



にいがた観光ファンづくり推進事業 事業者向け説明会

2021年 11月 16日 (火)

株式会社リクルート ジャらんリサーチセンター



■ 事業者様のご参画いただくメリット（本日まで説明したいポイント）

1、新たな広報・プロモーション機会につながる

- ✓ ファンサイトへの情報掲載、ファンサイト上でのPR（特産品、特集コラムでの紹介）による認知向上
- ✓ ファンクラブ会員登録キャンペーンでの来訪数UP
- ✓ リピート会員へのメルマガ配信

**次年度以降も引き続き、
県・各市町村と連携をし、ファンサイトを基盤に各種プロモーションを展開する予定**

2、データを活かしたマーケティング戦略が可能

- ✓ 自社の来訪者属性、口コミ評価が分かる
- ✓ 同業種・同地域内と比較した時の自社の状況が分かる

データの活用方法、各施策への接続方法などは毎月発信を行います

■ にいがた観光ファンづくりを通じて実現したいこと・提供したい価値

「旅マエ、旅ナカ、旅アト」において、効果的に旅行者との接点を持つことが出来る新潟県版CRMを構築し、新潟県のロイヤルカスタマーを増やし、リピートを促進することで、県全域の観光消費額を向上させる。

行政
(県庁・市町村)

- 各種観光誘客データの取得 (= 調査コスト・工数の削減)
- 域内観光事業者に対するより有効的な支援策の実施 (消費データに基づく、緊急経済対策の検討 等)

観光協会・DMO
・商工団体

- データマーケティングに基づく効果的な観光誘客施策 (プロモーション、コンテンツ造成 等) の実施
- 域内事業者に対してのリーダーシップ発揮 (データに基づいた合意形成が可能)

観光事業者

- 生産性向上、収益基盤の改善 (データマーケティングによる顧客のセグメント化)
- 新たな顧客接点の創出
- ファンサイトを活用したプロモーション機会のご提供

新潟観光ファン

- 最新、お得な情報が収集可能
- 新しい新潟の魅力発見
- 利便性向上

■ ご参考：CRMプラットフォームを活用した中長期戦略（仮）

基本的な実施事項として、プラットフォームの改修・保守運用管理、会員・参画事業者の募集、データ分析を毎年行いつつ、**5項目（①～⑤）においては重点的にCRMを基盤とした戦略実施・機能の拡充が必要**と考えている。以下は3か年の実施イメージ。

		令和3年度	令和4年度	令和5年度以降～
フェーズ		導入期	機能拡充期	本格稼働期
KPI	会員数	10,000人	20,000人	30,000人
	事業者参画数	400社	700社	1,000社
①デジタルマーケティング体制構築		DMO・事業者を選抜し、モデルケース化	県協会でのデータ専門家育成	県協会主導で県内自治体・観光協会のデータ分析報告、連絡会議運営
②県・市町村における調査コスト削減		各自治体の満足度調査、宿泊統計調査などの実施状況ヒアリング	各自治体の要望を受けた上で、共通の分析フォーマットの改修、試験データ報告	既存統計調査からの完全代替
③リピート率向上による誘客推進		リピーター会員へのメルマガ配信	県各種誘客キャンペーン（宿泊・地域消費クーポン等）をCRMプラットフォーム活用により実施	リピート率の高い、ロイヤルカスタマー向けの特典付与
④観光消費の拡大		特産品ECサイト、オンライン体験紹介プラットフォーム構築	産品購入、宿泊・体験予約に関わる販売・決済機能の搭載（主要媒体とのAPI連携含む）	新潟ファンクラブポイントの電子マネー化
⑤ファンデータを活用した新たなビジネス創造		—	ファンサイトへの広告出稿、会員へのポイント付与・特典におけるスポンサー募集	

■ 本事業全体の流れ

参加事業者の募集

(1) 参画事業者
リスト整理

(2) 参画事業者
全体公募

(3) 参画事業者向けセミナー開催

CRMシステム、ファンクラブサイトの設計・制作

システム・サイト設計

①システム開発
事業者管理画面等

※ユーザーに分かりやすい
インターフェイス実装

②アンケートフォーム
システムの開発

③誘客キャンペーン分析が可能
なデータ視覚化機能の実装

アンケート ユーザー
フォーム 分類
設定

④顧客データベース管理可能なCRMシステムの構築
・収集した顧客データに対し、性別・年齢・興味などに
データ分類。今後本データ使用可能な状況の上、管理

※①～④についてアクセス規制含めたレギュレーション実施
仕組み及びセキュリティ確認等の綿密な調整を行う。

システムの開発
持続可能

ファンクラブ登録促進プロモーション

(1) 参画
事業者キャン
ペーン受入構築

- ①ページ作成
- ②備品の準備・設置
- ③マニュアル配布

(2) キャンペーンの実施

- ① プレゼントキャンペーンの実施
- ② 利用者対応 (問合せ対応)

(3) 結果の集計・分析・活用

①適宜集計
結果の
フィードバック

②分 析 ・ 活 用

分析内容の視覚化
機能の修正

顧客データベース
を活用した情報発信

データ分析・分析結果のフィードバック (月次)

エリア・事業者別
の打ち手提案

ターゲット・
コンテンツ設計

結果の反映

結果を踏まえた
データベース改善

CRMについて

CRM（カスタマーリレーションシップマネジメント）システムを導入し新潟県に観光に来たユーザーにWeb上のアンケートにご回答いただき、**将来的なマーケティングやキャンペーンに活かせるマーケットデータを収集**します。
ユーザーに会員登録を行っていただくことで、新潟県の観光情報をメールマガジン等でプッシュ配信可能な仕組みを導入。
会員のロイヤルカスタマー化を目的とします。

他サイトのアンケート事例紹介



周遊アンケートで応援
みんなのチカラで九州を元気に！九州の旅 応援キャンペーン【第二弾】周遊アンケートで応援！回答フォーム

お住まいの都道府県について教えてください。

性別
 男 女 その他

年齢
 0歳～9歳 10代 20代 30代
 40代 50代 60歳以上

居住地

※回答履歴は1人1回（30日間0回）まで、40000回（20000回）までです。



15:26 海の京都クーポン | 海の...
uniokyoto.jp

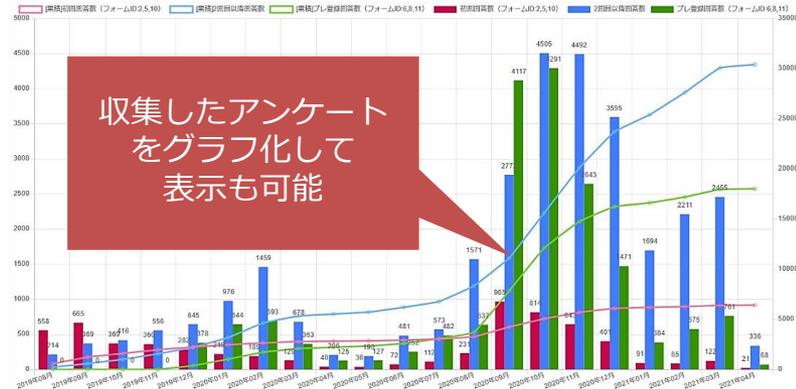
簡単なアンケートに答えて、お店にクーポンコードを教えてください！

性別
 男 女 無回答

年齢
 0歳～9歳 10代 20代 30代
 40代 50代 60歳以上

居住地
 福知山市 稲佐市 京浦市

※画像はイメージです。



《CRMのポイント》

- ・観光ユーザーの消費や動向などをWebで取得
- ・個人情報に該当する情報はより堅固なサーバに格納
- ・サーバ内のデータベースにアンケートデータを蓄積。グラフ出力等も可能。
- ・集まったアンケートからユーザーの動向を把握マーケティングに有効活用

CRMデータ活用について

新潟観光に関心・興味のあるユーザーに、会員登録を促し見込み客として囲い込みを行います。実際に新潟へ来訪したときの情報や、新潟への興味関心事などをアンケートでこたえてもらい、マーケティングに活用できるカスタマー情報を収集蓄積します。ユーザーにはアンケート回答の代わりに特典・キャンペーン応募などの資格を付与し、Win-Winな関係を築きます。

目指すスキームイメージ

①会員登録促進

CRMサイト



<会員登録属性>

- 性別
- 世代
- 居住地
- 職業
- 認知経路
- ⋮

②来訪促進・アクション情報取得

来訪アンケート プレゼントキャンペーン等



→回答でギフトが当たる！

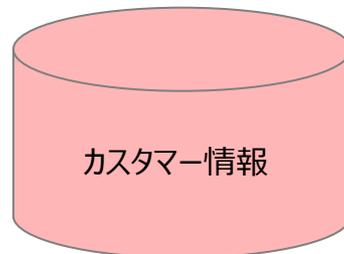
<アクション情報>

- 訪問施設
- 旅行目的
- 滞在日数
- 同行者
- 満足度・推奨度
- 口コミ
- ⋮

新潟県 DMP (データマネジメントプラットフォーム)

③データ蓄積・集計

蓄積



カスタマー情報



地域の魅力・
コンテンツ情報

情報収集

開発、etc

分析

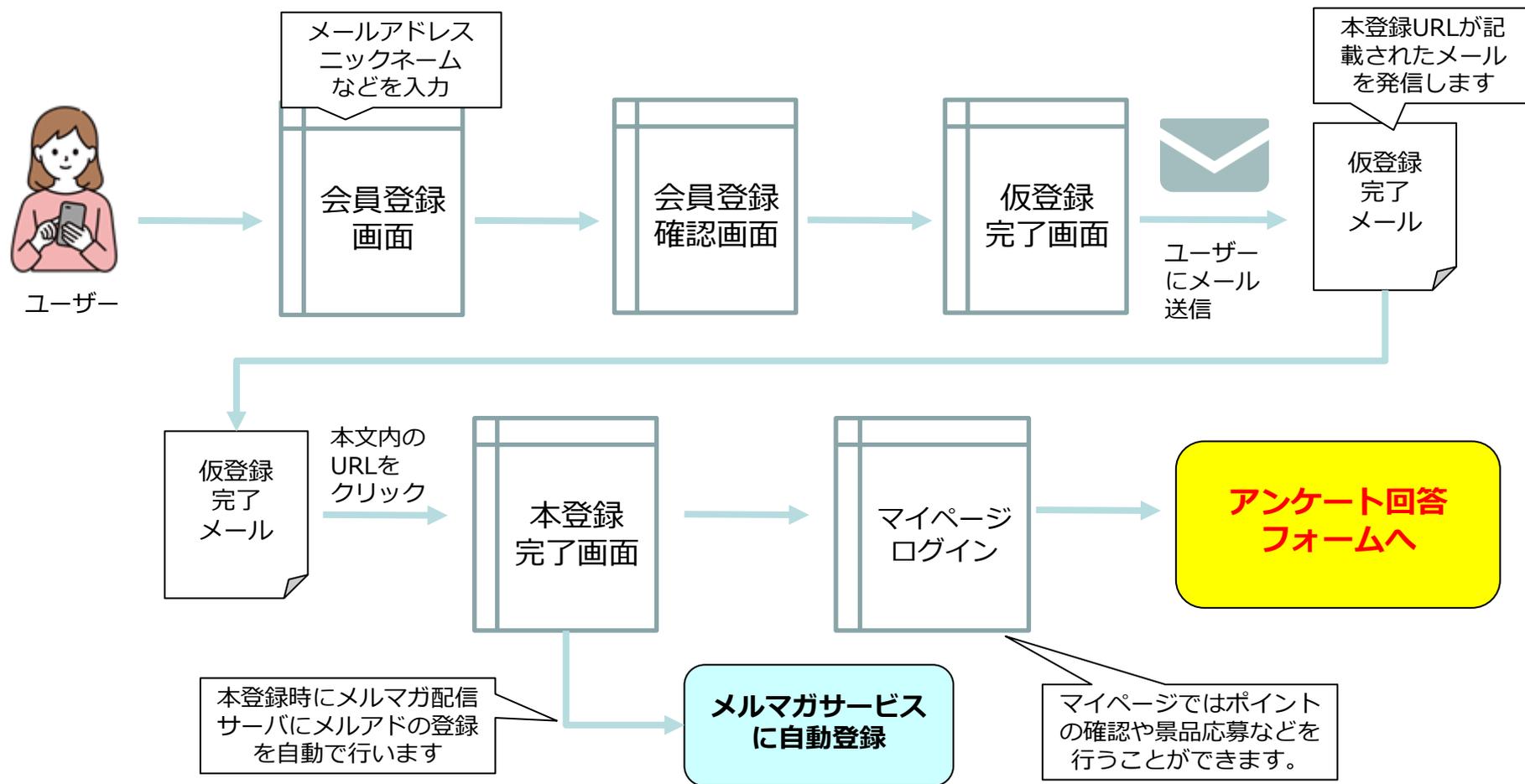


活用イメージ

シーズン、世代、居住地などに、課題の仮説をたてたり、人気の地域コンテンツを抽出するなどが可能です。各地域の施策・キャンペーンなどの企画立案に役立てる他、県内施設への情報提供など、**反動減対策にも活かせます**

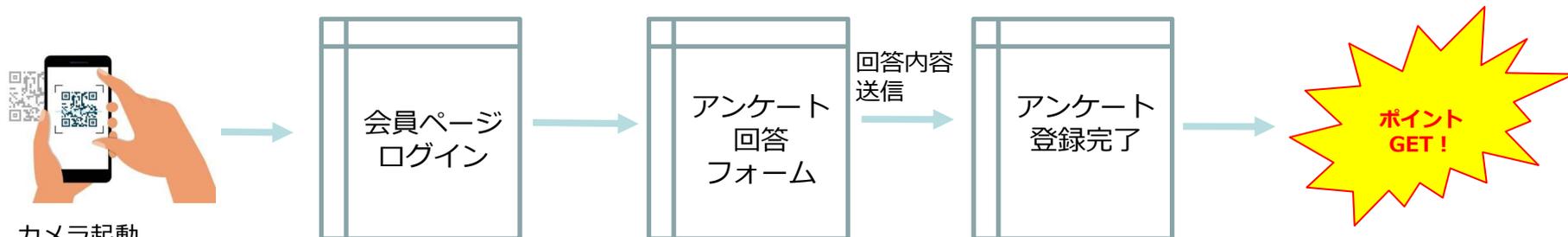
■ 会員登録フローイメージ

ユーザーに会員登録を行っていただくことで、**観光情報のプッシュ配信や継続的な利用を可能**にします。会員はアンケート回答することにより景品応募ができる、またはポイントを蓄積することが可能で、**貯めたポイントに応じて景品応募が可能**です。



■ アンケート回答フローイメージ

アンケート回答するには、店舗・施設等に設置されたQRコードをスマートフォンのカメラで撮って送信することで、会員ログイン画面が表示され、アンケート回答が可能です。
 アンケート回答後、**付与されたポイントに応じて会員ページより景品応募が可能**です。ユーザーの会員情報・アンケート回答内容・店舗のQRコードを**サーバに蓄積することで、マーケティングデータとして活用**することが可能になります。



カメラ起動

店舗のQRコード
or
店舗コードを
お持ちのスマートフォン
から入力していただき
ます

アンケート回答フォームイメージ

■ 今回のご旅行の予約手法についてお答えください。

宿泊予約サイト 旅行会社 (WEB) 旅行会社 (店舗などWEB以外) 宿泊施設へ直接電話・FAX予約

宿泊施設の予約サイト その他

■ 九州でのご旅行の目的についてお答えください。(複数回答可)

宿でのんびり過ごす 温泉や露天風呂 その土地ならではの食を楽しむ 紅葉などの自然鑑賞 名所、旧跡の観光

テーマパーク (遊園地、動物園・博物館など) 買い物、アウトレット、お祭りやイベントへの見学・参加

アウトドア (海水浴・釣り・登山など)、まちあるき、都市散策

各種体験 (手作り、農物作りなど)、スポーツ (スキー・スノーボード・マリンスポーツ、他) ドライブ・ツーリング

友人・親戚を訪ねる 帰省もかねて その他

■ 今回の九州旅行の満足度を教えてください。

満足 (大変満足) ★★★★★

■ ご旅行の中で満足度の高かった項目についてお答えください。(複数回答可)

その土地ならではの食べ物 特産品や土産物 宿泊施設 子どもが楽しめるスポットや施設

若者が楽しめるスポットや施設 大人が楽しめるスポットや施設 地元の人ホスピタリティ 現地での観光情報の入手

現地へのアクセス その他

アンケートの登録が完了すると、

ユーザ属性情報

- ・ 性別
- ・ 年代
- ・ 居住市町 など

アンケート回答情報

- ・ 旅行の目的
- ・ 旅行消費額
- ・ 満足度・顧客推奨度 など

回答したエリア情報

- ・ 温泉エリア
 - ・ 回答日時 など
- を取得・蓄積することができます。

■ (仮) にいがた観光ファンクラブ HPデザインイメージ

ファンページのイメージです。現在制作中。



行動計画の数値目標

目標達成率の向上に向け、行動計画の数値目標を設定しています。

指標	直近実績	数値目標
延べ宿泊者数	10,930千人泊	12,000千人泊
人当たり平均宿泊日	新潟1.32泊(全国1.34泊)	全国平均以上
観光リポート率	48.7%	54.0%以上
外国人延べ宿泊者数	480,490人泊	800,000人泊
観光消費単価(国内)	25,280円/人	27,000円/人
観光消費単価(海外)	47,007円/人	60,000円/人
大規模コンベンション開催件数	大規模コンベンション139件 55[大会・学会等]78件	145件 70件以上

重点方針

- 「スマートロノミー・スノーリゾート新潟」の発信**
これまでがデジタルマーケティングキャンペーン等で顕著に伸ばした「友誼」《スマートロノミー》を観光・文化、観光振興政策などにおいて発信し、観光振興のコンパスとして発信します。
スキー、スノーボードに加えて、国内の観光客から、知名度「↑」が期待される豊富な観光資源をアピールする点にも、国際競争力あるスマートリゾートづくりを推進します。
- 本県の産業・文化を活かした観光の推進**
伝統的産業振興活動や、伝統的企業等と連携して、持続可能な観光や観光の活性化を図るなど、観光振興を推進します。
観光業をはじめ多岐にわたる本県産品の文化や、人々の暮らしに根ざった観光資源の活用や観光コンパスづくり、観光客の成長、観光客の魅力を高めるなど、観光振興政策と連携を行いながら、観光振興に向けた取組を推進します。
- 「新潟観光デジタルプロジェクト」の推進**
国内100周年に併せて50周年の歴史や魅力を発信。これまで以上に「にいがたファン」の育成を図るためのデジタルマーケティングを推進します。
新潟県独自の歴史・文化、観光資源や自然のデジタルマーケティングを一元化・分析し、観光客の行動を予測し、観光振興政策を推進します。
- 「稼ぐ観光」の仕組みづくり**
観光振興による観光客の増加、国内外の観光客への対応と観光コンパスの活用など、観光振興政策と連携して観光振興を推進します。
観光振興政策と連携して観光振興政策を推進します。
- 新潟らしさを活かした教育旅行・MICE誘致の強化**
新潟県独自の歴史・文化、観光資源や自然のデジタルマーケティングを一元化・分析し、観光客の行動を予測し、観光振興政策を推進します。
観光振興政策と連携して観光振興政策を推進します。
- 特長を見極めたインバウンド誘致**
観光振興政策と連携して観光振興政策を推進します。
観光振興政策と連携して観光振興政策を推進します。



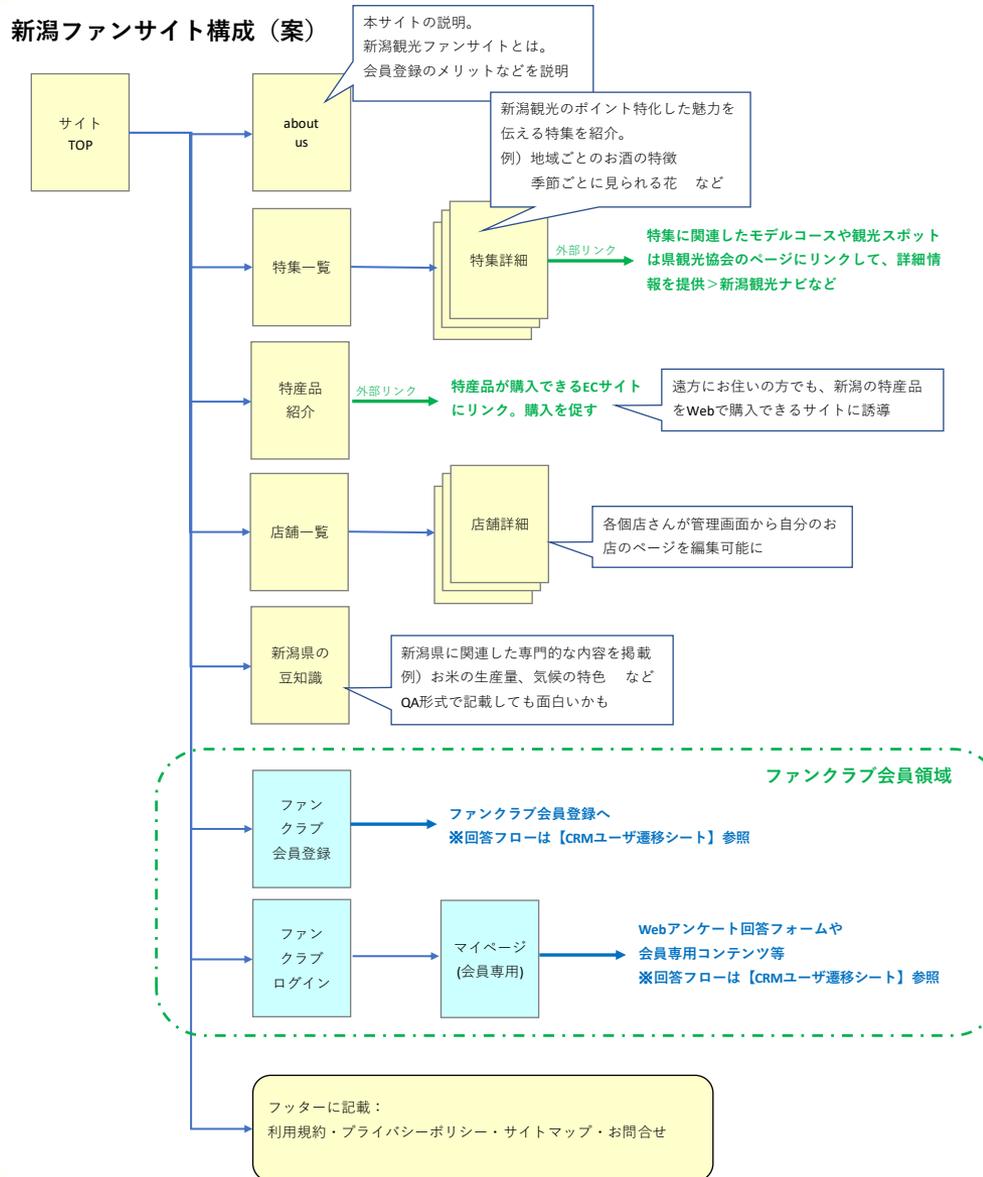
新潟県の豆知識などを掲載



ファンクラブ会員登録へのリンクをページ内各所に設置

※画像はイメージです。

■ (仮) にいがた観光ファンクラブ HP構成イメージ



ファンクラブHPコンテンツ例① 特集記事コンテンツ掲載

より深く新潟の魅力を感じていただける記事型のコンテンツページを設置します。各施設をめぐるモデルコースや一つのテーマに特化した記事コンテンツを取材・掲載し、ファンの『新潟の魅力発見』を促します。その他各DMO・観光協会HPの新着情報を自動で収集・掲載する仕組みも導入します。

【モデルコース掲載イメージ】

九州人気温泉地 1泊2日コース

美味しいものを食べたい、地元の手仕事に触れたい、自然の中で思いっきり体を動かしたい…。

海沿い、街なか、個性派一帯多彩な楽しみ方ができるのは九州ならでは！そんな、九州の人気温泉地を1泊2日で巡り、五感を刺激する旅へ出てみてませんか。湯の良さはもちろん、グルメやレジャー自然などたくさんのお楽しみが満載の10コースをご用意しました。

- 1. Beppu 別府温泉郷ノスタルジックコース
- 2. Karuizawa 黒川温泉 ゆるり散歩コース
- 3. Yamanashi 由布院温泉 憧れの温泉地コース
- 4. Hagiwara 萩川温泉 水の恵み三銃コース
- 5. Niigata 嬉野温泉 乙女的美肌湯コース
- 6. Utsunomiya 宇治温泉 山リゾートコース
- 7. Nagasaki 長湊温泉 リフレッシュコース
- 8. Minami-Aso 南阿蘇温泉 大自然満喫コース
- 9. Aoshima 青島温泉 神緑の南国コース
- 10. Tsuru 津路温泉 緑を感じるコース

コース表示

九州人気温泉地へ宿泊券プレゼントキャンペーンはこちら

1 美を求めて彩りお散歩

10コース 各温泉地を巡る

16:00 17:00 18:00 19:00

Check! 1 彩りお散歩 美を求めて彩りお散歩

Check! 2 嬉野温泉 乙女的美肌湯コース

Check! 3 宇治温泉 山リゾートコース

Check! 4 長湊温泉 リフレッシュコース

Check! 5 南阿蘇温泉 大自然満喫コース

Check! 6 青島温泉 神緑の南国コース

Check! 7 津路温泉 緑を感じるコース

【記事コンテンツ掲載イメージ】

宇治茶 茶摘み&手もみ

夏も近づく八十八夜

立春からかぞえて88日にあたる5月2日、宇治茶の郷ではじまる茶摘みシーズン。気持ちの良い気候の中、イエローグリーンの葉を摘んだり、お茶の香りに包まれたら手もみもした。日本の初夏の風物詩を楽しんでみませんか？

宇治新茶・八十八夜 茶摘みの集い

毎年恒例、新茶の手摘みを感じてくれる宇治茶づくしの1日。茶園での茶摘み体験に始まり、宇治茶会館でお茶への理解を深められる体験も楽しい。先着で素敵なプレゼントも。

体験日時：2019年5月2日(木) 10:00-15:00

場所：宇治茶会館・茶葉センター茶園(宇治市)

お問合せ：0774-23-7713(公益社団法人京都府茶業協会)

宇治茶の魅力を体験しよう！

日本茶の産地とされる宇治市。イベント時には、製茶器具や当時の製茶機が保存された茶葉博物館。その場合は、茶園を巡る体験に始まり、日本茶を認定された茶園の茶摘み体験も。

体験日時：2019年5月12日(日) 10:00-15:00

場所：永谷宗門生家(宇治郡厚木町厚木)

お問合せ：0774-44-8844(宗門交流場さん)

宇治茶の観光には「宇治茶フェス」(4/7-11/24の日休日のみ限定運行)

※画像はイメージです。

ファンクラブHPコンテンツ例② 特産品紹介

参画事業者様を中心に、特産品を紹介するページを作成します。黄金・白銀にちなんだ商品や新潟だからこその商品を画像と文章で紹介します。また物販を行っているサイトがある場合、そちらにリンクをつなげることで、**ウェブでの販売数UP**を見込めます。

【特産品紹介ページイメージ】



【ECサイト（販売サイト）イメージ】 ※外部サイト



※画像はイメージです。

ファンクラブHPコンテンツ例③ 事業者紹介ページ

各施設様に専用のアカウントを配布し、**事業者様がサイト上に情報掲載、告知できる機能を実装**します。
 事業者用管理画面は専用のアプリなどは必要とせずブラウザからいつでも操作可能とします。操作も**専門的な知識を必要とせず**にいつでもサイトに簡単に情報反映することができます。

【店舗情報入力イメージ】

店舗情報更新	
店舗基本情報	1階 カルディコーヒーファーム TEL: 0467-88-7503 営業時間: 9:00~20:00 HP: http://www.kaldi.co.jp/
ロゴ&店舗画像	
コンセプト	イベントをいち早く取り入れ「食の情報発信基地」として、定期的なのぞいてみたくなるようなお店です** 世界の面白い商品~新商品を発見できちゃうかも。コーヒーを飲みながら、ゆっくりお買い物を楽しんで下さい(^-^♪
お知らせ	[3月は... 毎週《金曜日》カルディへ行こう(^-^♪) 毎週金曜日発売、週代わりの限定商品を発売します!! ※改行を続けて入れますと空白スペースが多くなりホームページ全体が長くなってしまいます。 改行を2個以上入れるのはなるべく控えて頂けますと幸いです。
お知らせ画像	参照... ファイルが選択されていません。 

各施設様が専用の管理画面よりサイトに掲載したい情報を入力



画像の掲載なども可能

【サイト店舗ページイメージ】

カルディコーヒーファーム 詳細情報

ホーム > 専門店一覧 > カルディコーヒーファーム

カルディコーヒーファーム

イベントをいち早く取り入れ「食の情報発信基地」として、定期的なのぞいてみたくなるようなお店です**
 世界の面白い商品~新商品を発見できちゃうかも。コーヒーを飲みながら、ゆっくりお買い物を楽しんで下さい(^-^♪

KALDI
COFFEE FARM

	フロア 1F TEL 0467-88-7503 営業時間 9:00~20:00 業種 コーヒー・豆・輸入食品 URL http://www.kaldi.co.jp/
---	--

カルディコーヒーファームからのお知らせ

[3月は...
 毎週《金曜日》カルディへ行こう(^-^♪)
 毎週金曜日発売、週代わりの限定商品を発売します!!

3/22発売!!『お楽しみバッグ』¥1800(税込)
 残りわずかになりました!!
 KALDIオリジナルのお菓子が入った、限定のバッグです**可愛いコインケース付き*

●3/15発売、一度完売しましたセットが再入荷致します!!
 『ドリップコーヒーアソート&オリジナル 豆皿セット』
 人気のドリップコーヒー4種×各2パックと、オリジナルデザインの豆皿2枚をセットにしました。
 豆皿は、「青・赤セット」と「緑・橙セット」をお好みでお選びいただけます。 ¥1080(税込)

是非、皆さまのご来店、お待ちしております**



3/15 150g ドリップコーヒーアソート & オリジナル豆皿セット
 3/22 220g おたのしみバッグ

求人募集
私達と一緒に働きますか? >

イオンスタイル湘南茅ヶ崎
イオンスタイル湘南茅ヶ崎
イオンシネマ 茅ヶ崎 AEON CINEMA

※画像はイメージです。

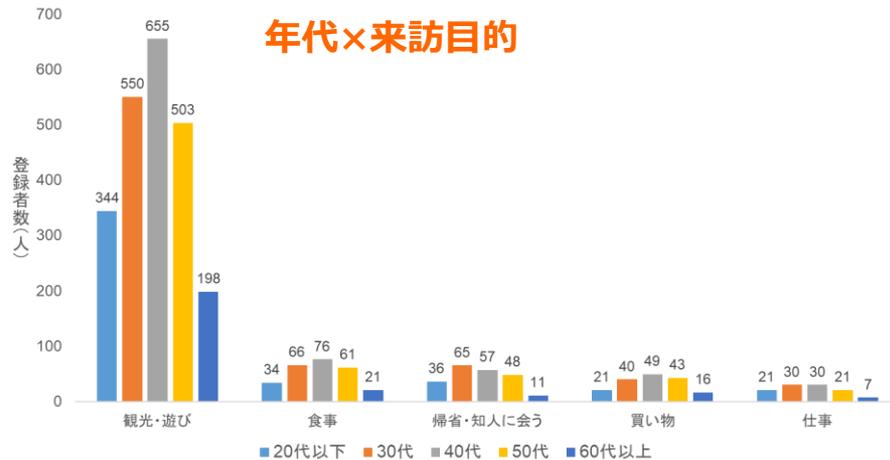
市町村/事業者側管理画面イメージ（アンケートデータ出力）

アンケート回答で収集したデータは自治体・事業者専用の管理画面より確認することができます。また収集した**ユーザ属性や、アンケート回答内容をグラフ化して閲覧**することが可能です。
 グラフ化するデータや表示仕様は、自治体エリア・事業者属性別などで表示を分けることが可能です。

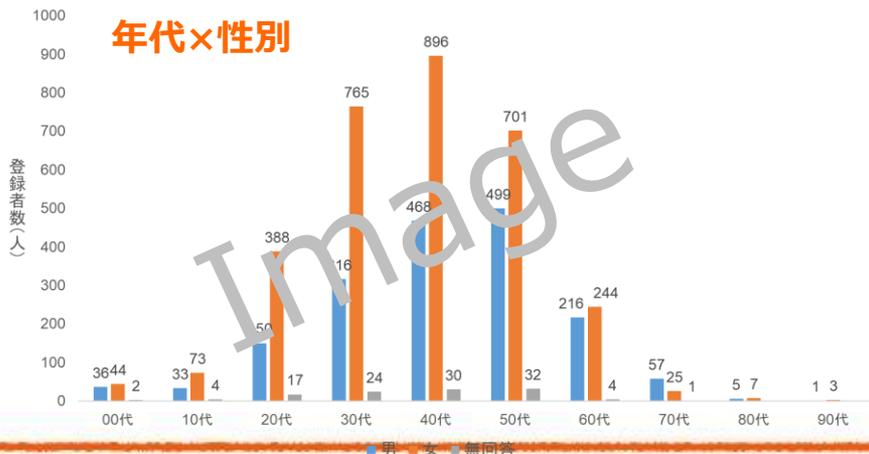
回答者数の推移（月別）



年代×来訪目的



年代×性別



各施設においてアンケートを実施し、県全体の傾向を抽出可能
 次ようなアンケート項目を設定可能

- 基本情報（生年月、性別、居住地）
- 顧客推奨度（NPS）
- 施設満足度
- 消費額
- 来訪目的
- 宿泊or日帰り 等

■ 会員向けメルマガ配信について

会員の登録属性情報やアクション情報を基に、配信対象の絞り込みが可能。

配信後は、配信数/クリック数/クリック率を集計してレポートを提出致します。

※配信可能な頻度、配信方法等は現在設計中のため、追って広報いたします。

【配信セグメント】



CRMサイト

<会員登録属性>

- 性別
- 世代
- 居住地
- 職業
- 認知経路
- ⋮

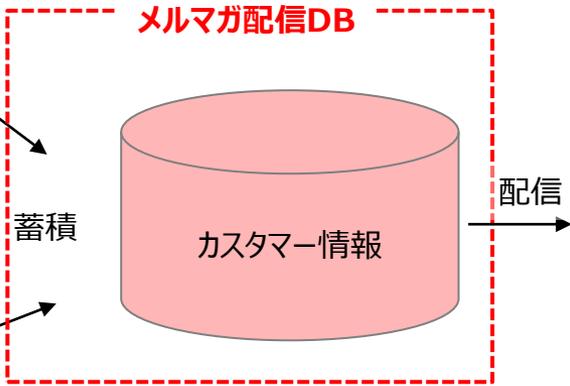


**来訪アンケート
プレゼントキャンペーン等**

→回答でギフトが当たる！

<アクション情報>

- 訪問施設
- 旅行目的
- 滞在日数
- 同行者
- 満足度・推奨度
- 口コミ
- ⋮



【メールマガジンイメージ】

テキスト、またはHTMLメール形式でメルマガ配信可能

※HTMLの場合は制作費調整必要



市町村/事業者側管理画面イメージ（アンケートデータ出力）

県全体、地域全体、各施設データを比較した上で施設に提供することも可能
 ⇒これにより、施設側が参画するメリットを提示することが可能

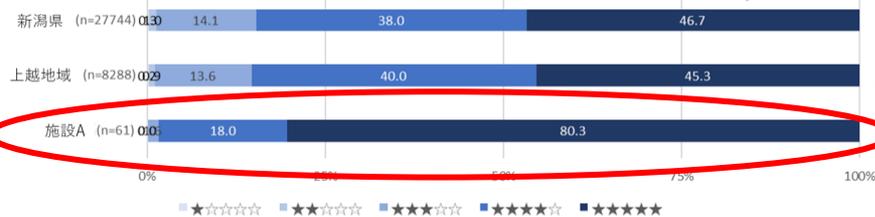
年代×性別



消費額（日帰り）



施設満足度



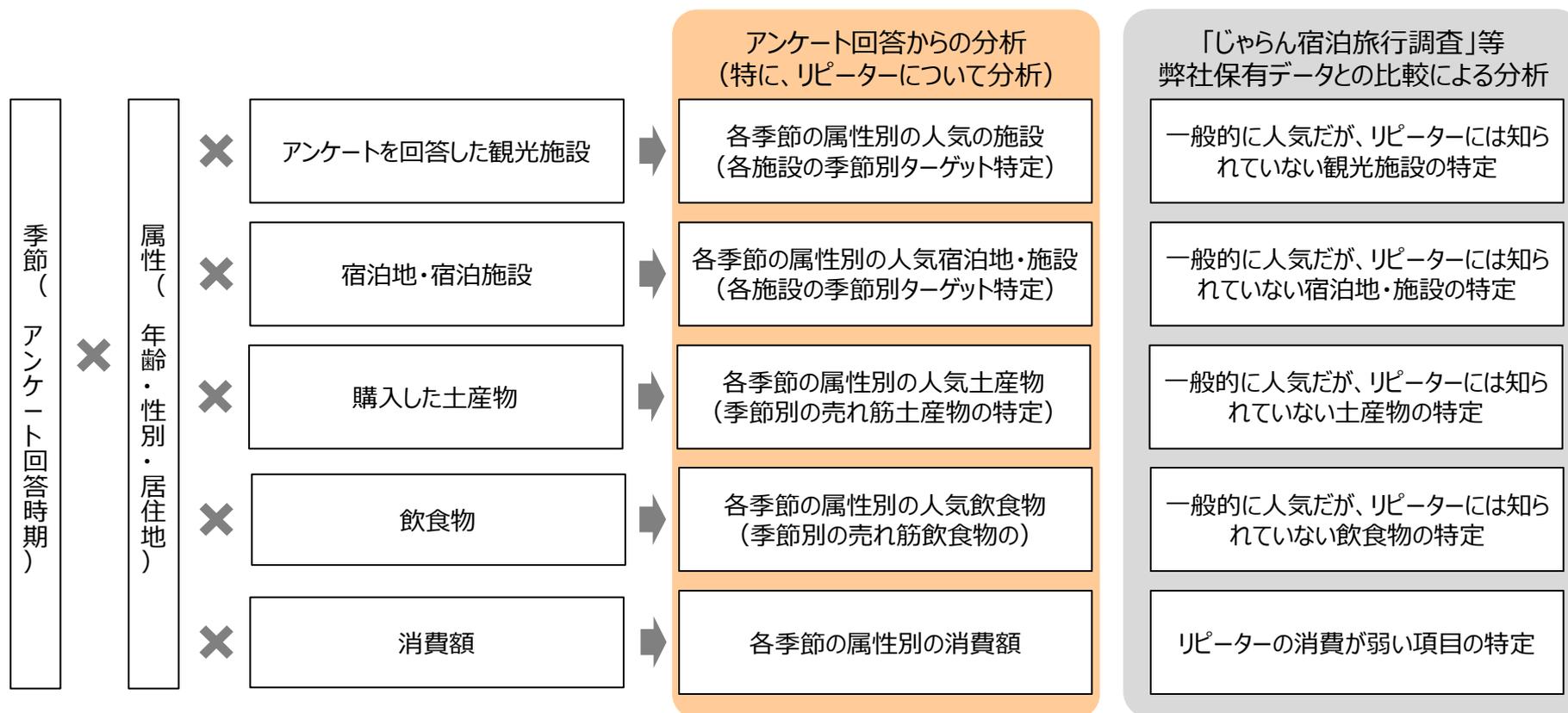
消費額（宿泊）



■ データ分析・分析結果のフィードバック

データ分析 <季節ごとのターゲット分析>

特にリピーターについて季節別・属性別に訪問施設・宿泊地を分析し、ターゲットを特定します。さらに、じゃらんの保有データ（「じゃらん宿泊旅行調査」等）も活用し、全体的な傾向と比較して強化すべき点を特定します



データ分析・分析結果のフィードバック

データ分析 <周遊傾向に関する分析>

各施設の前後の施設を把握することで、周遊ルートとして関連性が高い施設を分析します
さらに、道中での消費動向を把握することで、各周遊ルートの観光産業への影響を分析します

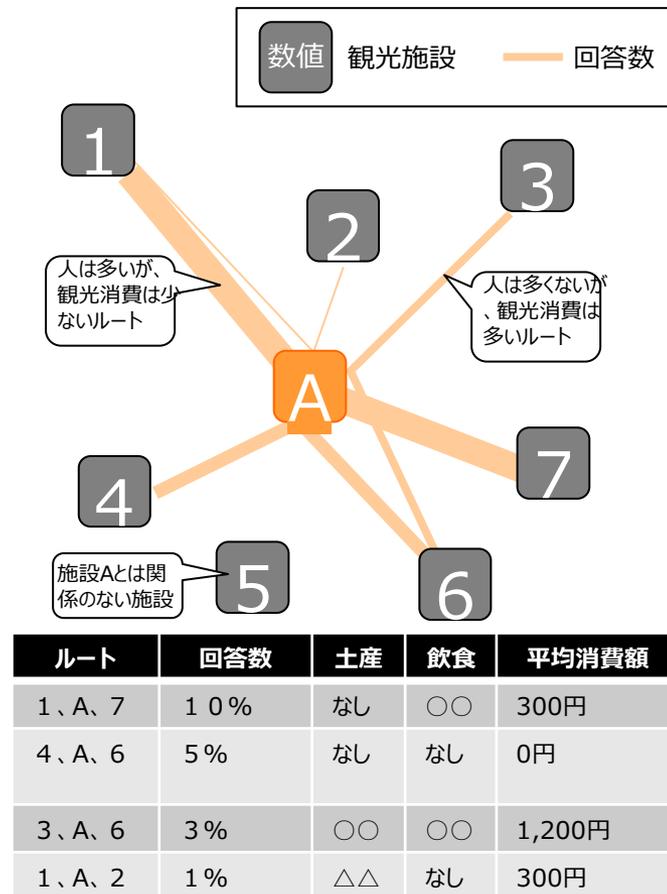
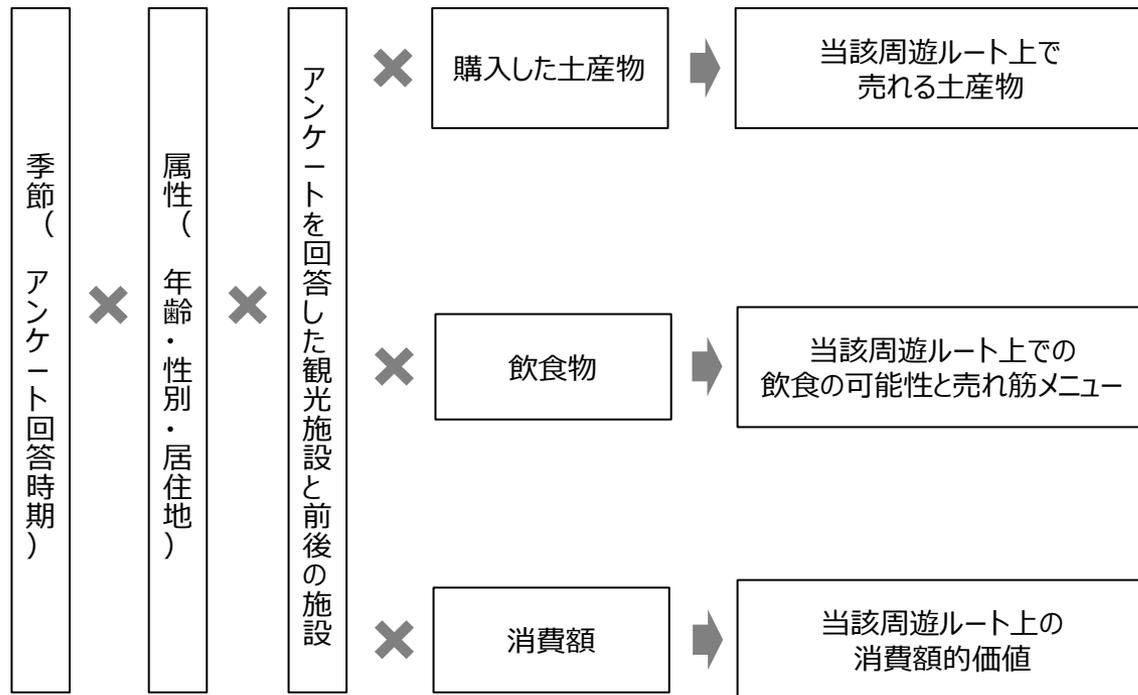


図 施設Aに関する周遊ルートの分析イメージ

■ データ分析・分析結果のフィードバック

データ分析 <分析結果から明らかになったデータ活用例>

今後CRMにより優良観光客の増加に取り組むにあたり想定される課題を収集したデータを組み合わせて分析します

優良観光客創出の課題(仮説)

1. 良質な観光資源があるのに観光客に知られておらず、訪問されていない
 - 観光資源が知られていないため、周遊箇所
に偏りがある
 - 冬季の観光資源が知られていないなど、季節
により偏りがある
2. CRMの対象とするリピーターが絞り込まれていない
 - これまでは、観光客の行動とニーズのデータが
連携していなかった
3. 受入施設の体制・人材育成の基礎資料が不足している
 - 個々の店舗や土産物などの評価がなく、改善
に繋がれなかった
 - 観光地間の連携等を促す基礎資料に乏し
かった

検証のために使用するデータ

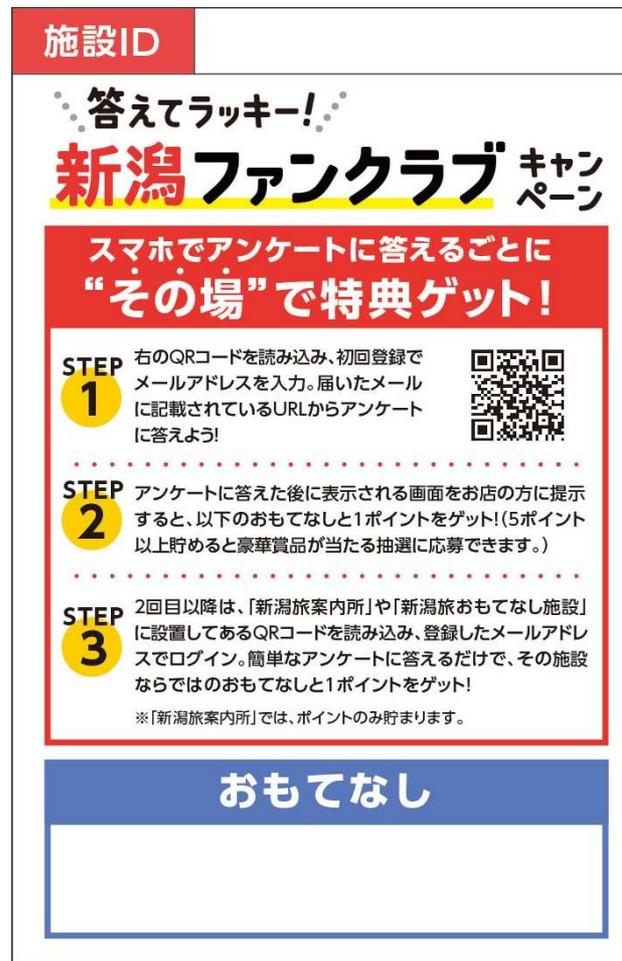
- 周遊ルート × 観光資源データ
 - 周遊ルートから漏れている良質の観光資源を
分析
- 各季節の人気施設 × 季節別の観光資源データ
 - 季節別に紹介されている観光資源のうち、当
該季節であまり人気のない施設を分析
- リピート率 × 観光行動 × 満足度
 - リピート率ごとに、周遊傾向や季節別の来訪
施設を把握
 - あわせて、満足度や不満などを把握し、リピー
ターの施設へのニーズを分析
- 個々の施設の満足度 × 属性 × 自由記述
 - 施設ごとに、来訪者属性とそのニーズを把握し
、今後の施設のサービス向上に活用
- 施設ごとの周遊状況
 - 施設間の周遊状況を把握し、相性のいい施
設を分析

■ ファン会員登録キャンペーン（県内観光事業者・施設POP設置イメージ）

■ アテンションステッカーデザインイメージ



■ 三角POPデザインイメージ



■ 再掲：事業者様のご参画いただくメリット

参画・協賛・システム利用料など、費用は全て無料となります

1、新たな広報・プロモーション機会につながる

- ✓ ファンサイトへの情報掲載、ファンサイト上でのPR（特産品、特集コラムでの紹介）による認知向上
- ✓ ファンクラブ会員登録キャンペーンでの来訪数UP
- ✓ リピート会員へのメルマガ配信

**次年度以降も引き続き、
県・各市町村と連携をし、ファンサイトを基盤に各種プロモーションを展開する予定**

2、データを活かしたマーケティング戦略が可能

- ✓ 自社の来訪者属性、口コミ評価が分かる
- ✓ 同業種・同地域内と比較した時の自社の状況が分かる

データの活用方法、各施策への接続方法などは毎月発信を行います

ご参画の条件はたったの3つだけ！
掲載に当たっての初期登録はわずか2～3分で完了。

- ① にいがた観光ファンクラブサイトへの掲載登録
- ② ファン会員登録等の各種キャンペーン広報物の掲示
- ③ 自施設へのアンケート回答者（ファン会員）への特典付与

【ファン会員特典の例】

宿泊施設：アメニティ贈呈、売店の割引券、ウェルカムドリンク 等
体験・観光施設：次回使える割引券、団体料金でのご案内 等
飲食店：大盛り・トッピング・ワンドリンクサービス 等
お土産品店：〇〇〇円以上お買い上げの方に限り5%引き 等

事業者情報登録のお願い

初回登録は簡単！
スマホで業種・事業者名・連絡先などを入れるだけ！

下記、URL・QRコード読み込みにより事業者情報の登録をお願い致します。
<https://crmniigata.applet-jp2.com/regist/>



新規事業者登録フォーム

入力 確認 応募完了

施設情報

施設情報はホームページ上に情報を掲載されます。

業種 必須

宿泊施設
飲食店
体験施設・観光施設
特産品・小売店
その他

※観光施設・・・博物館、美術館、スキー場等も含む

施設名 必須

例) 京都伝統DMO〇〇店

施設名(ふりがな) 必須

ふりがな
ひらがなで入力してください

郵便番号 必須

123-4567
郵便番号を入力すると一部住所が自動で入力されます。

住所 必須

都道府県

市町村名 町名番地

(任意) マンション名・ビル名 郵便番号 他

TEL (ハイファンなし) 必須

電話番号

※サイト公開までに、
下記3点の登録をお願い致します
-施設紹介文
-アンケート回答特典
-紹介画像（最大3枚）

■ 事業者情報登録後の流れ

11月

★本日～11月末
事業者情報登録

※管理画面ログインID、PW発行

★11月末
事業者管理画面開設

12月

★12月上旬
ファン会員（旅行者）の
プレ登録キャンペーン開始

★～12月末まで
事業者管理画面編集
※紹介文、特典内容、画像 等

★12月下旬
ポスター、QR等各種広報物送付

1月

★1月上旬
ファンサイトOPEN

★1月上旬～2月上旬
ファン会員向けプレゼン
トキャンペーン開始