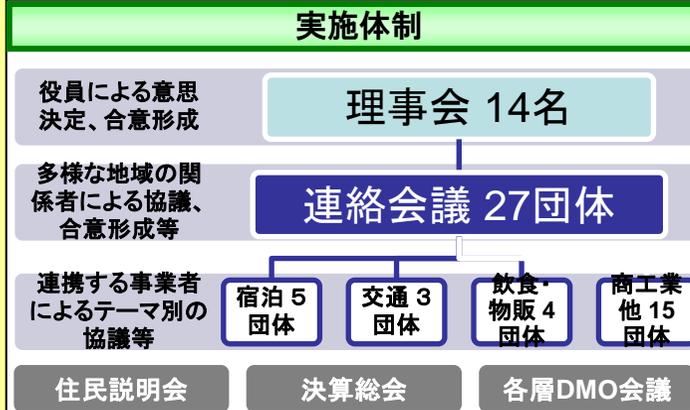


【区域】新潟県、糸魚川市
 【設立日】平成29年1月24日
 【登録日】平成31年3月29日
 【代表者】尾崎 毅
 【マーケティング責任者(CMO)】村田 雅人
 【財務責任者(CFO)】杉野 尚
 【職員数】21人
 (常勤6人(正職員2人、出向等3人)、非常勤15人)
 【連携する主な事業者】
 糸魚川旅館組合、糸魚川民宿協会、JR西日本、
 えちごトキめき鉄道、糸魚川バス、糸魚川タクシー
 加賀ノ井酒造、糸魚川観光物産センター
 伊藤商会(自転車)



マーケティング・マネジメントする区域

【主な観光資源】小滝川ヒスイ峡、高浪の池、フォッサマグナミュージアム、フォッサマグナパーク、玉翠園・谷村美術館、ヒスイ海岸

合意形成の仕組み

【該当する登録要件】(該当番号)①
 【概要】27団体
 行政:新潟県、糸魚川市
 団体:商工会議所、青年会議所 / 交通:3
 宿泊:5 / 飲食:2 / 生産者:2 / 旅行業:1
 商工業:8 / 広告:1 / 通訳:1

戦略

【主なターゲット】
 ・国内旅行観光客(県内・隣県・近県)と教育旅行
 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
 ・食や温泉を目的としたリピーター率が高いことから、宿泊施設と連携して季節に合った地産の山海の幸を活用した「食」の提供や、海や森でのゆったりとした時間を過ごせるような石拾い体験等を素材にしたプロモーションを行う。
 ・教育旅行は、道路や鉄道などの交通の利便性が高いことと、海と山が近く河川もあり、変化に富んだ自然があることから、アクティビティやヒーリングスポットを旅の目的として推進して行く。国石ヒスイだけではなく、糸魚川の地質や地層、地すべりの痕跡などから、日本列島の成り立ちと活動、人々の暮らしなどから、SDGsへと繋がられる。

KPI(実績・目標)

※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目		2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	50,000	50,000	35,000	35,000	40,000	45,000
	実績	46,900	26,000	29,700	()	()	()
延べ宿泊者数 (千人)	目標	200	200	130	130	140	150
	実績	168.4	125.9	127.2	()	()	()
来訪者満足度 (%)	目標	90	90	90	90	90	90
	実績	79	80	86	()	()	()
リピーター率 (%)	目標	75	80	80	80	80	80
	実績	79	78	76	()	()	()

法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】
 ・HP改修事業:着地型旅行商品の予約受付・決裁システムを構築 / 対前年度比111%
 ・白馬等6団体の広域連携で台湾へのプロモーションを実施し6本のツアー催行予約があったがコロナで中止。
 ・協会HPの英語版、中国語(繁体字・簡体字)
 【観光資源の磨き上げ】
 ・結婚35周年を迎えるご夫婦へ、新たな人生の節目となる「翡翠婚の旅」を企画提供し、糸魚川ならではのブランド化を図る。
 【受入環境の整備】
 インバウンド対応では、糸魚川駅の南北観光窓口2か所には、多言語対応翻訳機2台が設置されている。

観光関連事業者と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

多様な関係者との戦略の共有状況等
 ・令和3年12月16日 第1回会議 DMO更新についての説明と協議、DMO連携会議の中からチームを作り、コンセプトの構築や企画提案する体制とし、賛同者と商品造成し、協会HPで公開していく。

活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】収益事業(手数料、物販、旅行業収入等)約2.8百万円(R3年度)
 【総支出】52.3百万円(一般管理費18.9百万円、事業費33.4百万円)
 ※令和3年度決算
 【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】
 ・着地型旅行商品の企画販売、物品等販売、レンタル事業、観光案内所等運営管理受託を実施し、安定財源を確保する。