

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 6 年 7 月 3 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○で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の名称	(一社) 弥彦観光協会	
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 新潟県 弥彦村	
所在地	新潟県西蒲原郡弥彦村弥彦 971-4	
設立時期	平成 29 年 12 月 1 日	
事業年度	令和 5 年 4 月 1 日から翌年 3 月 31 日までの 1 年間	
職員数	7 人【常勤 6 人（正職員 5 人・出向等 1 人）、非常勤 1 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) 河村 信之 (出身組織名) 名代家旅館 社長	弥彦温泉の中核的な旅館「名代家 旅館」代表として 弥彦温泉観光旅館組合長を歴任し現在は弥彦温泉給湯組合長を務め、令和 5 年 6 月 1 日より (一社) 弥彦観光協会の会長に就任、行政とのパイプ役やその他 地域の様々なパイプ役を担っている
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) 三富克是「専従」 (出身組織名) 弥彦村役場観光商工課より出向	(一社) 弥彦観光協会事務局長。局長就任以前は弥彦村内の旅館に 40 年間勤務。地域の特性を熟知しており、観光協会のマネジメントを担っている。旅館での勤務経験を活かしたセールス活動や地域のおもてなし向上事業に取り組むことで観光客の誘致に努めている。
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) 吉川 英理子「専従」 (出身組織名) (一社) 弥彦観光協会	税務会計事務所に 30 年勤務。財務状況・収入状況について把握しており、新たな財源の模索、経理責任者として従事している。
各部門インターネット責任者（例：プロモーション）	(氏名) 徳永勇治 (出身組織名) (有) 上州苑	(一社) 弥彦観光協会の副会長兼宣伝情報部会として、HP の更新・管理を行い観光情報の発信を行っている。現職の旅館業での勤務前は貿易業での勤務経験がありデータの収集・分析に実績がある。

の責任者（専門人材）		
各部門 インバウンド対応の責任者	（氏名） ウォーリンさゆり「専従」 （出身組織名） （一社）弥彦観光協会	ぼらんていあガイド発足時より 20 年間、県内外からの観光客や地元の児童・生徒へのガイドを行っている。 また訪日外国人に対する窓口での観光案内対応の他、パンフレットや案内等の外国語表記対応、Web・SNS での情報発信を担当。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 弥彦村観光商工課（インバウンド誘客・広報・地域イベント・プロモーション）</li> <li>・ 弥彦村総合政策課（観光地周遊促進・交通事業・ふるさと納税等）</li> <li>・ 弥彦村農業振興課（弥彦村特産品の販路拡大）</li> <li>・ 弥彦村建設企業課（社会資本整備）</li> <li>・ 弥彦村教育課（文化財保存・活用）</li> <li>・</li> </ul>	
連携する事業者名及び役割	<p><b>【観光まちづくり連携】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 弥彦村商工会（地域活性・商品開発）</li> <li>・ 弥彦温泉観光旅館組合（宿泊施設・おもてなしの心の啓発）</li> <li>・ 弥彦芸芸協同組合（弥彦温泉芸妓文化の継承）</li> <li>・ 彌彦神社氏子青年会（彌彦神社伝統行事の継承）</li> <li>・ 弥彦村飲食店組合（食の開発・ホスピタリティ向上）</li> <li>・ 弥彦菓子組合（弥彦土産・銘菓の継承・新商品開発）</li> <li>・ 弥彦工業団地協議会（地域活性）</li> <li>・ 弥彦温泉給湯組合（湯神社温泉源泉の管理・各お宿への配湯）</li> <li>・ 弥彦おかみ会（女性目線でのおもてなしの心の啓発）</li> <li>・ 彌彦神社（弥彦村を代表する歴史的建造物）</li> <li>・ 清香会（菊づくりの継承・指導）</li> <li>・ 弥彦山岳会（観光資源・登山道の管理・伝統行事の参画）</li> <li>・ ㈱才門ファクトリー（弥彦公園管理）</li> <li>・ ㈱弥彦タクシー、㈱まきタクシー（二次交通）</li> <li>・ ㈱弥彦観光索道（弥彦山ロープウェイ、さくらの湯運営）</li> </ul>	
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><b>【該当する登録要件】①</b> （概要） （一社）弥彦観光協会役員に観光資源の関係者、宿泊事業者、商工会、飲食店組合・行政等が参画し、年一回総会を開催し方向性や経営状態の確認・共有をしている他、年に 2 回の理事会・毎月の三役会を行い、法人の活動方針等の意思決定に関与している。理事会、三役には観光資源関係者・宿泊事業者等の代表が着任している。</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><b>【弥彦観光の案内人「彌彦観光ぼらんていあガイド」の募集・育成】</b> 彌彦神社を崇敬する住民による、地元の文化・歴史の勉強会を定期的に行いガイドの質の向上に努めている。登録者 30 名のうち 18 名が村内の一般の住民である。 県内外の観光客へのガイドの他、小中学校の総合学習として観光資源や伝統文化の紹介、説明を行い観光地弥彦としての魅力と理解を深めている。</p> <p><b>【祭文化の継承活動】</b></p>	

古来から続く燈籠まつりを継承するため、氏子青年会による地元小中学生への子ども燈籠押しの指導、毎年祭りに参加により世代間で脈々と受け継がれる伝統文化を継承する活動を授業の一環として取り入れている。

また弥彦の秋の風物詩として全国的にも有名な菊まつりを末永く守っていくため、村と共同して菊ハウスを所有し2017年度より無料の菊教室を定期的開催。昨年度は初めてこの教室出身者が菊花展での受賞を果たした。また、清香会が小学生に菊づくりの指導を行い、生徒が一年をかけて育てた菊を菊花展に特別展示という形で参加しているなど、菊づくりの優れた栽培技術を次世代へ「弥彦菊まつり」を後世に残していく取組みをしている。



・夏休み期間中には近隣の子どもたちや宿泊客に楽しんで頂くためのイベントとして、子供縁日村を開催。会場となるおもてなし広場の店舗にも営業時間の延長等ご協力を頂き、子どもたちが安心・安全に楽しめる夏の夜のイベントとして毎年恒例となっている。



法人のこれまでの活動実績

#### 【活動の概要】

事業	実施概要
情報発信・プロモーション	<p>●観光情報動画作成事業 弥彦村役場と協力し、四季毎の観光動画を作成。</p> <p>●SNS を活用した情報発信事業 X (旧 Twitter)、Instagram、Facebook を利用した観光情報の発信。 (7/1 現在フォロワー数 X : 4,089 人 Instagram 4,407 人 Facebook 2,053 人)</p> <p>●令和3年 弥彦観光協会 HP 改修事業 弥彦観光協会の HP を全面リニューアル。レイアウトを一新し、若年層に受け入れられるような設計に改良した。</p>

		<p>●令和3年～ 弥彦村観光情報誌「てくてく弥彦」発行。 弥彦村役場と協力し作成。これまでの四季毎の観光フリーブックから年間の観光情報誌発行へ移行。</p> <p>●令和3年度：NGT48の諸橋姫向を1日観光大使に任命し弥彦観光のPRを行う。 令和5年度：地元出身の諸橋姫向が所属するアイドルグループが村内の施設・店舗を実際に体験している様子を撮影、SNS等で発信。</p> <p>●令和元年度～ 新潟県と協力し海外インフルエンサーを活用したPR活動を行う。</p> <p>●毎年 弥彦菊まつり PR事業 弥彦村役場と協力し県内外の各地に菊花展示作業を行っている。（池袋駅・大宮駅・新潟駅・燕三条駅・県内道の駅等）</p> <p>●毎年 JR主催の「駅からハイキング」に参加し、まち歩きの魅力発信を行っている。</p> <p>●県外への商談会に参加 平成29年度から継続的に参加している。 直近3年では</p> <p>令和3年度 近隣県（富山県・長野県・群馬県・山形県・福島県）での商談会を実施</p> <p>令和4年度 関西圏2回 名古屋2回 首都圏はWebにて2回 近隣県（埼玉県・群馬県・長野県・福島県） 台湾セールスコール（燕市と連携協議会）</p> <p>令和5年度 名古屋1回 大阪トラベルマルシェに参加 首都圏 3回 関西 2回 台湾セールスコール2回（燕市と連携協議会）</p> <p>●JR東日本新潟支社による県内各駅に於けるPR活動に参加 ・5月1～7日</p> <p>① 大宮駅、池袋駅、品川駅、渋谷駅、秋葉原駅、 船橋駅構内にてデジタルサイネージ</p> <p>②東京駅に弥彦PRポスター掲出</p> <p>③首都圏の駅たびコンシェルジュにて観光動画の放映</p>
--	--	---

		<p>④JR 社内共有サイトにおいて「新潟の 5 月は弥彦推し」としてポスターデータを投稿・情報発信。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 5 月 25 日 JR 仙台駅「新潟産直市」弥彦の PR</li> <li>・ 7 月 18 日、9 月 28 日 JR 大宮駅産直市での PR</li> <li>・ 11 月 1 日、3 日 JR 特別列車「海里」弥彦駅お出迎え</li> <li>・ 11 月 16 日 JR 上野駅産直市参加</li> <li>・ 2 月 1 日 成田エクスプレストレインチャンネルで放映 PR</li> </ul>	
	受入環境の整備	<p>●多言語化事業 弥彦村役場と協力し、インバウンドに対応するためのまち歩き MAP 及び弥彦総合パンフレット「てくてく」の多言語化を行った。</p> <p>●平成 28 年～ 二次交通事業 隣接する燕市と協力し、燕三条駅や弥彦温泉から出発する二次交通を整備。域内の観光地を巡る観光タクシーにより観光客の滞在時間やリピーター率の増加を図る。</p> <p>●平成 29 年度 Wi-Fi フリースポット設置事業 観光客の利便性向上のため温泉街を中心に 73 箇所設置。</p> <p>●平成 30 年度～ 二次交通事業 弥彦村役場、新潟市西蒲区と協力し、新潟駅、新潟空港、佐渡汽船とつながる二次交通を整備。予約の受付、利用実績の管理を行っている。</p> <p>●令和 2 年度 観光情報アプリ「弥彦まちあるき」作成事業 弥彦村役場と協力し開発。需要の落ち込んだ飲食業を支援するため村内のテイクアウトマップを作成。</p> <p>●令和 4 年度 可動式ベビーケアルーム「mamaro」導入 弥彦村役場が購入し、弥彦観光協会に設置。近年増加傾向にあるファミリー層の利便性を向上し、乳児の感染症予防につながっている。</p> <p>●毎年 秋の駐車場整備事業 年間で最も観光客が増える秋の紅葉・菊祭り期間中には弥彦村役場より駐車場管理事業を委託され弥彦村シルバー人材センターと協力し駐車場の整備・管理を行っている。</p> <p>●GPS と連動したデジタルマップ「ストロリー」作成事業 日本語での紙媒体パンフレットを英語・繁体字でも作成。 さらに QR コードをスキャンするだけで手持ちのスマホ内でマップを持ち歩けるデジタルマップ「ストロリー」を活用。村内の店舗や施設の情報を持ち歩いて見ることが可能。</p>	



		<p>●弥彦観光ぼらんていあガイド受け入れ事業 主に彌彦神社の境内を案内する「弥彦ぼらんていあガイド」の勉強会の開催の他、観光客からの申し込み・取りまとめ、ガイド人の手配等を請け負う。</p> <p>●電動バイクレンタル事業 令和6年度からは行政より電動バイクのレンタル業務を委託。村内の観光施設間のアクセス向上や滞在時間の延長などを目標している。 今後は隣接する燕市・西蒲区の観光施設に充電器を設置し弥彦村内からさらに広がっていく観光を楽しんでいただけるよう準備を整えている。</p>	
	観光資源の磨き上げ	<p>●平成30年度～平成31年度 「やひこ温泉湯上りバル」運営事業 夜間の温泉街の活性化、魅力発信のため、夜間営業の飲食店・で利用できる券を発売。全3回開催。</p> <p>●平成30年～ 弥彦村役場より委託を受け「おもてなし広場」の管理運営を受託。弥彦観光の始まり・中心地として源泉かけ流しの足湯やフードコート等の管理</p> <p>●令和元年度～ おもてなし広場周年祭事業 毎年4月初旬頃、会場をおもてなし広場とし様々な催し物を開催し誘客を図る。</p> <p>●平成30年 韓国ソウルにて「新潟フェア」を開催。</p> <p>●令和2年度 弥彦温泉W割事業 旅館宿泊者に対してGotoトラベルに上乗せした割引を行い宿泊客の増加を図る。</p> <p>●令和元年度 「日本百名月」の地として申請し、認定を受ける。</p> <p>●令和2年度～ 「浴衣でまち歩き」事業 温泉街を浴衣でまち歩きすることにより、地域の魅力、自然を満喫していただき地域の活性化を図る。参加者には弥彦村内で使える商品券を贈呈。また、希望者には弥彦技芸をガイドにつけ彌彦神社・温泉街の歴史等を説明。</p> <p>●令和2年度～ JR主催「鉄GO!スタンプラリー」 JR東日本と協力し、燕市、弥彦村合同でスタンプラリーを開催。新規の集客を図る。</p> <p>●令和2年度～ 新商品開発プロジェクト</p>	

		<p>・村内各事業所より秋にちなんだ新商品を開発してもらい、一般観光客に投票してもらいランキングを発表。弥彦村の新たな土産品を開発。</p> <p>・彌彦神社で人気のスポットでもある「重かる石」をモチーフとしたお菓子を村内6店舗の菓子職人が新商品としてそれぞれ作成、販売を開始。</p> <p>●令和3年度 安心宴会プラン コロナ禍において需要の落ち込んだ弥彦芸妓を活用した宴会プランを造成。温泉宿において芸妓を利用した宴会に補助を出すことで弥彦芸妓、料理、酒、温泉の魅力を発信。</p> <p>●令和3年度 「やひこ開運だしカレー」開発事業 一条もんこ監修のカレーを開発。材料に神饌を使うことで弥彦らしさを表現。レトルト化し販売。</p> <p>●令和4年度 彌彦神社プロジェクトマッピング 新潟県、弥彦村、弥彦観光協会の共同事業。彌彦神社をプロジェクトマッピングで飾り、鼓童による演奏を行った。</p> <p>●令和4年度 弥彦芸文化継承のため地域おこし協力隊を登録。</p> <p>●令和4年度 弥彦謎解きアドベンチャー運営事業 謎解きをしながら弥彦の観光スポットを周遊していただく事業。周遊の促進と滞在時間延長を図る。参加者には村内で利用できる商品券を贈呈。新潟県の補助金を活用。 (9/10～10/23の間に参加者1,496名)</p> <p>●令和4年度～ 弥彦公園新緑ライトアップ ライトアップを新緑の時期に行うことで、弥彦村の自然の魅力をPRした。また、ナイトウォークとして参加者を募り手作りの行灯を作成、その後弥彦公園・弥彦駅・彌彦神社等を案内しながら歩くイベントを行う。 令和6年度からは「竹あかり」として手作りの竹灯籠を公園内に飾り、ライトアップの魅力をさらにブラッシュアップしている。</p> <p>●毎年 弥彦駅周辺桜ライトアップ事業（春） 弥彦駅周辺の夜桜PRにより夜の観光需要喚起を行う。 また桜マルシェの開催期間・時間を大幅に延長し、週末だけではなく平日夜間の集客にも大きく貢献している。</p> <p>●毎年 「弥彦湯かけまつり」運営事業（春） 弥彦温泉の発祥と言われる井戸より汲まれた湯を沿道の観光客にふりかけ商売繁盛、無病息災を願う祭り。一般参加可能型のお祭りであり同日に「桜まつり」を開催し誘客を図る。</p> <p>●毎年 弥彦山頂ナイトクルージング（夏）</p>
--	--	---

		<p>弥彦山ロープウェイの運行時間を延長し、弥彦山頂で星空観測を行うことができる。</p> <p>●毎年 ホタル生息地環境整備事業（夏） 「弥彦ホタルの会」と連携し、ホタル飛翔地である弥彦公園周辺の環境整備、カワニナの採取等ホタルの保護・育成を行う。</p> <p>●毎年 「弥彦菊まつり」運営事業（秋） 11月1日から24日まで開催される「弥彦菊まつり」で弥彦神社境内に飾られる菊花を、菊づくりの専門家「弥彦清香会」とともに育成。</p> <p>●毎年 弥彦公園もみじ谷ライトアップ事業（秋） 紅葉の時期に合わせ、弥彦公園紅葉谷内のライトアップを開催。令和4年には公園内のライトをさらに増設。再整備によって「逆さ紅葉」が映る池を夜のライトアップの目玉とした。さらに越後三大紅葉ライトアップと称し長岡市・柏崎市・弥彦村で連携し行う紅葉スタンプラリーも開催。弥彦公園の魅力発信と新規の集客を図る。</p> <p>●毎年 「彌彦観光ぼらんていあガイド」育成事業 毎年講習会を開催。ガイドの質の向上を図り、利用者の満足度を向上できるよう活動している。</p> <p>●毎年 菊づくり教室運営事業 村内外から希望者を募り、菊づくりの後継者育成のための菊づくり教室を弥彦村役場、清香会と協力し、年7回開催。</p> <p>●毎年 おもてなし広場「薔薇の足湯」 手肌に影響の少ない特別栽培された無農薬の薔薇を使い、おもてなし広場の足湯に薔薇を浮かべ弥彦温街に配湯している源泉の魅力を発信。</p> <p>●弥彦村公式キャラクター周知・広告宣伝事業 公式キャラクターとして、弥彦村の伝説をモチーフに地元中学生が協力してアイデアを出し「ミコぴょん」を作成。全国テレビ出演やイベント・メディアへの出演等を通してファンを増やしている。 近年ではミコぴょんグッズを随時開発・販売し、さらなるファンの獲得とキャラクターと触れ合えるイベント開催を通して村内だけでなく、県外でのイベント等でも集客を図っている。</p> <p>●令和5年より旧弥彦村役場跡地にある大イチョウを新たな観光資源に位置付けるとともに、JR弥彦駅から彌彦神社への中間という立地を生かし、周辺を休憩所やイベントのサブ会場として活用するための整備を開始。秋にはライトアップを行っている。</p>
--	--	--



●令和5年 弥彦公園の紅葉ライトアップが日本夜景遺産に登録



【定量的な評価】

・三大紅葉ライトアップ事業

参加者	令和5年	272,500名
	令和4年	248,068名
	令和3年	292,732名
	令和2年	266,784名
	令和元年	294,596名
	平成30年	251,508名
	平成29年	205,172名
	平成28年	184,604名

・弥彦謎解きアドベンチャー

参加者	令和4年	1,496名
-----	------	--------

・浴衣でまち歩き

参加者	令和5年度	190名
	令和4年度	224名
	令和3年度	196名
	令和2年度	136名
	令和元年度	46名
	平成30年度	36名

<b>実施体制</b> ※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）。	<b>【実施体制の概要】</b> （一社）弥彦観光協会が母体となり、メンバーには、行政、宿泊業者、飲食業者のみならず、交通事業者、商工会、多様な関係者が参画する官民が密接に連携した運営を実施。  <b>【実施体制図】</b> 22 ページに記載
--	---

## 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】

設定する区域は新潟県弥彦村の行政区域とする。

稲作を広め越後文化をつくりあげたといわれる天香山命が祀られている彌彦神社を中心に村内各地に歴史的建造物があり、樹齢 400 年を超える大杉など多くの自然も現存している。彌彦神社周辺の弥彦地区には徒歩圏内に弥彦山、ロープウェイ、国定公園、競輪場など観光資源が集中しており、まち歩き観光ができるのが特徴である。

大戸地区、矢作地区には工業団地があり、麓地区、井田地区には弥彦のブランド米「伊彌彦米」や新潟県一の極早生枝豆「やひこ娘」等を作る農地が広がっている。

（一社）弥彦観光協会には弥彦村全体の様々な業種が会員として所属しており、これらの観光資源をマネジメントすることで弥彦村の更なる発展が可能であると考えため区域の設定は弥彦村全体とする。

## 【観光客の実態等】

おもてなし広場の竣工や弥彦公園の整備を行ったことにより従来の彌彦神社に参拝して次の目的地に向かう通過型観光地から滞在型観光地に変化しつつある。

おもてなし広場で提供する SNS 映えするスイーツが拡散され、若年層の観光客が増加傾向にあり、駐車場や弥彦公園の舗装整備によるバリアフリー化で高齢者等を考慮した観光地づくりを行った結果、幅広い年齢層に対応した観光地となった。

弥彦公園ライトアップや弥彦山ナイトクルーズなどの夜の観光資源を活かし、さらに彌彦神社で行われる一般参加が可能な早朝に行われる「御日供祭」の PR により宿泊を伴う観光客の誘致を図っている。

コロナ禍以前は台湾、中国からのインバウンドが増加傾向にあり、現地への商談会へ積極的に取組んでいたものの 2020 年～2022 年までは Web での PR となったが 2023 年からは新潟空港から台湾への直行便が新規に造成されるため、同年 2 月から台湾へのセールスコールを再開しインバウンドの取込みを再開した。

## 【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】

ジャンル	観光資源	活用方法
温泉	① 弥彦湯神社温泉 ② 弥彦桜井郷温泉	① 弱アルカリ性の泉質は赤ちゃんも安心して入れる温泉であり、各温泉旅館に配湯。日帰り温泉や足湯手湯としても活用。 ② 日帰り温泉施設「さくらの湯」及び高齢者総合生活支援センターに配湯。
歴史・文化	① 彌彦神社 ② 旧武石家住宅 ③ 旧鈴木家住宅主屋・土蔵 ④ 明治天皇行在所跡 ⑤ 湯神社 ⑥ 大鳥居	越後一宮彌彦神社を中心にぼらんていあガイドによる紹介を行っている。神社仏閣に興味のある観光客のほか、越後文化発祥の地である弥彦村には商売繁盛や学業・恋愛成就を願う参拝客が訪れる。
伝統行事	① 弥彦燈籠まつり ② 弥彦菊まつり ③ 湯かけまつり ④ 二年詣・初詣	① 湯かけまつりは一般参加可能。 ② 燈籠まつりは千年以上続く彌彦神社の神事。7 月 25 日には花火大会があり、弥彦公園から打ち上がる花火は観覧席の真上で上がるため臨場感のある花火大会として有名。 ③ 11 月 1 日から 11 月 24 日まで行われる菊まつりは全国一の規模を誇り、同時期に行われる弥彦公園ライトアップと相まって宿泊客、観光客が増加する。 ④ 県内随一パワースポットとして毎年正月三が日には 20 万人超の参拝者が訪れる。
自然	① 弥彦山 ② 弥彦公園 ③ ヤヒコザクラ ④ 弥彦山スカイライン ⑤ 弥彦山ロープウェイ ⑥ 婆杉などの大木	自然の観光資源を活用した屋外周遊観光がメイン。樹齢 1000 年と言われる「婆杉」・800 年と言われる「大銀杏」など、徒歩で巡ることのできるコンパクトな観光地でありまち歩き観光を推奨している。
地産品	① 枝豆 ② 米 ③ パンダ焼き ④ イカメンチ ⑤ 玉兎	① 春から晩夏にかけて 3 種類のブランド枝豆が特産品。枝豆を使った料理や土産物を各旅館、商店で販売。 ② 農薬の使用を 50%以下に抑えた「伊彌彦米」は天皇献上米であり直売所や食堂などで販

		売、提供している。無農薬の「伊彌彦米零」も開発中 ③ 2010 年全国おやつグランプリ金賞。弥彦観光の定番商品となっている。 ④ 2014 年国際ご当地グルメグランプリ優勝。食べ歩きの定番商品となった ⑤ 弥彦土産の定番商品。彌彦神社に奉納される伝統の粉菓子。
イベント	① 桜まつり ② 弥彦山フェスティバル ③ 枝豆フェスティバル ④ 大相撲合宿（伊勢ヶ濱部屋） ⑤ その他 ・パンフェス ・バイクカーミーティング ・ミュージックラリー ・占いウォーク	① 湯かけ祭りと同日に開催。大道芸や屋台出店による集客を図る。桜のライトアップも開催 ② 夏の弥彦山登山イベントを毎年テレビ局と共同で開催。弥彦山の魅力を発信。 ③ 県内一の極早生枝豆「やひこ娘」を含む 3 種のブランド枝豆の PR 活動による魅力発信。 ④ 毎年の夏の合宿地となっており、観光大使である伊勢ヶ濱親方による地域の活性化を図る。 ⑤ 観光地弥彦として、「いつ訪れても何かのイベントがある」ことを目指し、月替わりでのイベント開催を計画している。

**【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	収容人数
弥彦温泉	10	158	809
観音寺温泉	1	15	80

**【利便性：区域までの交通、域内交通】**

交通区分	内容
列車（JR）	東京駅から弥彦駅 約 3 時間 新大阪駅から弥彦駅 約 6 時間
飛行機	北海道札幌市・新千歳空港から新潟空港 約 1 時間 10 分 愛知県名古屋市・中部国際空港から新潟空港 約 1 時間 愛知県名古屋市・小牧空港から新潟空港 約 1 時間 大阪府・伊丹空港から新潟空港 約 1 時間 福岡県・福岡空港から新潟空港 約 1 時間 30 分 韓国・仁川空港から新潟空港 約 2 時間 中国・浦東空港から新潟空港 約 4 時間 中国・ハルビン太平国際空港から新潟空港 約 3 時間 台湾・桃園国際空港から新潟空港 約 4 時間 ※新潟空港より車で弥彦駅 約 1 時間 ※新潟空港より新潟 NWC（二次交通） 約 1 時間
車	○東京から 関越自動車道経由（約 300 km）約 4 時間 ○大阪・京都方面から 阪神・名神自動車道（約 560 km）約 7 時間

**【外国人観光客への対応】**

- ・ JNTO 認定外国人観光案内所カテゴリー 1 を取得。今年度はカテゴリー 2 へ変更申請準備中。
- ・ 弥彦駅～彌彦神社までを英語・繁体語で音声案内、道案内を表示するサイトを整備。
- ・ 弥彦観光案内所において職員が対面による英語で観光案内を行うことが可能。

- ・多言語に対応した観光情報誌・パンフレットを作成、各観光施設に設置。
- ・ぼらんていあガイドは外国語（英語・中国語）での案内が可能。
- ・彌彦神社摂社末社に外国語で記載された案内看板を設置。
- ・QRコード読み取り式のGPSと連動したデジタルマップを多言語（英語・繁体字）で作成。

### 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	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	新潟県観光協会の調査資料を基に情報を収集。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	各宿泊施設より毎月報告を受けている。
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	新潟県観光協会の調査資料やイベント毎の対面アンケートを実施。
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	新潟県観光協会の調査資料や対面によるアンケートを実施。
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。	グーグルアナリティクスを活用して実施。

### 4. 戦略

#### （１）地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくり

弥彦村では、人口減少が進んでおり、就業者数の最も多い農業においても高齢化等の影響で就業者や事業所が減少傾向にある。また、近年ではリーマンショックや東日本大震災、新型コロナウイルスの影響による観光需要の落ち込みがあった。こうした地域の課題に対し、DMOを中心として既存の観光資源を活用した観光地域づくりを図り、交流人口の増加につなげることにしている。

#### （２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<b>強み (Strengths)</b> ・越後一宮の彌彦神社を中心とした弥彦温泉街として知名度が高く、弥彦山、弥彦公園などが徒歩圏内にあり、まち歩き観光が可能である。 ・幹線道路のアクセスが良い。 ・新規の民間企業進出が近年顕著である。	<b>弱み (Weaknesses)</b> ・公共交通機関による移動手段の利便性が悪い ・面積が小さいため大規模な観光施設を作ることが難しい ・小規模な旅館が多く、団体の受け入れ可能先が少ない。 ・後継者が不足している
外部環境	<b>機会 (Opportunity)</b> ・佐渡汽船・新潟駅・新潟空港からの二次交通を整備しているため、佐渡の世界遺産登録を契機に新潟県への観光客が増加すれば、2泊目・3泊目の宿泊先としての観光客が増加する。	<b>脅威 (Threat)</b> ・屋外周遊がメインである為天候の影響を大きく受ける。



	<ul style="list-style-type: none"> <li>・隣接する燕市に修学旅行が増加傾向にある。宿泊先として弥彦温泉が選ばれる機会が増加する。</li> <li>・コロナ禍以降、県外への修学旅行が中止、変更となり改めて県内の歴史観光地として選定される機会が増えている。</li> </ul>	
--	---	--

※上記に加え、P E S T 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）。

### （３）ターゲット

<b>○第１ターゲット層</b> <b>タイ・台湾を中心とした東南アジア、30～50 代のリピーター</b>
<b>○選定の理由</b> コロナ禍以前の継続的な商談の結果、当該ターゲット層の来訪者数が多く、また市場としても今後さらなる誘客が見込めるため。
<b>○取組方針</b> 直接現地の旅行会社に商談に行くことにより、新たな旅行商品の造成につなげる活動を行う。またパンフレット、案内看板など多言語化をより進める。
<b>○第２ターゲット層</b> <b>関東圏・関西圏を中心とした 30～50 代のファミリー層</b>
<b>○選定の理由</b> 宿泊者の年齢層の分析の結果、関東圏は県内に次ぐ大きなシェアを占めているため。関西圏においては二次交通の利用した観光客が増加傾向にあるため更なる誘客が見込める。
<b>○取組方針</b> 新潟空港、新潟駅からつながる二次交通の P R により誘客を図る。関西方面の商談会・誘客イベントへの参加も積極的に行う。
<b>○第３ターゲット層</b> <b>新潟県内の小中学生のいる 30～40 代のファミリー層</b>
<b>○選定の理由</b> イベント開催時に行ったアンケートの結果、ファミリー層の来訪者が最も多かった。幹線道路のアクセスが良いこともあり、県内における「来やすい観光地」であることから更なる誘客を図る。
<b>○取組方針</b> ターゲット層に訴求するコンテンツ(ゆるキャラ「ミコぴょん」など・子供用遊具)を磨き上げ、SNS や WEB プロモーションによる効果的な誘客宣伝を行う。一年を通して親子で楽しめるイベントの開催を増やしさらなる誘客を図る。
<b>○第４ターゲット層</b> <b>新潟県内の学生</b>
<b>○選定の理由</b> おもてなし広場を中心に若者受けするスイーツ店等が近年多く出店している。SNS での情報拡散の影響もあり若年層の観光客が増加傾向にあるため。
<b>○取組方針</b> グーグルアナリティクスの分析結果をもとに、ターゲット層により強力に訴求するコンテンツを磨き上げる。新店舗、新商品などを SNS による宣伝・発信をさらに強化しフォロワーを増やすことで拡散力を上げる。

## (4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	<p align="center"><b>『越後文化発祥の地、観光と信仰の弥彦村』</b> <b>～伝統と自然、流行の共存～</b></p>
②コンセプトの考え方	<p>弥彦村には越後に稲作や酒造の技術を伝えたといわれる天香山命を祀る彌彦神社をはじめ、周辺には彌彦神社摂社末社などの歴史的建造物や、樹齢1000年を超える大杉などが今もなお残る。更に弥彦は、彌彦神社の門前町であるとともに北国街道の宿場町としてにぎわった土地であり、「湯神社温泉」「さくらい郷温泉」の2つの源泉を持つ温泉地でもある。</p> <p>弥彦村では春に「湯かけまつり」夏に「弥彦燈籠まつり」、秋に「弥彦菊まつり」、冬に「二年参り・初詣」が開催される。弥彦村のイベントは彌彦神社の神事と密接にかかわったものが多く、特に「弥彦燈籠まつり」は国の重要無形民俗文化財に指定されており「日本三大燈籠まつり」の一つに数えられ、1,000年近い歴史を持つ。</p> <p>神社氏子青年会、小若衆をはじめ村内の地域で作られる各講中が神事に参加し、新潟県一宮として地域住民、商店、県内外の観光客等が参加し弥彦村全体で参加する祭りが古の姿のまま受け継がれている。</p> <p>近年では世界的な不況や東日本大震災、新型ウイルスの影響により観光客が減少、温泉旅館の数は減り、現在では11件の旅館が弥彦の宿泊業を支えている。</p> <p>(一社)弥彦観光協会は2014年に廃業した「弥彦グランドホテル」跡地にできた「おもてなし広場」の管理運営を村から委託されている。2020年、従来の「高齢者向けの観光地」というイメージを変化させるためSNS映えする商品を取り扱うスイーツ店をおもてなし広場のテナントに選んだところ、客層に若年層やファミリー層の増加が見られた。</p> <p>客層に変化がみられるとともにさらなる新店舗の進出も増えていくというシナジー効果が得られている。</p> <p>行政は変化する客層に対応するため弥彦観光案内所にベビーケアルーム「mamaro」を設置。また、高齢者やハンディのある方の利便性向上のため駐車場をアスファルト舗装することによるバリアフリー化を進めた。</p> <p>さらに、民間企業の出展を積極的に支援することで旅館跡地にグランピング施設が建設され、空き地には新たにカフェがオープンする等新規の集客に寄与している。</p> <p>伝統文化が色濃く残る地であるとともに豊かな自然を守りつつ新たな時代の流れに合わせ独自に変化することで歴史と流行が共存する観光地づくりを目指す。</p>

## 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	事業報告書の説明
	<p>・弥彦村より管理委託を受けているおもてなし広場のテナントとは、毎月第一木曜日に報告会を行い、関連事業者に対してコンサルティング等を実施。</p>

	・活動の意義・内容・成果、取組による地域経済・社会の変化の分析結果等を記載した事業報告書を作成し、毎年5月の総会において関係者に説明を行う。
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	事業毎にアンケートを実施し、結果を関係者に反映している。 又、県のアンケート調査なども参考にして原因の調査、改善の対策などを関係者と協議している。
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	SNS を利用した効果的なプロモーションの実施。 (X (旧 Twitter) フォロワー数 4,094 人。月平均閲覧数 90,000 回。 ・WEB プロモーション事業 弥彦村と協力し作成した観光 PR 動画が 10/27~11/25 の間で再生回数 10 万回超。 令和 5 年度までに、春・夏・秋・冬各シーズンの動画が完成。またそれに踏まえて四季をまとめた PR 動画を新たに作成し、今後県内外のイベント等で外部への発信も進める。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

## 6. K P I (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 K P I

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	未設定 ( )	1,680 ( )	1,920 (23)	1,820 (32)	1,860 (44)	1,930 (60)
	実績	1,363 (0)	1,740 (0)	1,780 (25)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	未設定 ( )	56 (0)	61 (0.5)	63 (1.5)	64 (1.9)	65.5 (2.4)
	実績	47.8 (0)	60.6 (0.27)	62.0 (1.2)			
●来訪者満足度 (%)	目標	未設定 ( )	80 ( )	85 (80)	86 (81)	87 (82)	88 (83)
	実績	未実施 ( )	82 ( )	81 ( )			
●リピーター率 (%)	目標	未設定 ( )	65 (0)	75 (50)	62.5 (50)	63 (50)	63 (50)
	実績	未実施 ( )	60.2 (0)	57.3 (0)			

※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】

コロナ禍を超えて新潟県全体での入込客数が前年比 120%と増えてきている。新潟県観光協会の調査資料を基に関係各所と協議し改善に向け今後も継続し満足度を上げ、宿泊を含む来訪者の増加・滞在時間の延長を図る。

### 【設定にあたっての考え方】

#### ●旅行消費額

R5 年旅行消費額の水準（平均消費額 28,800 円）を基準に、延べ宿泊数の増加に加え一人当たりの旅行消費額を、宿泊単価の適正化・体験型アクティビティや電動バイクレンタルの利用などを通した滞在時間を増加させる等の施策により徐々に増加を図っていき、全体の旅行消費額の底上げを図る。（コロナ禍前平均消費額 32000 円）また、インバウンドの宿泊者数増加の目標値に対しその旅行消費額も増加の見込みとした。

#### ●延べ宿泊者数

コロナ禍以前は一時増加率が落ち込んでいたが徐々に盛り上がりを見せていた。その後コロナ禍に入り落ち込んだが現在の国内宿泊者数（令和 6 年度）は平成 29 年度水準に戻りつつある。今後はこの水準を維持しつつ、佐渡が世界遺産に登録された場合の第二宿泊地としての定着を目指すキャンペーン等も計画し緩やかではあるが上昇を目指す。外国人旅行者はコロナ禍以前より進めていたアジア圏への現地商談会だけでなく、欧米の観光客誘致にも力を入れる。さらなる多言語化を進め、SNS 発信や動画作成による広告宣伝、インバウンド向け旅行商材を取り扱う旅行業者との商談や世界遺産の佐渡島を訪れる外国人観光客の取り込みを図り、R5 年の実績値から 3 年後（R8 年）までに 2 倍になる目標とした。

#### ●来訪者満足度

コロナ前の県観光協会調べの「お客様満足度調査」では弥彦温泉は県内温泉地では総合 2 位となり満足度では 80%以上が「大変満足・やや満足」の評価を頂いた。この結果を踏まえ水準の維持を大前提としつつ緩やかな上昇を目指す数値とした。

#### ●リピーター率

シーズンによってリピート率は大きく変わるが通年では 65%以上のお客様に又「訪れたい」と思ってもらえることを目標に全体で取り組んでいきたい。今後 3 年間の目標値の設定としては、R5 年では目標に対して実績が 57.3%と低かった。R6 年の目標値は R5 年の実績を鑑み、まずは R7 年までの間に R4 年の 1 割アップの下方修正とした。リピーター率においては全体の宿泊者数が増加する事でリピーターも増えると考えが、一定程度の新規観光客の増加も見込んでいるため大幅な増加率とせず、この数値を保つことを目標とした。

## (2) その他の目標

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●SNS フォロワー数 (千人)	目標	未設定	未設定	10	11	12	13
	実績	(0)	(0)	10.5 ( )			
観光協会サイト アクセス数 (回)	目標	(未設定)	250,000 (未設定)	320,000 (3,500)	401,000 (6,800)	438,000 (7,000)	481,000 (7,100)
	実績	214,488 (未実施)	294,038 (3,397)	363,686 (6,602)			
彌彦神社菊花 展・弥彦公園入 込客数(千人)	目標	未設定	未設定	470	490	510	510
	実績	461	455	414			
湯かけまつり (千人)	目標	未設定	未設定	15	18	20	21
	実績	未実施	未実施	12	22		
浴衣で街歩き利 用者数(人)	目標	未設定	未設定	230	250	260	270
	実績	196	224	190			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

## 指標項目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

## 【検討の経緯】

新潟県観光協会の調査資料に基づいてはいるが、弥彦温泉の特性としてシーズンによって来訪者の目的がかなり変わるため、様々なコンテンツを磨いていく必要がある。訴求効果の高いコンテンツを把握し効果的な誘客活動のため SNS フォロワー数、サイトアクセス数を設定。

## 【設定にあたっての考え方】

## ●SNS フォロワー数

現在観光協会が更新する SNS フォロワー数「X(旧ツイッター)」=4,216、「Instagram」=4,633、「Facebook」=2,099 の合計数から算出。

Xからの情報発信頻度を上げたことでフォロワー数が上昇している事を踏まえ SNS の発信力を特に重視している。さらに今後フォロワー数を増やすことで拡散力が格段にあがるため、1年間1,000人のペースでフォロワー数を増やしていきたい。SNS は非常に流動的なものであり、増加率の設定が難しいと捉えている。開設当初の増加率は非常に多く、また当協会の SNS は公式キャラクターの発言として発信している事もあり、キャラクターによるイベントやメディアでの露出等でフォロワー数の変化が大きい。ただし最近は一定の落ち着いた指数となり SNS の性質により動向がつかみづらいが、今後も他のアカウントの動向や流行に目を向けつつ一定の増加を図る事を目標とした。

## ●観光協会サイトアクセス数

毎月集計をしている Google アナリティクスより観光協会の HP へのアクセス数を算出している。弥彦に興味を持っていただいた方によりわかりやすく、また詳細な情報が掲示されるよう視覚効果も含



めて日々更新していきたい。さらにぼらんていあガイドや二次交通の申し込み窓口として多言語を含めさらなる進化をしながら R5 年の実績を軸に 1 割程度増へと徐々にアクセス数を増やしたい。

●彌彦神社菊花展・弥彦公園入込客数

弥彦で最も観光客が多い 11 月(彌彦神社菊花展覧会・弥彦公園もみじ谷・弥彦山ロープウェイ 他)はコロナ禍で若干減少したが、客足は戻ってきていると感じる。今後も HP・SNS・ポスター掲示によって PR を拡充する。

●湯かけまつり

秋の集客に次いで観光客の多い桜の季節は天候や桜の開花状況に左右されるところも多い。R6 年度は天候と開花状況に恵まれ統計を取り始めてから最高の人出となった。桜需要の高いインバウンドへの PR、また湯かけ祭りは一般参加型であるため桜の開花前後であっても集客が望めるよう魅力を高める内容としていきたい。

●浴衣で街あるき利用者数

SNS への投稿や撮影での利用など年々利用が増えており、若い客層の増加・滞在時間の延長が見られる。毎年続けている事で周知が広がり、リピーターも多く見られる。今後も更に PR に務めたい。

## 7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後 3 年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。

※現に活動している法人にあっては、過去 3 年間の実績も記入すること。

### （１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2021（R3） 年度	43,210,188（円）	<b>【市町村からの補助金】</b> 5,825,182 円 <b>【公物管理受託】</b> 1,703,640 円 <b>【収益事業】</b> 27,897,947 円 <b>【会費等】</b> 6,193,000 円 <b>【特定財源（負担金等）】</b> 49,630 円 <b>【雑収益】</b> 1,540,789 円
2022（R4） 年度	49,667,404（円）	<b>【市町村からの補助金】</b> 5,096,947 円 <b>【公物管理受託】</b> 4,731,000 円 <b>【収益事業】</b> 29,877,055 円 <b>【会費等】</b> 6,330,000 円 <b>【特定財源（負担金等）】</b> 0 円 <b>【雑収益】</b> 3,632,402 円
2023（R5） 年度	51,248,373（円）	<b>【市町村からの補助金】</b> 8,450,536 円 <b>【公物管理受託】</b> 785,000 円 <b>【収益事業】</b> 30,274,972 円 <b>【会費等】</b> 7,186,000 円 <b>【特定財源（負担金等）】</b> 35,519 円 <b>【雑収益】</b> 4,516,346 円
2024（R6） 年度	54,700,000（円）	<b>【市町村からの補助金】</b> 4,500,000 円 <b>【公物管理受託】</b> 4,000,000 円 <b>【収益事業】</b> 33,000,000 円 <b>【会費等】</b> 7,200,000 円 <b>【特定財源（負担金等）】</b> 1,000,000 円 <b>【雑収益】</b> 5,000,000 円
2025（R7）	54,500,000（円）	<b>【市町村からの補助金】</b> 4,300,000 円

年度		【公物管理受託】 3,000,000 円 【収益事業】 34,000,000 円 【会費等】 7,200,000 円 【特定財源（負担金等）】 1,000,000 円 【雑収益】 5,000,000 円
2026（R8） 年度	55,600,000（円）	【市町村からの補助金】 4,300,000 円 【公物管理受託】 3,000,000 円 【収益事業】 35,000,000 円 【会費等】 7,300,000 円 【特定財源（負担金等）】 1,000,000 円 【雑収益】 5,000,000 円

## （２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2021（R3） 年度	40,155,011（円）	【一般管理費】 15,544,648 円 【情報発信・プロモーション】 87,202 円 【施設管理費】 10,130,168 円 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】 41,958 円 【各部会事業】 0 円 【案内所業務】 4,158,961 円 【観光イベントの開催費】 8,545,051 円 【誘客イベントの開催費】 1,647,023 円
2022（R4） 年度	46,571,494（円）	【一般管理費】 20,117,635 円 【情報発信・プロモーション】 2,454,463 円 【施設管理費】 8,353,000 円 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】 77,613 円 【各部会事業】 0 円 【案内所業務】 6,006,260 円 【観光イベントの開催費】 8,501,691 円 【誘客イベントの開催費】 1,060,832 円
2023（R5） 年度	52,239,722（円）	【一般管理費】 23,640,383 円 【情報発信・プロモーション】 120,136 円 【施設管理費】 10,290,680 円 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】 190,573 円 【各部会事業】 0 円 【案内所業務】 5,619,101 円 【観光イベントの開催費】 10,332,637 円 【誘客イベントの開催費】 2,046,212 円
2024（R6） 年度	53,800,000(円)	【一般管理費】 23,000,000 円 【情報発信・プロモーション】 1,200,000 円 【施設管理費】 11,000,000 円 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】 300,000 円 【各部会事業】 300,000 円 【案内所業務】 6,000,000 円 【観光イベントの開催費】 10,000,000 円 【誘客イベントの開催費】 2,000,000 円
2025（R7）	54,000,000(円)	【一般管理費】 23,000,000 円 【情報発信・プロモーション】 1,200,000 円

年度		<b>【施設管理費】</b> 11,000,000 円 <b>【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】</b> 300,000 円 <b>【各部会事業】</b> 300,000 円 <b>【案内所業務】</b> 6,000,000 円 <b>【観光イベントの開催費】</b> 10,000,000 円 <b>【誘客イベントの開催費】</b> 2,200,000 円
2026（R8） 年度	54,300,000（円）	<b>【一般管理費】</b> 23,000,000 円 <b>【情報発信・プロモーション】</b> 1,300,000 円 <b>【施設管理費】</b> 11,000,000 円 <b>【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】</b> 600,000 円 <b>【各部会事業】</b> 300,000 円 <b>【案内所業務】</b> 6,000,000 円 <b>【観光イベントの開催費】</b> 10,000,000 円 <b>【誘客イベントの開催費】</b> 2,100,000 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

安定的な資金としておもてなし広場の家賃収入があり、観光協会の会費は後継者不足による事業の閉鎖退会もあるが近年の若年層向けの新店舗の会員獲得のため SNS での宣伝効果やイベント時の割引券配布による集客などの効果をアピールすることで新規入会の確保に尽力したい。自治体からは指定管理施設（おもてなし広場・防災機能付き多目的施設・足湯等）の委託料、さらに今年度からは電動バイクレンタル事業の委託料を受けている。

収益事業である秋の弥彦公園もみじ谷周辺の駐車場収入・季節ごとに行われるマルシェやイベントでの出店料ではマルシェ等の定着と各シーズンのライトアップに合わせた営業時間の延長で収益は増加傾向にある。

公式キャラクター「ミコぴょん」においては SNS やイベント等での露出が増えたことでファンが増え、関連グッズの売り上げが上がってきている。さらに新グッズの要望も多くいただいております。需要に合わせたグッズの開発と販売、キャラクターのファンをさらに増やすことで収益を増加させたいと考えている。

弥彦村全体で年間のイベントを多く開催し、参加者からの参加費などや出店料の確保を目指していきたい。

## 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

新潟県弥彦村は、（一社）弥彦観光協会を当該村における地域DMOとして登録したいため（一社）弥彦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）

--

## 10. 記入担当者連絡先

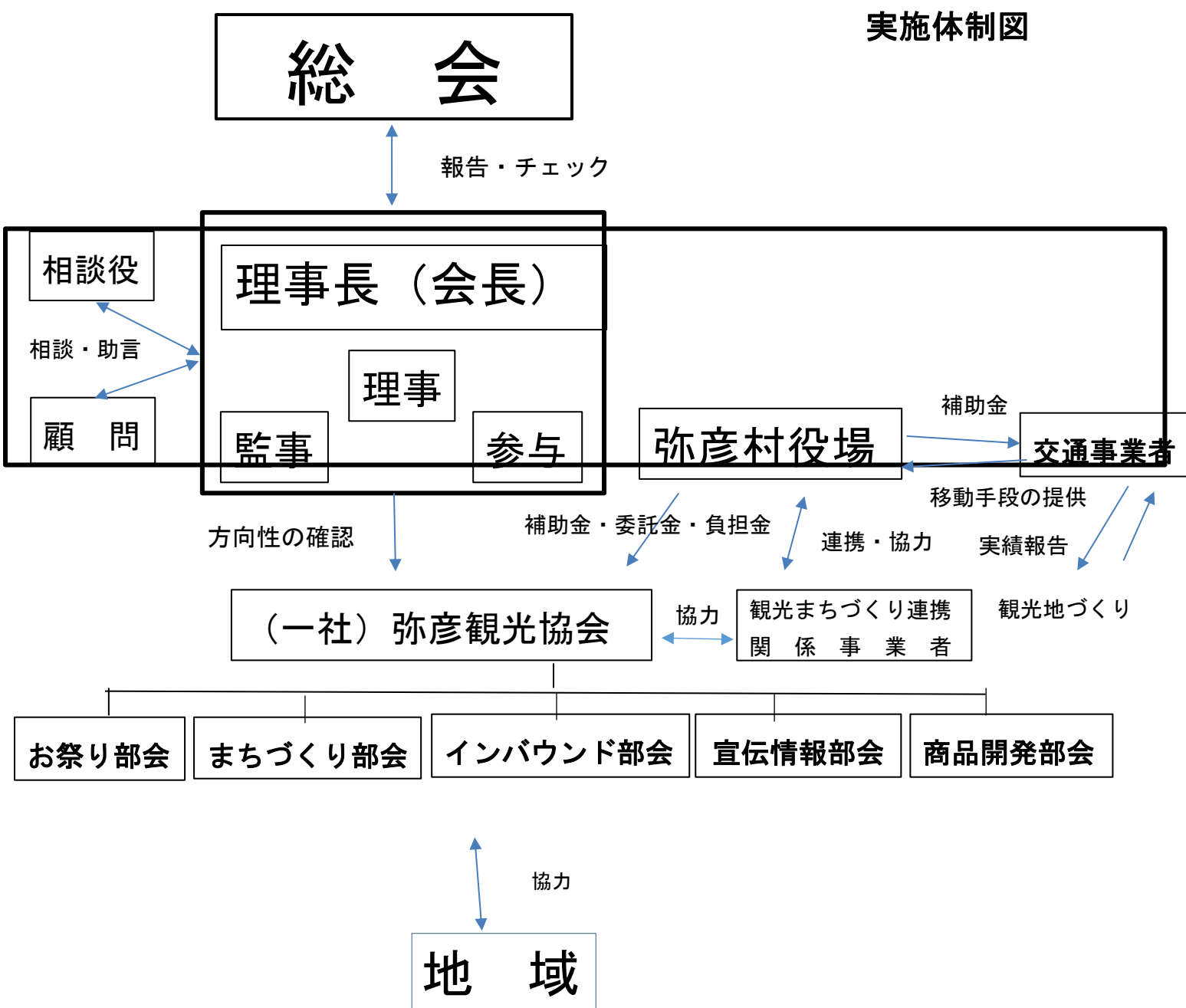
担当者氏名	三富 克是
担当部署名（役職）	（一社）弥彦観光協会（事務局長）
郵便番号	959-032
所在地	新潟県西蒲原郡弥彦村大字弥彦 971-4
電話番号（直通）	0256-94-3154
FAX番号	0256-94-5211
E-mail	yahiko13@dream.ocn.ne.jp

## 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	弥彦村役場
担当者氏名	丸山 竜一
担当部署名（役職）	観光商工課
郵便番号	959-0392
所在地	新潟県西蒲原郡弥彦村大字矢作 402 番地
電話番号（直通）	0256-941025
FAX番号	0256-94-5151
E-mail	kankou@vill.niigata.yahiko.jp

都道府県・市町村名	
担当者氏名	
担当部署名（役職）	
郵便番号	
所在地	
電話番号（直通）	
FAX番号	
E-mail	

実施体制図







基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

新潟県西蒲原郡弥彦村

【設立時期】 平成29年12月1日

【設立経緯】

③区域の観光協会がDMOとして移行

【代表者】 河村 信之

【マーケティング責任者(CMO)】 三富 克是

【財務責任者(CFO)】 吉川 英理子

【職員数】 7人(常勤6人(正職員5人・出向等1人)、非常勤1人)

【主な収入】

収益事業(駐車場管理 他)44百万円、法人会費収益事業7百万円(令和5年度決算)

【総支出】

52百万円(一般管理費24百万円・事業費等28百万)R5年度決算

【連携する主な事業者】

弥彦村観光商工課・弥彦村商工会・弥彦温泉観光旅館組合・弥彦村飲食店組合・彌彦神社・(株)弥彦観光索道・(株)弥彦タクシー

KPI(実績・目標)

記入日: 令和6年 7月 3日

※( )内は外国人に関するもの。

項目		2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年	2026 (R8)年
旅行消費額 (百万円)	目標	未設定 ( )	1,680 ( )	1,920 (23)	1,820 (32)	1,860 (44)	1,930 (60)
	実績	1,363 (0)	1,740 (0)	1,780 (25)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	未設定 ( )	56 ( )	61 (0.5)	63 (1.5)	64 (1.9)	65.5 (2.4)
	実績	47.8 (0)	60.6 (0.27)	62.0 (1.2)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	未設定 ( )	80 ( )	85 (80)	86 (81)	87 (82)	88 (83)
	実績	未実施 ( )	82 (未実施)	81 (未実施)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	未設定 ( )	65 (0)	75 (50)	62.5 (50)	63 (50)	63 (50)
	実績	未実施 ( )	60.2 (0)	57.3 (0)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

タイ・台湾を中心とした東南アジア、  
30代～50代のリピーター

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

燕市との連携協議会において、台湾への  
セールスコールを実施

各SNSの投稿・拡散力を高め情報発信と共有  
を図る。

【観光地域づくりのコンセプト】

伝統文化や自然を守りつつ新たな時代の流  
れにあわせ変化することで歴史と流行が共存す  
る観光地づくりを目指す

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・紅葉ライトアップのさらなる拡大整備  
(大イチョウ)・夜景遺産登録
- ・桜・新緑ライトアップ
- ・ぼらんていあガイド育成
- ・菊づくり教室運営
- ・1年間を通して毎月イベントの開催

【受入環境整備】

- ・パンフレット多言語化
- ・GPS連動型デジタルマップ作製
- ・可動式ベビーケアルーム導入
- ・電動バイクレンタル開始

【情報発信・プロモーション】

- ・県外への商談会参加
- ・JR県内外各駅でのPR活動に参加
- ・台湾現地セールスコール
- ・首都圏における菊祭りPR展示
- ・SNSを利用した観光情報の発信

【その他】

- ・彌彦神社の祭事に係る協賛事業  
への参画
- ・地元住民向けこども縁日の開催
- ・公式キャラクターミコぴよんのファン  
拡大・グッズ作成と販売

