

記入日: 令和7年6月30日

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】 28人(常勤11人(正職員8人・出向等3人)、非常勤17人)

【主な収入】

収益事業 24.5百万円、委託事業 19.5百万円(令和6年度決算)

【総支出】

事業費 90.8百万円、一般管理費 21.5百万円(令和6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、JA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、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)

※()内は外国人に関するもの。

項目		2022 (R4)年度	2023 (R5)年度	2024 (R6)年度	2025 (R7)年度	2026 (R8)年度	2027 (R9)年度
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 (-)	集計中 (-)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	150 (4)	160 (4)	160 (4)	170 (4)	170 (4)	180 (5)
	実績	132.2 (0.06)	159.7 (1.9)	123 (2)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	90 (-)	90 (-)	90 (-)	90 (-)	90 (-)	90 (-)
	実績	77 (-)	86 (-)	78 (-)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	80 (-)	80 (-)	85 (-)	85 (-)	85 (-)	85 (-)
	実績	72 (-)	89 (-)	86 (-)	—	—	—

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」といかわ」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。
- ・来る北陸新幹線敦賀延伸、大阪万博などの機会を捉え、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、ベニズワイガニ、富山県には冬のあんこう料理を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
- ・ジオパルの管理、Wi-Fi等の整備
- ・旅行商品造成支援事業の実施

【情報発信・プロモーション】

- ・国内外広告宣伝の実施
- ・街中簡易ヒスイ鑑定事業の実施
- ・営業、商談会活動の実施
- ・大糸線の魅力発信
- ・SNS登録キャンペーンの実施
- ・住民アンケートの実施

【収益事業】

- ・物販事業の実施
- ・レンタサイクル事業の実施

