

令和7年度（第13期）事業報告

【一般事業】 ※ほぼ全額、市からの委託料で実施

南魚沼市に訪れる観光客数は、およそ3割が冬季のスキー観光によるものだが、安定した観光振興を図るためには他の地域資源とあわせた魅力向上や、四季を通じた観光誘客を図ることが重要である。また、新型コロナウイルス感染症拡大以降、旅行形態や価値観が変化していることから、多様化する観光ニーズに沿った事業展開が必須である。観光客の理解に重点を置き、行動データ、アンケート調査等の収集と分析に基づいたマーケティングを推進し、戦略的なプロモーションを行うことが必要となっている。

以上のことから、今後の観光需要獲得のため、地域資源を活用した観光コンテンツの発掘や磨き上げにより地域資源のブランド力を向上し、積極的な市の魅力発信や受入体制の整備に取り組むことで、国内外から多くの観光客を呼び込み、観光振興を推進していくことを目的とした観光PR事業を南魚沼市より受託し、以下を実施した。

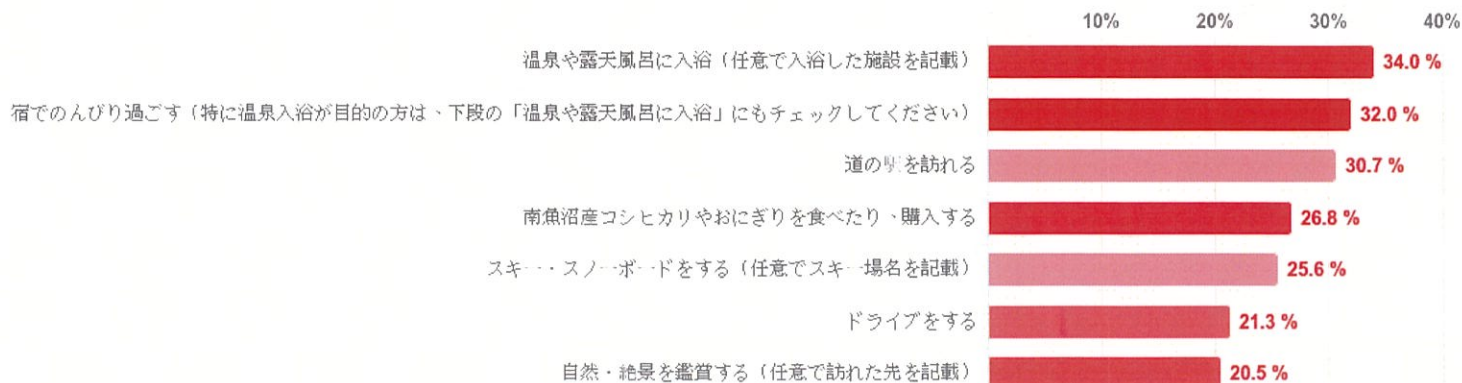
（1）誘客宣伝・マーケティング

観光行政・観光マーケティングには、戦略的な交流人口拡大策、データに基づく政策評価（EBPM）そして持続可能な観光地域経営の実現が必須であり、その道標となるデジタル観光統計として、「いつ、どこから、どんな人が、どこへ観光に来たか」をスマートフォンなどの位置情報データを使って分析・可視化できる、民間の人流モニタリングサービスを戦略策定に伴い新規に導入し、経験や勘によらない、客観的な事実に基づくデジタルデータ（定量）分析を推進した。

その上で、従来から実施している来訪者アンケートや市内宿泊施設への聞き取り・照会による宿泊数調査などのアナログデータ（定性）分析も確保した中で、定量・定性統合分析（ミックスドメソッド）を組み合わせることで、単独では得られない洞察により、相互に補完・検証・深化による精度・質の向上と分析を図ったPR活動を行いました。

アンケート分析については、別ページ「集計表」の詳細もご参照ください。

「アンケート調査（定性）による「南魚沼市への旅の目的別」調査結果（下図）」
「温泉」の人気に比例して「宿で過ごすこと」を目的とした動向が伺える。



また、人流分析ツールを使ったデータ調査（定量）による、「来訪者数（来場・入館数ではなく、市外外貨獲得ベースなので南沼市民は除外した数）」のR7年度値は、約389万人（下図詳細）であり、「延べ宿泊客数」に関しては約49万9千泊（キャンプ場泊含む）であった。長期化する物価高騰による生活への影響が懸念されたが、前年比で、来訪者数が101.3%、延べ宿泊数は107.8%と増加した。

但し、インバウンド客の人流調査・分析は現行システム上、精度とスポットに課題があり、定量・定性調査でも圧倒的にサンプル数が足りていない実態がある。

実際、ここで提示した数値・データには原則、インバウンド客を含まない数値となっており、実態は本データにインバウンド客分を含めた地域波及がある。

注）上述の数値や前年比の対象は、同時期・同条件でのデータ調査による分析結果であり、昨年のアナログデータの数値とは一部異なることを留意のこと。

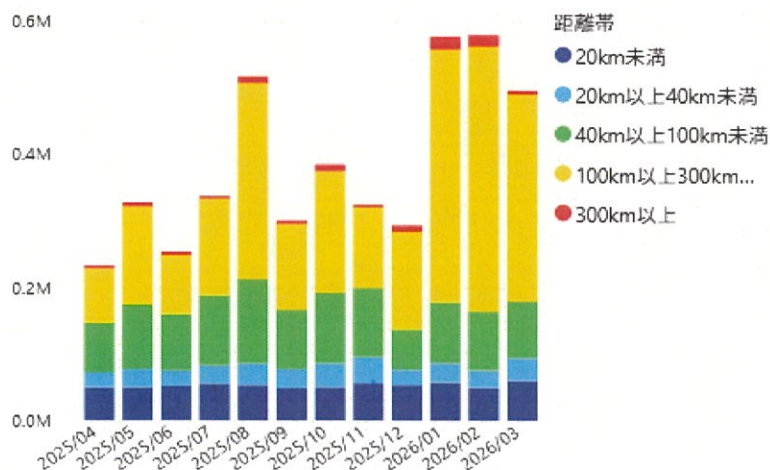
〔人流分析ツール（定量）による、7年度「来訪者数」調査結果（下図）〕

「新潟県」以外では「1都3県」からの来訪が活発であることが伺える。

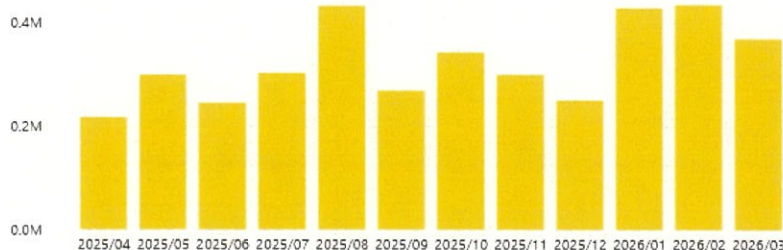
月別では「8月と2月、1月」の来訪が多い。

スキー場シーズン計（12月～4月）は、1,106,508人（前年比95.3%）

発地との距離別推移



来訪者数推移

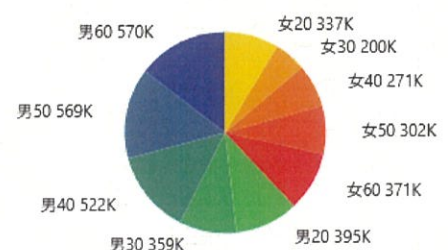


来訪地	来訪者数	構成比
新潟県南魚沼市	3,894,401	100.00%
合計	3,894,401	100.00%

発地ランキング

発地	来訪者数	構成比
新潟県長岡市	310,033	7.96%
新潟県海沢町	302,034	7.76%
新潟県十日町市	224,637	5.77%
新潟県魚沼市	177,361	4.55%
新潟県新潟市中央区	106,122	2.72%
新潟県新潟市西区	62,841	1.61%
新潟県小千谷市	55,248	1.42%
合計	3,894,401	100.00%

属性別構成



その上で、現状では当市来訪のコアターゲットとなっている50～60代夫婦に対しては、新聞や雑誌の紙媒体を活かした広告も有効な手段であり、特に南魚沼産コシ

ヒカ리를始めとした特産品 PR やキラーコンテンツである「南魚沼、本気井」や「温泉地」を PR することは、アンケート調査からも訴求力が強く効果的な宣伝となっている。

また、本年度南魚沼市が策定した観光戦略「ゼッピン雪国宣言」を受け、南魚沼市の観光ブランドイメージ向上を目指したブランディングと関連した認知度向上施策を行っている。

情報発信としては、令和 7 年 4 月から HP をリニューアル公開。観光戦略が定めるターゲット（首都圏在住の 30 代子ども連れ家族層）を意識した内容に適宜、追加・改善・修正を加えながら、運用・分析を行った。

総ユーザー数は減少させてしまったが、現在の Google アナリティクス（GA4）では、単なるセッション数だけでなく「エンゲージメントのあったセッション数」という指標が重視され、主に滞在時間と複数ページの閲覧数が「質の高い訪問」を指すことが多い点では、滞在時間とビュー数の増加は、興味・関心の高い観光客からしっかりと目的をもって閲覧していただけていることが伺える。

都市別の閲覧数では、新潟市、南魚沼市、長岡市の県内閲覧者が多いが、新宿区、港区、渋谷区、札幌市、横浜市、大阪市も上位に見受けられる。

また、アンケート調査からも SNS の重要性、特に近年の旅行者の「旅マエ行動」として Instagram 及び X での情報収集率が高いことから、Instagram 及び X 配信に力を入れ、特に若年層の来訪が増えるウィンターシーズンにおいては、ほぼ毎日の投稿に努めると共に、フォロワー増加のキャンペーンを実施するなど多様な情報発信を行った結果、アンケート調査でも「旅行のキッカケ」とする Instagram 及び X が大きく向上したことは、非常に大きな結果と言える。

今後は、それぞれの特性と用途をしっかりと使い分けることが効果的かつ効率的な運用に繋がることから、HP は情報の集積によるライブラリー化、Instagram 及び X はリアルタイム発信による旅ナカ情報の拡散、一般普及率が高い LINE を活用した情報発信の検討など、用途を明確化した PR 展開を行っていく。

Xのフォローとリポストで当たる！

冬の南魚沼 を楽しもう
お得なリフト券が当たる
キャンペーン
～第2弾～



石打丸山スキー場
1日券半額引換券（ペア）



舞子スノーリゾート
リフト1日券（ペア）



六日町 八海山スキー場
リフト1日券（ペア）

注意事項

- ・景品を選ぶことはできません。
- ・当選者ご本人がご利用ください。
- ・転売禁止です。

応募期間
2/6
まで

[Xでのキャンペーン一例]

市内スキー場様からも御協賛いただきました。
御礼申し上げます。

キャンペーンの瞬間だけ登録者が増える。という現象はありましたが、その後抜けていったフォロワーを差し引いても、十分な増加に繋がっている。

[ホームページ及び各種SNSの閲覧状況・フォロワー数（下図）]

媒体	HP ユーザー	HP ページビュー	HP 滞在時間	Instagram	X	Facebook
実績	104,058	338,188	1分15秒	3,023	5,094	4,425
前年比	88.3%	130.4%	113.9%	131.1%	193.6%	100.1%

印刷物では、既存パンフレット等の増刷により、来訪者へ周遊観光の促進を促す活動をしつつ、南魚沼市が掲げる観光戦略「ゼッピン雪国宣言」を内外に普及・PRするため、ロゴマーク（下表参照）を活用したツールの展開によるプロモーションにも尽力した。



（２）観光振興・施設維持

新潟県観光協会および新潟県スキー観光産業振興協議会と連携し県外 PR を行うと共に、冬季宿泊客向けに越後湯沢駅東口に専用送迎駐車場を受入整備・除雪等し、お客様への利便性・サービス向上に努めた。

（３）観光施設活性化

市内２案内所（道の駅・JR 浦佐駅）の運営を担い、観光客はもちろん、市民も含めて多様な情報の発信を行うと共に、交流人口の拡大に努め、相互に連携し、情報交換を密に相互に情報の受発信を行っている。特に道の駅では外国人旅行者を多く見かけるようになり、レンタカー利用率が上がっていることが伺える。

道の駅案内所：36,344 人（前年比 96.6%）

浦佐駅案内所：20,089 人（前年比 109.6%）

また、JR 浦佐駅でのレンタサイクル事業では、路線バスの廃線や地元タクシー会社の廃業など二次交通に課題を抱える点において、広域で検討・改善を図っているところであり、その一助を担うレンタサイクルの利用数は 286 台（前年比：107.9%）と上昇し、特に魚沼の里や西福寺開山堂に行かれるケースが目立つ。

道の駅は、市内最大の集客施設（7 年度年間来場 549 千人）であるが、冬季は来

場数が減ってしまうことから、雪国の特性を活かすため冬場も広場を最大限に活かす環境を整える投資を行い、集客を促すと共に、整備された環境を活かした新しいイベントを独自に実施（自己負担）し、閑散期に多くの集客を行うと共に、消費拡大及び交流人口の拡充に寄与できたものである。

[誘客・交流促進事業として行った、道の駅での独自イベントチラシ]

2月22日 日 2026年
10:00~17:00

参加無料

スノーパーク
開設記念イベント
in 道の駅 南魚沼雪あかり

会場案内MAP

06 白のさんぽみち

今泉記念館



01 ステージ
04 案内所

02 そりあそびコーナー

05 雪あそび広場



出入口 ————— 出入口

03 キッチンカー

出店者一覧

01 ステージ
01. テーマソング披露目録
02. リズム楽器体験
03. プロジェクションマッピング

02 雪あそび広場
かまくらや雪像づくり
雪合戦や雪だるまも作って楽しんでね

03 キッチンカー
01. Hinata Poppo パブルワッフルetc
02. 李さんの食堂 焼きそばetc
※2/8現在

04 案内所
・景品受け取り
・スノーカート体験申し込みなど

05 そりあそびコーナー
親子そり対決の会場です！
対決終了後は、ご自由に遊べます。
※競技中はそり遊びコーナーは使用ができません。

06 白のさんぽみち
01. ゆるりと雪景色を眺めながらおさんぽ
02. ミニかまくらや雪像が映えスポットに
03. スノーバイクレンタル
一人乗り500円・二人乗り1000円
12歳以上～1人乗りOK
幼児は親御様と二人乗りも可
※スタッフの判断によりお断りする事があります。

ご来場時の注意事項！

- ・小さいお子さんには大人が付き添い事故やケガのないように十分注意してください。自己責任の上でご利用ください。
- ・会場内でのトラブルは当事者同士で解決をお願いします
- ・わんちゃんの排泄物は飼い主さんで処理をしてください
- ・必ずリードをつけてください

協賛



南魚沼・白の夜明け共同体
石打丸山観光協会

2月8日現在 順不同

(4) インバウンド

国の年間（2025 年 1 月～12 月）訪日客数は約 4,268 万人を記録し、2024 年の約 3,690 万人を大幅に上回りました。円安や大阪・関西万博の開催が追い風となり、消費額も 9.4 兆円超と過去最多を更新。韓国、中国、台湾が上位を占める中、地方誘客や欧米豪からの旅行者も大幅に増加しているが、いまだ東京・大阪・京都・北海道・沖縄に集中（訪日全体の 69.7%）しているのが実情である。

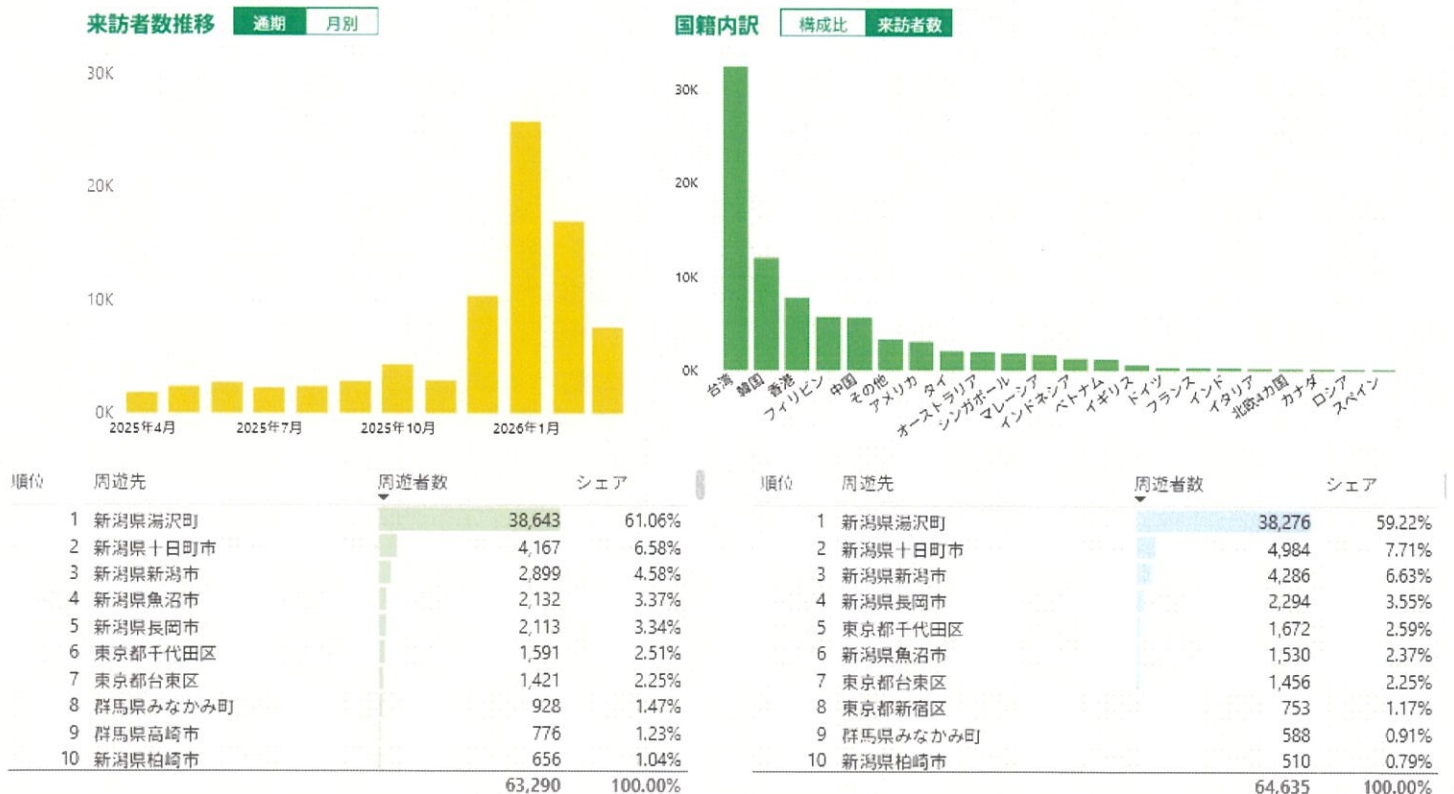
当市においては「雪国」を求めるインバウンド客で、スキー場来場が 82,424 人（前年比 104.4%）の賑わいを見せ、当協会聞き取り調査でのインバウンド宿泊数は、26,499 人泊（前年比 135.0%）と大きく伸ばし、特に 1 月・2 月の来訪が多い。

人流分析ツールを使ったデータ調査（定量）の国別結果では、圧倒的にアジア圏が占める中、他地区ではアメリカ、オーストラリアが伺える。台湾からの来訪が多いことは従来からの聞き取り等により把握していたが、今回客観的な人流分析を導入したことで改めて台湾からの多さが立証され、国別詳細も測れた。

なお、調査できる範囲（2019 年～）で、通年を通してスキー場以外の訪日客が多いスポットは「八色の森公園」（台湾が多い）「道の駅南魚沼」（韓国・香港が多い）となっている。また、南魚沼市に訪れる訪日客の前後周遊先は、湯沢町がダントツではあるが、次いで十日町市からのインバウンド客流入も確認できる。

但し、インバウンド客の人流動向に関してはデータが圧倒的に不足していることから、精度・確度の積み重ね、調査手法に改善と工夫が必要である。

〔人流分析ツール（定量）による「国別」「前後周遊」調査結果（下図）〕



《収入 23,190,000 － 支出 23,272,837 ＝ ▲82,837 円》

【特別事業】

観光情報発信拠点であり、交通の拠点である道の駅南魚沼内、今泉記念館での滞在時間の延長と直売による収益事業（施設活用事業収入）として、コーヒーやジェラート販売等による地域消費喚起の促進を引き続き図った他、敷地を利活用した遊具貸し出し充実させ、財源確保を拡充した。

加えて、南魚沼市が掲げる観光戦略「ゼッピン雪国宣言」に基づき、追加事業受託をした湯沢町にて発生する夕食漂流者を南魚沼市内の飲食店に誘客するキャンペーン「南魚沼ディナージャーニー」と「食のブランディング強化」を展開した。

キャンペーン期間の令和7年12月19日～令和8年2月28日の17時～22時台における「六日町駅前通商店街（上町地区飲食店含む）」の期間中利用者（宿泊旅行者で宿泊日の動向が対象）は、30,861人（前年比121.3%）と推計される。

なお、人流分析ツールの制限上、インバウンド客は含まない数値であるため、実際の利用者は更に多いことが予想される。

各店舗のGBP（グーグルビジネスプロフィール）の整備や事前予約および決済システム、空席情報の可視化をシステム化といったDX化の普及・促進は、非常に効果の高い成果を期待でき、導入の検討をしていきたい。

南魚沼ディナージャーニーとは

Dinner Journey in Minamiuonuma

旅の途中、もうひとつの夜を。越後湯沢駅からわずか約20分。
きらめく南魚沼の夜へ、ディナーの小さな旅に出かけませんか。

*On your journey, enjoy another night. Just about 20 minutes from Echigo-Yuzawa Station—
step into the sparkling night of Minamiuonuma and begin a small dinner adventure.*

南魚沼ディナージャーニーの楽しみ方

How to Enjoy the Minami Uonuma Dinner Journey



越後湯沢駅から出発
わずか20分で別世界の夜へ

*Depart from
Echigo Yuzawa*

>



南魚沼でディナー
地元食材 × あたたかいおもてなし

*Dine in
Minamiuonuma*

>



夜の街を散策・特典をゲット
灯りと食の余韻を楽しむ

*Enjoy
the night*

参加店へのアンケート個別調査では、9割が「昨年より増えた」と回答し、内、77.8%が「外国人が増えた」と回答している。さらに4割が「湯沢町からの漂流者」、4割が「湯沢町からかは分からないけど漂流者」と、8割が夕食漂流者を受け入れたと回答しており、実態の利用者数増加と合わせて、非常に大きな事業成果と考える。

また、一番旅行客が訪れた時間帯は「平日18時台」と6割が回答しており、人流分析ツールでも似たような結果が出ており、曜日を問わないインバウンド客が多かったことを伺わせる回答となっている。

南魚沼市観光戦略の中でも重点戦略に掲げる食のブランディング強化として、市が包括連携協定を締結する(株)ぐるなび様と共同して、令和8年3月16日～18日にかけて、料理コンペティションの受賞歴を有するシェフを招聘した、雪国である南魚沼の食文化の魅力を再発見し、観光分野における新たな価値創出につなげることを目的としたファムツアーを実施した。

ツアー行程には、南魚沼の食文化や生産現場、雪国ならではの環境や特色を感じる施設（雪室や発酵施設）、地域の食材・調理法・生活感覚を尊重した食材の提供を行う食事処を選別し、食で観光を誘客することを意識した内容とした。

また、招聘シェフと地元事業者（料理人や経営者など）との意見交換会は、雪国食文化の観光資源としての可能性を引き出せた上で、課題や障壁なども浮き彫りできたことは非常に大きな成果であり、料理人同士も刺激を受け合い、コラボレーション企画や育成といった点においても、今後の展開が楽しみなディスカッションとなった。



他、令和8年1月1日より地域おこし協力隊1名が当協会に着任し、交流人口の拡大を図ると共に、多角的な視点に立った活動を行っている。

《収入 13,163,010 － 支出 8,683,873 ＝ 4,479,137 円》

【旅行業農体事業】

従来の一律型教育の限界や子どもたちの多様化に伴い、子どもたちに自然環境に恵まれた場所で長期に滞在して、多様な体験学習、野外活動、勤労体験、教科学習を行い、健やかな体と豊かな心を育てる中で、集団生活の在り方や人間関係について考え、実行する力を養うと共に、関わった方に対する感謝の気持ちを育むことで、教育の多様化による体験型総合教育旅行として、武蔵野市セカンドスクール（小学生長期滞在教育旅行）受け入れを主力事業に、7校を市内に分散して宿泊させ、東京から往復するバスも市内手配のため、地域への波及効果が高い上で、当協会最大の誘客・収益事業となっている。

将来的には、本事業に関わった都市部の子ども、教員、指導員などが南魚沼市を“第二のふるさと”“帰れる場所”と思ってもらえる一助になる業務へと発展していくことであり、実際に本事業に関わった引率大学生が、個別にスキーなどで南魚沼へ遊びに来てくれる実態もあり、交流人口の拡充に着実に繋がっている。

また、集客で得た知見や外部から見た魅力を地域に循環、共感させたことで、内外で地域の良さを高めた。

[令和7年度セカンドスクール受入実績]

武蔵野市立学校	滞在地区	受入宿数	人 数・職 種					実施日程	
			児童	引率大学生	教員	看護師	計	IN	OUT
第三小学校	樺野沢	7	60	12	4	1	77	6月4日	6月6日
千川小学校	樺野沢	7	59	12	4	1	76	9月4日	9月10日
第五小学校	上の原	7	97	12	5	1	115	9月11日	9月16日
境南小学校	石打	9	102	16	8	1	127	9月17日	9月22日
本宿小学校	上の原	7	57	12	5	1	75	9月18日	9月24日
第三小学校	樺野沢	7	84	12	5	1	102	9月25日	9月30日
井之頭小学校	樺野沢	9	116	16	7	1	140	10月1日	10月3日
合 計		53	575	92	38	7	712		

延べ宿泊数 3,060泊 / 地域への経済波及 3,800万円以上

他に、個人客の受け入れとして、国と民間が協力して子どもの体験活動を応援し、子どもの健全育成の手助けをする子どもゆめ基金事業へ補助金申請を行った中で、各種企画商品事業が採択され催行し、都市部との交流人口の拡大を図れた。

結果、目標に掲げたの4,100人泊を達成し、4,132人泊（前年比101.2%）となった上で、収益性の高い団体受け入れに集中し、支出経費の捻出を工夫したことで、収益率としては計画目標値を大きく超える大きな成果を達成した。

〔個人向け商品「コシヒカリの郷子ども自然体験村」受入実績〕

コース名	期間	参加者数	泊数	人泊数
親子田植えキャンプ	5/31～6/1	39	1	39
まっ黒わんぱく夏休み 1 2 泊	7/27～8/8	20	12	240
スタート 3 泊	7/27～7/30	14	3	42
チャレンジ 6 泊	7/31～8/6	13	6	78
ゆったり 8 泊	7/31～8/8	14	8	112
思いっきり夏キャンプ 6 泊	8/11～8/17	39	6	234
あそびばキャンプ	8/20～8/22	47	2	94
火あそびキャンプ	9/13～9/15	19	2	38
親子稲刈りキャンプ	9/27～9/28	37	1	37
年末天空雪あそびキャンプ	12/27～12/29	36	2	72
年始天空雪あそびキャンプ	1/10～1/12	18	2	36
ガンガン滑ろうキャンプ	1/24～1/25	25	1	25
思いっきり雪まみれキャンプ	2/14～2/15	25	1	25
合 計		346	47	1, 072

《収入 74,805,997 － 支出 63,236,759 ＝ 11,569,238 円》

【指定管理（道の駅南魚沼）受託事業】

引き続き、記念館のアミューズメントの充実と財源化、集客に力を入れたが、春先の残雪の影響や 6 月、紅葉シーズンなどの週末に天気が悪い日が重なり、1 年を通じては前年よりやや来場者の減少となったが、2 階アートステーションの有料入館者数は増加した。

これは、館内装飾や遊具の入替えを定期的に行い、いつ来ても新鮮さが失われない工夫を続け、ファミリー層（3 世代）を中心にリピーターを増やす戦略の継続が有効的に働いていると思われる。

尚、水道料や電気料、消雪や除雪にかさむ需用費や委託費の増額に関しては、南魚沼市の理解と協力を得て、支払い実額同等の委託料追加補正をいただき増額対応をいただいているが、築 40 年近くとなる建物および内部設備の老朽化は深刻となっており、市と協議の上での対策が求められる。

引き続き、集客と財源を得られる施設として、魅力的な観光拠点の創出を目指す。
記念館 36,344 人（前年比 96.6%）／アートステーション 3,217 人（前年比 103.3%）

《収入 42,303,447 － 支出 41,575,362 ＝ 728,085 円》

今泉記念館 フレンドパーク

「道の駅」がテーマパークに!?

親子で一日中楽しめるアイテムがたくさん! 一度来たらまた来なくなる…
いつ来てもワクワクがいっぱいの道の駅に是非お越しください!!



【キッズバギー】

子ども用の電動バギーを貸出し中!
建物裏の広い敷地の中を自由に走行できます!
ルールを守り安全にご利用ください。
1回20分 ※体重制限があります

- ☐ 小型 300円(体重20kg)
- ☐ バギータイプ 700円(体重20kg)
- ☐ ゴーカートタイプ 700円(体重55kg)



※バギーは天候により利用できない場合があります。

【コーヒーコーナー】

- ☐ アイスコーヒー 450円
- ☐ ホットコーヒー(short) 250円
- (tall) 350円

※直売所にて1,000円以上お買い上げいただいた
レシート提示で50円引き! <ホットコーヒーのみ>

- ☐ ジェラート(各種) 450円
- ☐ ポップコーン(限定販売) 200円



【キッズスペース】※全天候型

天候に左右されない室内にキッズが楽しめるおもちゃ
やボールプール、ジャングルジムに滑り台を追加!
色々なおもちゃでいっぱい遊んでください。

利用料: 無料



【水遊び場】

夏季限定

毎年夏季に無料開放している水遊び場に今年も様々な
アイテムを追加!

ビーチボール、浮き輪、水鉄砲…などなど
水深も15~30cm程度なので小さなお子様も
安心してご利用いただけます。
事故防止のため、ご利用の際はお子様から
絶対に目を離さないでください。
安全に楽しくご利用ください。

利用料: 無料



【憩いの広場】

ふわふわドームをはじめ、滑り台、砂遊び場など
があり、広場にある森の下は日陰になるので休憩
にピッタリ! 広場の周りをワンちゃんと一緒に
お散歩するのもおすすめ!

【お問合せ】

一般社団法人 南魚沼市観光協会

新潟県南魚沼市下一日市 855

TEL: 025-783-3377 / FAX: 025-783-3388

Mail: inf@m-uonuma.jp



【特産品事業】

会員制のふるさと特産品お届け販売を継続実施。会費を前年同額のまま、物価高騰の中、特に新米価格の急上昇では非常に苦しい商品設定となったが、地域業者の皆様のご尽力と会員様のご理解により、仕入値と商品品目を調整しながらも、南魚沼ブランドのクオリティを維持し、予算目標を大きく上回る 299 会員（前年比 115.8%）を確保できた。また、購入者へのアンケート調査でも満足度の高い評価をいただいている。引き続き南魚沼ブランドの付加価値化による発展的な活動を進め新規顧客の増員と効果的なプロモーションによる地場産物の販路拡大を図っていく。

(※1)令和6年度当社会員アンケート＜商品の5段階評価にて高評価の4～5の割合＞

商品満足度 **80%**以上

新潟の『おいしい!』をつめ込んだ

グルメ定期便

令和7年

南魚沼市ふるさと会員 募集中!

春	夏	秋	冬
6月	8月	10月	12月
新米!	新米!	新米!	新米!
南魚沼産 コシヒカリ (2kg×2袋)	南魚沼産 コシヒカリ (2kg×2袋)	南魚沼産 コシヒカリ (2kg×3袋)	南魚沼産 コシヒカリ (2kg×2袋)
・笹だんご ・八色生しいたけ など	・枝豆 ・なす漬け など	・生まいたけ ・かぐら雨蜜味噌 など	・そば ・こがねもち など

※南魚沼市のふるさと納税とは異なりますのでご注意ください ※商品画像はイメージです
※各回、上旬から中旬頃にお送りします。天候により内容が変更する場合がございます。ご了承ください。

南魚沼産コシヒカリ+四季の特産品をお届け!

会員特典価格 39,000円 (税込・送料込) 全4回

3回 29,500円 2回 19,800円 1回 10,000円 ※便の回数と選択も可能です

《収入 10,121,550 ー 支出 8,227,555 = 1,893,995 円》

【イベント事業】

市内外から多くの来訪がある坂戸城跡の登山道草刈り整備を、六日町観光協会と共同で取り組み、事務関連での協力を行った。

《収入 1,815,528 ー 支出 1,815,528 = 0 円》

【管理費】

物価高騰を意識、対策した予算計画に対し、高騰の上昇率が想定したほどでなかったこと、経費節約に努めたことにより、全体的な管理費の減額となっている。

特に、事務局長を始め、前年度からの欠員補充ができていない状態が続いたことによる人件費の大幅な減額が目立つが、期中で新規採用や新事務局長も着任し、8年度に向けては新採用職員も決まったことで、一定数の職員確保ができています。

但し、育児休業者1名、傷病休業者1名を抱える現状、在職職員への業務負担から超勤発生が常態化している。

また、道の駅南魚沼の再整備（リニューアル）について、再整備完了までの準備作業と再整備後の指定管理を、株式会社新潟放送を代表とする共同事業体「南魚沼・白の夜明け」が請け負い、当協会も構成団体として参画（他に、株式会社ヴァーテックス、株式会社魚沼新潟物産、株式会社雪国リゾートインフォメーション）し、地域連携の強化と交流人口の拡充、安定財源確保へ向けた活動を進めている。



《※収入 23,947,975 － ◎支出 30,013,304 ＝ ▲6,065,329 円》

※会費、負担金、補助金、受託金、雑入の合計 ◎管理費、事業消費税および法人税含む支出の合計

《K P I (K G I) と D M O 登録更新に必要な主な取り組み状況》

項目	R6 実績	R7 目標	R7 実績	特記事項
旅行消費額(全体)	15,589 百万円	17,485 百万円	17,737 百万円	来訪者全体の統計値等を総合的に加味した独自算定
旅行消費額(内、訪日)	1,413 百万円	2,160 百万円	1,960 百万円	観光庁「インバウンド消費動向調査」より算定

項目	R6 実績	R7 目標	R7 実績	特記事項
経済波及効果(KGI) ★	[新規更新要件] R 9.3 月までに策定が必要			
一人当たり旅行消費額 ※国内の交通費は除く	31,929 円	32,500 円	33,325 円	アンケート調査より算定
延べ宿泊者数(全体)	463,614 人	480,000 人	499,906 人	人流分析ツールより算定
延べ宿泊者数(内、訪日)	19,629 人	30,000 人	26,499 人	個別聞き取り調査による
来訪者満足度	96.7%	92.5%	96.7%	アンケート調査より算定
持続可能な観光に対する 住民満足度	[新規更新要件] R 9.3 月までに調査方法含めた策定が必要			
観光事業者の平均給与額	[新規更新要件] R 9.3 月までに調査方法含めた策定が必要			
月別来訪者数の平準化率	[新規更新要件] R 9.3 月までに調査方法含めた策定が必要			
マネジメント観点から 設定する KPI ★	[新規更新要件] R 9.3 月までに策定が必要			
マーケティング観点から 設定する KPI ★	[新規更新要件] R 9.3 月までに策定が必要			
DMO 法人職員の満足度 について、データの収集、 分析及び評価を行ない、 目標達成状況を踏まえ、 計画の見直しを行う	[新規更新要件] R 9.3 月までに分析方法含めた策定が必要			
基礎的な研修を受講して いる (経営層向け研修)	[新規更新要件] 毎年度末までに、役員 (理事・監事) 1 名以上の受講が必要			
基礎的な研修を受講して いる (中核人材、実務人 材向け研修)	[新規更新要件] 更新前年度末までに、実務職員 (CMO、CFO など) 最低 3 名以上の 受講が必要			
財源計画の分析、評価及 び見直しを行う	[新規更新要件] R 9.3 月までに策定が必要			
安定財源確保率につい て、データの収集及び分 析、評価を行ない、目標 の達成状況を踏まえ、計 画の見直しを行う	[新規更新要件] R 9.3 月までに分析方法含めた策定が必要			

★印は、DMO が自ら設定する KGI 及び KPI であり、更新登録時に必須となります。

「2025年度シーズン」旅行者アンケート集計 【対象宿泊期間：R7.4月～R8.3月】

サンプル数（4-11月回収:1634+12-3月回収:901） お客様居住地

回収数	アクセス数	回答率
2,535	6,339	40.0%

東京	神奈川	埼玉	新潟	千葉	群馬	茨木	栃木	長野	その他
28.8%	14.1%	14.0%	12.7%	8.2%	6.0%	2.0%	1.9%	1.5%	10.8%

前年比 191.3%

※数は1%未満ながら、北海道～沖縄県と来訪者の範囲は広い。前年より新潟からの来訪が7.2%の激減。

新潟県内、市町村別

新潟市	長岡市	南魚沼市	三条市	上越市	燕市	十日町市	柏崎市	魚沼市	その他
35.2%	18.4%	7.5%	5.9%	5.0%	4.4%	4.0%	3.7%	2.8%	13.1%

※居住地順位と比率に大きな変化はない。県内では長岡市が3.2%増で、上位外では湯沢町が2.1%減。

1 性別

男性	女性	その他
1,163	1,359	13
45.9%	53.6%	0.5%

2 年代

～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70歳～
72	228	379	491	823	426	116
2.8%	9.0%	15.0%	19.4%	32.5%	16.8%	4.6%

※前年割合より「40代」が減り、「60代」が増えた。

※グリーン期より「20代」の割合が増えるのはスキー場の効果が高い。

3 普段一番利用している決済方法

クレジットカード	PAY/QR	現金	交通系電子マネー	非交通系電子マネー
1,052	858	485	107	33
41.5%	33.8%	19.1%	4.2%	1.3%

※昨年とほぼ変わらない利用率となった。一定数「現金」利用者はいる。

4 ①旅行のきっかけとなる情報源 (複数回答可)

知人の口コミ 知人のSNS	ネット ニュース	Google Map	Insta gram	X	TikTok	You Tube	Face book	旅行系雑誌 ・メディア	旅行会社 WEB等	現地協会 WEB	交通機関 WEB	宿泊施設 WEB
1,338	475	469	510	312	167	479	193	705	298	598	238	636
15.3%	5.4%	5.4%	5.8%	3.6%	1.9%	5.5%	2.2%	8.1%	3.4%	6.8%	2.7%	7.3%
TV・新 聞・広告	観光 案内所	観光パン フ・チラシ	イベント 会場	リピー ター	その他	該当なし						計
457	191	374	407	724	114	67						8,752
5.2%	2.2%	4.3%	4.7%	8.3%	1.3%	0.8%						

②旅行を計画する際に参考にする情報源 (複数回答可)

知人の口コミ 知人のSNS	ネット ニュース	Google Map	Insta gram	X	TikTok	You Tube	Face book	旅行系雑誌 ・メディア	旅行会社 WEB等	現地協会 WEB	交通機関 WEB	宿泊施設 WEB
1,008	542	874	606	328	177	558	191	707	367	886	324	824
10.6%	5.7%	9.2%	6.4%	3.5%	1.9%	5.9%	2.0%	7.4%	3.9%	9.3%	3.4%	8.7%
TV・新 聞・広告	観光 案内所	観光パン フ・チラシ	イベント 会場	リピー ター	その他	該当なし						計
375	293	390	366	530	103	47						9,496
3.9%	3.1%	4.1%	3.9%	5.6%	1.1%	0.5%						

③旅行中の情報源 (複数回答可)

知人の口コミ 知人のSNS	ネット ニュース	Google Map	Insta gram	X	TikTok	You Tube	Face book	旅行系雑誌 ・メディア	旅行会社 WEB等	現地協会 WEB	交通機関 WEB	宿泊施設 WEB
695	420	1,124	513	328	130	323	144	420	224	1,000	302	510
7.9%	4.8%	12.8%	5.9%	3.7%	1.5%	3.7%	1.6%	4.8%	2.6%	11.4%	3.5%	5.8%
TV・新 聞・広告	観光 案内所	観光パン フ・チラシ	イベント 会場	リピー ター	その他	該当なし						計
180	620	779	381	386	107	58						8,644
2.1%	7.1%	8.9%	4.4%	4.4%	1.2%	0.7%						

※4-①「知人の口コミ、SNS」という回答が圧倒的に多い。現地を知っているリアル情報がきっかけのキーポイント。

※4-②「知人の口コミ、SNS」が一番ながら、僅差の回答も多く、計画においては複数の情報(地理・MAP、地域情報、宿)を集める傾向がある。

※4-③ 旅ナカにおいては「GoogleMap」の利用が非常に多い他、現地観光協会の生の情報を求める割合も高い。

※全体を通じて、「GoogleMap」の利用が非常に高いことから、ビジネスプロフィールの整備は非常に重要と考えられる。

※「現地観光協会」から情報を求める傾向も高いため、WEB・SNS上での発信を強化することも効果的と考える。

5 南魚沼市への訪問回数

5回以上	2～4回	初めて
1,232	686	617
48.6%	27.1%	24.3%

※ヘビーユーザーが多い。75.7%が2回以上のリピーター。特に「50代」の54.7%は5回以上来ている。

※グリーン期と比較して「初めて」の割合が6%も下がることから、ホワイト期のリピーター化が相当高い。

※「50代」の同行者は、「家族旅行」32.9%が一番多く、特にグリーン期と比べてホワイト期は「家族連れ」が増える。

※全体で「一人旅」の割合が一番多かったのは「60代」で11.7%を占めた。反面、「60代」で圧倒的に多い同行者は「夫婦」であり二極化。

※「初めて」の回答率が一番高かったのは「20代」で、228人中39.9%が回答。「30代」も379人中36.4%が回答。

但し、昨年より「初めて」の回答率が高いことから、新規顧客の確保に繋がっていることが窺える。

6 南魚沼市へ訪問したシーズン

4-11月	12-3月
1,594	941
62.9%	37.1%

※8ヶ月：4ヶ月＝2：1の比率で言えば、ホワイト期の来訪率の方がやや高い。

7 今回の旅行、全行程での宿泊日数

日帰り	1泊	2泊	3泊	4泊	5泊以上
529	1,062	636	164	46	98
20.9%	41.9%	25.1%	6.5%	1.8%	3.9%

※前年より「日帰り」が1.4%減り「2泊」が2.2%増。
グリーン期比でも「2泊」が2%増。

行程内の、南魚沼市内での宿泊日数

1泊	2泊	3泊	4泊	5泊以上
1,339	460	91	22	94
66.7%	22.9%	4.5%	1.1%	4.7%

※グリーン期比で「1泊」が7.5%減少し、「2泊」の5.3%増をはじめ、連泊が増加。
ホワイト期の連泊率増加が目立つ。

8 今回の旅行の同行者

親子での 家族旅行	三世代(親 族含む)	夫婦	カップル	友人	職場・団 体・ツアー	一人旅	その他
863	135	670	157	354	85	227	44
34.0%	5.3%	26.4%	6.2%	14.0%	3.4%	9.0%	1.7%

☆平均同行者人数「3.694人」
※昨年度及びグリーン期より同行者数が上昇している。

家族旅行の内、家族構成

一番下が 未就学児	一番下が 小学生	一番下が 中学生	成人の 子ども
145	216	112	390
16.8%	25.0%	13.0%	45.2%

※「成人した子ども」と旅行する割合が高いが、グリーン期の方が53.9%とより高い。
※「小・中学生」と旅行する割合が高くなるのは、ホワイト期であり、3.7~5.4%増加する。

9 今回の旅行で利用した交通手段 (複数回答可)

自家用車	レンタカー	高速バス	ツアーバス	送迎バス	路線バス	電車	飛行・船舶	タクシー	バイク	自転車	その他	計
1,905	172	32	66	135	59	531	23	47	25	18	14	3,027
62.9%	5.7%	1.1%	2.2%	4.5%	1.9%	17.5%	0.8%	1.6%	0.8%	0.6%	0.5%	

※昨年より「自家用車」比率がやや下がったが、全体的に大きな変化はない。

10 今回の旅行で、南魚沼市以外を観光した/する予定の場所がありますか？

ある	ない
1,382	1,153
54.5%	45.5%

「ある」と回答した方へ、観光した/する予定がある地域を教えてください

(複数回答可)

湯沢	十日町	魚沼	長岡	津南	他県内	群馬県	長野県	その他	計
526	463	379	215	105	237	183	123	72	2,303
22.8%	16.5%	20.1%	9.3%	4.6%	10.3%	7.9%	5.3%	3.1%	

※ホワイト期は、グリーン期に比べて「スキー」という目的が明確なため、南魚沼市のみ観光する方が多く周遊率は下がる。
具体的に、グリーン期の「ある」回答率は66.6%で、2:1比率であり、訪問地域も「十日町」が一番多い。

11 今回の旅行で、あなた一人が旅行全体(自宅を出て自宅に戻るまで)で使う予定の【交通費】

0	~5,000	~10,000	~15,000	~20,000	~25,000	~29,999	30,000~
21	202	422	504	387	230	152	617
0.8%	8.0%	16.6%	19.9%	15.3%	9.1%	6.0%	24.3%

単位:円

平均消費額 ¥18,875
前年比 107.2%

※冬季の雪道を考慮しても、グリーン期とホワイト期で大きな差はほとんど見られない。

12 今回の旅行で、あなた一人が南魚沼市で使う予定の【飲食費】

0	~2,000	~5,000	~10,000	~14,999	15,000~
28	262	813	766	304	362
1.1%	10.3%	32.1%	30.2%	12.0%	14.3%

単位:円

平均消費額 ¥7,869
前年比 108.0%

※「0」回答が減少し、必然的に消費額が全体的に押し上げられている。食にお金を使っていたる傾向にある。

13 今回の旅行で、あなた一人が南魚沼市で使う予定の【宿泊費】

0	~5,000	~10,000	~15,000	~20,000	~25,000	~29,999	30,000~
612	83	341	415	391	211	102	380
24.1%	3.3%	13.5%	16.4%	15.4%	8.3%	4.0%	15.0%

単位:円

平均消費額 ¥14,117
前年比 104.5%

※日帰り回答「529人」に対し、83人の誤差は、車中泊(道の駅で増加傾向)や帰省(実家)などが考えられる。
※昨年に対し全体比率で大きな差はない。但し「0」比率が減少した分、全体的に地域消費が増加傾向にある。

14 今回の旅行で、あなた一人が南魚沼市で使う予定の【物品(お土産)購入費】 ※飲食以外

0	~2,000	~5,000	~10,000	~15,000	~20,000	~25,000	~29,999	30,000~
82	355	841	642	295	127	67	29	97
3.2%	14.0%	33.2%	25.3%	11.6%	5.0%	2.6%	1.1%	3.8%

単位:円

平均消費額 ¥7,782
前年比 107.2%

※「0」「~2,000」が減少し、その分全体が微増しており、地域消費が増加傾向にある。

15 今回の旅行で、あなた一人が南魚沼市で使う予定の【体験等参加費】

0	~500	~1,000	~1,500	~2,000	~2,500	~3,000	~5,000	~9,999	10,000~
1,007	65	127	135	102	83	77	214	315	410
39.7%	2.6%	5.0%	5.3%	4.0%	3.3%	3.0%	8.4%	12.4%	16.2%

単位:円

平均消費額 ¥4,056
前年比 104.6%

※地域最大の課題である【体験消費額】であるが、残念ながら本年も4割近くが「0」回答という結果。
※グリーン期が52.1%であることに比べれば、ホワイト期のスキー体験により、消費の底上げが顕著である。
グリーン期における体験消費額の向上、コンテンツ開発が、地域消費上昇の大きなキーポイントと考えられる。

16 今回の南魚沼市での旅行の主な目的 (複数回答可)

宿で過ごす	温泉	合宿研修	自然絶景	ドライブ	テーマパーク	道の駅	神社仏閣	名所旧跡	まち歩き	フォトスポット	サウナ	南魚沼産コシヒカリ	本気井
811	861	58	519	539	41	777	117	44	92	12	33	680	55
14.1%	15.0%	1.0%	9.0%	9.4%	0.7%	13.5%	2.0%	0.8%	1.6%	0.2%	0.6%	11.8%	1.0%

スイーツ	米以外特産品	スキー・スノボ	登山	キャンプBBQ	川遊び	サイクリング	釣り	各種体験	スポーツ・大会	地域のイベント	地域のまつり	その他	計
43	163	648	40	21	10	10	8	16	35	12	13	84	5,742
0.7%	2.8%	11.3%	0.7%	0.4%	0.2%	0.2%	0.1%	0.3%	0.6%	0.2%	0.2%	1.5%	

※上位3つは「宿でのんびり過ごす」「温泉に入浴」「道の駅を訪れる」であるが、「コシヒカリを買う・食べる」も十分上位である。

※グリーン期においては「自然」「ドライブ」が上位であるが、ホワイト期は当然「スキー・スノーボード」が上昇する。

※目的から見ても【体験消費】に繋がる要素が弱いことが窺える。

17 「宿でのんびり過ごす」を選択した方の期待度

非常に期待していた	期待していた	どちらでもない	期待していなかった	全く期待していなかった
307	422	66	14	2
37.9%	52.0%	8.1%	1.7%	0.2%

「宿でのんびり過ごした」実際の満足度（期待とのギャップ）

非常に満足した	満足した	どちらでもない	満足しなかった	全く満足しなかった
330	419	55	5	2
40.7%	51.7%	6.8%	0.6%	0.2%

18 「温泉や露天風呂に入浴した」を選択した方の期待度

非常に期待していた	期待していた	どちらでもない	期待していなかった	全く期待していなかった
295	485	70	11	0
36.4%	59.8%	8.6%	1.4%	0.0%

「温泉や露天風呂に入浴した」実際の満足度（期待とのギャップ）

非常に満足した	満足した	どちらでもない	満足しなかった	全く満足しなかった
341	465	47	7	1
42.0%	57.3%	5.8%	0.9%	0.1%

19 「道の駅を訪れる」を選択した方の期待度

非常に期待していた	期待していた	どちらでもない	期待していなかった	全く期待していなかった
197	502	70	7	1
25.4%	64.6%	9.0%	0.9%	0.1%

「道の駅を訪れた」実際の満足度（期待とのギャップ）

非常に満足した	満足した	どちらでもない	満足しなかった	全く満足しなかった
236	458	66	16	1
30.4%	58.9%	8.5%	2.1%	0.1%

20 「南魚沼産コシヒカリやおにぎりを食べる」を選択した方の期待度

非常に期待していた	期待していた	どちらでもない	期待していなかった	全く期待していなかった
391	275	14	0	0
57.5%	40.4%	2.1%	0.0%	0.0%

「南魚沼産コシヒカリやおにぎりを食べた」実際の満足度（期待とのギャップ）

非常に満足した	満足した	どちらでもない	満足しなかった	全く満足しなかった
465	196	17	2	0
68.4%	28.8%	2.5%	0.3%	0.0%

21 「スキー・スノーボードをする」を選択した方の期待度

非常に期待していた	期待していた	どちらでもない	期待していなかった	全く期待していなかった
287	307	45	7	2
55.3%	59.2%	8.7%	1.3%	0.4%

「スキー・スノーボードをする」実際の満足度（期待とのギャップ）

非常に満足した	満足した	どちらでもない	満足しなかった	全く満足しなかった
285	305	38	14	6
54.9%	58.8%	7.3%	2.7%	1.2%

※「目的」に対し、期待度と満足度（ギャップ調査）を比較すると、全体的に満足度の方が高く、おもてなしのクオリティの高さが窺える。

唯一、満足度が期待度を下回るのが「スキー・スノーボード」であり、これは当日の天候や積雪量に左右される部分ではある。

※グリーン期の集計では「自然・絶景」「ドライブ」も目的の上位に入り、高い期待値と満足度を残している。

※「自然」の任意回答では「八海山、坂戸山、巻機山」といった「山」の回答も多い他、「清津峡」の回答も多く、回答の意図が汲みにくい。

23 南魚沼市を実際に訪問されて、今回の滞在の総合満足度

満足	やや満足	普通	やや不満	不満
1,845	607	66	14	3
72.8%	23.9%	2.6%	0.6%	0.1%

※昨年比べて「満足」が1.5%上昇。

貸 借 対 照 表

(単位：円)

一般社団法人 南魚沼市観光協会

令和 8年 3月31日現在

資 産 の 部		負 債 の 部	
科 目	金 額	科 目	金 額
【流 動 資 産】	【 144,834,730】	【流 動 負 債】	【 110,467,504】
現金及び預金	121,092,852	未 払 金	27,212,358
貯 蔵 品	346,725	未 払 金 旅 行 業	1,893,942
未 収 入 金	23,143,321	前 受 金	7,873,100
未収入金旅行業	251,832	仮 受 金	73,160,000
【固 定 資 産】	【 9,400,000】	職 員 預 り 金	328,104
(投資その他の資産)	(9,400,000)	負 債 の 部 計	110,467,504
旅行業出資金	100,000	正 味 財 産 の 部	
旅行業保証金	100,000	【正 味 財 産】	【 43,767,226】
特定資産積立預金	7,000,000	[指 定 正 味 財 産]	[9,200,000]
特定資産弁済業務分担金	2,200,000	[一 般 正 味 財 産]	[34,567,226]
		一 般 正 味 財 産	34,567,226
		正 味 財 産 の 部 計	43,767,226
資 産 の 部 計	154,234,730	負債・正味財産の部計	154,234,730

損 益 計 算 書

(単位 : 円)

自 令和 7年 4月 1日

一般社団法人 南魚沼市観光協会

至 令和 8年 3月31日

科 目	金 額	
【経 常 収 益】		
受 取 会 費	3,750,000	
受 取 負 担 金	8,968,500	
受 取 補 助 金	10,097,426	
受 取 委 託 金	32,182,528	
指定管理受託収入	42,303,447	
雑 収 入	88,049	
施設活用事業収入	5,986,010	
旅 行 業 収 入	74,805,997	
事 業 受 託 収 入	1,044,000	
特産品事業収入	10,121,550	189,347,507
【当 期 事 業 費】		
当 期 事 業 費	149,546,814	
合 計	149,546,814	149,546,814
差 引 額		39,800,693
【管 理 費】		24,485,104
差 引 増 減 額		15,315,589
当期経常増減額		15,315,589
税引前正味財産増減額		15,315,589
法人税・住民税・事業税		2,790,800
当期正味財産増減額		12,524,789

令和8年度（第14期）事業計画

【一般事業】 ※全額、市からの委託料で実施予定

本年度も継続して、観光需要獲得のため、地域資源を活用した観光コンテンツの発掘や磨き上げにより地域資源のブランド力を向上し、積極的な市の魅力発信や受入体制の整備に取り組むことで、国内外から多くの観光客を呼び込み、観光振興を推進していくことを目的とした、観光 PR 事業を南魚沼市より受託してまいります。

特に本年度、観光戦略の推進と南魚沼市の魅力の発信力強化を図るために新設された南魚沼ブランド局が推進する事業について連携を図ってまいります。

- ・南魚沼市観光戦略推進協議会の運用
- ・南魚沼産コシヒカリを始めとした、南魚沼ブランド力の更なる向上
- ・大学の持つ知的、人的、物的資源を活用し、活力のある地域社会づくりを進めるとともに多様化する地域課題解決を目的とした、大学との連携強化
- ・自転車を通じて優れた観光資源を有機的に連携し、国内外へ PR するサイクルツーリズムの推進と環境整備 など



[2025 年ブランド総合研究所が実施した「地域ブランド調査」で、『地元産の食材が豊富』という項目において南魚沼市が全国 1 位を獲得]

重ねて、観光プロモーションを進めていく上では、観光振興へのデータ活用が有効であることから、民間事業者の人流データ計測サービスを継続して運用し、任意の指定観光スポット別の来訪者数、発地、旅程、時間、属性、それぞれのデータのクロス集計結果を用い、地域の現状を把握、分析すると共に、人流、周遊の変化などの本質を捉えていく。

その上で、課題解決に向け、多様化する観光ニーズに沿った事業展開を客観的に分析すると共に、地元観光事業者からも何が必要とされているかを聞き取り、総合的なデータマーケティング、誘客宣伝を推進してまいります。

情報発信としては、旅行のキッカケとなる情報源である HP 情報をより充実させること、旅行を計画する際に参考にする媒体として Instagram や X の発信頻度の向上、着地後の情報収集で利用の多い GBP（Google ビジネスプロフィール）の地域事業者への波及促進を積極的に行う。

フォロワーの増加と知名度向上、それによる誘客促進を目的にフォトコンテスト（春夏と秋冬の2回予定）を実施する。

また、本年度から LINE 公式アカウントを導入し、各施設でのイベント情報を提供してもらうことで市内全体の情報発信強化に繋げる。



公式 Instagram からの応募が対象

Instagram を通じてフォロワー、閲覧者に写真を共有することで、国内外に南魚沼の魅力を発信する

導入時期とスケジュール]

	5月	6月	7月	8月	9月
協会員向けアカウント	登録協会員募集の案内	5月以降随時募集。			
	初回の情報提供の発信	6月1日発信→15日締め切り→28日頃に発信。			
	情報の発信	情報量次第。			
外部向けのアカウント (観光客・地域住民)	お友達募集&LINEクーポン発行				
	情報発信（月1回程度）				

[協会員を中心に事業者から情報収集を行い、内外に幅広く簡易に情報発信を行う]

その他、他団体との連携による観光振興においては、新潟県との連携を深めると共に、来訪者に向けたサービス向上と利便性向上として、冬季宿泊者向けの送迎駐車場確保にも努めてゆく。

観光案内業務では、市内 2 案内所（道の駅・JR 浦佐駅）の運営を担い、観光客はもちろん、市民も含めて多様な情報の発信を行うと共に、対面案内の利点を生かし、きめ細やかな案内を行うことで、満足度向上及びリピーター化を図っていく。

特に道の駅においては、市内最大級の集客施設でもあることから、積極的な情報発信を行うと共に、雪国の特性を生かす活用を進める中で、市の協力も仰ぎながら、閑散期にイベントを企画するなどの消費拡大及び交流人口の拡充、賑わい創出を計画したい。



【特別事業】

道の駅南魚沼内今泉記念館を案内サービスに留まらず、集客・滞在観光の拠点として、子供向け遊具の貸出しやキッズコーナーの充実化によるアミューズメント化やカフェコーナーの充実による飲料・加工品の提供を強化し、オリジナル商品の開発など、更なる収益化の整備と来訪者の満足度と滞在時間の向上に力を入れていく。

カフェゆきあかりイメージ図

[Before]



[After]



【旅行業事業】

旅行業では、学校を対象とした団体体験教育旅行の受入れに引き続き注力し、受入れ学校の増加を目指すと共に、個人向けには子どもゆめ基金事業を活用した旅行商品を継続して販売していく。

なお、武蔵野市からの現状受入れ学校とは、令和9年度までの受入れ契約がすでに締結されており、10年度以降に関しても、原則は継続することを前提として事業展開、交渉を行っていく。

他、大学連携による民宿を生かした合宿誘致も検討しながら、更なる収益の向上に努め、延べ4,100泊以上の受入れを行う。 [下図参照]

[令和8年度 学校教育旅行（セカンドスクール）受入計画]

武蔵野市立 学校	滞在 地区	受入 宿数	人 数・職 種					実施日程	
			児童	引率 大学生	教員	看護師	計	IN	OUT
第三小学校	樺野沢	7	82	12	5	1	100	5月27日	5月29日
千川小学校	樺野沢	7	67	12	6	1	86	9月3日	9月9日
境南小学校	石打	9	112	16	8	1	137	9月9日	9月14日
第五小学校	上の原	7	77	12	5	1	95	9月13日	9月18日
本宿小学校	上の原	7	66	12	5	1	84	9月20日	9月26日
第三小学校	樺野沢	7	62	12	5	1	80	9月25日	9月30日
井之頭小学校	樺野沢	7	91	12	6	1	110	10月7日	10月9日
合 計		51	557	88	40	7	692		

[延べ宿泊数 3,000泊]

[個人向け商品「コシヒカリの郷子ども自然体験村」受入計画]

コース名	期 間	募集人数	泊数	人泊数
親子田植えキャンプ	5/30～5/31	40	1	40
あそびばキャンプ	7/18～7/20	40	2	80
まっ黒わんぱく夏休み12泊	7/27～8/8	20	12	240
スタート 2泊	7/27～7/29	12	2	24
チャレンジ6泊	7/31～8/6	12	6	72
ゆったり 8泊	7/31～8/8	12	8	96

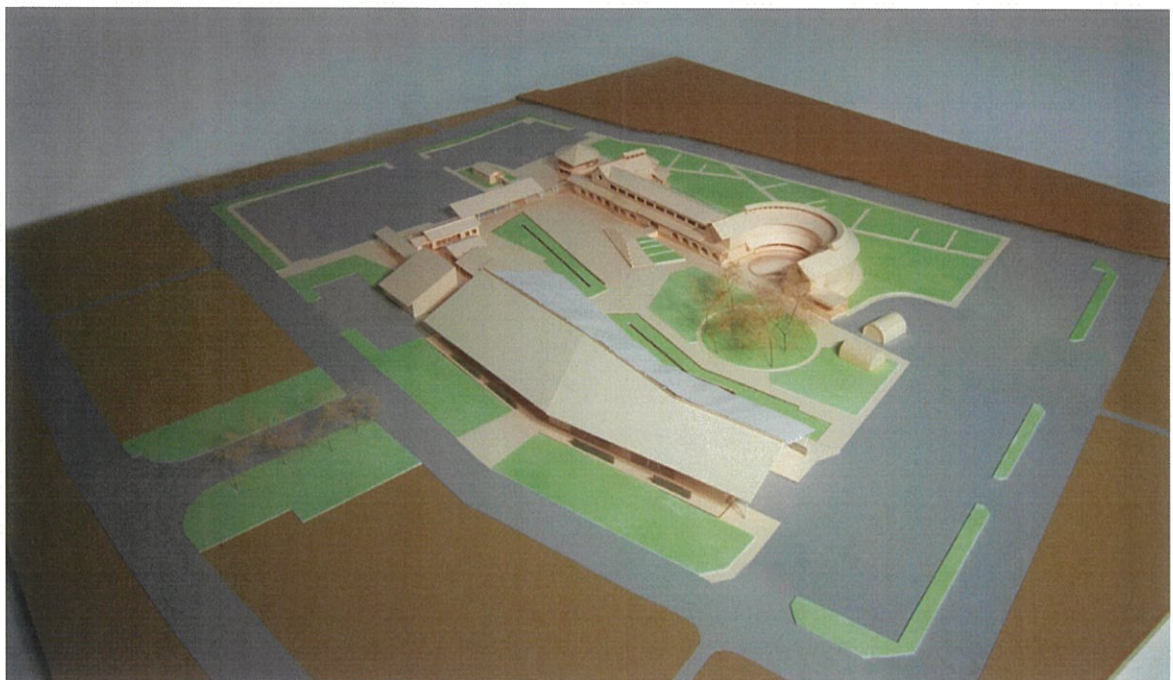
コース名	期 間	募集人数	泊数	人泊数
思いっきり夏キャンプ6泊	8/11～8/17	40	6	240
火あそびキャンプ	9/19～9/23	30	4	120
親子稲刈りキャンプ	9/26～9/27	40	1	40
年末天空雪あそびキャンプ	12/27～12/29	30	2	60
年始天空雪あそびキャンプ	1/9～1/11	30	2	60
ガンガン滑ろうキャンプ	1/23～1/24	20	1	20
思いっきり雪まみれキャンプ	2/20～2/21	30	1	30
合 計		346	48	1,122

【指定管理（道の駅南魚沼）事業】

引き続き、道の駅南魚沼の公共部門の維持管理を請け負い、運営にあたっては、月に1度、直売所（JA みなみ魚沼）と行政（再整備室）を交えた意見交換を密に行っていく。その中で、老朽化が目立つ今泉記念館の対策も十分に議論する。

同時に、2030年にリニューアルオープン（2029年に一部供用開始）予定の全天候型の遊び場や防災機能も充実される道の駅の指定管理者にも、共同事業体の一翼として携わることから、月に1度の共同事業体同士の会議をはじめ、設計や運営方針などについても積極的な協議・検討に努めてまいります。

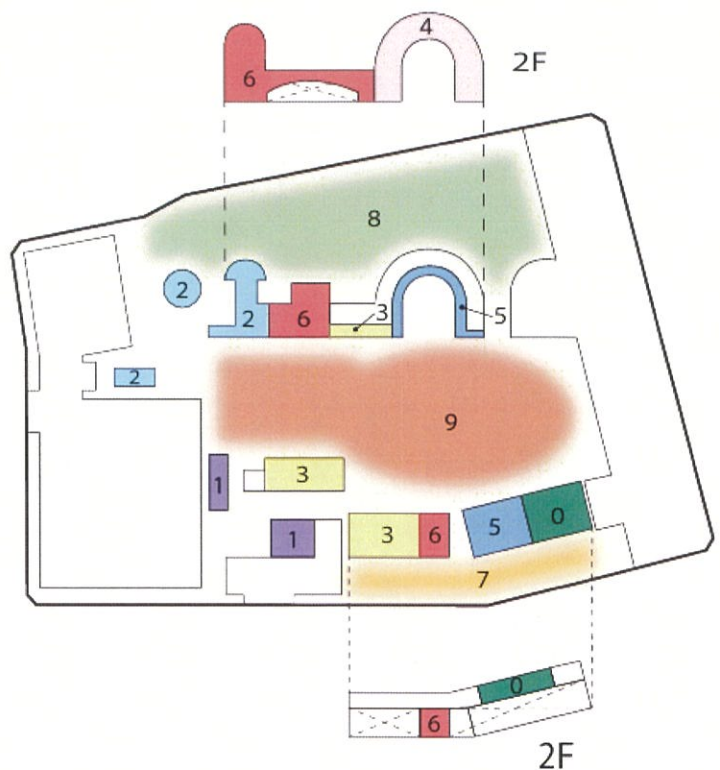
〔下図参照〕



〔令和7年11月時点のイメージ模型写真／市役所HPより〕

南魚沼にまつわる特徴的な9つの領域

- | | |
|--------------|--------------|
| 1: 雪室/稲作体験領域 | 6: 子育て・学習領域 |
| 2: 健康促進領域 | 7: 里地散策領域 |
| 3: ショッピング領域 | 8: アウトドア体験領域 |
| 4: 文化体験領域 | 9: イベント活動領域 |
| 5: グルメ領域 | 0: 防災 |



[令和7年11月時点の基本設計概要／市役所HPより]

【特産品事業】

昨年とは何か料金据え置きとしたが、物価高騰の影響から本年度は大幅な値上げ（4回便では、39,000円⇒59,000円）をせざるを得ず、会員数は減少しても売り上げ額は維持する計画とした。

新潟の『おいしい!』をつめ込んだ

グルメ定期便

令和8年

南魚沼市ふるさと会員 募集中!

春	夏	秋	冬
6月	8月	10月	12月
新米!	新米!	新米!	新米!
南魚沼産 コシヒカリ (2kg×2袋)	南魚沼産 コシヒカリ (2kg×2袋)	南魚沼産 コシヒカリ (2kg×3袋)	南魚沼産 コシヒカリ (2kg×2袋)
・笹だんご ・八色生しいたけ など	・枝豆 ・なす漬け など	・生まいにち ・かぐろ南蛮味噌 など	・そば ・こがねもち など

※南魚沼市のふるさと納税とは異なりますのでご注意ください。※商品画像はイメージです。※各回、1回から中旬頃にお送りします。天候により内容が変更する場合がございます。ご了承ください。

南魚沼産コシヒカリ+四季の特産品をお届け!

会員特典価格 **59,000円** (税込・送料込) 全4回

3回 44,500円 2回 29,800円 1回 15,000円 ※便の回数と選択も可能です

南魚沼ブランドを維持するために、品質や品目を落とさない内容に努め満足度向上に注力する

一般社団法人 南魚沼市観光協会 役員名簿

令和8年6月26日から

	役 員	所 属（所属先役職）	氏 名	役 職
1	理事	石打丸山観光協会 会長	南雲 武士	会長
2	理事	六日町観光協会 会長	青野 広明	筆頭副会長
3	理事	大和観光協会 会長	関 利一	
4	理事	株式会社 舞子リゾート 総支配人	千喜良 幸樹	
5	理事	舞子観光協会 会長	外谷 秀文	
6	理事	上越国際観光協会 会長	笛木 友二	
7	理事	六日町温泉旅館組合 理事	高橋 将人	
8	理事	共立観光 株式会社 六日町支店 取締役業務部長	倉田 智浩	
9	理事	東日本高速道路(株)新潟支社 湯沢管理事務所 副所長	平井 和道	
10	理事	銀嶺タクシー 株式会社 代表取締役	羽吹 忍	副会長
11	理事	南魚沼商工会 副会長	岡村 義政	
12	理事	五十沢観光協会 会長	桑原 幸成	
13	理事	八海山城内観光協会 代表	笠原 基乙夫	
1	監事	ゆきぐに信用組合 常勤監事	上村 亨	
2	監事	みなみ魚沼農業協同組合 常務理事	内藤 一也	

1	参与	南魚沼市 観光戦略課長	吉田 大輔
---	----	-------------	-------

※参与は役員ではないが、定款第27条③により、理事会への出席が可能