観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年　７月３１日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	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	一般社団法人新発田市観光協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 新潟県新発田市	
所在地	新潟県新発田市諏訪町一丁目２番１１号　ＭＩＮＴＯ館内	
設立時期	平成２６年２月１４日	
事業年度	４月１日から翌年３月 31 日までの１年間	
職員数	１１人【常勤６人（正職員３人・契約社員２人・出向等１人)、パート５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） 清田　稲盛樹 （出身組織名） （株）せいだ	令和４年度まで新発田市の産業関係課を束ねる産業戦略監として勤務し、令和５年度に本法人の代表理事として選任された。行政時代の豊富知識を元に新発田市の観光地経営を進めるため、行政と役割分担をしながら事業を推進する。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（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） 井上　雅俊「専従」 （出身組織名） （一社）新発田市観光協会　係長	大学時代４年間に経済学及びマーケティングや経営学、会計学を学び、新発田市観光協会に入社した。その後、法人組織の設立及びＤＭＯ登録をはじめ、協会内の事業企画及びマーケティング分析業務、当協会の方針の作成に取り組んできた。その中で国内旅行業務取扱管理者資格を取得し継続的な地域との合意形成業務に努めている。
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） 井上　雅俊「専従」 （出身組織名） （一社）新発田市観光協会　係長（兼務）	平成２３年の観光協会の立ち上げ、平成２６年の法人化、平成２９年のＤＭＯ候補法人申請に関わってきており、法人の財務状況、収入状況について、整理を行ってきている。現在に至っても新たな財源の模索、経理責任者として従事している。

様式１

<table>
<tr><td>各プロモーション・旅行商品造成部門（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</td><td>（氏名）
佐藤　和紀「専従」
（出身組織名）
（一社）新発田市観光協会　主任</td><td>プロモーション・旅行商品の造成・販売及びおもてなし向上事業の責任者。マスコミ系の専門学校でスポーツライターとしての知識を習得し、その後、旅行会社へ勤務。国内旅行での添乗員業務に従事し、総合旅行業取扱管理者、通訳案内士などの資格を取得した。民間旅行会社でのノウハウを活かしながら旅行商品造成及び地域のおもてなし事業に取り組んでいる。</td></tr>
<tr><td>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</td><td colspan="2">新潟県新発田市
観光振興課（インバウンド等観光客誘致、プロモーション）
農林水産課（新発田産農産物等の販路拡大、農家所得向上）
商工振興課（新発田市内での消費促進、企業誘致）
スポーツ推進課（MICE、スポーツ合宿等誘致）
市民まちづくり支援課（二次交通対策、市民啓発促進）
文化行政課（文化財の活用）</td></tr>
<tr><td>連携する事業者名及び役割</td><td colspan="2">新発田商工会議所（市内事業者への啓発、商品開発）
月岡温泉旅館協同組合、新発田市ホテル旅館協同組合、㈲エス・オー・ディー（宿泊サービスの付加価値向上、改善）
ミライズ、花安、金子屋老舗、菊水酒造（土産品開発、観光消費の拡大）
割烹北辰館、㈲豊谷殿（食の開発、ホスピタリティ向上）
新発田市ハイヤータクシー協会（交通網の整備）
北越後農業協同組合（農畜産品の付加価値向上、観光消費の拡大）
新発田信用金庫（融資等金融支援）</td></tr>
<tr><td>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</td><td colspan="2">【該当する登録要件】①
（概要）観光資源の関係者、宿泊事業者、交通事業者、商工会議所等を当法人の理事として選任し、理事会において法人の意思決定を行う。また、理事会においては行政がオブザーバーとして参画し、役割分担を実施。
〔参考〕登録要件
①取締役、理事など観光地域づくり法人の意思決定に関与できる立場で行政、文化、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画
②観光地域づくり法人が主導して行政や関係団体をメンバーとするワーキンググループなどの委員会等を設置</td></tr>
<tr><td>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</td><td colspan="2">新発田市民で構築される新発田市観光ガイドボランティア協会の事務局を当協会が引き受け、城下町の歴史を中心にガイド養成、ホスピタリティ向上、市民への啓発活動として市報への活動内容の広告を行っている。その他、ガイド協会が中心となり、新発田駅前の事業所を巻き込みながら歩きながら城下町の風情が楽しめるルートづくりを行っており、当協会としても支援をしている。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td colspan="2">【活動の概要】
<table><tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr><tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>・平成 28 年日本版ＤＭＯ設立事業
具体事業内容
ＤＭＯ設立を目指し、インバウンドの足掛かりを作るため、台湾をターゲットに「日本の観光・物産展２０１６」への参</td></tr></table></td></tr>
</table>

		加、「日本博覧会・弘前市文化物産展示会」への参加、台湾旅行エージェント招聘、台湾旅行推進旅行産業交流団の招聘、その他産業事業者招聘を行った。 ・平成 29 年度～令和 6 年度　観光地域づくり法人運営事業 　具体事業内容 　地域づくり法人として、情報発信及びプロモーションを行うため、外国語対応のホームページ改修、新発田市全体の観光ＰＲ動画の作成と多言語化、台湾、中国、韓国などへの新発田市長のトップセールスを通し、海外旅行会社へのプロモーションを行い、月岡温泉への外国人宿泊客の誘客を実施した。 ・平成 29 年度～令和 6 年度　農産物等拡大事業 　具体事業内容 　平成 29 年に台湾「ＦＯＯＤ台北」に出展し、新発田産米を中心として、和菓子や村上市胎内市と協力して各種加工品のＰＲと観光ＰＲを併せて実施した。その後、行政の支援により新発田産コシヒカリの輸出に足掛かりができた。また、新発田産米専用の販売袋を作成し、台湾、香港、シンガポール、ニューヨークなどの都市に新発田市長自身のトップセールスを行い、販売促進と観光ＰＲなどを実施した。 ・平成 28 年度～継続　新発田市観光情報センター運営事業 　具体事業内容 　平成 28 年度から新発田駅前の複合ビルに観光案内所を移し、「新発田市観光情報センター」として運営を行ってきた。外国人観光案内所カテゴリー２を取得し、多言語による旅ナカの案内業務を実施してきた。新型コロナウイルス感染症の流行に伴い、案内所の機能だけではなく旅行商品の販売窓口としても運営している。
	受入環境の整備	・平成 28 年外国人観光案内所整備事業 　具体事業内容 　新発田市からの補助金を活用し、新発田駅前に新設されるビルに「新発田市観光情報センター」を開設し、外国語のできる職員（英語、中国語等）を雇用し、ＪＮＴＯ認定外国人観光案内所カテゴリーⅡを取得した。 ・平成 28 年～継続　新発田市観光情報センター運営事業 　具体事業内容 ＪＮＴＯ認定外国人観光案内所カテゴリーⅡを活用し、随時情報発信と観光客への案内を行っている。また、窓口職員に対し、一定程度英語で案内できるようＯＪＴを通し、教育を行っている。 ・平成 26 年～現在　二次交通対策事業 　具体事業内容

		二次交通対策として新発田市と協働で新潟駅や新潟空港、新発田駅などの交通拠点と月岡温泉と市街地を結ぶバス事業の整備を行っている。平成 30 年度から地元旅行会社と連携し、新潟県の支援も活用した形で新潟空港、新潟駅、月岡温泉を結ぶ周遊ライナーを企画した。現在は、継続した事業となるよう調整を行っている。 ・平成 30 年度～現在　旅行予約手配窓口機能の強化事業 主に韓国観光客向けに予約手配のワンストップ窓口として、宿泊とゴルフプレーと交通の複合手配を実施し、機能強化を図った。令和 2 年度では新型コロナウイルスの各線拡大により、失われた観光需要と取り戻すため、マイクロツーリズムとして、国や県が実施する経済対策事業を活用し、宿泊手配や旅行手配の窓口として顧客に対し販売を実施した。
	観光資源の磨き上げ	・平成 26 年～現在　旅行業事業 具体事業内容 平成 26 年から取得した第三種旅行業を活用し、地域の素材に商品価値がでるよう着地型旅行商品の造成事業を行っている。過去には伝統のまつりの見学ツアーや観光ガイドを活用したまちあるき商品を造成した。 平成 29 年から月岡温泉の宿泊とゴルフプレーとタクシー送迎をパックにした商品を造成し、海外（主に韓国）に対し、月岡温泉の新たな付加価値商品とセールスコールを実施した。 その他、従来からある新発田市の観光資源と月岡温泉との宿泊、地域の食や体験などを組み合わせた商品造成やスポーツ施設や文化施設を活用した合宿や大会などの宿泊手配により、それぞれのターゲットに合わせた情報発信と顧客目線での利用しやすいサービスへのブラッシュアップを行っている。 ・平成 23 年（任意団体設立時）～現在各種イベント開催事業 平成 23 年度の立ち上げ時から「新発田の春まつり」「しばたあやめまつり」「城下町新発田まつり開催事業」など伝統的に協会が担ってきた事業について、市民並びに各種事業者と協働で事業を進めてきた。これらの事業に関して協会の母体となる事業と定義し、事業内容の棚卸を実施しながら来客者の意見を吸い上げ、検証し改善していくとともにハード面、ソフト面ともに助言できる体制づくりを行う。

様式１

【定量的な評価】

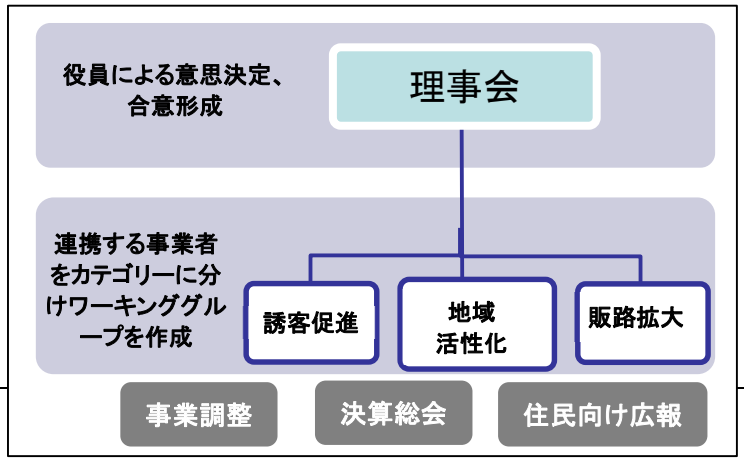
項目【単位】		2022（R4）年度		2023（R5）年度		2024（R6）年度		2025（R7）年度		2026（R8）年度	
		目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績
必須KPI											
①－１ 旅行消費額（総額）【百万円】	全体	－	22,117	－	27,427	30,000	30,164	31,000		32,000	
	インバウンド	－	－	－	－	－		－			
①－２ 旅行消費額（一人当たり単価）【円】	全体	－	41,355	40,000	40,675	43,000	42,158	45,000		47,000	
	インバウンド	－	－	－	－	－		－			
直近のKPI達成状況に対する分析		旅行消費額の全体は目標値をわずかに上回った。一人当たり消費額は調査中であるが、昨今の物価高の影響もあり、消費額が増え一方で定量指標はないが、旅館単価も上がってきており、尖ったコンテンツ・サービスがなければ消費されにくいことから今後特化サーると考えている。									
②延べ宿泊者数【千人泊】	全体	－	259	－	278	300	293.7	310		320	
	インバウンド	－	1	－	2	10		20		30	
直近のKPI達成状況に対する分析		旅行消費額は目標値を超えた一方、宿泊者数は目標値を達成できなかった。これは、物価高の影響から稼働率よりも単価があがってた、伸び率としてみても宿泊者数はそこまで伸びていないことから、人数よりも一人単価を増やして行く必要性があると考える。									
③来訪者満足度【%】	全体	－	97.4	95	93.4	95	93.9	95		95	
	インバウンド	－	－	－	－	－		－		－	
直近のKPI達成状況に対する分析		過去2年との比較の中で、日本全体における価格転嫁による影響から満足度の微増に留まっていると考えられる。一方でニーズに合わる効果により、微増したものとも考えられる。 なお、令和7年度からは温泉地限定のヒアリング型アンケートから市内の各種観光施設におけるヒアリング型アンケートに変更し、内容観光地パラメータ調査とする予定である。									
④リピーター率【%】	全体	－	69.9	65	61.1	65	59.6	65		65	
	インバウンド	－	－	－	－	－		－		－	
直近のKPI達成状況に対する分析		華風の日本一の旅館認定により、相対性に月岡温泉の知名度があがり「新規客の大量流入」により、相対的な割合が低下しており、高する一見客の増加が顕著です。常連客の固定化から、幅広い層を惹きつけるメジャー観光地への転換期にあり、今後は「また来たい」強化が課題。									
その他の目標											
Webサイトのアクセス状況【回】	全体	－	165,891	180,000	95,007	200,000	181,827	220,000		230000	
	インバウンド	－	2,724	4500	1,266	5000	2,629	6,500		8,000	
直近のKPI達成状況に対する分析		昨年度はGAの仕様が変わり、一部取得できていなかったが、今回は1年間取得できた。しかし、目標値を達成は、プロモーション用のホームページに関する役割（顧客にとっての目的）の設定がしっかりできていないことがていると考える。									
住民満足度【%】		－	－	－	－	－	－	－			
直近のKPI達成状況に対する分析		現在取得していない。									
観光入込客数【人】		－	1,820,703	－	1,992,261	2,300,000	1,957,000	2,500,000		2,800,000	
直近のKPI達成状況に対する分析		急激な需要回復により2023年にピークを迎えたが、現在は混雑や物価高の影響で**「量的拡大の踊り場」に差し掛かっています。新規いるものの、持続的な成長にはリピーターを呼び戻す「質の高い体験」への転換**が不可欠な局面となっている。									

実施体制
※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。

【実施体制の概要】

（一社）新発田市観光協会の理事に宿泊業者、飲食業者、交通事業者、アクティビティー、農林水産業、商工業などのステークホルダーを集め法人の意思決定、合意形成を行う。また、各理事に誘客促進、地域活性化、販路拡大というカテゴリーごとにワーキンググループをつくり、戦略策定や事業調整、ターゲットやテーマ別の協議が行える体制を整えている。

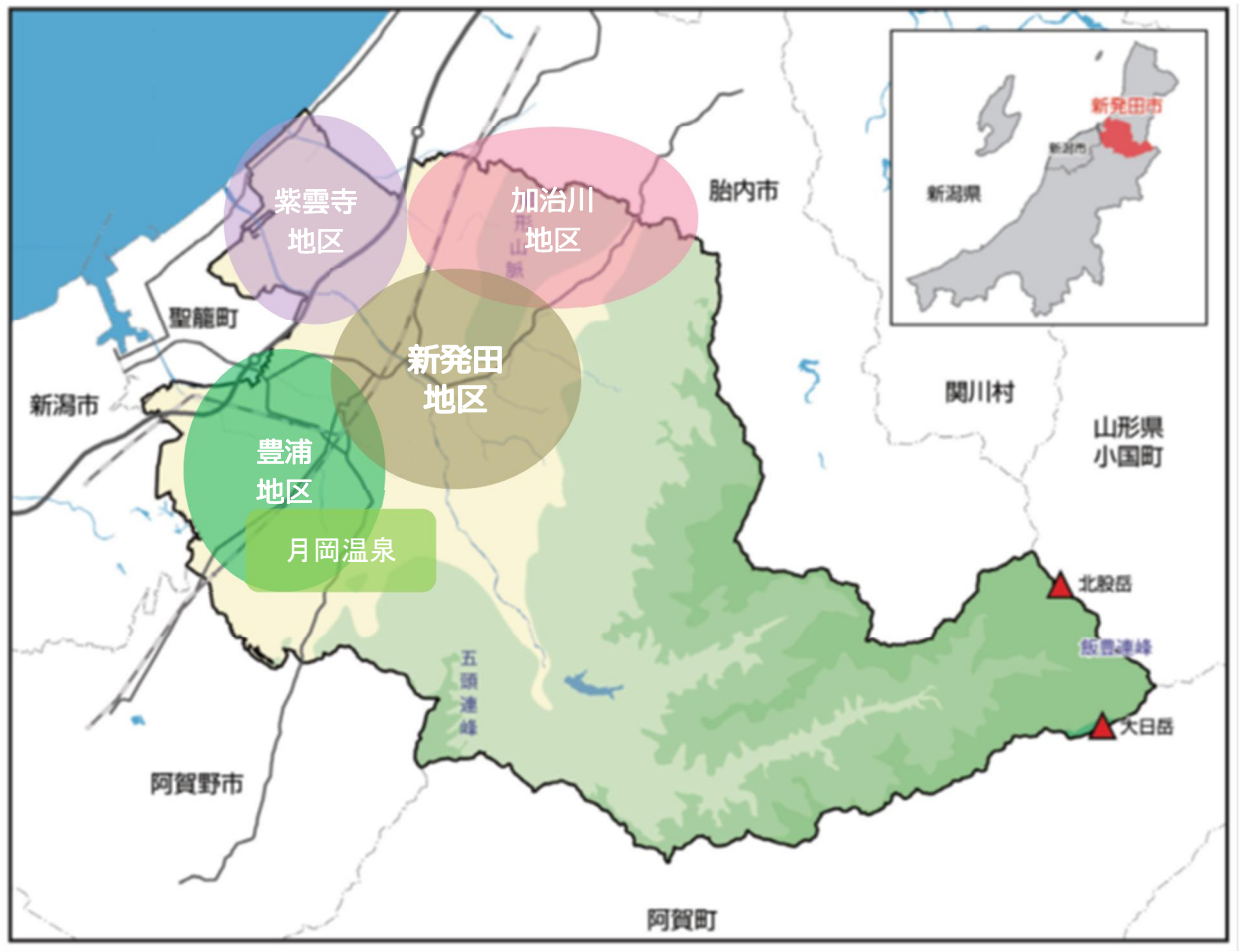
【実施体制図】



様式１

２．観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

現在の新発田市は、平成 15 年 7 月に県内でも有数の温泉地「月岡温泉」を有する旧豊浦町と、平成 17 年 5 月には、海、川、山の自然資源を有する旧紫雲寺町、旧加治川村が合併することで誕生した。県内最大級の宿泊施設を有する月岡温泉をプラットフォームとし、城下町の歴史文化資源や、山、川、海のアクティビティが全て揃っている恵まれた自然資源を有機的に連携させることで観光客目線での受入に繋げることができる。また、加治川が潤す肥沃な大地の恵みを受け、生産されたコシヒカリ、アスパラガス、イチゴ「越後姫」などの農産物や、これらを原材料とした和菓子、食品加工品等を活用し効率的なサプライチェーンを構築することができる。

このことから、新発田市全域をマーケティングエリアとする。

また、旅行目的の多様化から首都圏、関西圏、インバウンド誘客などは、村上市、胎内市、関川村、粟島浦村、聖籠町、阿賀野市等と有機的な連携を図り、協働で事業を展開している。

【観光客の実態等】

※設定区域における観光客入込客数、延べ宿泊者数、消費額等を踏まえて記入すること。

様式１

新発田市の観光客の令和5年度の入込数については、全体で1,992,261人で延べ宿泊者数約278,000人となっており、観光消費額の推計は27,426百万円となっている。コロナ禍が終わり、通常の観光客の受け入れを実施しているが、平成30年（2018年）の観光入込客数約2,600,000人、延べ宿泊者数約350,000人にはまだ戻り切っていない現状である。

月岡温泉では平成28年に実施したアンケート結果から宿泊客利用のうち自家用車で利用される割合は81.8%、直近の都道府県別利用割合では、新潟県内利用客が57.82%、関東地方24.18%となっていたが、令和5年度では月岡温泉全体利用者の県内居住者利用は約69%となっており、県外からの客数がコロナ前から戻り切っていない現状となっている。特に県内客の中でも新発田市を含む周辺市町村の利用客が多いことが宿泊客数の伸び悩みとなっている。

以上のことから、新発田市に訪れる観光客は周辺市町村の居住者で自家用車利用が多く、観光消費についても宿泊料を中心に使われている現状となっている。

【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】

※観光資源の活用方法についても記入すること。

ジャンル	観光資源	活用方法
温泉	月岡温泉、紫雲の郷、百花の里城山温泉、新発田温泉あやめの湯	主に月岡温泉について、産業プラットフォームの位置づけとして、情報発信基地、地産品のサプライチェーンの構築、顧客満足度の充実を図るため、空き店舗の活用などを行っている。
歴史・文化	新発田城、清水園、菅谷不動尊、市島邸、五十公野御茶屋、刀剣伝承館、旧県知事公舎記念館、蕗谷虹児記念館、蔵春閣（大倉喜八郎別邸）	江戸時代からの意匠が残る街並みと景観を維持しながら、新発田市の歴史と文化を伝えられるよう観光ガイドボランティアとの街歩きなどにより情報発信している。
伝統行事	城下町新発田まつり、岡田大日堂火渡り修行、天王まつり、花市、新発田豊年秋まつり、義士祭、月岡温泉どんど祭り、菅谷寺節分会、赤谷どんつきまつり、大友稲荷初午祭	新発田の文化と伝統を伝える各種歴史的行事を市民と一緒に開催し、維持・運営している。
自然	二王子岳（日本二百名山）、櫛形山脈大峰山、大峰山橡平サクラ樹林（天然記念物）、藤塚浜海水浴場（日本海）、新潟県立紫雲寺記念公園（オートキャンプ場）、荒川剣龍峡、焼峰山、俎倉山、蒜場山、内の倉ダム、加治川治水記念公園、加治川堤、滝谷森林公園	行政による山道管理や海水浴場の管理により、安心安全なアクティビティスポットとして運営している。
スポーツ施設	五十公野公園【陸上競技場（収容数2,188人）、野球場（収容人数11,000人）、天然芝多目的グラウンド、テニスコート（6面）、屋内体育施設サンビレッジしばた（バスケットコート2面／バレーボールコート2面、テニスコート2面／バドミントンコート8面、卓球場等）】 カルチャーセンター【メインアリーナ（収容数1126席）、卓球場、剣道場、柔道場】 新発田中央公園【人工芝グラウンド（サッカー、ラグビー用）、テニスコート】	スポーツカルチャーツーリズムとして、各種合宿誘致やスポーツ大会の誘致、新発田市内でのスポーツ大会の開催により、地域経済の活性化、市民交流などを進め、スポーツを通じた地域環境の充実に努める。
地産品	米、アスパラガス、越後姫、新発田牛、日本酒、和菓子、各種加工品等	新発田産農産物の輸出を通し、新発田市のＰＲと販路拡大により、持続可能

	＜施設＞ 市島酒造、菊水酒造、道の駅加治川	な農業、商工業の仕組みづくりとインバウンド誘客に活用している。
イベント	新発田城址公園桜まつり、加治川桜まつり、松塚漁港魚まつり、全国うまいもん横丁、城下町しばた全国雑煮合戦	新発田市の各種観光素材を活用したイベント開催により、新発田市のＰＲと観光客の受け入れに繋げる。
スポーツ、アクティビティ、体験	紫雲ゴルフ倶楽部、フォレストゴルフクラブ、ノーブルウッドゴルフクラブ、中峰ゴルフ倶楽部、新発田城カントリー倶楽部、ニノックススキー場、アドバンファームしばた、倉島りんご園	地域の素材を点ではなく線で結ぶため、月岡温泉宿泊客を対象にスポーツアクティビティであるゴルフプレーとのパック商品の卸販売により、観光素材の磨き上げを行っている。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

地区	ホテル・旅館		
	軒数	客室数	収容人員
豊浦地区（月岡温泉）	15	546	3003
新発田地区	10	416	624
紫雲寺地区	6	58	271
合計	31	1,020	3,898

【利便性：区域までの交通、域内交通】

交通区分	内容
列車（JR）	東京駅から新発田駅・・・・・・　約 2 時間 20 分 大阪駅から新発田駅・・・・・・　約 6 時間 7 分（東京駅経由）
飛行機	北海道札幌市・新千歳空港から新潟国際空港・・・・・　約 1 時間 25 分 愛知県名古屋市・中部国際空港から新潟国際空港・・・　約 1 時間 5 分 愛知県名古屋市・小牧空港から新潟国際空港・・・・・　約 1 時間 5 分 大阪府・伊丹空港から新潟国際空港・・・・・・・・・・　約 1 時間 10 分 福岡県・福岡空港から新潟国際空港・・・・・・・・・・　約 1 時間 55 分 千葉県・成田空港から新潟国際空港・・・・・・・・・・　約 1 時間 10 分 韓国・仁川空港から新潟国際空港・・・・・・・・・・・　約 2 時間 中国・浦東空港から新潟国際空港・・・・・・・・・・・　約 3 時間 中国・ハルビン太平国際空港から新潟国際空港・・・・　約 2 時間 15 分 台湾・桃園国際空港から新潟国際空港・・・・・・・・・　約 3 時間 15 分 ※新潟国際空港より路線バスで新潟駅経由新発田駅・・・・約 1 時間 5 分 ※新潟国際空港より車で新発田駅・・・・・・・・・・・・・約 40 分 ※新潟国際空港より月岡温泉行周遊ライナー・・・・・・・・約 2 時間 30 分
車	○東京から 　関越自動車道経由　東京・練馬 IC から新潟空港 IC から聖籠・新発田 IC ・・約 4 時間 30 分（新潟空港 IC 日本海東北自動車道） ○大阪・京都方面から 　阪神・名神自動車道経由　米原 JCT から新潟空港 IC から聖籠新発田 IC ・・約 6 時間 30 分（米原 IC 北陸自動車道　新潟空港 IC 日本海東北自動車道）

	○盛岡方面から 東北自動車道　盛岡南 IC から郡山 JCT から安田 IC から新発田市 ・・約 5 時間 50 分 ○青森・秋田方面から 青森自動車道、東北自動車道から小坂 JCT から河辺 JCT から聖籠・新発田 IC ・・（小坂 JCT 秋田自動車道、河辺 JCT 日本海東北自動車道）約 6 時間 30 分
域内交通	○新発田駅から月岡温泉 JR 羽越本線　新発田駅から月岡駅・・・・約 9 分 路線バス　　月岡駅から月岡温泉街・・・約 10 分 路線バス　　新発田駅から月岡温泉街・・約 20 分 ※路線バスについては、平日のみ運行 車で　　新発田駅から月岡温泉街・・約 15 分 ※新潟国際空港より月岡温泉行周遊ライナー・・・・・・・約 2 時間 30 分

【外国人観光客への対応】

区分	対応内容
観光案内所整備	新発田駅前に設置した「新発田市観光情報センター」をＪＮＴＯ認定観光案内所「カテゴリーⅡ」を取得し、英語並びに中国語ができるスタッフを配置し対応している。
パンフレット作成	英語、中国語（簡体字、繁体字）用の観光パンフレットを作成し、観光案内、観光ＰＲに活用している。
Ｗｉ－Ｆｉ環境整備	新発田市並びに観光施設を中心に「Shibata_City_Free_Wi-Fi」を設置している。その他、ほとんどの宿泊施設を中心にＷｉ－Ｆｉ環境が整備されている。
外国人向けホームページ	観光協会ホームページ「しばた観光ガイド」を英語翻訳し、インターネットを通じ観光ＰＲを行っている。
デジタルサイネージ	新発田市観光情報センターに設置した「デジタルサイネージ」を多言語化し、口頭での職員案内を併せて観光案内を行っている。

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
旅行消費額	効果測定、経済波及効果の分析、評価・改善の基礎資料	観光庁公表「共通基準による観光入込客統計」から新潟県を抽出し、過去のデータから新発田市限定の観光消費額を推計
延べ宿泊者数	効果測定、経済波及効果の分析、評価・改善の基礎資料	新発田市統計による旅館・ホテルへのアンケート調査
来訪者満足度	効果測定、経済波及効果の分析、評価・改善の基礎資料	新発田市統計による旅館・ホテルへのアンケート調査
リピーター率	効果測定、経済波及効果の分析、評価・改善の基礎資料	新発田市統計による旅館・ホテルへのアンケート調査
ＷＥＢサイトのアクセス状況	効果測定、経済波及効果の分析、評価・改善の基礎資料	Google アナリティクス

住民満足度	今後集計予定	今後集計予定

※2022-2023 の KPI 目標値はコロナ禍により、適性な数値が把握、設定できなかったことから設定しなかった。ある程度平年値として把握できることが見込まれたため 2024 年から再度設定した。

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

新発田市では、製造業、建設業、卸売小売業、農業が主要な産業であったが、平成 15 年に旧豊浦町と合併し「月岡温泉」を有することで、宿泊業、飲食サービス業の付加価値額が飛躍的に伸びた結果、市内の就業人口の増加や卸売業、小売業への波及効果の影響が大きくなった。

しかし、近年の人口減少、ニーズの多様化、団体旅行客の減少と個人旅行の増加といった旅のスタイルの変化から、当市においても事業所数、就業人口の減少が進んでいる。とりわけ小売業、卸売業の事業所数の減少が顕著であった。また、県都新潟市と隣接はしているものの観光交通拠点である新潟駅、新潟空港からのアクセスの課題、内需がベースとなっていることから観光客向け土産品の不足、ＩＣＴの活用不足などの要因により、観光による地域に及ぼす経済効果が薄い状態が続いていた。

2019 年から発生した新型コロナウイルスにより団体旅行及び県外観光客の需要が喪失したことにより、観光消費額も減少しており、増え始めたインバウンド客も０に近い数字となった。月岡温泉の知名度は高いものの、それ以外の観光素材が弱いため、観光客の周遊が少なく月岡温泉利用者の居住地が周辺市町村に偏っていることから滞在日数も少ないため、経済裨益効果が弱い結果となっている。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ◆歴史・文化：新発田藩 10 万石の風情と文化が色濃く残る城下町 新潟県内で唯一の江戸時代からの城郭が残る新発田城 国重要文化財足軽長屋に国指定名勝の溝口家下屋敷の清水園 ◆温泉街：田園風景にたたずむ家族利用に適した個性豊かな旅館「歩いて楽しい温泉街」月岡温泉 国内随一の硫黄成分含有量を誇る、エメラルドグリーンの美肌温泉 新潟の酒、発酵食品、米菓を楽しめるお店やイルミネーションが集積した温泉街 ◆ガストロノミー：清流が育んだ豊かな食文化 アスパラガスや越後姫など高品質な農産物、日本酒、和菓子、4 つの日本酒蔵を有し、その一つ菊水は全国的に高い知名度	弱み（Weaknesses） ◆景観整備・統一感の不足による魅力の低減とブランド価値低減 月岡温泉街のメイン通りに廃屋が放置されるなど、街歩きを楽しむ温泉街の風情が失われている 設備投資の遅れから団体客受入のための設備が残っており、観客ニーズや“特別感”と合致しない施設が一定数存在 ◆地域内・エリア内の観光コンテンツ不足による滞在日数の低下 宿泊施設と観光施設の連携が進んでいない。エリア間周遊が少なく、更なる観光消費拡大を図れる機会を逃している ◆観光客の利便性が不十分なことによる機会損失 観光客向けの交通網整備や WEB 予約活用、コンテンツのリスト化が不十分であり、潜在的な機会損失を招いている

様式１

外部環境	機会（Opportunity） ◆パーソナライズされたサービスの需要増 団体旅行需要の消失、密回避のため個人旅行ニーズ上昇 ◆インバウンド観光客の再始動・活発化 新潟空港へ台湾直行便就航、クルーズ船の再開など、インバウンド観光客の受入が活発化 ◆観光に関する投資機運の醸成 コロナ禍により、観光を収益の柱とするような動きが増加傾向 月岡温泉街での空き家リノベーションや景観整備を進めるミライズの取組や、寺町エリアでの「寺開き」など城下町文化の磨き上げ、飲み屋街で新規顧客開拓に向けた「バルイベント」等	脅威（Threat） ◆社会状況の変化・ニーズの多様化 多様化したニーズを把握することが難しくなっている。事業者は勘に頼った経営ではなくデータを活用した事業運営が求められる インバウンド需要が増加してきているが、標識や案内など受入環境整備が必須となっている ◆他地域の温泉街との競合 新潟県内のみならず温泉・ガストロノミー・歴史・文化を強みとしているエリアが複数あるため、差別化が重要 ◆アフターコロナの顧客の消費行動の変化 コロナ禍を経て、消費行動が大きく変動しており、旅館の楽しみ方にもイノベーションが求められている

※上記に加え、ＰＥＳＴ分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

○ＰＥＳＴ分析

＜Political（政治的）＞	＜Social（社会的）＞
◆経済対策事業が終了（割引キャンペーン等） ◆ＤＭＯの登録要件の厳格化 ◆事業再構築補助金や地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業などの観光地に対する支援	◆コロナ禍における需要の変化（顧客のニーズの変化） ◆社会情勢の変化に伴うインフラ料金の値上げに伴う原材料価格の高騰 ◆消費者の割引慣れ
＜Economic（経済的）＞	＜Technological（技術的）＞
◆インバウンド需要の回復 ◆人手不足 ◆団体旅行の大幅減少 ◆インターネット等の対面しない予約の増加	◆ICT を活用した観光サービスの提供 ◆現金決済離れとオンライン決済の増加 ◆ICT の進歩による各種データの連携と複合分析

（３）ターゲット

○第１ターゲット層
家族の絆を深めるため、三世代が揃う親の長寿を祝いたい女性

○選定の理由
　年々家族利用が多くなってきた背景として旅行は家族でいくものとして定着してきた。特に大切にしたいと考えている誕生日に親の誕生日が上から２番目に入っており、世代間の交流が高付加価値につながると考える。また、月岡温泉は家族利用が８割であり、長寿祝いなどの利用に絞ることで三世代が揃い、過去に来ていた層には懐かしさ、新たな若い世代には目新しさなどを感じてもらい、リピート客となっていただき、多様な世代が利用しやすいブランドイメージを構築できると考える。

○取組方針
　ターゲットの親世代はかつて月岡温泉を利用したことがある世代で長寿の祝いを久しぶりに月岡温泉を利用していただき、かつての懐かしさと生まれ変わる温泉街の違いを楽しめる。また、ターゲット世代は親や子など、家族の人生の節目を一緒に祝うことで家族の絆を深めたいと思っている層。高級感があり、ノスタルジックな温泉街で新潟が誇る米と酒と田園風景と美人になれる温泉で自らもリフレッシュできる。その他、ターゲットの子世代は敷居が高いと感じていたが、祖父母、親世代と一

緒にくることで、温泉だけではなく再生を始めた新しい温泉街での街歩きを楽しみながら、多種多様な旅館で自分にあった楽しみ方を見つける。
○インバウンド　第１ターゲット層 日本で高品質な旅の想い出を作りたいアジア圏のラグジュアリー層
○選定の理由 　現在新潟県は主にアジア圏が主要な客層となっており、特に新潟県北部地域ではその傾向が顕著である。目玉となる観光地がないことから、観光の目的として設定されていないため、素通りまたは１泊のみの利用となってしまっている。現在韓国では、ゴルフ利用者が年々増えてきており、また、韓国国内でゴルフ利用料が高騰し始めている現状もあることから新発田市内には個性豊かなゴルフ場が5つあり、温泉と高品質な新潟の酒や米を楽しめるエリアとすることで特に韓国のラグジュアリー層をターゲットにすることで強いフックとして機能することを期待している。 ○取組方針 　目的となり得る韓国を始めとしたアジア圏のラグジュアリー層をターゲットとすることで高品質な温泉とゴルフ場、その他新潟文化を楽しめるエリアとしてブランディングすることで、滞在日数の向上と観光消費を促進することができる。
○インバウンド　第２ターゲット層 　佐渡の世界遺産を踏まえた欧米豪のラグジュアリー層
○選定の理由 　佐渡の世界文化遺産登録により、佐渡にはアジア圏のみならず相当数の欧米豪インバウンド客が見込める。しかしながら、佐渡の宿泊にはキャパシティがあることから、地理的にも近く、改修によりベッドが増えた月岡温泉を本土側の起点とすることから継続したターゲットとしていく。 ○取組方針 　新潟文化の高品質な酒や米といった食事や温泉をより楽しみやすくプロモーションを実施しながら長期滞在を狙えるよう新潟県北エリアの市町村と連携しながら、足りない素材を補い合う取り組みを実施する。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	「懐かしさ」と「癒し」が家族のきずなを深める温泉街・新発田市・月岡温泉
②コンセプトの考え方	世代を超えて愛される「日本の原風景と温泉街でノスタルジックな体験と美肌温泉と食が奏でる極上の癒し空間」を提供する 　**多様な世代の家族が楽しめる旅館** 　個性豊かな魅力に富む旅館で、多様な世代の家族が大事な日をお祝いすることができる 　**再生を始めた温泉街** 　高度経済成長期に作られた温泉街の懐かしさとリノベーションによるサステナブルな雰囲気を感じることができる 　**美人になれる温泉** 　月岡温泉は日本トップクラスの硫黄含有量で美肌効果が高く、足を踏み入れた瞬間に硫黄の匂いを感じることができる 　**田舎の田園風景と米と酒** 　新潟の代表的な食事文化である「米と酒」を、懐かしい田園風景の中で試飲やコシヒカリに合うおかずとともに堪能することができる

様式１

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 ※頻度が分かるよう記入すること。	理事会並びにカテゴリーごとのワーキンググループ
	多様な関係者で構成する理事会を年3回から4回程度開催し、事業計画、予算、事業報告、決算などを議論する。その他、行政担当課を含む商工業者、農林漁業者、宿泊事業者、交通事業者、地域住民等を含むカテゴリーごとのワーキンググループを年3から4回程度開催し、事業と戦略調整を実施する。 また、活動の意義・内容・成果など社会の分析結果等を記載した事業報告書作成しを年1回開催する定時社員総会で、市内各事業者を中心に約240名程度の会員（社員）と合意形成、戦略共有を行う。
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	地域一括予約サイト「shibata-trip」やその他観光情報センターに訪れる観光客のデータ並びに新発田城表門前での商品販売により、新発田市内の観光地に来場する顧客の動向、特性について分析を行っている。その情報をもとに商品の仕入れや商品開発に活用しており、今後、理事並びに会員向けにデータダッシュボードを公開し、共有する予定としている。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信･プロモーション	プロモーションにおける役割を行政とＤＭＯで分け、新規顧客の獲得などをトップセールスとともに実施するのを行政が、観光サービスの向上的な提供状況や観光客目線のプロモーションをＤＭＯが実施する形としている。また、ツールとしては新発田市観光協会ホームページ「しばた観光ガイド」を基本的な情報発信、地域一括予約サイト「shibata-trip」では決済まで完了できる一元窓口として、常時提供できる観光サービスの販売サイトとして運用する。 また、上記ＷＥＢ上の発信と合わせ、ＪＮＴＯ認定外国人観光案内所カテゴリーⅡを取得した新発田市観光情報センターで観光案内を含めた宿泊予約、交通手配、飲食店手配などのワンストップサービスを実施する。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

６．ＫＰＩ（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後３年間における明確な数値目標を記入すること。
※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去３年間の実績も記入すること。

（１）必須ＫＰＩ

項目【単位】		2022（R4）年度		2023（R5）年度		2024（R6）年度		2025（R7）年度		2026（R8）年度		2027（R9）年度	
		目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績
必須KPI													
①－１ 旅行消費額（総額）【百万円】	全体	－	22,117	－	27,427	30,000	30,164	31,000		32,000		33000	
	インバウンド	－	－	－	－	－		－					
①－２ 旅行消費額（一人当たり単価）【円】	全体	－	41,355	40,000	40,675	43,000	42,158	45,000		47,000		49000	
	インバウンド	－	－	－	－	－		－					
直近のKPI達成状況に対する分析		旅行消費額の全体は目標値をわずかに上回った。一人当たり消費額は調査中であるが、昨今の物価高の影響もあり、消費額が増えていると考えられる。一方で定量指標はないが、旅館単価も上がってきており、尖ったコンテンツ・サービスがなければ消費されにくいことから今後特化サービスの必要性が増していると考えている。											
②延べ宿泊者数【千人泊】	全体	－	259	－	278	300	293.7	310		320		330	
	インバウンド	－	1	－	2	10		20		30			
直近のKPI達成状況に対する分析		旅行消費額は目標値を超えた一方、宿泊者数は目標値を達成できなかった。これは、物価高の影響から稼働率よりも単価があがっていることが考えられる。また、伸び率としてみても宿泊者数はそこまで伸びていないことから、人数よりも一人単価を増やして行く必要性があると考える。											
③来訪者満足度【%】	全体	－	97.4	95	93.4	95	93.9	95		95		95	
	インバウンド	－	－	－	－	－		－		－			
直近のKPI達成状況に対する分析		過去2年との比較の中で、日本全体における価格転嫁による影響から満足度の微増に留まっていると考えられる。一方でニーズに合わせた客室等の改修による効果により、微増したものとも考えられる。 なお、令和7年度からは温泉地限定のヒアリング型アンケートから市内の各種観光施設におけるヒアリング型アンケートに変更し、内容も共通基準を参考にした観光地パラメータ調査とする予定である。											
④リピーター率【%】	全体	－	69.9	65	61.1	65	59.6	65		65		65	
	インバウンド	－	－	－	－	－		－		－			
直近のKPI達成状況に対する分析		華鳳の日本一の旅館認定により、相対性に月岡温泉の知名度があがり「新規客の大量流入」により、相対的な割合が低下しており、高満足度でも一度で完結する一見客の増加が顕著です。常連客の固定化から、幅広い層を惹きつけるメジャー観光地への転換期にあり、今後は「また来たい」と思わせる再訪動機の強化が課題。											

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

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】

令和４年度まではコロナ禍ということもあり、インバウンドに係る指標のみならず国内の実績もマクロ数字としては意味をなさないものとなってしまった。また、令和５年度は役員体制を見直し、ステークホルダーを理事として就任いただき、改めて目標値及び項目設定について協議する予定としている。

・・・

●来訪者満足度
令和７年度現在は、新潟県で実施する県内温泉地満足度調査を使用しKPI設定を行っている。宿泊地となる月岡温泉の満足度のみ調査していることから、市街地の日帰り観光客の満足度が取得できるよう方法を検討している。
・・・

様式１

2022（Ｒ４） 年度	（円） 187,481,610	（円） 【国からの補助金】　2,165,500 円 【都道府県からの補助金】　0 円 【市町村からの補助金】　54,476,000 円 【公物管理受託】　0 円 【収益事業】　117,895,529 円 【会費】　2,695,000 円 【特定財源（負担金）】　3,844,633 円 【その他収入】　404,948 円
2023（Ｒ５） 年度	（円） 108,327,407	（円） 【国からの補助金】　0 円 【都道府県からの補助金】　0 円 【市町村からの補助金】　60,476,000 円 【公物管理受託】　0 円 【収益事業】　37,975,142 円 【会費】　2,549,000 円 【特定財源（負担金）】　6,962,033 円 【その他収入】　365,232 円
2024（Ｒ６） 年度	（円） 121,070,217	（円） 【国からの補助金】　2,500,000 円 【都道府県からの補助金】　0 円 【市町村からの補助金】　56,476,000 円 【公物管理受託】　0 円 【収益事業】　49,777,673 円 【会費】　2,595,000 円 【特定財源（負担金）】　8,836,462 円 【その他収入】　885,082 円
2025（Ｒ７） 年度	（円） 103,887,000	（円） 【国からの補助金】　0 円 【都道府県からの補助金】　0 円 【市町村からの補助金】　56,476,000 円 【公物管理受託】　0 円 【収益事業】　38,610,000 円 【会費】　2,550,000 円 【特定財源（負担金）】　6,000,000 円 【その他収入】　251,000 円
2026（Ｒ８） 年度	（円） 103,887,000	（円） 【国からの補助金】　0 円 【都道府県からの補助金】　0 円 【市町村からの補助金】　56,476,000 円 【公物管理受託】　0 円 【収益事業】　38,610,000 円 【会費】　2,550,000 円 【特定財源（負担金）】　6,000,000 円 【その他収入】　251,000 円
2027（Ｒ９） 年度	（円） 103,887,000	（円） 【国からの補助金】　0 円

		【都道府県からの補助金】　0 円 【市町村からの補助金】　56,476,000 円 【公物管理受託】　0 円 【収益事業】　38,610,000 円 【会費】　2,550,000 円 【特定財源（負担金）】　6,000,000 円 【その他収入】　251,000 円

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度	（円） 182,268,743	【一般管理費】　7,732,106 円 【情報発信・プロモーション[i]】10,441,348 円 【受入環境整備等の着地整備】6,829,992 円 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】7,262,142 円 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】0 円 【観光イベントの開催費】7,671,780 円 【伝統行事開催費】　6,672,922 円 【収益事業】123,665,065 円 【施設管理】14,978,727 円
2023（Ｒ５） 年度	（円） 103,929,043	【一般管理費】　8,644,834 円 【情報発信・プロモーション[ii]】7,657,390 円 【受入環境整備等の着地整備】8,663,600 円 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】5,000,010 円 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】0 円 【観光イベントの開催費】9,728,498 円 【観光施設運営】　10,788,252 円 【地域支援負担金等事業】　7,131,440 円 【収益事業】44,426,389 円
2024（Ｒ６） 年度	（円） 117,799,749	【一般管理費】　8,458,017 円 【情報発信・プロモーション[iii]】11,804,717 円 【受入環境整備等の着地整備】9,296,160 円 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】7,977,641 円 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】0 円 【観光イベントの開催費】12,382,538 円 【観光施設運営】　11,879,880 円 【地域支援負担金等事業】　4,503,000 円 【収益事業】50,174,029 円
2025（Ｒ７） 年度	（円） 103,359,000	【一般管理費】　9,989,000 円 【情報発信・プロモーション[iv]】2,000,000 円 【受入環境整備等の着地整備】9,500,000 円 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】6,000,000 円 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】0 円 【観光イベントの開催費】6,765,000 円 【観光施設運営】　8,560,000 円 【地域支援負担金等事業】　4,200,000 円 【収益事業】31,860,000 円
2026（Ｒ８） 年度	（円） 103,359,000	【一般管理費】　9,989,000 円 【情報発信・プロモーション[v]】2,000,000 円 【受入環境整備等の着地整備】9,500,000 円

		【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】6,000,000 円 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】0 円 【観光イベントの開催費】6,765,000 円 【観光施設運営】　8,560,000 円 【地域支援負担金等事業】　4,200,000 円 【収益事業】31,860,000 円
2027（Ｒ９） 年度	（円） 103,359,000	【一般管理費】　9,989,000 円 【情報発信・プロモーション[vi]】2,000,000 円 【受入環境整備等の着地整備】9,500,000 円 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】6,000,000 円 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】0 円 【観光イベントの開催費】6,765,000 円 【観光施設運営】　8,560,000 円 【地域支援負担金等事業】　4,200,000 円 【収益事業】31,860,000 円

（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

区域を構成する地方公共団体における宿泊税の導入、着地型旅行商品の造成･販売等の取組･方針を記載

法人の財務状況については、主に社団法人としての会費収入、伝統的に実施してきた各種まつり・イベント・各種団体支援等の次代への継承するための事業経費に関わる新発田市からの補助金収入、観光施設管理に伴う物販収入や宿泊手配等の旅行業収入が収入財源の主なものである。大部分を占める補助金収入について、補助金の組み立てがまつりや各種イベントなど伝統的な事業を実施することを担保としているため、ＤＭＯとして継続的な活動に向けた運営資金としては活用しきれない状況が続いていた。そこで、補助金の使途の整理と行政との役割分担を行い、各種事業の棚卸、補助金の適正な執行管理を実施してきた。その中で受益者負担を原則とした各種イベントでの協賛金の募集や出店料収入などの自主財源の確保に取り組み、伝統的な事業を継承しつつ補助金頼みにならない事業の組み立てを行ってきた。

継続して新発田市と観光地域づくり法人との役割分担の明確化と各取り組みの整合性確保を念頭に、従来から実施している伝統的な継承事業の実施による協賛金の確保や出店料収入の確保と併せて、自主財源の確保を目指し、次の取り組みを進めていく。

〇収益事業

・月岡温泉の宿泊手配や旅行サービス手配を基礎に、滞在型プログラムとして着地型旅行商品の企画・販売ができるよう、Ｗｅｂ予約システムの構築や顧客データベースの構築を行い、宿泊需要を確保することで手数料収益の増加に努める。令和 2 年度では、国や県が進める経済対策を活用し、マイクロツーリズムとして県内客の宿泊手配及び旅行企画を通じ一定の収益を確保することができた。これらで収集した顧客をリピートしてもらえかつ当協会が顧客にとってメリットのあるサービスを提供できるよう引き続き事業を進めていく。

〇会費収入

・現在、市内の他観光協会の合併に向け協議を進めており、会員数と会費収入の増加が望まれる。併せて市内企業への勧誘を強化する。
・現在の会費と参画のメリットにアンバランスさがあることが課題となっている。ＤＭＯ活動を通して、マーケティングリサーチ実施による情報提供など単独事業者での導入が難しいサービスの提供により参画会員のメリットをわかりやすく示し、会費収入の増加に繋げる。

８．観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

※設定対象区域の都道府県及び市町村が、本法人を当該都道府県・市町村における観光地域づくり法人として認める旨を含む意見を記入すること。
新発田市は、一般社団法人新発田市観光協会を当該市町村における地域ＤＭＯとして登録したいので一般社団法人新発田市観光協会とともに申請します。

９．マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携ＤＭＯ（県単位以外）や地域ＤＭＯと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

【他の地域連携ＤＭＯや地域ＤＭＯとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】
（例）エリアが重複する●●ＤＭＯとは、月に一度の連絡会を行い、各取組の意見交換を行っている。

【区域が重複する背景】

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】
※重複する活動がないか、第三者から見た際に合理的と捉えられる役割分担になっているか等を踏まえて記入すること。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	井上　雅俊
担当部署名（役職）	係長
郵便番号	957-0055
所在地	新潟県新発田市諏訪町一丁目 2-11　MINTO 館内
電話番号（直通）	0254-26-6789
ＦＡＸ番号	0254-26-5031
Ｅ－ｍａｉｌ	mt-inoue@shibata-info.jp

１１．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	新潟県新発田市

様式１

担当者氏名	渡辺　貴守
担当部署名（役職）	新発田市観光振興課　課長
郵便番号	957-0055
所在地	新潟県新発田市諏訪町 1 丁目 2 番 11 号
電話番号（直通）	0254-28-9960
ＦＡＸ番号	0254-26-8585
Ｅ－ｍａｉｌ	kanko@city.shibata.lg.jp

都道府県･市町村名	新潟県新発田市
担当者氏名	渡辺　誠一
担当部署名（役職）	新発田市農林水産課　課長
郵便番号	959-2415
所在地	新潟県新発田市住田 510 番地
電話番号（直通）	0254-22-3030
ＦＡＸ番号	0254-33-3930
Ｅ－ｍａｉｌ	norinsui@city.shibata.lg.jp

都道府県･市町村名	新潟県新発田市
担当者氏名	髙山　広靖
担当部署名（役職）	新発田市商工振興課　課長
郵便番号	957-8686
所在地	新潟県新発田市中央町 3 丁目 3 番 3 号　ヨリネスしばた 6 階
電話番号（直通）	0254-28-9650
ＦＡＸ番号	0254-28-9670
Ｅ－ｍａｉｌ	shoukou@city.shibata.lg.jp

都道府県･市町村名	新潟県新発田市
担当者氏名	見田　賢一
担当部署名（役職）	新発田市スポーツ推進課　課長
郵便番号	957-8686
所在地	新潟県新発田市中央町 3 丁目 3 番 3 号　ヨリネスしばた 6 階
電話番号（直通）	0254-28-9660
ＦＡＸ番号	0254-28-9670
Ｅ－ｍａｉｌ	sports@city.shibata.lg.jp

[i] ※可能であれば国内外の割合を記載

[ii] ※可能であれば国内外の割合を記載

[iii] ※可能であれば国内外の割合を記載

[iv] ※可能であれば国内外の割合を記載
[v] ※可能であれば国内外の割合を記載
[vi] ※可能であれば国内外の割合を記載

（登録）【登録区分】一般社団法人新発田市観光協会（DMO名称）

様式２

記入日：　令和7年　7月31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】
　新潟県新発田市
【設立時期】　平成26年2月14日
【設立経緯】
③区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】　清田　稲盛樹
【マーケティング責任者（CMO）】　井上　雅俊
【財務責任者（CFO）】　井上　雅俊
【職員数】　１１人【常勤6人（正職員3人・契約社員2人・出向等1人）、パート5人】
【主な収入】
　収益事業　49百万円、補助金等　67百万円（令和6年度決算）
【総支出】
　事業費　109百万円、一般管理費　8百万円（令和6年度決算）
【連携する主な事業者】
　新発田市、新発田商工会議所、月岡温泉旅館組合等

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目【単位】		2022（R4）年度		2023（R5）年度		2024（R6）年度		2025（R7）年度		2026（R8）年度		2027（R9）年度	
		目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績
必須KPI													
①－1　旅行消費額（総額）【百万円】	全体	－	22,117	－	27,427	30,000	30,164	31,000		32,000		33000	
	インバウンド	－	－	－	－	－		－					
①－2　旅行消費額（一人当たり単価）【円】	全体	－	41,355	40,000	40,675	43,000	42,158	45,000		47,000		49000	
	インバウンド	－	－	－	－	－		－					
直近のKPI達成状況に対する分析		旅行消費額の全体は目標値をわずかに上回った。一人当たり消費額は調査中であるが、昨今の物価高の影響もあり、消費額が増えていると考えられる。一方で定量指標はないが、旅館単価も上がってきており、尖ったコンテンツ・サービスがなければ消費されにくいことから今後特化サービスの必要性が増していると考えている。											
②延べ宿泊者数【千人泊】	全体	－	259	－	278	300	293.7	310		320		330	
	インバウンド	－	1	－	2	10		20		30			
直近のKPI達成状況に対する分析		旅行消費額は目標値を超えた一方、宿泊者数は目標値を達成できなかった。これは、物価高の影響から稼働率よりも単価があがっていることが考えられる。また、伸び率としてみても宿泊者数はそこまで伸びていないことから、人数よりも一人単価を増やして行く必要性があると考える。											
③来訪者満足度【%】	全体	－	97.4	95	93.4	95	93.9	95		95		95	
	インバウンド	－	－	－	－	－		－		－			
直近のKPI達成状況に対する分析		過去2年との比較の中で、日本全体における価格転嫁による影響から満足度の微増に留まっていると考えられる。一方でニーズに合わせた客室等の改修による効果により、微増したものとも考えられる。 なお、令和7年度からは温泉地限定のヒアリング型アンケートから市内の各種観光施設におけるヒアリング型アンケートに変更し、内容も共通基準を参考にした観光地パラメータ調査とする予定である。											
④リピーター率【%】	全体	－	69.9	65	61.1	65	59.6	65		65		65	
	インバウンド	－	－	－	－	－		－		－			
直近のKPI達成状況に対する分析		華鳳の日本一の旅館認定により、相対性に月岡温泉の知名度があがり「新規客の大量流入」により、相対的な割合が低下しており、高満足度でも一度で完結する一見客の増加が顕著です。常連客の固定化から、幅広い層を惹きつけるメジャー観光地への転換期にあり、今後は「また来たい」と思わせる再訪動機の強化が課題。											

戦略

【主なターゲット】
　家族の絆を深めるため、三世代が揃う親の長寿を祝いたい女性
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
　「歩きたくなる温泉街」をコンセプトに、景観整備事業を進めるとともに顧客目線かつ特別な日に使える高単価な温泉地を目指す。
【観光地域づくりのコンセプト】
「懐かしさ」と「癒し」が家族のきずなを深める温泉街・新発田市・月岡温泉

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ・収益事業】
・地域一括予約サイトで月岡温泉の宿の宿泊予約
・学生の合宿、大会などの宿泊手配一元窓口
・高単価お土産品の開発
【受入環境整備】
　・豊栄駅から「ぶらさんシャトルバス」の毎日運行
　・新潟空港から旅行商品「月岡周遊ライナー」の運行委託
【情報発信・プロモーション】
　・市長による首都圏・関西圏・海外トップセールス
　・地域一括予約サイト「Shibata-trip」を立ち上げ、地域の観光サービスを予約から決済まで一元化
【その他】
　・行政と協働で新発田産米の輸出に伴う観光プロモーションを実施