

令和6年度（公社）新潟県観光協会 事業報告

1 連携

(1) 新潟県ブランディング事業 <1,004,992 円>

本県が国内外から旅行選定先として選ばれるために、デスティネーションブランディングの土台作りに取り組みました。

- ターゲット層の選定：都市部に住むモダンラグジュアリー層（年齢：30～60 代）
- ブランドのキービジュアルの撮影（夏・花火、まつり等）



(2) DMO 等形成促進事業 <1,630,147 円>

- 事業報告会 R6.5.28 オンライン(参加者 81 名)

市町村、市町村観光協会、民間事業者等の県内観光関係者を対象にセミナーや協会事業の進捗状況等の報告会を実施しました。

講師：(株) Intheory 代表取締役 村木 智裕 氏

「観光地マーケティングの基本と、新潟県観光協会の戦略」

- 協会役員等への事業報告 R6.12～R7.1

協会役員等を訪問し、協会の上半期事業報告を実施しました。

- データダッシュボードの運営

観光関係者のデータマーケティングを支援するデータダッシュボードを「にいがた観光ナビ」法人ページ内で運営しました。



(3) サクラクオリティ等支援事業 <338,800 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。

- 調査員研修の開催 (R6.12.9 オンライン)
- 新規認証施設 (1 件) への調査
- 認証更新施設 (2 件) への調査

(4) 観光人材育成事業 <1,397,051 円>

県内観光関係者を対象に研修会を開催し、スキルアップ等に取り組みました。

- 初任者研修 R6.4.26 オンライン(参加者 96 名)

観光業務初心者を対象に商品造成（つくる）と情報発信（伝える）についてのセミナーを開催しました。

講師：(一社) 地域人づくり 鹿原 梨沙 氏

「観光のいろは」

- Web セミナー R6.10.31 自治会館＋オンライン（参加者 44 名）
県内自治体や観光協会、宿泊事業者、交通事業者、観光施設管理者を対象に Google Analytics 4・SEO・生成 AI 活用・情報セキュリティについて、具体的な事例を交え、基礎から解説するセミナーを開催しました。
講師：（株）トラベルジップ 大泉 敏郎 氏
「WEB サイト運営者、ライター必見！セミナー ～ターゲットに刺さるライティング・SEO」「AI 活用時短術から GA4 まで～」
- インバウンドセミナー R7.3.19 三条商工会議所＋オンライン（参加者 65 名）
高付加価値旅行者の現状や受け入れのノウハウとともに、県内で積極的に受け入れを行っている事例を共有しました。
講師：（株）クリル・プリヴェ 高野 雅臣 氏
「高付加価値マーケットとは？～トップ事例に学ぶ今後のインバウンド戦略～」

(5) エリア連携事業 <3,831,219 円>

- エリアマーケティング会議
市町村や市町村観光協会、事業者とともに、7エリア（村上・新発田、新潟・阿賀、弥彦・燕三条、長岡・柏崎、湯沢・魚沼、妙高・上越・糸魚川、佐渡）から構成されるエリアマーケティング会議を開催し、県外からの観光客を呼び込むための取組等を実施しました。
 - ・県協会事業との連携
 - ・各商談会へ向けたエリア内調整
 - ・観光庁事業（新潟ガストロノミーバス）の共同企画
 - ・エリア内コンテンツ視察



また、エリア間連携による取組検討（ものづくりによるエリア間連携、サイクリングによるエリア間連携などを検討）や、人流データ調査を開始しました。（村上・新発田＋新潟、弥彦、寺泊）

(6) 表彰事業 <320,956 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：4 名
 - 観光事業優良従業員：11 名
 - 観光ボランティアガイド：5 名

2 認知

(1) メディア連携事業 <2,880,620 円>

本県をデスティネーションとして広く認知してもらうため、パブリシティによる露出拡大を目指し、メディアへの情報提供や定期訪問を通じてネットワーク強化に取り組みました。構築したネットワークを基盤に、タイアップ企画や取材支援等を実施した結果、メディアリレーションによる掲載件数は昨年より 12 件増加しました。

【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
- メディア掲載に向けた新潟取材時の取材支援（交通費等）及びタイアップ支援

【実績】

- メディアリレーションによる掲載件数：45 件（昨年比＋12 件）

- 主要 TV 放送・雑誌・web での掲載数：223 件（昨年比▲21 件）
- クリッピング数：224,927 件／年
（「新潟 観光 旅行 グルメ 温泉」をキーワードとする web 記事の総数）



ELLE



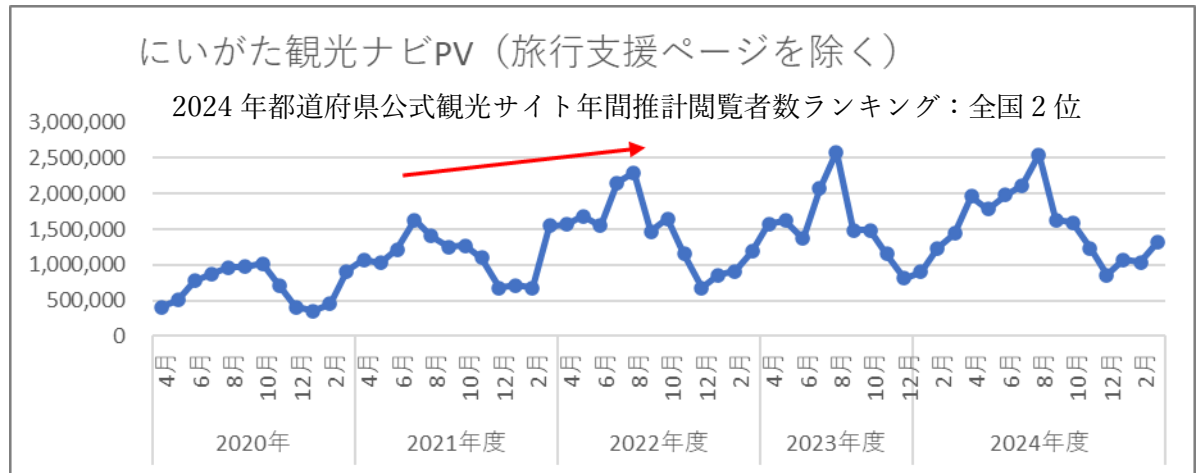
(2) デジタル情報発信事業 <11,264,839 円>

「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、利用者の離脱率低減を図るため、サーバーを強化し、表示速度を改善しました。また、プレゼントキャンペーンを実施し、公式 SNS のフォロワー増に取り組みました。

- 旅の特集（19 本公開）
 - ・新潟のホテル朝食 11 選！絶品モーニングで贅沢な 1 日を
 - ・喜ばれること間違いなし！新潟冬のおすすめお土産 5 選
 - ・新潟で注目を集めている個性派ラーメン 6 選
 - ・心も体もポカポカ！冬の新潟で食べたいあったかグルメ 6 選
 - ・見て楽しい、食べておいしい！秋パフェを堪能できる新潟のお店 7 選
 - ・新潟県で田園風景を眺めながら食事が楽しめるおすすめレストラン 6 選
 - ・梅雨に訪れたい！新潟のあじさい名所 10 選 ほか
- 新潟県観光協会公式ブログ「たびきち」（180 本公開）
 - ・新潟は朝からハイクオリティ！ホテルの朝食めぐり 11 選（新潟市）
 - ・2024 年春・変わる JR 新潟駅！CoCoLo 新潟グランドオープン&新潟駅バスターミナル開業記念特集（新潟市）
 - ・ここに行けば間違いない！新潟のうまいもんが揃う話題のローカルスーパー「マスヤ味方店」（新潟市）
 - ・全天候型巨大遊び場オープン！家族で楽しむ道の駅阿賀の里あがりーな
(阿賀町)
 - ・新潟の寿司屋が本気をだしたら…ほぼ原価の海鮮丼があらわれた!!「大漁寿司見附店」（見附市）ほか

<にいがた観光ナビ PV>

PV 数：19,183,770（旅行支援ページを除く PV 数：18,676,365）



(3) 関西圏・中京圏キャリア連携情報発信事業 <12,723,705 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等を実施しました。

・ JR 西日本と連携した情報発信

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延伸による本県へのアクセス時短効果等を PR しました。

掲出期間：R6.8～R6.9

・ ABC テレビ「news おかえり」タイアップ

関西圏のローカル番組及び当該番組の YouTube を通して、本県の観光コンテンツの魅力を PR しました。

R6.7.10、R6.7.17（空路利用） R7.1.29、R7.2.5（JR 利用）

・ 関西圏ローカルメディア「SAVVY」タイアップ

SAVVY 5 月号(R7.3.22 発行)に「佐渡島の“金”と糸魚川の“ヒスイ”を巡る旅」を掲載し、本県の魅力を PR しました。

・ 関西圏ローカルメディア「あまから手帖」タイアップ

あまから手帖 4 月号(R6.3.22 発行)に、妙高市の伝統的な発酵香辛調味料「かんずり」等を掲載し、本県の食文化の魅力を PR しました。

・ 関西圏を対象とした本県観光に対する意識調査

関西圏における本県観光へのニーズ等を把握し、今後の誘客等に活用するため、関西圏を対象としたインターネット調査を実施しました。

調査期間：R7.2.19～21

○ 中京圏情報発信

中京圏ローカルメディア「KELLY」タイアップ

KELLY 5 月号(R7.3.22 発行)に、佐渡島の観光スポット及び美食と絶景に癒されるモデルコースを掲載し、本県の魅力を PR しました。

○ 関西圏モニターツアー

関西圏からの誘客促進のため、北陸新幹線や航空機等を利用したツアーを造成して本県への送客促進を図りました。

- ・ 造成エージェント：阪急交通社、読売旅行、クラブツーリズム、JTB、ナニワツーリスト、エイチ・アイ・エス、かんざし（エヌズ・エンタープライズ）、ホワイト・ベアーファミリー

- ・ 実績：北陸新幹線利活用 744 名、航空会社利活用 228 名

○ 中京圏モニターツアー

中京圏からの誘客促進のため、JR を利用したツアーを造成して本県への送客促進を図りました。

- ・造成エージェンツ：阪急交通社、JTB、クラブツーリズム
- ・実績：471 名



(4) 新潟美食旅（ガストロノミー）推進事業 <20,900,000 円>

○ 三重県連携事業（両県でのプレミアムダイニングの開催）

<新潟会場>

開催日：R7.2.18

会 場：旧第四銀行住吉町支店

定 員：30 名様（満員御礼）

会 費：[コース]お1人様 25,000 円 ※アルコールペアリング プラス 6,500 円

参加シェフ：（新潟）osteria BACCO 三善 将則 氏、

登喜和鮨 小林 宏輔 氏、

灯りの食邸 KOKAJIYA 熊倉 誠之助 氏

（三重）ボンヴィヴァン 河瀬 毅氏、

THE HIRAMATSU HOTEL&RESORTS 今村 将人 氏、

ル・バンボッシュ 福井 隆一 氏

<三重会場>

開催日：R7.3.18

会 場：賓日館

定 員：30 名様（満員御礼）

会 費：[コース]お1人様 25,000 円 ※アルコールペアリング プラス 6,500 円

参加シェフ：（三重）ボンヴィヴァン 河瀬 毅 氏、

THE HIRAMATSU HOTEL&RESORTS 今村 将人 氏、

ル・バンボッシュ 福井 隆一 氏、

カンパーニュ 東 健夫 氏

（新潟）osteria BACCO 三善 将則 氏、

登喜和鮨 小林 宏輔 氏、

灯りの食邸 KOKAJIYA 熊倉 誠之助 氏

○ ガストロノミー情報発信強化

「女性×ベジタブル×地産地消」を切り口とするメディア向けツアーを開催しました。首都圏メディアをはじめ、シンガポールからのメディア2名を招聘し、長岡市で、「かぐらなんばん」と「大口れんこん」を取材しました。

また、里山十帖 桑木野 恵子 氏によるメディア向けランチ試食会を開催し、その魅力を味わっていただきました。

○ 旅行商品造成支援事業

ガストロノミーの要件を満たし旅行商品化した5社（西日本新聞旅行、三越伊勢

丹ニッコウトラベル、阪急交通社、ユーラシア旅行社、ハミングツアー）に対して補助を行いました。

[illegible][illegible]

- ミシュラン連携事業（若手シェフ育成）
THE MICHELIN GUIDE MASTERCLASS CHEFS TO SHEFS
ミシュランマスターシェフである、てのしま 林 亮平 氏を招いて開催しました。
当日は調理実演・試食会の他、活発な意見交換が行われました。
- 日程：R6.11.8
会場：シェフパティシエ専門学校
参加者：29 名
対 象：県内の飲食店及び旅館・ホテルで従事している、勤務 2 年以上の志が
高い若手料理人（料理ジャンルは問わず）
参加費：お 1 人様 3,000 円



(5) イベント事業 <2,755,113 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。

- 新潟産直市
主 催：東日本旅客鉄道（株）新潟支社
期 間：R6.6.28～30
会 場：JR 上野駅中央改札外グランドコンコース
- イベントで使用する観光パンフレット「Fan新潟」「観光マップ」を増刷しました。

(6) 雪育リゾートにいがた促進事業 <10,709,230 円>

【雪育リゾート新潟促進事業】 ※一部、にいがたスキー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。

- ホームページ
スキー場情報ポータルサイト「新潟スノーファンクラブ」で情報発信
PV : 291,011 UU : 178,523

- イベント
 - ・R6.11.8 「雪育リゾートにいがた 関係者の集い」 (東京都新宿区) 開催
 - ・R6.11.9～10 「東京雪祭」 (代々木公園) 出展
- 雪育メディアツアーの開催

関係者の集いの参加メディアやインフルエンサーを招聘したメディアツアーを開催しました。

 - ・R6.7.7～8 (グリーンシーズン) メディア 5 組、インフルエンサー 4 組参加
 - ・R7.2.14～15 (スノーシーズン) メディア 3 組、インフルエンサー 3 組参加
- 雪上運動会の開催

小学生を含む家族を対象に 2 回開催しました。

 - ・R7.2.15 会場：ニューグリーンピア津南 13 家族 39 名参加
 - ・R7.3.15 会場：苗場スキー場 12 家族 41 名参加
- レッスン付きツアー・スクール・バッジテストに関する広告

県外向け、県内向けに分けて SNS 広告 (Meta) を実施しました。

 - ・配信対象：30～45 歳 ファミリー層
 - ・配信期間：R6.12.8～R7.2.2

＜県外向け＞東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県

 - ・配信結果：リーチ数 217,413、表示回数 227,740、
 - ・クリック数 3,785、クリック率 1.66%

＜県内向け＞

 - ・配信結果：リーチ数 110,569、表示回数 119,250、
 - ・クリック数 1,904、クリック率 1.60%
- 雪上運動会及び雪育スキー・スノーボードスクールに関する広告

イベント認知度向上及び参加訴求のためにデジタル広告を実施しました。

 - ・SNS 広告 (Meta)

期間：R6.12.27～R7.2.23

配信結果：リーチ数 220,279、クリック数 4,511

インプレッション数 533,407
 - ・リスティング広告 (Yahoo！)

期間：R7.1.27～2.28

配信結果：クリック数 5,352、インプレッション数 131,577
 - ・PR テキスト広告 (tenki.jp)



【スノーリゾート新潟推進事業】

スキー人口の拡大を図るため、小学生を対象としたスキーツアーの造成支援や、スキー場と連携した県内小学生向けの PR 活動を実施しました。

- スキーツアー等造成支援
 - ・子ども向けスキーツアーの造成支援

14 ツアー、461 名参加
 - ・プロスポーツ選手 (オリンピック) によるスキー・スノボレッスン造成支援

4 ツアー 56 名参加

○ スポーツ公園フェスタでの県内小学生向け PR 229 名参加



(7) 佐渡島を核とした誘客促進 <15,605,791 円>

「佐渡島の金山」の世界文化遺産登録を契機として、通年型観光の推進や県内周遊の促進、交流人口の拡大を図るため、以下の取組を行いました。

○ ターゲット層の明確化

佐渡島の観光客の中心が 50 代～70 代である現状を踏まえ、都市部にすむモダンラグジュアリー層へのアプローチを強化しました。

○ メディア戦略の展開

首都圏メディア『CREA』を活用し、「新潟の食」「佐渡の魅力」をテーマに特集記事を掲載しました。

○ 佐渡の観光資源の発信強化

高付加価値の宿泊施設・レストランを取材し、ガストロノミーを軸とした旅行スタイルを提案しました。

<特集記事>思い出になる食事が、新潟にはある（里山十帖、UOZEN、花の木）



○ モデルコースの作成・発信

佐渡の歴史・文化・自然をテーマとした春のモデルコースを作成し、Web メディアで広く紹介しました。また、佐渡島と県内他エリアを結ぶモデルコースも制作し、県内周遊の促進を図りました。

<モデルコース>

- ・「花の島・佐渡を路線バスで巡る旅 トビシマカンゾウと岩ユリを愛でる【絶景&美食、花巡りの贅沢旅】」
- ・「小木-直江津航路でゆく佐渡島の旅 郷愁の風景と伝統が息づく島へ ゴールデンカムイの聖地巡りも」



○ 著名人とのタイアップ企画

映画『ゴールデンカムイ』出演俳優を起用し、佐渡島の魅力を伝える特別企画を

実施しました。世界遺産登録を背景に、全国的な認知度向上を図りました。

- ・「俳優・山田杏奈さんといく、世界遺産の島・佐渡島。雪景色の北沢浮遊選鉱場は神秘的な風景」
- ・「佐渡・宿根木に残る原風景に魅せられて。俳優・工藤阿須加さんと江戸時代にタイムスリップ」

・俳優・工藤阿須加が語る佐渡島 宿根木・はんざり【動画】



○ 新潟の魅力を訴求するイベント

佐渡島と新潟の魅力を広く発信するため、銀座「THE NIIGATA」にて特別イベントを開催しました。

イベント「なかじ氏と学ぶ、新潟県の発酵文化 祝・佐渡島世界遺産登録」

- ・開催日：R7.3.9
- ・参加者：29名（定員30名のところ応募者168名）※当日、1名欠席。

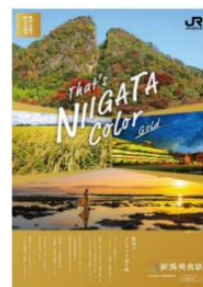
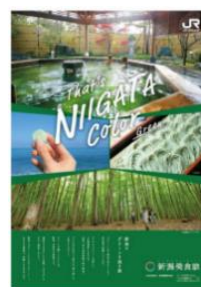
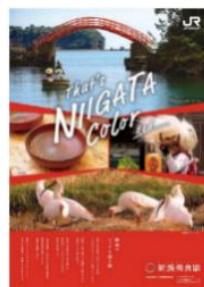
2/発酵文化研究家なかじさんによる麵のお勉強会



○ JR 重点宣伝地域向けポスター制作・配布

『佐渡島の金山』の世界文化遺産登録を契機に県内地域の認知度向上を図るため、JR6社（北海道・東日本・東海・西日本・四国・九州）と連携し全国の主要駅でポスターを掲出しました。

- ・掲出期間：R6.10.1～31
- ・ポスター：「That's NIIGATA Color」

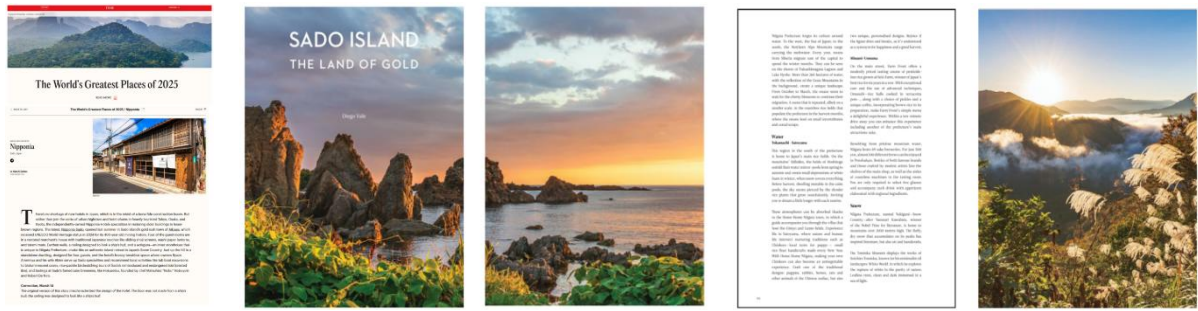


○ 県観光協会のオウンドメディアを活用した情報発信

Webサイト「にいがた観光ナビ」やSNSを活用し、JR重点宣伝地域向けに展開した「That's Niigata Color」ポスターと連動したモデルコース等を情報発信しました。

○ インバウンド向け情報発信

県観光協会のインバウンド誘致の取組が奏功し、米国『TIME』誌など海外メディアに本県が取り上げられ、県内周遊が期待されるインバウンド層への情報発信が実現しました。また、『TIME』誌への掲載をきっかけに、国内メディアにも取り上げられるなど、波及効果も生まれました。



(8) 黄金 KAIDO 誘客促進事業 <2,003,420 円>

中央四県の官民連携事業「黄金 KAIDO」を軸とした誘客促進による交流人口拡大を図るために、メディア等を活用した情報発信を行いました。

○ インフルエンサーを活用した情報発信

オズレポーターズを活用した SNS プロモーションを行い、若年層への情報発信を強化しました。

- ・ Instagram 上で合計 10 件の投稿を実施し、延べ 134,000 人に本県の魅力を発信しました。
- ・ エンゲージメント率が 30%を超える投稿もあり、多くのユーザーに保存・共有されました。



○ 静岡県のテレビ情報番組とのタイアップ

テレビ番組タイアップにより、幅広い層に「黄金 KAIDO」の魅力を伝えました。

- ・ 静岡朝日テレビ「とびっきり！しずおか土曜版」で 4 分間の特集を放送し、世帯視聴率 8.9%を記録しました。
- ・ 番組内容を短縮版に編集し、YouTube でも公開することで継続的な情報発信を行いました。



(9) 新潟空港案内所設置 <1,839,617 円>

新潟空港に観光案内所を設置し、外国語での観光案内サービスを提供しました。

- 外国人利用者数:619 名 (R6.4~6) ※R6.7 以降は県において実施

(10) にいがた観光特使活用等推進事業 <52,410 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。

- 特使人数：218 名 (R7.3.31 現在)

(11) 佐渡島の魅力発信事業 <396,454 円>

「にいがた観光ナビ」に、地元ライターによる佐渡島の魅力を発信する記事を掲載し、佐渡島の観光情報を発信しました。

- 掲載記事
 - ・「【祝・佐渡島の金山 世界文化遺産登録決定】電動アシスト自転車で行く、金山のまち・相川を満喫のサイクリング旅」佐渡市
 - ・「いまこそ世界遺産『佐渡島の金山』を訪ねてみよう！『きらりうむ佐渡』『佐渡奉行所跡』」佐渡市（前後編）
 - ・「佐渡金山の町がまるごとホテルに?! 「NIPPONIA 佐渡相川 金山町」で心に深く刻む旅」佐渡市（前後編）
 - ・「忘れられない食体験、島の宝と薪火が織りなすレストラン「ラ・パゴッド」」佐渡市

3 造成

(1) テーマ別コンテンツ造成強化事業 <10,295,166 円> ※一部、観光庁「地域観光新発見事業」を活用

- 新潟ガストロノミーバス事業として、2階建てのレストランバス（定員 25 名）で県内景勝地や農家等をめぐりながらバス内でコース料理をいただく日帰り旅行商品の造成を実施しました。
- 地域ゆかりのシェフを前面に押し出し、「地域のブランド農産物」「雪室貯蔵」「地酒やワインとのマリアージュ」などコース毎に特色をつけたガストロノミー商品を造成、販売しました。
 - ・販売：18 コース（12 市町村）
 - ・実績：5 コース催行、参加者 68 名（長岡 15+新潟 9+上越 11+五泉 22+村上 11）



(2) 文化観光魅力発信事業 <8,938,008 円>

R4～R6 年度までの3カ年事業として、県内を5エリアに区分し、各エリアの文化資源を活用したモデルコース造成、モニターツアー実施、情報発信及びセールス活動を実施しました。

R6 年度対象エリア：村上・新発田エリア、長岡・柏崎エリア

- 「伝統芸能/祭り・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
- メディア「TRANSIT」と連携したモデルコース造成
 - ・伝統芸能/祭り、郷土料理、方言をテーマとして各エリア3本、計6本造成
 - ・モデルコースは「にいがた観光ナビ」内のモデルコースページへ掲載するとともに、各コースのイメージ動画を制作し、県観光協会 YouTube へ掲載
- モニターツアーの実施
 - モデルコースの有効性検証のため、各エリア2回開催(AGT・メディア向け、親

子向け)しました。

- ・村上・新発田エリア：AGT・メディア向け R6. 11. 13～14、親子向け R6. 11. 9～10
→モニターツアーをきっかけとして、「読売 KODOMO 新聞」への掲載が実現
- ・長岡・柏崎エリア：AGT・メディア向け R6. 7. 26～27、親子向け R6. 9. 7～8
- セールスシート制作及び PR 活動(メディア露出・ツアー商品造成等)
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セールスシートを制作するとともに、メディア訪問や商談会において PR 活動を実施しました。



(3) 関西圏・中京圏 AGT 現地視察 <1,285,274 円>

- 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エージェントを対象とした現地視察を行い、旅行商品造成の促進に繋がりました。
 - ・実施日：R6. 9. 3～5
 - ・視察地：糸魚川市、長岡市、南魚沼市、湯沢町、十日町市
 - ・参加者：旅行会社 6 名、JR 西日本 1 名 計 7 名
- 中京圏からの誘客を図るために、フジドリームエアラインズと連携して中京圏の旅行エージェントを対象とした現地視察を行い、旅行商品造成の促進に繋がりました。
 - ・実施日：R6. 10. 9～11
 - ・視察地：新潟市、村上市、胎内市、新発田市、三条市、燕市、弥彦村
 - ・参加者：旅行会社 3 名、フジドリームエアラインズ 1 名 計 4 名



(4) インバウンドカレッジ <2,500,000 円>

- 本県インバウンド分野の「中核人材」の裾野拡大を目的として、地域の観光事業者等と連携したインバウンド誘客を精力的に行っている「中核人材」を講師に迎えた「新潟インバウンドカレッジ」を開催し、インバウンド誘客の担い手に必要なスキル・ノウハウの習得やネットワークづくり等に取り組みしました。
 - ・開催回数：全 5 回 (R6. 9～R7. 1)
現地視察、ケーススタディ及びワークショップ等を実施
 - ・参加者：13 名
 - ・募集対象者：インバウンド向けコンテンツ・旅行商品等を手掛け、将来的に県観光を牽引するプロダクト／ブランドマネージャー等になり得る方



4 流通

(1) プロダクト流通促進事業 <221,430 円>

- オンライン販売サイトの運営（予約販売システム「TXJ」を利用）

「にいがた観光ナビ」内の ONLINE STORE にて、県内コンテンツのオンライン販売を行いました。

（実績）・大地の芸術祭前売券 62 枚 241,000 円／

・スキー場早割リフト券 1312 枚 5,116,800 円

(2) 旅行商品造成・誘客事業 <5,981,402 円>

- 商談会

東京・大阪・名古屋で旅行会社と県内関係者との旅行商品造成へ向けた商談会を開催しました。

開催日	開催地	参加旅行会社	参加県内団体
R6. 4. 15	名古屋	10 社	22 団体
R6. 9. 25	大阪	13 社	40 団体
R6. 9. 30	東京	26 社	79 団体
R7. 2. 13	大阪	10 社	36 団体
R7. 2. 25	東京	25 社	51 団体

- 訪問営業

実施日	訪問先	旅行会社数
R7. 3. 3	札幌市	3 社

- キャリアと連携した PR

実施日	内容	開催地
R6. 4. 13～14	日本各地の名産観光フェア	名古屋市
R6. 5. 18～19	トキエアイオンモール名取 PR イベント	名取市
R6. 7. 10	アイベックスエアラインズ新潟-伊丹 10 周年キャンペーン	-
R6. 10	アイベックスエアラインズ機内誌 新潟特集	-
R6. 11	セントレア SNS 配信（新潟市・佐渡市特集）計 7 本配信	-
R6. 11. 11	ミヤギテレビ【OH！バンデス】	-
R7. 3. 1～2	札幌丘珠空港フェスティバル PR イベント	札幌市



(3) 就航地先等誘客事業 <12,029,484 円>

空路の就航地先等での各種プロモーションを実施。イベントやキャラバンなど空路の認知度向上施策の他、メディアを活用し相互誘客を図る取組を行いました。

5 その他

(1) 首都圏観光誘客強化事業 <1,394,009 円>

- プレスリリース配信サービス（PR TIMES）を活用した情報発信に取り組みました。
 - ・PR TIMES 転載サイト数：4,896 サイト（昨年比+691 サイト）
 - ・PR TIMES ページビュー数：239,112（昨年比▲36,309）

(2) 大阪観光センター機能強化事業 <7,640,591 円>

- 「佐渡島の金山」世界文化遺産登録決定の機会を捉え、大阪のラジオ局で特集番組とスポット CM を放送したほか、街頭大型ビジョンで誘客を PR しました。
- 読売テレビへの取材支援を行い、同社制作テレビ番組「遠くへ行きたい」において、「佐渡を巡るルート」と「十日町・上越・長岡を巡るルート」がそれぞれ放送されました。
- 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う妙高・上越・糸魚川・佐渡エリアをアピールしました。



(3) フィルムコミッション推進事業 <7,193,804 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。
- 主な活動支援概要
 - ・映画「室井慎次」、映画『か「」く「」し「」ご「」と「」』、映画「しびれ」
 - ・ネットフリックスドラマ「GTH」
 - ・バラエティー番組や旅番組、MV 等の撮影を支援。
- 新潟県フィルムコミッション協議会総会（R6.7.22）
 - ・研修会（R7.1.29）
 - ①「FC の基礎と役割」「FC の現状と作品の活用について」
講師：特定非営利活動法人 ジャパン・フィルムコミッション 関根留理子氏
 - ②「ながの FC の取組と事例紹介」「ドローン撮影における注意事項」
講師：公益財団法人 ながの観光コンベンションビューロー 跡部晴康氏
- 支援作品を活かした広報活動
 - ・NHK朝ドラ「虎に翼」ラッピングバスの運行、衣装展の開催
 - ・映画「十一人の賊軍」ロケ地マップの制作及び県内周遊キャンペーンの実施等



(4) 観光庁「特別な体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業」 <76,014,200 円>

事業名：【特別観覧／特別体験／プレミアムダイニング】

立入禁止区域・国指定文化財等を惜しみなく特別に開放！

～歴史・技術を体感する越後三大花火の特別観覧&新潟の大地の恵みを味わうプレミアムガストロノミーを楽しむプレシャスローカルツーリズム～

- 訪日富裕層取込（受入体制整備・滞在周遊促進）の契機として、越後三大花火大

会に携わる関係者が積極的に連携する初の試みを実現させました。

- 特別な場所での観覧席設置や、普段食事ができない施設でのプレミアムダイニング開催、今までにない特別な文化・歴史体験などを造成し誘客を図りました。

(実績)

- ・集客人数：44 名（柏崎・長岡・小千谷 合計）
- ・販売実績：17,880 千円（ 〃 ）



(5) THE NIIGATA 放映用動画制作事業 <6,007,100 円>

銀座・新潟情報館「THE NIIGATA」で放映する動画を制作・納品しました。

- 県全体プロモーション動画：2 本
- 県内 7 エリア別プロモーション動画：各 1 本（計 7 本）
- 「#新潟のコメジルシ」フォトコンテスト受賞作品を活用した動画：1 本

(6) 令和 6 年能登半島地震に係る緊急誘客対策事業 <2,573,037,804 円>

- 北陸応援割 にいがた応援旅割キャンペーン

令和 6 年能登半島地震の影響により落ち込んだ観光需要回復のため、宿泊割キャンペーンを実施しました。

・対象期間

第 1 弾：R6.3.16 チェックイン分～4.27 チェックアウト分まで

第 2 弾：R6.6.3 宿泊分～7.18 宿泊分まで

・利用実績

宿泊事業者分 利用人数 148,141 人 支援金額 1,167,495,398 円

旅行事業者分 利用人数 123,741 人 支援金額 1,150,601,343 円

- 広報事業

キャンペーンに合わせ、本県の観光 PR のため各種広報を実施しました。

- ・鉄道機関での広告掲示（デジタルサイネージ：東京駅ほか）
- ・首都圏繁華街等での広告掲示（デジタルサイネージ：渋谷 109 ほか）
- ・ウェブ広告
- ・テレビパブリシティ（関西テレビ、東海テレビ、北海道文化放送ほか）

