賞1名)

佐渡市	お料理 あなぐち
村上市	鮎沢 新多久
新潟市	一 兄弟庵
三条市	Tsubamesanjo Bt 奥三本峠
長岡市	和蘭・ホール・モント
魚沼市	榎岡
糸魚川市	日本料理 鶴楽家



### ○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/>）

### ○今後の動き

- スタンプラリー参加者募集広報

（秋冬共通）Instagram広告

（秋のみ）Googleディスプレイ広告 をそれぞれ実施

- 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

・夏編の取材終了（7/30～8/2）。以下の2つのモデルコースを想定したスポットを掲載。CREA webにて公開中。

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

・【佐渡島の旅・夏の文化・歴史篇】〈地球の息吹を感じる旅へ〉  
佐渡の歴史を語る佐渡金山をメインに島の恵み、大地の恵みをキーワードに構成

・【佐渡島の旅・夏の自然篇】〈太陽の恵みを感じる旅へ〉  
ひまわり畑やサップ体験など太陽と海の恵みをキーワードに構成

### ○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秋編・冬編の撮影（10月～2月を予定）

・にいがた観光ナビにモデルコースの掲載

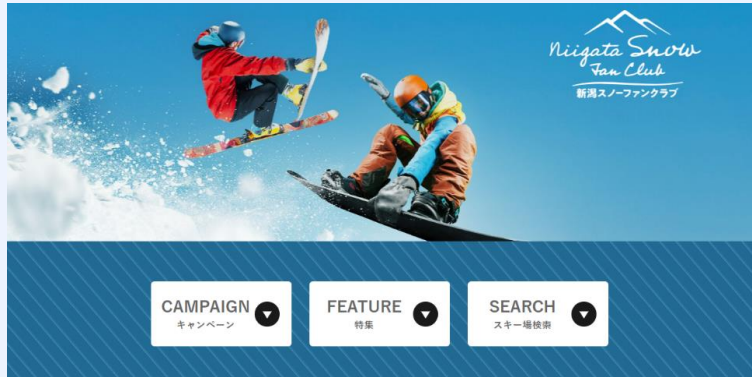
・AGT・メディア向けに新しいスポットの提案



# 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

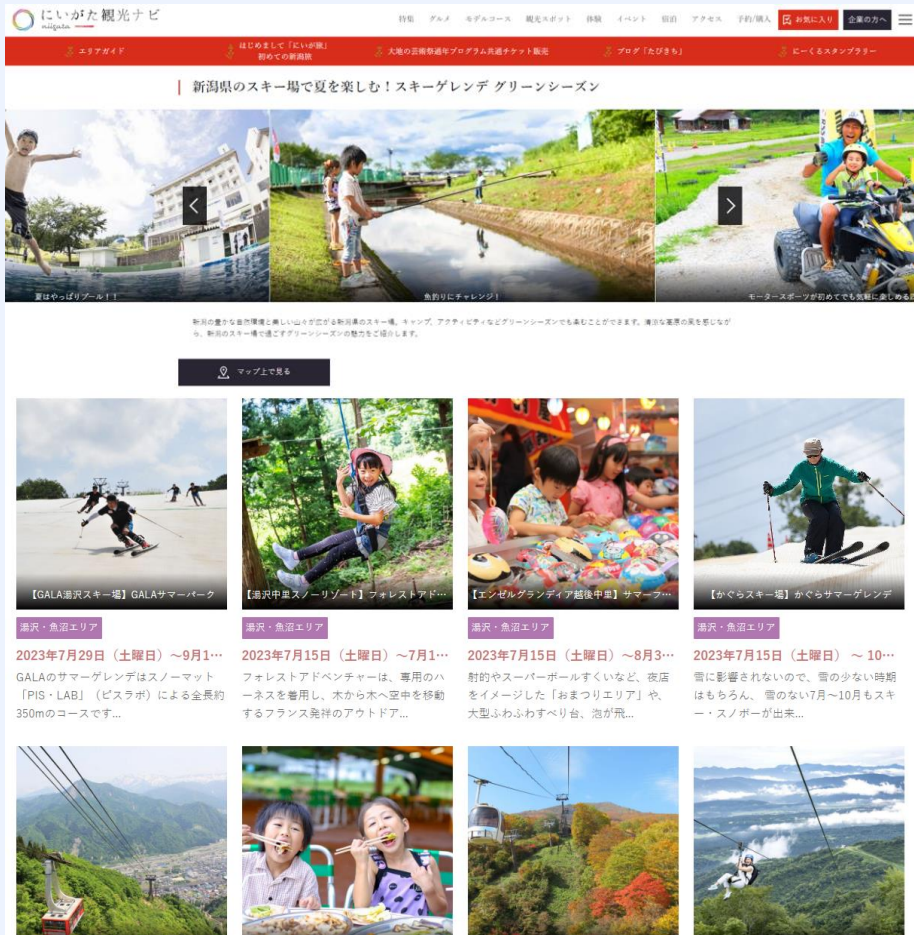
- 新潟県内のスキー場とその周辺の魅力の洗い出し
- ターゲットとなるペルソナ設定、ブランドコンセプトの決定
- クリエイティブ制作（グリーンシーズン（夏～秋）、スキーシーズンとも）
- オンライン及びオフライン両面からのプロモーション  
オンライン：本県スキー場情報ポータルサイト「新潟スノーファンクラブ」及び各種SNSによる情報発信等  
オフライン：首都圏スポーツ用品店とタイアップした店頭PRイベントの実施
- スキー場に対するグリーンシーズンを含めた情報発信の場の提供  
・「にいがた観光ナビ」及び「新潟スノーファンクラブ」等による情報発信  
・県内外イベント出展
- スキーレッスン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



## スキー関係事業



## ○実施内容

- 新潟県内のスキー場とその周辺の魅力の洗い出し  
各地域のスキー観光PRのターゲットを設定  
妙高                   ：コア層、インバウンド（欧米豪）  
湯沢・南魚沼：関東からのファミリー層  
                  〃       ライトユーザー  
下越・中越    ：県内からのファミリー層  
                  〃       エントリー層
- グリーンシーズンの情報発信強化のため、県内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」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> ）

## ○今後の動き

- 主に湯沢・南魚沼及び下越・中越のターゲット（関東及び県内のファミリー層・エントリー層）に対して、以下を実施
  - ・ブランドコンセプトの決定、セールスシート及びPR動画の制作
  - ・首都圏での広報展開（東京雪祭、都内スポーツ店）
  - ・子ども向けスキーツアーの造成支援、バッジテストの取組強化
  - ・アルビレックス新潟ホームゲームにおける県内小学生向けPR
  - ・にいがたスノーファンクラブにおける情報発信
  - ・県内向け各種広告

# 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

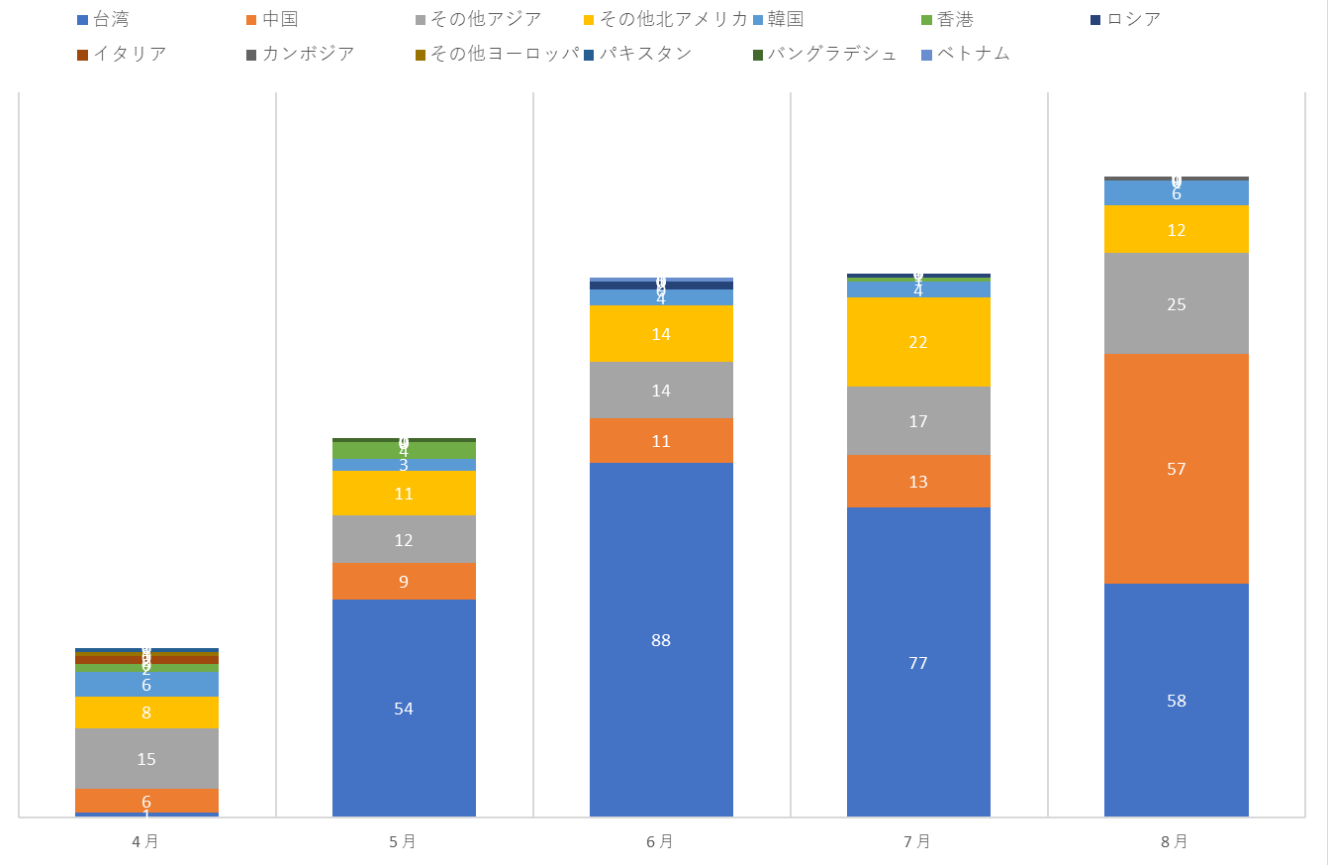
### ○カウンター対応件数（内外国人）

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）

### ○お問い合わせ内容

- ・観光情報（例：新潟の食べ物のおすすめは？佐渡に行くのにおすすめのプランは？）
- ・交通案内（レンタカー&バスで観光するには？）
- ・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



# 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。



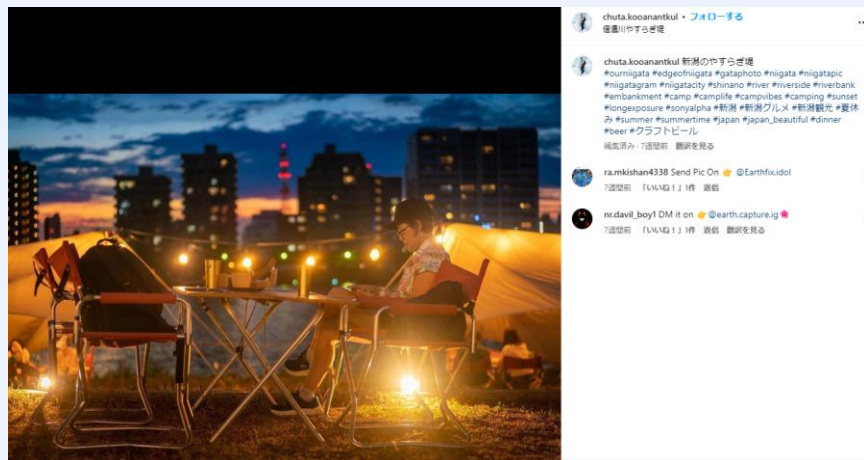
### 事業の内容

- 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  
⇒【8月実績】

- Facebook : 32投稿
- Instagram : 21投稿
- LinkedIn : 2 投稿

(投稿内容)

- ・やすらぎ堤　・千灯まつり　・長岡花火大会　・越後平野  
・佐渡　・清津峡など

- 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9名確保（R5.9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】  
モニターツアーへの参加及びパンフ等の被写体モデル  
(実施時期は9月末～12月頃)

# 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、ストーリーを深堀し、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

### ○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-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：辻調理師専門学校の日本料理教授。2023年より株式会社辻料理教育研究所（辻グループ）の取締役、教育事業部部長に就任。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

- 10月～12月 有識者を交えた検討会の開催
- 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

## 文化観光魅力発信事業 13,700千円



### 事業の目的

県内各地の文化観光資源を掘り起こし、新しい文化観光の提案を行うため、モデルコースの造成、モニターツアーなどを実施する。コンテンツの掘り起こしはエリアMTGを通じて行い、集めた素材・ストーリーはツアー商品造成等へ生かしていく。併せて市場拡大が見込まれる親子・子供向けの体験商品開発に向けた素材の掘り起こしと、モニターツアーを実施する。  
※R4から実施される3か年事業であり、R5は湯沢・魚沼、妙高・上越・糸魚川エリアを対象とする。（R4年度：新潟・阿賀、佐渡、弥彦・燕三条エリアで実施）

### 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（湯沢・魚沼、妙高・上越・糸魚川エリア）
- 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」のモデルコースへの掲載
- 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



- 「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  
⇒ 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文化芸能 ②郷土料理 ③方言 をテーマとして、各エリア3本造成  
⇒ ①：R5.8コース案作成、R5.12現地取材、R6.1コース確定予定  
②・③：R5.8コース案作成、R5.9現地取材、R5.10コース確定
- 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  
（AGT向け1回、親子向け1回）  
⇒ 開催時期は、親子向け：2023年11月、AGT向け：2024年1月実施で調整中

### NIIGATA Culture Tourism 魚沼 MODEL COURSE

モデルコースは  
こちらから



八海生そば 宮野屋



越後妻有里山現代美術館MonET



松之山温泉 湯守館「地炉」

魚沼地域の文化を  
体感できる旅の  
モデルコースをご紹介します

# 事業概要

## インバウンドカレッジ 3,700千円



講義



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う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卒業生 20名

## インバウンドカレッジ



第1回の様子



第2回の様子

- 参加者：26名（2023.9時点）
- 全8回（開催日数は全6日）のうち、第2回まで実施済み  
（2023.8から2024.1まで毎月1回開催）

	場所	講座担当者	講座テーマ	テーマ
<b>第1回</b> 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
<b>第2回</b> 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
<b>第3回</b> <b>第4回（同日開催）</b> 10月25日（水） 10:00～17:00	未定	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
<b>第5回</b> <b>第6回（同日開催）</b> 11月9日（木） 10:00～17:00	未定	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
<b>第7回</b> 12月14日（木） 13:00～17:00	未定	中西 恭大	世界に向けて新潟をPRする	情報発信
<b>第8回</b> 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



## 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！  
※お申し込み後、お届けまで約13～15営業日程度となります。予めご了承ください。

【体験】十日町里山ウォーキング



朝の朝田から東山の朝田まで、里山の風景の中を歩くウォーキングツアーです。  
一日町市内に点在している朝田の中でも、特に人気の高い2つの朝田を巡ることができます。  
ガイドと一緒に朝田や里山の中を歩きながら、里山の暮らしをのぞいてみましょう。

信濃川サンセットクルーズ



信濃川をウォータースタイルでクルーズしながら、川から見た新潟観光が楽しめます。

### ○オンライン販売サイト

- ・にいがた観光ナビONLINE STOREをオープン。
- ・予約販売システム「TXJ」を利用。

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

### ○販売商品

33商品（8月時点）

- ・十日町里山ウォーキング
- ・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
- ・ホテル小柳
- ・闘牛と錦鯉の伝統文化会館 など

### ○売上実績

- ・大地の芸術祭前売券 103枚 25万7500円（8月末時点）  
※その他、体験：信濃川サンセットクルーズ、山重ランチプラン  
物販：レルヒさんグッズ、佐渡サーモン、乙まんじゅうなど

### ○今後のスケジュール

- ・10月 県内事業者向けTXJ導入 説明会開催

# 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

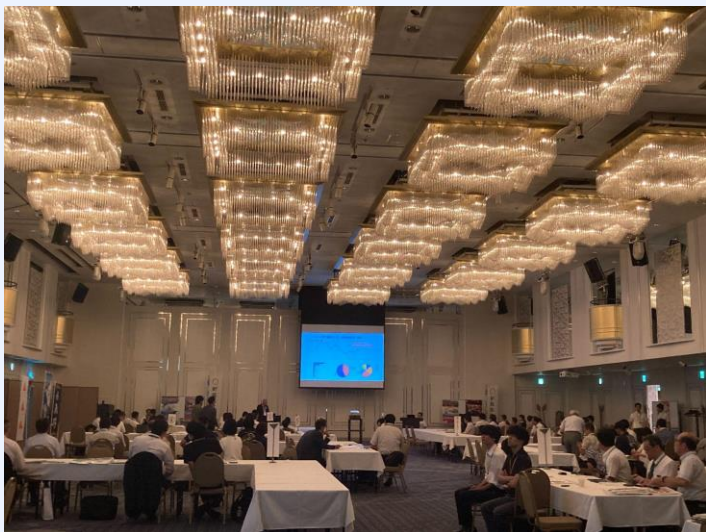
- 旅行会社を対象とした商談会の開催：年10回予定
  - ①首都圏・関西圏：東京・大阪（各2回 ※うち1回はオンラインを予定）
  - ②空路就航地：名古屋（2回）・福岡・（札幌・那覇は旅行会社訪問予定）
  - ③広域地域：仙台（福島・山形）、大宮（群馬・栃木）、金沢（福井・富山）
- 他事業とも連携し、新しいプロダクトを、商談会を活用してアウトプットする。  
（各エリアミーティングで造成したプロダクト・モデルコースを商談会を活用し、アウトプット）
- 旅行会社に対して造成・視察の助成

### 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

### ○今後の商談会予定

- 11月 金沢（福井・富山含む）
- 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）
- ※名古屋は調整中

### ○県内交通事業者 旅行商品造成助成金

9月25日現在 申請1社





新潟県観光協会

Niigata Prefectural Tourism Association