

「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり」

佐渡・新潟エリア マスタープラン 【概要版】

新潟県観光協会

2026年1月改定

策定主体と推進体制

新潟県観光協会を事務局に、新潟県と佐渡市、佐渡観光交流機構が中心になって構成。エリア内の市町村、観光協会（DMO）とも連携し、戦略策定や情報共有を随時行い、質と量の両面から持続可能な観光地づくりを進めていく。

エリア内の推進体制の構築 【エリア単位による高付加価値旅行者受入の仕組みづくり】

■ 目的・考え方

高付加価値旅行者が求める、ヤド・ウリ・ヒト・アシ・コネが有機的につながった「面」としての体験価値を、個々の点的コンテンツだけではなく、エリア単位「面」の取組により創出することで滞在全体の価値と満足度を高めていく。エリアごとに、主体的かつ自律的にエリアマネジメントが行えること目的に、コーディネート機能を構築する。

■ エリアで行う取組（実装・検証）

- ・コンセプトに沿ったエリア内モデルとなる滞在プラン・コースを企画。
- ・FAMツアーを通じた旅行会社等の視点による検証・評価・課題の整理と次回への改善アクションを一体的に実施し、受入体制の磨き上げを図る。

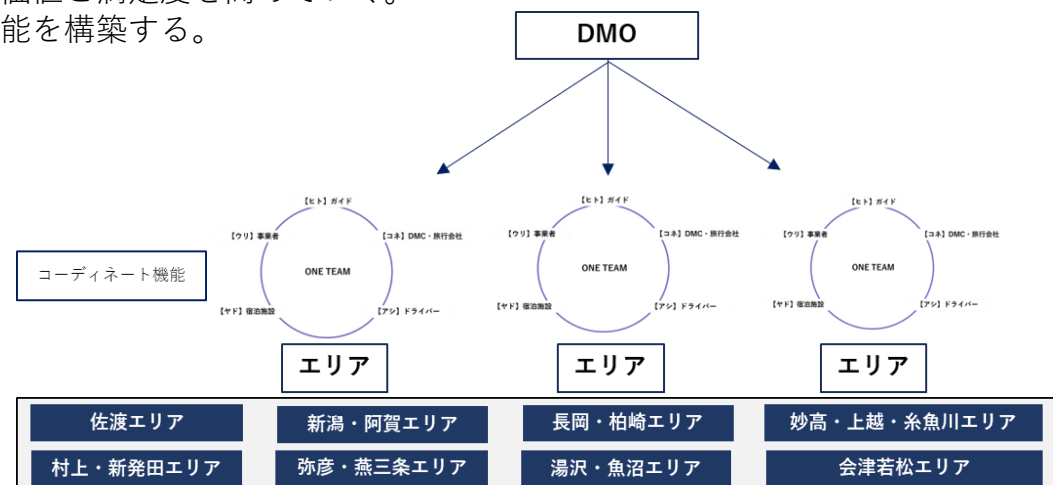
■ 情報共有・ニーズ把握の強化

FAMツアーや商談等を通じて得られた

- ・高付加価値旅行者・旅行会社等からの評価や反応
 - ・実際に関心・来訪が見られたコンテンツ
 - ・旅行会社等から寄せられる具体的な要望等
- を関係者間で共有し次回施策の企画・改善に活用していく。

■ 事業者参画と全体への波及

ウリ・ヤド・ヒト・アシ・コネの事業者が参画し、現場視点での課題整理と受入品質の向上・担保を行うとともに、各エリアで得られた知見や成果は横断的に共有し、佐渡・新潟エリア全体の受入体制の底上げにつなげていく。令和7年度の重点エリアとした佐渡、湯沢・魚沼、弥彦・燕三条エリアの取組・ノウハウを、令和8年度以降、他エリアに展開していく。



各エリア **ONE TEAM** で受け入れ体制強化を図る。

地域の将来像と佐渡・新潟エリア マスタープランの成果目標

地域の将来像 (理想の姿)	観光による持続可能な地域の発展			
	観光産業の発展を通じた地域経済の活性化	地域の賑わいの創出 関係人口の増加	地域の伝統文化、産業、 自然環境の保全	地域住民の誇りや愛着の醸成
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 佐渡・新潟エリアの価値が浸透し、最適数の高付加価値旅行者が訪れる ■ 安定した誘客により、観光産業を軸とした雇用拡大・所得の増加 ■ エリア外からの事業者や人材の流入による地域活性化 			

	2024年試算	2025年目標	2026年目標	2027年目標	2028年目標
①高付加価値旅行者 訪問者数（人）	360※	360※	2,610	5,610	9,360
②平均宿泊数（泊）	—	2.7	2.8	2.9	3.0
③高付加価値旅行者 消費単価（千円）	—	172	179	185	192
④佐渡・新潟エリア内 旅行消費額（千円）	—	61,920	467,190	1,037,850	1,797,120
⑤メディア露出数 リーチ数	—	225,000	300,000	375,000	375,000
⑥旅行商品造成数	—	0	27	40	53
⑦経由送客数	—	0	1,620	2,400	3,180
⑧メディア及び旅行会社 コネクション数	—	40	60	80	100
コンテンツ造成数	—	—	5	5	5

※ 観光庁「宿泊旅行統計調査2023年」及び会津若松市「令和5年 観光客入込数とその実態調査」を基に米英仏豪の訪問者数を試算し、そのうちの1%を高付加価値層として推計し、360人とした。また、施策効果が表れる前の2024年及び2025年については、2023年と同数であると仮定した。

地域のデスティネーションブランディング（コアバリュー）

大地と雪の恩恵

地域特有の地形と気候により形成された自然と
その中で育まれた人々の営み

Discover Niigata :
crafted by nature , perfected by time



約2,500万年前、ユーラシア大陸から分裂した日本列島。
その大変動の影響を最も大きく受けた地域の一つが新潟である。
地殻変動によって誕生した越後山脈や佐渡島などの特有の地形は、変化に富む気候とはっきりとした四季の変化をもたらし、この地域ならではの独特な風土を育んだ。

新潟は北緯37度に位置し、シチリア、アテネ、サンフランシスコといった温暖な都市と同緯度でありながら、大量の雪が降る世界的にも稀な地域である。大陸から見た新潟は、日本列島の中で最も奥深いところに位置し、そこから吹き込む季節風が日本海を渡る間に大量の水蒸気を取り込み、湿った空気となって越後山脈などの山々にぶつかることで、大量の雪を降らせる。

豪雪は人々に過酷な生活環境を強いる一方、豊かな恩恵ももたらす。
雪はやがて雪解け水となり、川となって大地を潤し、肥沃な水田地帯を形作り、地下水脈となった清冽な水は日本有数の酒どころを生んだ。川が作りだした多くの潟は野鳥をはじめとする多様な生物が持続的に生息できる環境を育み、その豊かな自然を未来へと引き継いでいる。

山々から流れ出る水が栄養分を海へと運び、沖合を流れる対馬海流が海底からそびえ立つ佐渡島にぶつかって栄養分豊富な海洋深層水が湧き上がり、その結果プランクトンが豊富に発生して多種多様な魚介が生息する豊かな漁場を生み出している。

人々は古くからこの地で、時に雪と闘いながらも、時にその恩恵を利用し、他地域との交流の中で独自の文化を築き上げてきた。

佐渡・新潟への旅は、自然と共に暮らす人々の姿や、山・川・海の恵みを活かした持続可能な食文化や生活文化に触れることができる。このエリアならではの地形が生み出す豊かさ
と厳しさが共存する暮らしや歴史を通じて、本物の日本を体感する旅となる。

地域のデスティネーションブランディング

コアバリューを意識した旅を提供できる8つのエリアを軸とした佐渡・新潟エリアのブランディングを進め、広めていく



佐渡エリア

大地と海が育んだ、歴史と暮らしが重なる島

2024年に世界文化遺産に登録された「佐渡島の金山」は、独自の製造法で金貨を生産し、江戸へ運ぶことで幕府の財政を支えた。また、北前船航路の寄港地としても交流が盛んであったことから、江戸や京都から芸能や風習が伝わり、やがて佐渡独自の文化が育まれてきた。佐渡は日本初の世界農業遺産（GIAHS）にも認定され田園や棚田の美しい景観が今も守られ、天然記念物トキを守る「生きものと共生する農業」が実践されている。



弥彦・燕三条エリア

大河の記憶から生まれた、技と美のものづくりの地

大河流域で洪水による農産物被害を受けた地域では、復興の一環として金属加工が発展した。その結果、現在では世界的に高い技術力と芸術性を持つ工場が点在している。



長岡・柏崎エリア

棚田・棚池の水景が、錦鯉文化を育んできた地

錦鯉発祥の地である長岡や小千谷では、山あいの棚池で育てられる錦鯉の美しい風景が見られる。さらに、長岡をはじめ柏崎・小千谷では全国有数の花火大会も開催される。



妙高・上越・糸魚川エリア

雪と日本海が育むダイナミックな大地と暮らし

古くは北前船の寄港地として栄えた上越市。約4,000本の桜が咲き誇る高田城周辺が見どころ。糸魚川市は、日本初のユネスコ世界ジオパーク。地殻変動で誕生した日本の割れ目『フォッサマグナ』を体感できる。また、妙高市には雄大な妙高山の絶景が広がり、日本海からの水分を含んだ季節風が妙高山にぶつかり大量の雪をもたらす。スノーリゾートとして世界から多くの人々が訪れる。

村上・新発田エリア



城下町が守り育てた、川と大地の食文化

村上には市内を流れる三面川を遡上する鮭によって繁栄してきた地域であり江戸時代、鮭の回帰性が発見された。これにより、鮭を保護しながら食文化を発展させ、現在では100種類以上の鮭料理が受け継がれている。新発田市には全国屈指の規模を誇る豪農が存在し、新田開発で財を成すと同時に、酒蔵が生まれるなど豊かな大地を背景とした農業と醸造文化が発展してきた。



新潟・阿賀エリア

海と川が人と文化をつなぎ、都市のにぎわいを育んだ地

新潟市は、古くは北前船航路の寄港地として栄え、船で運ばれる物資と内陸から川で運ばれる物資が集積し、明治初期には新潟県は日本一の人口を誇るにぎわいがあった。現存する芸妓文化には、当時の面影が色濃く残されている。また、同エリアは阿賀野川の舟運を通じて福島県会津若松市とのつながりも深い。



会津若松エリア

新潟と歴史を共有する、会津文化の中心地

会津若松市（福島県）は、鶴ヶ城や白虎隊に代表される歴史を有し、漆器や日本酒などの伝統産業が今も息づく会津地方の中心都市である。会津街道と阿賀野川の舟運を通じて新潟とは古くから交流が深く、佐渡で産出された金を江戸へ運ぶルートの一つとしても機能していた。



湯沢・魚沼エリア

豪雪とともに生きる知恵が、体験価値となる地

日本有数の豪雪地帯として知られ、厳しい自然条件の中で雪とともに生きる知恵や農村文化、食文化が育まれてきた地域。豊富な雪解け水が肥沃な大地を潤し、高品質な米の生産をはじめとする雪国ならではの農業を支えている。大地のパワーを感じる温泉やスノーアクティビティも楽しめる。

地域のディスティネーションブランディング

ターゲット【価値観別整理】

- コアバリュー『大地と雪の恩恵』は、豊かな自然環境、伝統的な食文化や農村文化、日本の原風景である棚田や高品質な米・日本酒、ものづくり文化など、多様な要素を含んでいる。
- これらは訪日旅行において滞在型の日本のローカル体験を好む**モダンラグジュアリー層**に本物の日本を感じさせる価値を提供し、高い親和性を持つため、彼らをターゲットとして設定した。

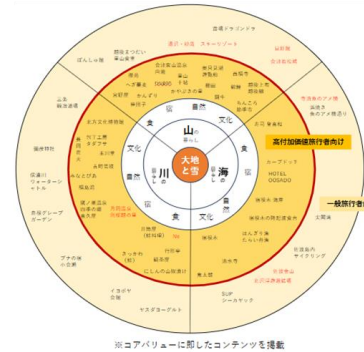
ターゲット【市場別整理】

富裕層が多く居住し、当エリアのコアバリューと親和性が高く、訪日旅行において滞在型の日本のローカル体験を好む欧米豪市場をターゲットに設定した。

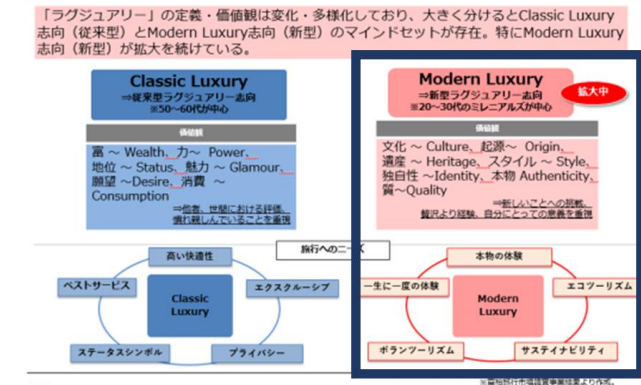
- アメリカ**：富裕層が最も多い。アメリカメディアで取り上げられた情報が他エリアへ波及するなど、世界への影響力が強い。
- イギリス**：世界の旅行スタイルを牽引する存在。富裕層の比率も大きい。世界の情報発信拠点である。
- フランス**：伝統的な生活文化、歴史、美食等の当エリアのコアバリューと高い親和性。地方部への訪問意向も強い。
- オーストラリア**：当エリアでは冬のスキー需要で既に多くの来訪実績があり、スキーリゾートとしての認知度も有る。スキー+α（グリーンシーズン等）の誘客を図る。
- 各国共通**：環境保護や、伝統文化などサステナブルな旅を重視。

上記ターゲット市場からの訪日旅行者のうち、『訪日旅行1回あたりの総消費額が1人当たり100万円以上の旅行者』を誘客し、当エリアで3泊程度宿泊してもらうことを目指していく。

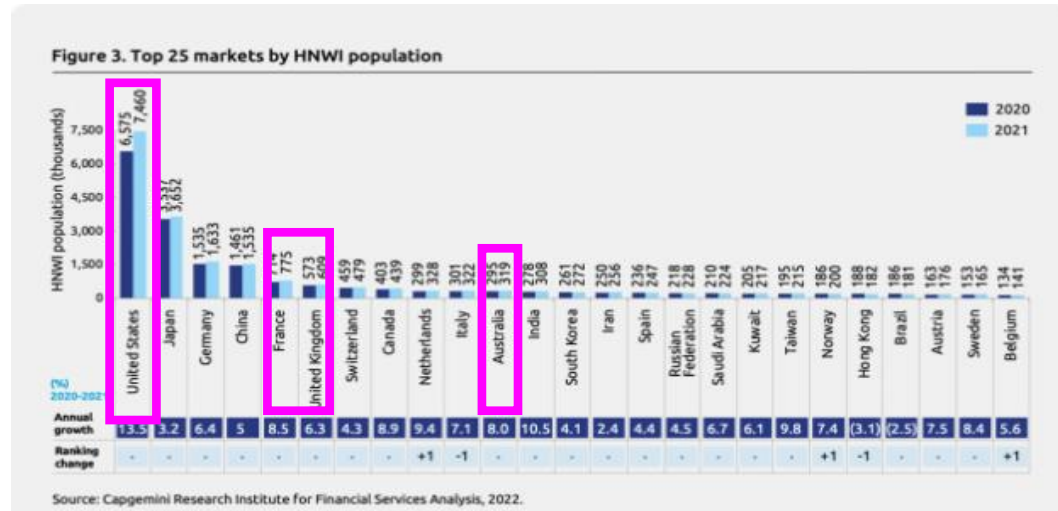
佐渡・新潟エリアのコアバリューを体現するコンテンツ



富裕旅行者の志向（マインドセット）



出典：JNTO（日本政府観光局）資料



- ※アジア市場の富裕層についても、この取組を活かして誘客していく。
- ※ドイツ：富裕層人口は多いものの、国の特性としてゴールデンルートを重視するなど、エリアの特性と合致しないため、除外した。

現状の課題と取組の方向性（取組実績と次年度の展開）

	2025年度（R7年度）の取組実績	2026年度（R8年度）の展開
ウ リ	<p>【エリア全体の受入体制強化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○地域のDESTINATIONブランディングに向けて、8つのエリアごとにコアバリューへの理解と浸透を図った ○エリア内観光関係者を対象として、先進事例を共有し、高付加価値旅行者受入への機運醸成を図るセミナーを実施 ○プレーヤーの拡大や観光関係者の機運醸成・受入体制強化につながる高付加価値旅行の需要喚起に向けて、海外メディアを対象としたPR活動やFAMを実施 <p>【コンテンツ造成】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○重点的に取り組む3エリアで、コアバリューと深く結びつき地域資源を体感できる体験を選定し、特別体験メニューとして磨き上げ ○海外メディアや旅行会社のFAMを通じて、地域の既存コンテンツの検証とフィードバックによる改善を実施 	<p>【エリア全体の受入体制強化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●機運醸成・基盤強化に向けた取組 <ul style="list-style-type: none"> ・8つのエリアごとにインナーブランディングを推進し、ウリ・ヤド・アシ・ヒト・コネが有機的につながった「面」としての体験価値を創出（強化／新規） ・セミナーを通じ受入基盤強化に向けた意識変容を促進（強化） <p>【コンテンツ造成】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●高付加価値化の取組 → 8コンテンツ以上 <ul style="list-style-type: none"> ・キラークンテンツの造成（強化） ●販売・実装に向けた取組 <ul style="list-style-type: none"> ・コンテンツガイド向け研修の実施（新規） ・コアバリューを意識したコンテンツ整理、タリフ整備（強化） ・FAMを通じたブラッシュアップと、対応スキルの向上（強化）
ヤ ド	<p>【宿泊施設の確保】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○高付加価値旅行者に対応できる宿泊施設を精査 ○新規施設の誘致や既存施設のハード整備につながる高付加価値旅行の需要喚起に向けて、海外メディアを対象としたPR活動やFAMを実施 <p>【サービスの高付加価値化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○セミナーや研修等を通じて、事業者とともに高付加価値旅行者の実際と宿泊施設に求められるサービスを把握 ○サービス水準、対応力向上を目指したセミナーを実施 ○海外メディアや旅行会社のFAMを通じて、サービス水準の検証とフィードバックによる改善を実施 	<p>【宿泊施設の確保】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●機運醸成・基盤強化に向けた取組 <ul style="list-style-type: none"> ・既存宿泊施設の精査、不足状況の把握と対応策の検討（強化） ・エリア内の先進施設から高付加価値旅行者受入についてを学ぶ勉強会の実施（強化） ・ソフト・ハード両面におけるサービス基準の共有（強化） ●ハード面強化の取組 <ul style="list-style-type: none"> ・既存施設のハード面での質向上に活用できる金融機関の支援メニュー開発（強化） <p>【サービスの高付加価値化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●ソフト面強化の取組 <ul style="list-style-type: none"> ・サービス水準、対応力向上を図る研修の実施（継続） ・FAMを通じたサービス検証とフィードバックによる改善（強化）

現状の課題と取組の方向性（取組実績と次年度の展開）

	2025年度（R7年度）の取組実績	2026年度（R8年度）の展開
ヒト	<p>【人材発掘・育成】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○全国通訳案内士、ローカルガイド、ガイドを目指す人材を対象とした研修を実施し、高付加価値旅行者の実際や、高付加価値ガイドに求められる基本や心得、ガイディング力を理解 ○研修には24名の参加があり、参加者の活動実態把握してガイドと旅行会社等とをマッチングできる供給体制構築に向けて参加者情報をリスト化 ○スキルアップを図るため、海外メディアや旅行会社のFAMを通じて、対応力の検証とフィードバックを実施 <p>【人材確保】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○スルーガイドに、佐渡・新潟エリアのコアバリューの理解を深め、体験価値を案内可能なガイドの発掘と連携体制を目指し、首都圏をはじめとしたエリア外ガイド向けのセミナー、視察ツアーを実施 	<p>【人材発掘・育成】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●数増加の取組 →新規研修参加者20人以上 ・新たなガイド人材の発掘（強化）と・高付加価値旅行者に求められるスキルやガイディングを理解したガイドの育成（継続） ・ガイドと旅行会社等とをマッチングできる体制の整備（継続） ●質向上の取組 ・経験や実績を踏まえた研修の実施（新規） ・研修やFAMを通じたガイディング評価・評価基準の設定（強化） ・FAMを通じた実践の場提供とフィードバックによるガイディング充実（強化） ・フォローアップ体制の検討（新規） <p>【人材確保】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・スルーガイドへのコアバリュー浸透、理解の深化（継続）
アシ	<p>【車両】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ハイヤー・タクシー事業者向けセミナーを実施し、高付加価値旅行者の実際と移動に求められるサービス水準を把握 ○本事業に参画する事業者を募り、事業者とともに車両や車内設備・備品、ドライバーの対応等、高付加価値旅行者の受入にあたって「最初の一步」としてやるべきことを標準化 ○ドライバーを対象としたホスピタリティ研修を実施し、接客・所作等の受入対応スキルの向上を目指した ○海外メディアや旅行会社のFAMを通じて、対応力の検証とフィードバックによる改善を実施 <p>※車両以外の取組はR8年度以降に実施</p>	<p>【車両】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●参画事業者の拡大（車両確保）の取組 →新たな参画3社以上 ・高付加価値旅行者受入についての事業者の意識醸成（継続） ●サービス品質の底上げのための取組 ・高付加価値旅行者の受入準備・ドライバー対応の標準化（ブラッシュアップ） ・対応スキルを身に付けたドライバーの増加、ドライバー研修の実施（継続） ・FAMや研修を通じたドライバー対応スキルの検証・向上（強化） <p>【船舶】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・受入体制の検証とホスピタリティ研修の実施（新規） ・船内滞在体験プログラムの検討（新規）

現状の課題と取組の方向性（取組実績と次年度の展開） 【コネ】

来訪促進には、「ターゲット層に当エリアの情報が届き、興味を持ってもらうこと（認知）」と「高付加価値旅行者を顧客にもつ旅行会社や、その旅行会社が企画する旅行商品等の手配を担う国内DMCに知ってもらい、商品として取り扱ってもらうこと（販路）」が必要不可欠であり、メディアや旅行会社、DMC等との関係構築に取り組んでいるが、圧倒的な認知不足の状況。

佐渡・新潟エリアの手配を担う地域DMCは存在しているものの、事業規模が小さく、旅行商品の手配業務の供給量を増やせない。

	2025年度(R7年度) の取組実績	2026年度 (R8年度) 展開
認知・販路 拡大	<ul style="list-style-type: none"> ○ターゲット市場のメディア・旅行会社を対象としたPR・セールス活動実施（露出58件、造成3件） ○ターゲット市場のメディア、旅行会社を対象にFAMトリップ実施（計27名） ○認知、販路拡大に必要なWEBサイト制作・公開、商談用ツール制作 	<ul style="list-style-type: none"> ○海外メディア・旅行会社とのリレーション強化とFAMツアーの実施による露出拡大・旅行商品造成（強化） ○WEBサイト運用・検証による改善作業（継続） ○国内DMCへのセールスコール、FAMツアーの実施（拡充）
地域DMC 機能	<ul style="list-style-type: none"> ○地域DMC設立へ向けた検討と地域事例ヒアリング <ul style="list-style-type: none"> ・全国DMCとして活動している事業者（3者） 売上に繋がらない業務の見極めと工夫 旅行業以外も考慮した事業計画の構築 DMOとDMCの連携 各地域に合わせた運営体制の構築 等 ・ヒアリング状況を鑑みて、「佐渡・新潟エリア」の今後の方向性の組み立て <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">新潟県観光協会が新潟県内事業者及び金融機関と 今後に向けた協議をスタート DMC機能の新設に向けた組織体（ワーキンググループ） を形成（年度内）※当初計画の1年前倒し</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ワーキンググループを活用し、地域DMC設立へ向けた方向性を定める ※「DMC機能」と「事業者支援機能」の一体化の検討や、エリア内の既存ファンド活用等の可能性を模索 ・ワーキンググループによる新設への継続検討（先進地視察やヒアリングの実施） ・佐渡・新潟エリアにおける新設DMCの要件整理（業務範囲や組織体制など） ・事業者支援機能の役割整理とメニュー開発に向けた協議継続 ・アドバイザーの助言等による協議事項の洗い出しと整理、具体的な工程表の作成

推進体制（地域経営主体）の将来構想

高付加価値旅行者の誘客・受入を行っていくにあたり、3つ（DMO・DMC・事業者支援）の機能に分けて推進体制を整備していく。

<DMO機能>

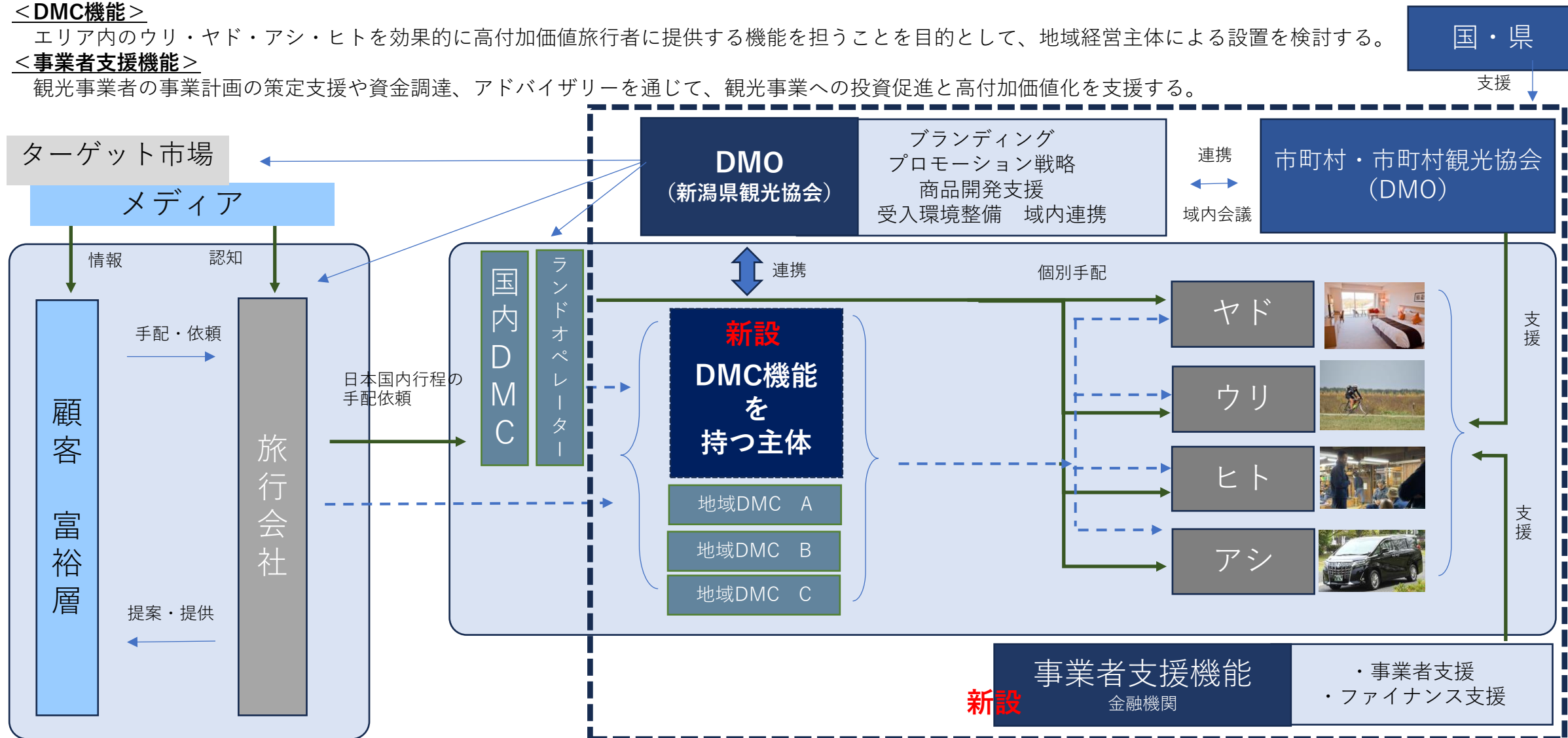
佐渡・新潟エリアのコアバリューを中心に据え、ターゲット国を中心に認知を拡大し需要を創出することで、エリア全体のブランドの世界的な評価を高めていく。

<DMC機能>

エリア内のウリ・ヤド・アシ・ヒトを効果的に高付加価値旅行者に提供する機能を担うことを目的として、地域経営主体による設置を検討する。

<事業者支援機能>

観光事業者の事業計画の策定支援や資金調達、アドバイザーを通じて、観光事業への投資促進と高付加価値化を支援する。



工程表

	2025年度(R7年度)	2026年度 (R8年度)	2027年度 (R9年度)
全体	継続的なインナーブランディング浸透活動		
	エリア別推進体制の構築		
	地域DMC設立へ向けた検討	地域DMC設立準備	地域DMC設立・運営開始
	金融機関を中心とした事業者支援メニュー開発に向けた検討（ウリ・ヤド・アシ共通）		ファイナンス支援メニューの開発（ウリ・ヤド・アシ共通）※新規施設誘致・施設改修等
ウリ・コネ	ターゲット4市場（米・英・仏・豪）でのメディア・旅行会社を対象としたPR・セールス活動		
	認知・販路拡大に必要なWEBサイト・商談用ツール制作	・WEBサイト運営、活用、検証による改善	
	ターゲット市場のメディア・旅行会社を招請しFAMトリップ実施		
	フィードバックによる検証・磨き上げ・モデルコース造成		
	FAMを通じた実地研修とホスピタリティ研修によるスキルアップ（ウリ・ヤド・ヒト・アシ共通）		
			モデルコース商品化
ヤド	FAMを通じた実地研修とホスピタリティ研修によるスキルアップ（ウリ・ヤド・ヒト・アシ共通）		
	新規宿泊施設誘致及び既存施設の高付加価値化を促進するための需要創出		
ヒト	【ガイド対象】FAMを通じた実地研修とホスピタリティ研修によるスキルアップ（ウリ・ヤド・ヒト・アシ共通）		
	エリア外ガイドを対象とした勉強会を実施し、対応可能ガイドの確保		
	ガイド手配における体制整備検討・整備	ガイド手配システム運用・改善	
アシ	【車両・船舶】FAMを通じた実地研修とホスピタリティ研修によるスキルアップ（ウリ・ヤド・ヒト・アシ共通）		
	【車両】空白地域における実証実験と検証		
	【ヘリ】着陸場所の地権者との調整とリスト化・モデルコース検討と実証実験	空路を活用したコース造成・販売	
	【ジェット】プライベートジェット受入体制の調査・課題把握	受入体制の課題解決へ向けた検討	