

観光地域づくり法人形成・確立計画

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを○で 囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO 地域DMO	
観光地域づくり法人の 名称	一般社団法人南魚沼市観光協会	
マーケティング・マネジ メント対象とする区域	新潟県 南魚沼市	
所在地	新潟県南魚沼市下一日市 855 今泉記念館内	
設立時期	2013年9月	
職員数	11人【常勤11人（正職員8人、臨時職員3人）】	
代表者（トップ人材： 法人の取組について対 外的に最終的に責任を 負う者） ※必ず記入すること	（氏名） 南雲 武士 （出身組織名） （一社）南魚沼市観 光協会 会長	（一社）南魚沼市観光協会の会長として、地域の 様々なパイプ役となっており、在任期間中、様々な 取組で成果を挙げている。
データ収集・分析等の専 門人材（CMO：チーフ・ マーケティング・オフィ サー） ※必ず記入すること	（氏名） 茂木 浩介「専従」 （出身組織名） （一社）南魚沼市観 光協会	民間IT企業で約25年間勤務。その後、南魚沼市内 の六日町観光協会に約1年間勤務。幅広い経験と、 観光地域マーケティングについて高い知見と能力を 持つ。
財務責任者 （CFO：チーフ・フィ ナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 寺口 正隆「専従」 （出身組織名） （一社）南魚沼市観 光協会 次長	（一社）南魚沼市観光協会に約15年間勤務。持続 可能な運営のため、運営収支や財源確保に関する検 討を行う。
各部門（例：プロモーシ ョン）の責任者（専門人 材） ※各部門責任者のうち 専従の者については、 氏名の右横に「専従」 と記入すること	プロモーション （氏名） 茂木 浩介 （出身組織名） （一社）南魚沼市観 光協会	民間IT企業で約25年間勤務。その後、南魚沼市内 の六日町観光協会に約1年間勤務。国内外のプロモ ーションに高い能力を持つ。
各部門（例：旅行商品 の造成・販売）の責任者 （専門人材）	旅行商品の造成・販売 （氏名） 桑原 正樹 （出身組織名） （一社）南魚沼市観 光協会	南魚沼市内の六日町観光協会に約15年間勤務。そ の後、南魚沼市観光協会に約2年間勤務。体験型の 着地型旅行や教育旅行を中心に商品造成及び販売に 高い能力を持つ。国内旅行業務取扱管理者。

(別添) 様式 1

連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	新潟県南魚沼市 商工観光課（国内外観光誘客、プロモーション） 農林課（農産品等の販路拡大、グリーンツーリズム） 生涯スポーツ課（スポーツツーリズム、スポーツ合宿誘致） U&I ときめき課（移住定住促進、ふるさと納税）
連携する事業者名及び役割	<p><地元・観光系> NPO 法人 六日町観光協会、石打丸山観光協会、石打花岡観光協会、舞子観光協会、五日町観光協会、八海山城内観光協会、上越国際観光協会、上の原観光事業協同組合、五十沢観光協会、大和観光協会、六日町温泉旅館組合（着地型観光、スキー産業の拡大、地域内連絡調整） 南魚沼市特産品協会、魚沼の里、道の駅南魚沼「雪あかり」（商品開発） 南越後観光バス・銀嶺タクシー・新潟県ハイヤー・タクシー協会（二次交通） 南魚沼市グリーン・ツーリズム推進協議会（着地型旅行商品造成） 南魚沼市観光ガイドの会（おもてなし事業） 南魚沼市女子力観光プロモーションチーム（情報発信）</p> <p><地元・観光以外> 六日町商工会、塩沢商工会、大和商工会（商業との連携調整） 南魚沼市内の地元金融機関（調整・資金調達等） エフエム雪国（メディア） NST 新潟総合テレビ、新潟日报社（メディア・支社あり） 南魚沼市酒造連合組合（仮） 国際大学（地域活性プロジェクト） 北里大学保健衛生専門学院（食資源のブランド化） 南魚沼市まちづくり推進機構 みなみ魚沼農業協同組合 市内の地域づくり協議会</p> <p><県内・観光系> （一社）雪国観光圏 JR 東日本旅客鉄道（旅行商品開発） 北越急行株式会社（交通） NEXCO 東日本（交通） 新潟交通などバス会社（交通） JTB（旅行商品開発）</p> <p><その他> 大手自動車会社（着地整備） 第四北越銀行（調整・資金調達等） ブリッジにいがた [第四北越銀行関連の地域商社]（広報業務） 第四北越キャリアブリッジ（人材紹介） 新潟三越伊勢丹（物産展） 第一印刷所（女性企画チーム「donna(ドンナ)」）</p>

(別添) 様式 1

<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>【該当する登録要件】①②</p> <p>(概要)</p> <p>現在、観光協会では、観光、文化・スポーツ、商業、工業、農業、製造業、運輸業、小売・サービス業などの幅広い分野・業種の 40 団体が参画し、ここから選任された理事に行政を加えたメンバーにより定期的な会議を年 6 回程度開催し、その合議によって意思決定を行っている。</p> <p>地域のあらゆる業種、事業が網羅されており、観光産業のみに偏っていないことから、広く意見を集めながら柔軟な組織運営が出来ており、今後は、DMO が掲げる戦略及び事業展開についても、連絡調整・情報共有・合意形成を進めることで、将来に向け持続可能な体制とすることができる。</p>
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・南魚沼市役所と連携し、市報や市 WEB サイトに取り上げてもらう他、テレビや新聞、ラジオといったメディアを通じ、地域住民への PR および啓発を行っていく。 ・DMO から地域住民への一方通行の発信ではなく、地域住民から DMO が進める観光地域づくりに関する疑問について問合せ・相談できる窓口を設置する。 ・市民や事業者が参加するセミナー（SNS 講習会やマナー講習会、接客レベルアップ講習会など）や外部講師を招いたシンポジウムを開催して、地域住民への観光意識啓発を行う。
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要)</p> <p>世界有数の豪雪地帯である南魚沼の自然を利してのスキー産業や、歴史、温泉、雪国独特の食資源を活用しながら、市外への観光プロモーションと観光誘客、各種イベントの実施、観光案内、市内観光事業者の支援を進めてきた。</p> <p>2013 年に道の駅南魚沼の今泉記念館に事業所を移し、観光案内所・観光情報コーナーを開設し、2019 年には上越新幹線停車駅である JR 浦佐駅構内に「うおぬま・浦佐駅観光案内所」を開設し、外国人観光案内所として JNTO 認定カテゴリー I を取得し、外国人への観光案内に努めている。</p> <p>また、2 種旅行業を取得し、着地型旅行商品・企画商品の造成や送客手配業に取り組んでいる。</p> <p>さらにインバウンド観光については、台湾、中国、韓国などのアジア圏、また近年は欧米向けのプロモーションや招聘事業等を進め、新型コロナウイルスのため一時停滞をしているものの、冬季を中心に誘客を進めてきた。</p> <p>【主な事業】</p> <p>【1】地域資源を活かした四季観光の推進と道の駅「南魚沼」の有効活用</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 旅行業による商品企画・造成推進事業 (2) 道の駅南魚沼公共部門指定管理事業 (3) 今泉記念館内のコーヒーコーナーの運営 (4) 南魚沼市観光ガイド活用事業(受付業務) (5) 市主要イベント事業(南魚沼市兼続公まつり事務局業務) (6) 国際交流事業(事務局業務) (7) 伝統文化・顕彰事業への協力 (8) 6 次産業連携推進事業

	<p>【2】国際観光の取組みと広域観光の推進 (1) 地域再生観光事業の取組み (2) インバウンド誘客事業・招聘事業の取組み (3) 宿泊施設基本的ストレスフリー環境整備事業の取組み (4) 浦佐駅観光案内所の開設と管理・運営事業 (5) 観光地域づくり人材育成研修事業 (6) 受入体制整備事業 (7) 冬期急傾斜地危険対策の推進 (8) 広域プロジェクト連携事業 (9) 広域観光活性化商品推進事業</p> <p>【3】ニュー・ツーリズムの推進 (1) 南魚沼市グリーン・ツーリズム推進協議会事業（事務局業務） (2) 南魚沼市農業体験大学校事業 (3) 特産品事業</p> <p>【4】食による観光まちおこしの推進 (1) 食に関する地域プロジェクト事業 (2) 今泉記念館活性化事業</p> <p>【5】組織・財政基盤の強化 (1) 会員(正会員・賛助会員)の拡大 (2) 会費及び事業負担金等の見直し (3) 入湯税の全額を観光振興補助金に充当し観光産業の活性化の推進</p> <p>【6】誘客活動の強化 (1) ホームページの管理運営事業 (2) 誘客宣伝事業 (3) 広告掲載発信事業 (4) パンフレット製作事業 (5) 宣伝活動・営業活動の強化 (6) 新潟県観光協会事業及びスキー活性化推進事業 (7) 観光施設宣伝推進事業 (8) 観光産業統計の整備事業</p> <p>(定量的な評価) ・着地型旅行商品販売の実績 ・南魚沼市への観光入込者数の実績 ・市内宿泊者数 ・WEBサイトのアクセス数</p>
--	---

実施体制

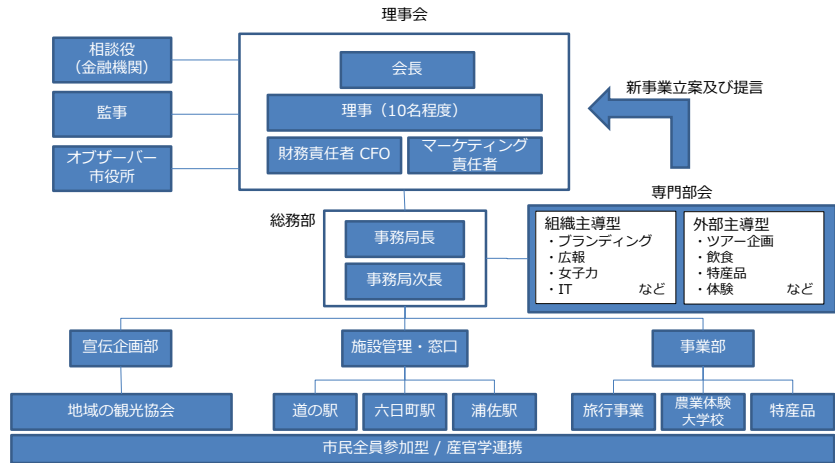
(実施体制の概要)

一般社団法人南魚沼市観光協会が事業運営母体となり、行政や商工会、商工業者、交通事業者、地域住民など多くの関係者が参画し、理事会の他に専門部会を設置し、その事務局を南魚沼市観光協会が担い、組織間の連絡調整、合意形成を図っている。

専門部会は、ブランディングやプロモーションなどを担当する専門部会と、着地型旅行商品や食のブランディング、特産品販売の企画を担当する専門部会があり、定期的な会議、打ち合わせを行ない、その結果を理事会と共有しながら目標の設定、事業の展開を行っている。

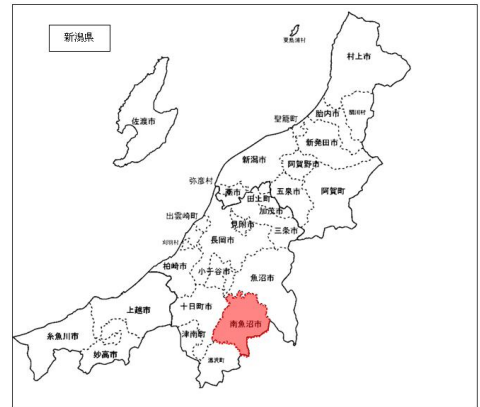
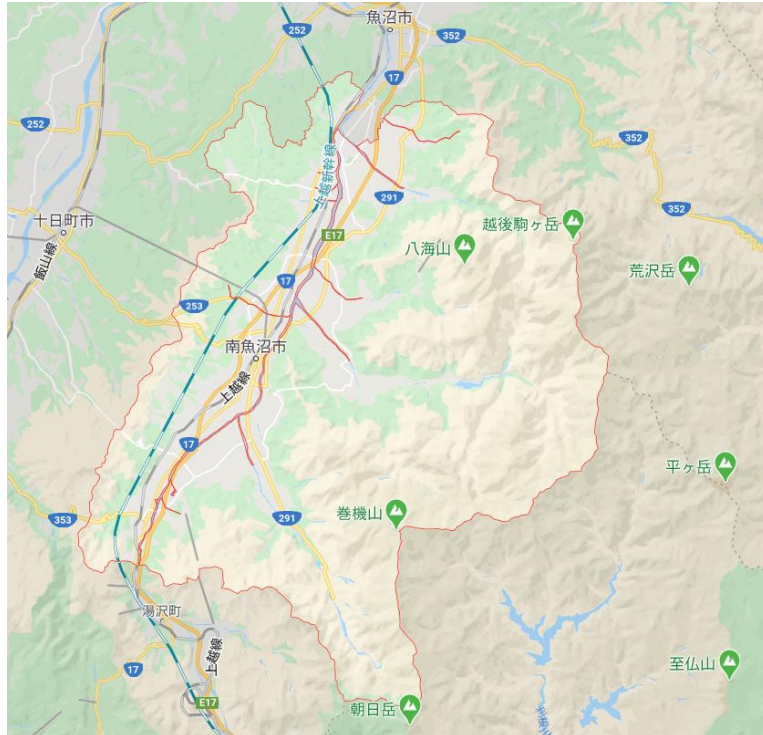
(実施体制図)

南魚沼市観光協会 – 組織図



2. 観光地域づくり法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

南魚沼市は新潟県の南部に位置し、東側を標高 2,000m 級の山々が、西側に魚沼丘陵が連なり、六日町盆地の中央を信濃川最大の支流である魚野川が貫流している。全国有数の豪雪地帯として 10 のスキー場があるほか 13 の温泉地郷も合わせて、関東からの玄関口となっている。

平成の大合併で旧 3 町（大和町、六日町、塩沢町）が合併した後も市内にはスキー・温泉エリアごとに地域の観光協会が残っているが、観光連携は市内全域に渡って行われていることから、市域全体をマーケティングエリアとする。

【観光客の実態等】

2018 年の観光客数は前年より 3.1% 増の 3,904 千人である。2009 年（NHK 大河ドラマ放映）の 4,680 千人は突出して例外的であるが、近年全体的には増加傾向である。2018 年のスキー目的客は 1,258 千人。前年より 7.1% 増ではあるが 2003 年の 1,580 千人に比べると 20% 減と減少傾向である。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

- ・南魚沼温泉郷として 13 ヶ所（六日町、上の原高原、浦佐、ハツカ石、丸山、樺野沢、舞子、五十沢、畔地、河原沢、上野、栃窪、大沢山）の温泉がある。
- ・長野県、群馬県、新潟県にまたがる上信越高原国立公園の区域に入っている。

◎自然

- ・「人と自然が織りなす日本の風景百選」に「越後上布の雪晒し」、また「名刹巡礼 古寺 100 選」に「雲洞庵」が選定されている。さらに、日本百名山に「巻機山」が、日本二百名山「八海山」、「中ノ岳」が選定されている。
- ・群馬県みなかみ町と南魚沼市との境には国立公園である清水峠がある。
- ・大崎滝谷の水・金剛霊泉・雷電様の水が新潟名水百選に選ばれている

◎文化

(別添) 様式 1

- ・歴史・文化では、曹洞宗の禅寺「雲洞庵」、2011年度の都市景観大賞「三国街道塩沢宿牧之通り」などがある。また直江兼続関連として、坂戸山、直江兼続公伝世館、南魚沼市兼続公まつりがある。
- ・神社や史跡には毘沙門堂・普光寺、西山三十三番観音巡りコース、池田記念美術館、龍谷寺、八海山尊神社、龍澤寺、薬照寺、関興寺があげられ、美術館には、トミオカホワイト美術館、鈴木牧之記念館、今泉記念館、外山康雄 野の花館、があげられる。
- ・食・特産品には、南魚沼産コシヒカリ、八色スイカ、八色しいたけ、大崎菜、かぐらなんばん、ユリ切り花があげられる。

◎スポーツ

- ・スキー場が10ヶ所（石打丸山、石打花岡、舞子、上越国際、mt. グランビュー、シャトー塩沢、ムイカ、八海山、五日町、八海山麓）ある。
- ・学校に附属しない体育館・グラウンドを含むスポーツ施設が18ヶ所ある。

◎イベント

- ・毎年3月に行われている日本三大奇祭の1つである浦佐毘沙門堂裸押合大祭（115,000人）や、食のイベント「新米キャンペーン・本気丼」（55,140人）など集客力を誇るイベントが開催されている。また、毎年もしくは定期的に行っているイベントとして、南魚沼グルメマラソン（大和地区・6月）、浦佐温泉耐久山岳マラソン大会・健康歩こう大会（大和地区・9月）、ぶどう収穫祭とワイン祭り（大和地区・9月）、魚沼酒の陣（大和地区・9月）、八海山大崎口火渡り大祭（大和地区・10月）、魚沼菊花展・浦佐菊まつり（大和地区・10月）、しおざわ雪譜まつり（塩沢地区・2月）、一宮神社農具市（大和地区・3月）があげられる。

◎商業施設と年間入場者数(30年度)

- ・今泉記念館（道の駅南魚沼）432,941人
- ・魚沼の里、上田の郷、魚野の里

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

	宿泊施設数	収容力（総人数）	施設規模（総部屋数）
大和エリア	7	560	176
六日町・五日町・八海山エリア	40	2,743	707
塩沢・石打・上国・舞子エリア	145	11,393	2,561

人気温泉宿「里山十帖」が「日本一の絶景露天風呂」と多くのメディアで称賛されている他、昨年リニューアルされた古民家ホテル「ryugon」が、雪国観光圏の代表宿として注目されている。

【利便性：区域までの交通、域内交通】

○クルマを利用の場合

関越自動車道

練馬 IC－塩沢石打 IC 176km

練馬 IC－六日町 IC 187km

新潟西 IC－小出 IC 93km

新潟西 IC－六日町 IC 112km

金沢西 IC－六日町 IC 310km

常磐自動車道・北関東自動車道

宇都宮 IC－六日町 IC 199km

水戸 IC－六日町 IC 245km

高速バス

(別添) 様式 1

東京・池袋－六日町 IC 3 時間 17 分

○電車を利用の場合

上越新幹線・北陸新幹線

東京－越後湯沢 1 時間 15 分

東京－浦佐 1 時間 30 分

新潟－浦佐 40 分

金沢－高崎－越後湯沢 2 時間 40 分

上越線・ほくほく線・その他

越後湯沢－六日町 20 分

六日町－浦佐 10 分

金沢－上越妙高－直江津－長岡－越後湯沢 3 時間 10 分

【外国人観光客への対応】

当協会では、毎年、新潟県観光協会、雪国観光圏と連携し、香港や台湾などから著名ブロガーや有名インフルエンサーの招聘を行っているほか、台湾現地での旅行商談会に参加し、積極的なインバウンド誘客を進めている。

また、2019 年 9 月に、南魚沼市と魚沼市が共同で上越新幹線停車駅である JR 浦佐駅構内に設置した「うおぬま・浦佐駅観光案内所」の管理運営を担当し、2020 年 2 月 28 日に「外国人観光案内所・カテゴリー I」を認可され、外国人案内機能を有している。

主な実施内容は次のとおり

- ・外国人観光客向けのプロモーション活動、現地旅行代理店との連携
- ・マップやパンフレットの英語版の作成
- ・宿泊施設や飲食店における Wi-Fi の設置、メニュー・案内の多言語化やキャッシュレス化など受け入れ体制の整備を進めている
- ・南魚沼市観光協会におけるインバウンド研修会、語学セミナー（英語等）の開催や受け入れマニュアル作成を実施。
- ・インバウンド観光客誘客を進めるため、英語版 web サイト「VISIT MINAMIUONUMA」を構築し情報発信を行う。
- ・観光音声ガイドメディア「VOIDE」の制作
- ・JET プログラム活用による国際交流員（CIR）の採用

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	Google アナリティクスを活用して実施。
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	アンケート調査を自主事業として実施。
旅行消費額	旅行・観光施策の基礎資料	観光入込客統計等を活用
延べ宿泊者数	旅行・観光施策の基礎資料	観光入込客統計等を活用
来訪者満足度	旅行・観光施策の基礎資料	雪国観光圏「来訪者満足度等調査」、新潟県観光局「新潟県観光地満足度調査」等の南魚沼市分データを活用

(別添) 様式 1

リピーター率	旅行・観光施策の基礎資料	雪国観光圏「来訪者満足度等調査」、新潟県観光局「新潟県観光地満足度調査」等の南魚沼市分データを活用
--------	--------------	---

4. 戦略

(1) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) <ul style="list-style-type: none"> ・観光に必要な要素が豊富 (気候風土、自然、歴史・文化、食) ・13もの温泉郷があり、宿泊施設が充実 ・日本一おいしいと言われる南魚沼産コシヒカリ、きのこ、八色スイカ、神楽南蛮等の農産物が豊富。 ・スキーをはじめとした雪国ブランド ・東京から新幹線で1時間半とアクセスが良い ・新潟県内でのビッグイベント長岡花火や苗場でのFUJIROCK、十日町市の「大地の芸術祭」など、近接する市へのアクセスが良く、宿泊地としての活用が可能 ・全国区の出版社や地域に根ざした情報媒体があり、そこと連携した情報発信が可能 ・サスティナブルな暮らしを求める人が注目するエリア ・昔は鈴木牧之による雪国文化の発信→今は自遊人等による新しい雪国ライフの発信。文化的土壌が豊か。 ・里山十帖、ryugon、魚沼の里など感度の高い観光施設がある 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> ・観光素材は多くあるが、キラーコンテンツ化・観光地化にまで到達できていない ・南魚沼の認知度が低いこと ・観光関連団体間の連携不足により一体的な観光プロモーションができていない ・二次交通が弱い ・上杉景勝、直江兼続生誕の地としての各観光地を結ぶストーリーがあったが今は生かせていない
外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> ・十日町における大地の芸術祭や聖火リレーのセレブレーション会場 (新潟県1日目) などイベントの開催 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> ・少子高齢化に伴う国内旅行客の減少 ・北陸新幹線の利用拡大による、妙高エリアへの人流 ・観光需要獲得のための地域間競争の激化 ・旅行形態の多様化 (通過型観光による滞在時間の短縮)

南魚沼の情報発信媒体&組織

- ・自遊人
- ・美女旅 南魚沼発の媒体
- ・南魚沼市 女子観光プロモーションチーム
- ・南魚沼市若者定住促進ライフスタイルマガジン・Webサイト「LIFE in」
- ・「魚沼へ」 八海醸造が発行するフリーペーパー

(2) ターゲット

(別添) 様式 1

<p>○第1ターゲット層</p> <ul style="list-style-type: none">・首都圏に住んでいる20～50代の旅行者
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none">・RESAS（地域経済分析システム）によると南魚沼市の宿泊者における居住都道府県は1位～4位が東京都32.4%、埼玉県18.8%、神奈川県13.7%、千葉県12.6%となっていて、圧倒的に首都圏からの来訪者が多い。・長岡花火や国内最大級の野外音楽イベント「フジロックフェスティバル」など近接する市への大型イベントに参加する旅行者が一定数いること、宿泊先として南魚沼に誘致することが可能であるため。・南魚沼市は日本酒が有名であり、蔵元が3つある（高千代酒造、青木酒造、八海醸造）。近年は製造過程で発生する米麴を使った甘酒が、健康ブームにも乗って人気となっている。毎年新潟市で開催される「にいがた酒の陣」には県外からも新潟銘酒を知って楽しむ為に14万人が来場し、また酒蔵ツーリズムの増加傾向により、首都圏からのアクセスが良い酒どころ新潟＝南魚沼市への誘客が可能である。 <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none">・首都圏における南魚沼PRのイベントを実施するため、日本橋にある新潟アンテナショップを活用していく。・JR東日本や旅行エージェントから長岡花火やフジロックフェスティバルに絡めた宿泊・旅行商品を造成してもらう。
<p>○第2ターゲット層</p> <ul style="list-style-type: none">・台湾、中国、韓国、欧米豪からの旅行者
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none">・隣接している越後湯沢をゲートウェイとして、年々外国人宿泊客が増加しており、コロナ禍が起きるまでのH26以降H30は、市内での外国人宿泊者数は毎年対前年比130%超を維持していた。・市内に国内初の大学院大学である「国際大学」があり、学内での常用言語が英語であり、外国人留学生が全学生数の約85%を占め、コロナ禍においても、一定の国内外国人の往来が見込める。 <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none">・地域連携DMOである雪国観光圏と共に、コロナ禍後の海外誘客に向け、多言語音声ガイドの導入を進めると共に、国際大学留学生を通じてPRを行うことにより、在留外国人の誘客を進める。
<p>○第3ターゲット層</p> <ul style="list-style-type: none">・新潟へ転勤してきた他県出身者及びその家族
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none">・休日を利用し、他県へ遠出するほどではないものの、自然豊かなところで余暇を過ごしたい層がいる <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none">・県内テレビなどのマスメディア活用による「南魚沼の魅力」を幅広く認知していく。
<p>○第4ターゲット層</p> <ul style="list-style-type: none">・首都圏に住んでいる田舎暮らしを志向する30～40代の旅行者
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none">・首都圏での田舎暮らし志向が強まっている中で、新潟県は移住相談件数で2位となっている（総務省平成28年度における移住相談に関する調査結果）。南魚沼市は首都圏から2時間かからずに移動できるのでUIターン居住地（田舎暮らし・子育て）や、2地域居住（通いの田舎暮らし）としてもニーズが高い。 <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none">・田舎暮らしの魅力である自然、農業、文化、工芸等を組み合わせて体験できる「南魚沼いやしライフツアー」を造成し、宿泊・食事・交通と組み合わせた旅行商品を販売する。・ターゲットに合わせたプロモーションとして、HPやSNSでの記事展開・WEB広告を実施する。・昨今ワーケーションが注目を集める中、主に「ワークの質」にこだわったサービスの提供を行う。

(別添) 様式 1

<p>○第5ターゲット層</p> <ul style="list-style-type: none"> ・首都圏に住んでいる60代以上の旅行者
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none"> ・定年前後以上の比較的時間やお金に余裕がある世代。本物志向・高級志向が強いので、観光消費額の拡大に繋がる為。
<p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現在の満足度調査をさらに充実・強化することにより再来訪意向につながる要因を分析し、分析結果に基づいてターゲット層に強かに訴求する観光コンテンツを磨き上げる等のPDCAを実行する。

(3) コンセプト

①コンセプト	<p>雪国の暮らしを旅する</p> <p>～自然・食・人と出会うとっておきの時間。世界が訪れたい街 南魚沼～</p>
① コンセプトの考え方	<p>自然豊かな南魚沼。その自然に育まれた歴史、伝統、文化、そして人。また首都圏から約100分とアクセスも絶好。</p> <p>このような地域資源を、地域ブランド確立に向け、以下の内部向け、外部向けの二つを強く意識し、つなげる。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 地域住民による魅力の再発見と磨き上げ 2. 観光客に対する魅力発信

5. 関係者が実施する観光関連事業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

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有	<p>多様な関係者が参加する月1回のペースを目途とした定期的な会議を設置し、DMOが主導的に戦略プランの見直しや進捗確認など、具体的な事業化に向けた検討や実施を行っていく。</p> <p>戦略の共有方法の別手法として、WEB会議・オンラインミーティング等も活用する。</p> <p>年度ごとに、必須KPI（旅行消費額、宿泊者数、来訪者満足度、リピーター率）やその他の目標（観光入り込み客数、住民満足度等）のデータを収集分析し、事業報告書をまとめて関係者や地域住民に説明・共有を行い、PDCAを回す。</p>
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	<p>宿泊施設、飲食店、タクシー交通事業者等に対して、人材育成やサービス向上のセミナー等を実施し、顧客満足度UPを図る。</p> <p>また飲食店や宿泊施設、旅行者などから観光協会宛てに届いているクレームから課題を発見し、課題解決に取り組んでいく。</p> <p>南魚沼市のブランド価値をもった商品・サービスを登録する「南魚沼ブランド登録制度」を実施や、6次産業・加工品等のおみやげコンクールを実施するなど、内部・地域でのモチベーションを上げながら外部への発信強化を行い、サービス向上に繋げる。</p>

(別添) 様式 1

<p>一元的な情報発信・プロモーション</p>	<p>南魚沼市役所から協力の上、市報やHPに取り上げてもらう他、テレビや新聞、ラジオといったメディアの活用を行っていく。 観光パンフレットや各事業者作成するイベントチラシ等のPRコンセプトや戦略を策定し、統一イメージでの情報発信を進めるとともに、WEBサイトとSNSを効果的に活用し、一元的な情報発信を促進する。 特に地域・住民を積極的に巻き込んだネットワークづくり・コンテンツ発信として、南魚沼ツーリズム協会（地域DMO）の応援団を結成し、南魚沼市の魅力再発見～広く伝え届ける「人＝地域住民」に参画してもらう。 応援団によるSNSでの魅力発信→ターゲット層に周知・関心→ターゲット層による共感・反応→南魚沼ブランド価値向上という流れを作っていく。</p>
-------------------------	--

6. KPI (実績・目標)

(1) 必須KPI

指標項目	単位	H29年 (2017) 実績値	H30年 (2018) 実績値	H31年 (2019) 実績値	R2年 (2020)	R3年 (2021)	R4年 (2022)	R5年 (2023)
●旅行消費額	億円	406	439	441	442	443	444	445
●延べ宿泊者数	万人	15.7	19.3	15.3	16	17	18	19
●来訪者満足度	%	87.4	88.6	87.9	88.8	89.7	90.6	91.5
●リピーター率	%	49.6	55.8	55.5	58.3	61.2	64.2	67.5

※年次及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

<p>【検討の経緯】 南魚沼市の産業振興ビジョン、総合計画、まち・ひと・しごと創生総合戦略を基軸に、2019年度を基準年として目標値を設定する。</p> <p>【設定にあたっての考え方】</p> <p>●旅行消費額 新潟県内観光地 経済波及効果に関する調査結果をもとに、宿泊・日帰りに分けて算出。</p> <p>●延べ宿泊者数 南魚沼市観光協会の集計による</p> <p>●来訪者満足度 雪国観光圏「来訪者満足度等調査」、新潟県観光局「新潟県観光地満足度調査」の南魚沼市分データを活用。2020年度以降は毎年1%向上を目指す。</p> <p>●リピーター率 雪国観光圏「来訪者満足度等調査」、新潟県観光局「新潟県観光地満足度調査」の南魚沼市分データを活用。2020年度以降は毎年5%向上を目指す。</p>
--

(2) その他の目標

指標項目	単位	H29年 (2017) 実績値	H30年 (2018) 実績値	H31年 (2019) 実績値	R2年 (2020)	R3年 (2021)	R4年 (2022)	R5年 (2023)
------	----	-----------------------	-----------------------	-----------------------	---------------	---------------	---------------	---------------

(別添) 様式 1

●外国人観光客宿泊数	万人	0.4	1.1	1.7	3.0	3.5	4.0	5.0
●市内各駅の平均乗車数	人/日	1,545	1,578	—	1,590	1,592	1,595	1,600
●市内 IC 出入口の平均交通量	台/日	6,734	6,939	6,524	6,850	6,880	6,910	6,950
●観光入込客数	万人	354	378	388	420	420	420	420

※項目及び年次・目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

当市の産業振興ビジョン、総合計画、まち・ひと・しごと創生総合戦略を基軸に、2019 年度を基準年として目標値を設定する。

【設定にあたっての考え方】

- 外国人観光客宿泊数
南魚沼市産業振興ビジョンによる
- 市内各駅の平均乗車数
南魚沼市産業振興ビジョンによる
- 市内 IC 出入口の平均交通量
南魚沼市産業振興ビジョンによる
- 観光入込客数
南魚沼市産業振興ビジョンによる

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

(1) 収入

年度	総収入 (円)	内訳
2021 (R3) 年度	107,700,000 (円)	(円) 【国からの補助】 0 【都道府県からの補助金】 0 【市町村からの補助金】 19,100,000 【地方公共団体からの指定管理収入】 50,000,000 【会費収入】 10,600,000 【収益事業収入】 28,000,000 【民間企業等からの寄付】 等 0
2022 (R4) 年度	108,800,000 (円)	(円) 【国からの補助】 0 【都道府県からの補助金】 0 【市町村からの補助金】 19,100,000 【地方公共団体からの指定管理収入】 50,000,000 【会費収入】 10,600,000 【収益事業収入】 29,100,000 【民間企業等からの寄付】 等 0
2023 (R5) 年度	110,000,000 (円)	(円) 【国からの補助】 0 【都道府県からの補助金】 0 【市町村からの補助金】 19,100,000

(別添) 様式 1

		【地方公共団体からの指定管理収入】	50,000,000
		【会費収入】	10,600,000
		【収益事業収入】	30,300,000
		【民間企業等からの寄付】 等	0
2024 (R6) 年度	111,000,000 (円)		(円)
		【国からの補助】	0
		【都道府県からの補助金】	0
		【市町村からの補助金】	19,100,000
		【地方公共団体からの指定管理収入】	50,000,000
		【会費収入】	10,600,000
		【収益事業収入】	31,300,000
		【民間企業等からの寄付】 等	0
2025 (R7) 年度	112,000,000 (円)		(円)
		【国からの補助】	0
		【都道府県からの補助金】	0
		【市町村からの補助金】	19,100,000
		【地方公共団体からの指定管理収入】	50,000,000
		【会費収入】	10,600,000
		【収益事業収入】	32,300,000
		【民間企業等からの寄付】 等	0

(2) 支出

年度	総支出	内訳	
2021 (R3) 年度	107,700,000 (円)		(円)
		【一般管理費】	62,000,000
		【国内プロモーション】	6,000,000
		【海外プロモーション】	2,000,000
		【マーケティング (市場調査等)】	12,000,000
		【観光イベントの開催費、事業仕入等】	25,700,000
2022 (R4) 年度	108,800,000 (円)		(円)
		【一般管理費】	62,600,000
		【国内プロモーション】	6,100,000
		【海外プロモーション】	2,000,000
		【マーケティング (市場調査等)】	12,100,000
		【観光イベントの開催費、事業仕入等】	26,000,000
2023 (R5) 年度	110,000,000 (円)		(円)
		【一般管理費】	63,200,000
		【国内プロモーション】	6,200,000
		【海外プロモーション】	2,000,000
		【マーケティング (市場調査等)】	12,200,000
		【観光イベントの開催費、事業仕入等】	26,300,000
2024 (R6) 年度	111,000,000 (円)		(円)
		【一般管理費】	63,800,000
		【国内プロモーション】	6,300,000
		【海外プロモーション】	2,000,000
		【マーケティング (市場調査等)】	12,300,000
		【観光イベントの開催費、事業仕入等】	26,600,000

(別添) 様式 1

2025 (R7) 年度	112,000,000 (円)	(円)
		【一般管理費】 64,400,000
		【国内プロモーション】 6,400,000
		【海外プロモーション】 2,000,000
		【マーケティング (市場調査等)】 12,400,000
		【観光イベントの開催費、事業仕入等】 26,800,000

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

- ① 着地型旅行商品の造成、販売促進
- ② 宿泊手配等手数料の増収
- ③ 特産品事業の増収
- ④ 観光案内所、アクティビティセンターでの商品販売、レンタル収入の増加
- ⑤ DMOの運営安定化のための県、エリア内市町村からの支援

8. 日本版DMO形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

南魚沼市は、(一社)南魚沼市観光協会を南魚沼市における地域DMOとして登録したいので(一社)南魚沼市観光協会とともに申請します。

現在、一般社団法人南魚沼市観光協会においては、新型コロナウイルスの世界的な蔓延によりその業務の縮小を余儀なくされているものの、平成31年度以前においては、国内はもとより台湾、中国、韓国、欧米豪からのインバウンド誘客促進及び南魚沼産農産物、雪や雪室で育まれた食品加工品、工芸品等の販路拡大に取り組んできたところであり、ポストコロナを見据えた中でも、地域連携DMOである雪国観光圏と連携しながら、より一層の観光誘客及び地域ブランドの確立に繋がることを期待する。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	茂木 浩介
担当部署名 (役職)	一般社団法人南魚沼市観光協会
所在地	新潟県南魚沼市下一日市 855
電話番号 (直通)	025-783-3377 (代表)
FAX 番号	025-783-3388
E-mail	k-mogi@m-uonuma.jp

10. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	新潟県南魚沼市
担当者氏名	腰越 勝利

(別添) 様式 1

担当部署名 (役職)	産業振興部 商工観光課長
所在地	新潟県南魚沼市六日町 180-1
電話番号 (直通)	025-773-6665
FAX 番号	025-773-6710
E-mail	kankou@city.minamiuonuma.lg.jp

都道府県・市町村名	新潟県南魚沼市
担当者氏名	金井 進
担当部署名 (役職)	産業振興部 農林課長
所在地	新潟県南魚沼市六日町 180-1
電話番号 (直通)	025-773-6663
FAX 番号	025-773-6710
E-mail	nougyou@city.minamiuonuma.lg.jp

都道府県・市町村名	新潟県南魚沼市
担当者氏名	西潟 一郎
担当部署名 (役職)	教育委員会 生涯スポーツ課長
所在地	新潟県南魚沼市六日町 865
電話番号 (直通)	025-773-6630
FAX 番号	025-772-8161
E-mail	i-nishikata@city.minamiuonuma.lg.jp

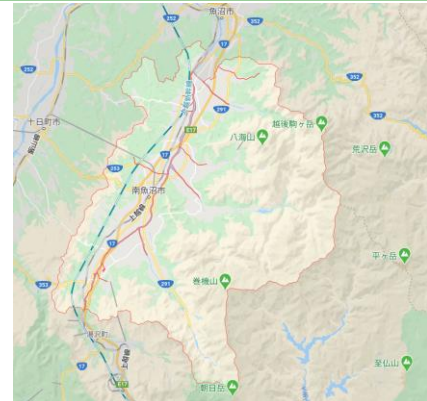
都道府県・市町村名	新潟県南魚沼市
担当者氏名	立川 一成
担当部署名 (役職)	総務部 U & I ときめき課長
所在地	新潟県南魚沼市六日町 180-1
電話番号 (直通)	025-773-6659
FAX 番号	025-772-3055
E-mail	kankou@city.minamiuonuma.lg.jp

法人名:一般社団法人南魚沼市観光協会
登録区分名:地域DMO

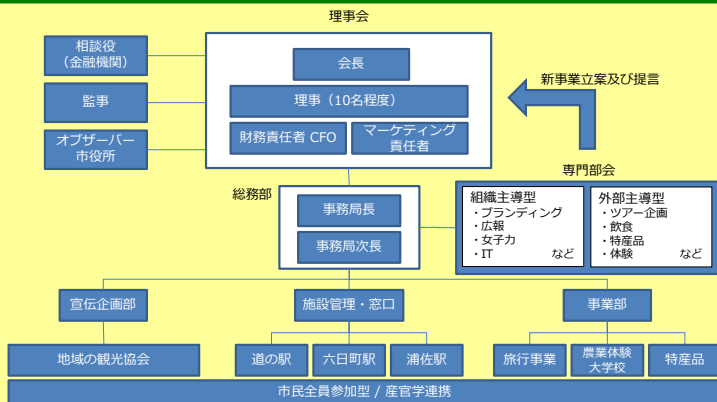
(観光地域づくりのコンセプトを記載)

マーケティング・マネジメントする区域

【主な観光資源】
 南魚沼温泉郷(13ヶ所)、上信越高原国立公園、雲洞庵、牧之通り、越後上布の雪晒し、スキー場(10ヶ所)、南魚沼産コシヒカリ、かぐらなんばん、浦佐毘沙門堂裸押合大祭、新米キャンペーン・本気井



実施体制



【区域】新潟県 南魚沼市
【設立日】2013年9月
【登録日】
【代表者】南雲 武士
【マーケティング責任者(CMO)】
 茂木 浩介
【財務責任者(CFO)】
 寺口 正隆
【職員数】11人
 (常勤11人(正職員8人、臨時職員3人))
【連携する主な事業者】
 六日町観光協会、南魚沼市特産品協会、
 南越後観光バス・新潟県ハイヤー・タクシー協会

合意形成の仕組み

【該当する登録要件】①②
【概要】
 現在、観光協会では、幅広い分野・業種の40団体が参画し、ここから選任された理事に行政を加えたメンバーにより定期的な会議を年6回程度開催し、その会議によって意思決定を行っている。
 今後は、DMOが掲げる戦略及び事業展開についても、連絡調整・情報共有・合意形成を進める。

法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】
 ・ホームページ、パンフレットでの情報発信
 ・広告掲載発信事業
 ・インバウンド誘客事業・招聘事業

【観光資源の磨き上げ】
 ・旅行業による商品企画・造成推進事業
 ・道の駅「南魚沼」の有効活用
 ・南魚沼市観光ガイド活用事業
 ・食に関する地域プロジェクト事業
 ・南魚沼市兼続公まつり事務局業務
 ・6次産業連携推進事業

【受入環境の整備】
 ・浦佐駅観光案内所の開設と管理・運営事業
 ・宿泊施設基本的ストレスフリー環境整備事業

戦略

【主なターゲット】
 ①首都圏に住んでいる20~50代の旅行者
 ②台湾、中国、韓国、欧米豪からの旅行者
 ③新潟へ転動してきた他県出身者及びその家族
 ④首都圏に住んでいる田舎暮らしを志向する30~40代の旅行者
 ⑤首都圏に住んでいる60代以上の旅行者
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
 ①首都圏でのPRイベント、長岡花火や大型音楽イベントに絡めた宿泊・旅行商品造成
 ②地域連携DMOである雪国観光圏と共に、コロナ禍後の海外誘客に向け、多言語音声ガイドの導入等の推進
 ③県内マスメディア活用による魅力発信
 ④田舎暮らしの魅力である自然・農業・文化・工芸等を組み合わせた体験ツアーを造成
 ⑤定年前後以上の比較的時間やお金に余裕がある世代に対し観光コンテンツの磨き上げ~PDCAを実行

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

DMOが主導的に戦略プランの見直し、具体的な事業化を検討・実施。
 人材育成・セミナー等の実施で、顧客満足度UPを図る。南魚沼ブランド登録制度の実施、6次産業・加工品等のおみやげコンクール実施~地域モチベーションUPと外部への発信強化。
 地元メディア活用、統一イメージづくりやWEB・SNSでの一元的情報発信。地域DMOの応援団結成。

KPI(実績・目標)

※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目		2017 (H29) 年度	2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	()	()	()	44,200	44,300	44,400
	実績	40,600	43,900	44,100	()	()	()
延べ宿泊者数 (千人)	目標	()	()	()	160	170	180
	実績	157	193	153	()	()	()
来訪者満足度 (%)	目標	()	()	()	88.8	89.7	90.6
	実績	87.4	88.6	87.9	()	()	()
リピーター率 (%)	目標	()	()	()	58.3	61.2	64.2
	実績	49.6	55.8	55.5	()	()	()

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(農業体験、特産品等) 28百万円、地方公共団体からの指定管理収入 50百万円
【総支出】 108百万円(一般管理費62百万円、観光イベントの開催費・事業費26百万円) ※2022年3月期決算
【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】
 着地型旅行商品の造成、宿泊手配等手数料、特産品事業