

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

新潟県糸魚川市

【設立時期】平成29年1月24日

【設立経緯】

①区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設

【代表者】龍見 和弦

【マーケティング責任者(CMO)】岡田 一貴

【財務責任者(CFO)】齊藤 清一

【職員数】25人(常勤8人(正職員5人・出向等3人)、非常勤17人)

【主な収入】

収益事業 15.1百万円、委託事業 10.9百万円(令和5年度決算)

【総支出】

事業費 34百万円、一般管理費 42.7百万円(令和5年度決算)

【連携する主な事業者】

糸魚川旅館組合、糸魚川民宿協会、JR西日本、えちごトキめき鉄道
糸魚川バス、糸魚川ハイヤー協会、加賀の井酒造、糸魚川観光物産
センター、伊藤商会(自転車)など

KPI(実績・目標)

記入日: 令和6年12月5日

※()内は外国人に関するもの。

項目		2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年	2026 (R8)年	2027 (R9)年
旅行消費額 (百万円)	目標	40,000 (-)	46,000 (-)	51,300 (-)	57,000 (-)	59,000 (-)	60,000 (-)
	実績	45,170 (-)	48,369 (-)	—	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	150 (4.0)	160 (4.0)	160 (4.0)	170 (4.2)	170 (4.2)	180 (5.0)
	実績	132.2 (0.06)	159.7 (1.87)	—	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	90 (-)	90 (-)	90 (-)	90 (-)	90 (-)	90 (-)
	実績	77 (-)	86 (-)	—	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	80 (-)	80 (-)	85 (-)	85 (-)	85 (-)	85 (-)
	実績	72 (-)	89 (-)	—	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

国内旅行観光客(関東圏、関西圏、隣県)のファミリー層

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

- ・石のまちいといがわをコンセプトに、石にまつわる体験、グルメ等を取り入れた旅行商品の企画造成、プロモーションを実施する。
- ・北陸新幹線敦賀延伸と、来る大阪万博などの機会を活かし、関西圏への情報発信を強化し、誘客を図る。
- ・隣県においては、長野県には夏の海水浴、ペニズワイガニ、富山県には冬のおんこう料理をPRし、誘客推進する。

【観光地域づくりのコンセプト】

国石・県の石ヒスイ、石のまち糸魚川

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・ヒスイ、石拾い体験ツアーの企画造成
- ・学芸員ガイドツアーの企画造成
- ・あんこうフェア事業の磨き上げ
- ・新たなお土産、グルメ開発の実施
- ・新規顧客獲得のためのイベント実施

【受入環境整備】

- ・観光案内所の設置案内
- ・多言語対応可能なAI案内の導入
- ・ジオパル管理、アミューズメント整備
- ・旅行商品造成支援事業の実施
- ・教育旅行プログラムの造成

【情報発信・プロモーション】

- ・国内外に向けた広告宣伝の実施
- ・石フェスの企画実施
- ・営業、商談会活動の実施
- ・大糸線の魅力発信
- ・住民観光満足度調査の実施
- ・SNS登録キャンペーンの実施

【収益事業】

- ・その他旅行商品、物販事業の企画販売
- ・レンタサイクル事業の実施
- ・収益イベントの企画、開催
- ・受託事業の実施

