

令和6年度 新潟県観光協会 の事業概要

DMOとしての
基本理念

新潟県の観光の推進役として、
かかわる人たちの満足度の最大化と稼ぐ仕組みを形成

戦略

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



《旅行者の行動フェーズに合わせた取組》

《重点取組》

認知

- ・ デスティネーションとしての認知

検討

- ・ 観光コンテンツの充実

予約・手配

- ・ コンテンツ流通促進

来訪

- ・ 受入態勢整備
- ・ 旅ナカ情報拡充

拡散

- ・ 来訪者の捕捉
- ・ 再訪につなげる仕組み

R 5 までの重点取組

【認知を高める仕組みづくり】

- ・ メディアリレーション強化
- ・ オウンドメディア強化
- ・ エリアセールスツール整備

【選択される(買える)環境作り】

- ・ ガストロノミー、スノーリゾート等関連コンテンツの充実
- ・ 販売システムの導入

R 6 の重点取組

【①認知拡大】

- ・ **ブランディング**による権威付け
- ・ ターゲットに向けたセールス活動

【②効果的な取組への進化】

- ・ **エリアとの連携強化**
- ・ **データ活用したPDCAサイクル**

令和6年度 重点取組 ① 認知拡大

誘客の第一歩：認知拡大

これまでの取組に加え

- ・**ブランディング**による権威付け
- ・ターゲットに向けた**セールス活動**

都市部に住む成功者

30～60代、年収700万円以上
知的な好奇心旺盛、体験重視、流行追わず
ゆったりと贅沢に、長期滞在、消費額多

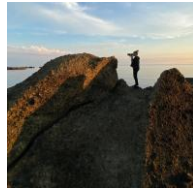
新潟県観光の強み・観光素材

×
中期的に誘客したいターゲット

ブランディング

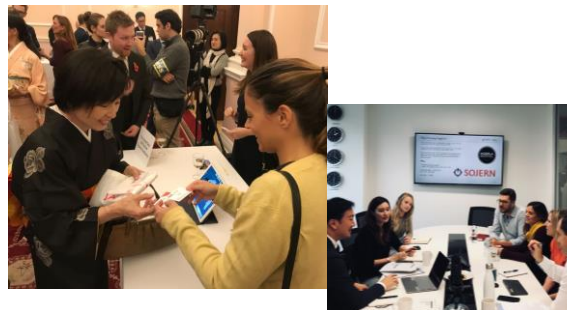
知的な好奇心に訴えるストーリー
想像を掻き立てるビジュアル

- ・コンセプトブック制作
- ・キービジュアルストック



セールス

ターゲット層に届くキーマンとの
リレーション構築

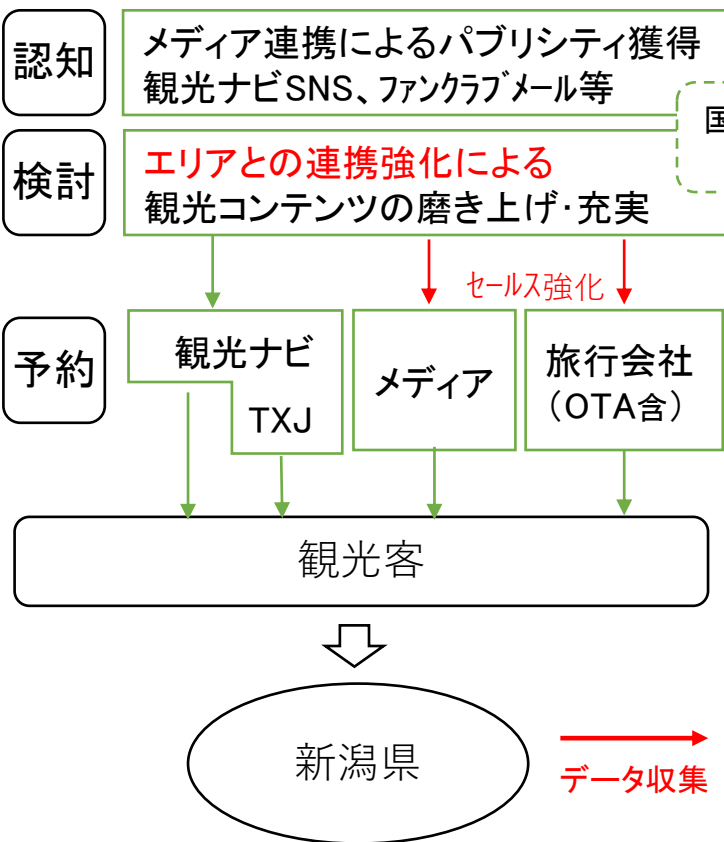


Japan's celebrated principles of thrift and conservation

令和6年度 重点取組 ② 効果的な取組への進化

効果的な誘客に向けた取組の進化

- ・ **エリアとの連携強化**による魅力的なコンテンツづくり
- ・ **データ活用したPDCAサイクル**による誘客効果のアップ



データを見ながら、次の手を打つ

認知の推移 (webデータ等)

入込の推移 (移動データ等)

宿泊数の推移 (宿泊データ等) R6導入予定

