
新潟県・庄内エリア
デスティネーションキャンペーン
開催に伴う経済効果調査報告書



2020年11月



はじめに

- 2019年10月～12月、新潟県及び山形県庄内エリアを対象とし、「日本海美食旅（ガストロノミー）」をキャッチフレーズとした「新潟県・庄内エリアデスティネーションキャンペーン」が開催された。
- 「デスティネーションキャンペーン」とは、旅の目的地や行き先を表すデスティネーション（Destination）と、誘客のための活動を意味するキャンペーン（Campaign）からなる合成語であり、JR旅客6社が現地の自治体や観光関連事業者等と協力し、地域の観光資源を活かして集中的に誘客する、大型観光キャンペーンである。
- 過去にも、新潟県と山形県庄内エリアを対象としてDCは開催されてきたが、DC開催による経済効果の分析や評価を公表してはこなかった。しかしながら、主催者である公益社団法人新潟県観光協会が登録DMO（観光地域づくり法人）の認定を受けたことから、本DCの効果を検証し、広く公表することとした。
- 本レポートで用いた分析の手法や結果等が、今後のDC開催や効果検証に際し、多少なりとも寄与すれば幸いである。

目次

はじめに.....	2
第1章 デスティネーションキャンペーンとは.....	1
第2章 新潟県・庄内 DC 開催概要.....	2
2-1 新潟県・庄内 DC とは.....	2
2-2 会期中に開催された主なイベント.....	5
2-3 広告・宣伝活動.....	15
2-4 訪日外国人旅行者への取り組み.....	21
第3章 新潟県・庄内エリア DC 開催に伴う地域経済への影響.....	23
3-1 新潟県内への入込客数及び観光消費単価の増加による経済波及効果の試算.....	24
3-2 山形県内への入込客数及び観光消費単価の増加による経済波及効果の試算.....	27
3-3 山形県庄内エリアへの入込客数及び観光消費単価の増加による経済波及効果.....	29
3-4 本 DC 開催による経済波及効果.....	31
第4章 新潟県・庄内エリア DC 開催による成果と課題.....	32
4-1 成果.....	32
4-2 課題と視点.....	33
第5章 今後の DC 開催に向けて.....	34
5-1 with コロナの現状と対応.....	34
5-2 DC の再定義.....	35

[ご利用上の注意点]

1. 本資料中に報告した数値は、四捨五入による影響のため、内訳と計は必ずしも一致しない。
2. 本資料への掲載内容は、報告時点のものであり、変更される場合がある。

第1章 デスティネーションキャンペーンとは

1978年に日本国有鉄道時代に和歌山県と共同ではじまった「デスティネーションキャンペーン（以下、「DC」）」は、北海道から九州までのJR旅客6社が、現地の自治体や観光関連事業者等と協力し、地域の観光資源を活かして集中的に誘客する大型観光キャンペーンである。

通常、3か月ごとに対象となる地域を移し、四季を通して日本各地で開催されている。その開催回数は通算160回を超え、開催各地にて新たな旅の創出や提案の場を提供してきた。

なお、新潟県及び山形県における過去のDC開催実績は、以下の通りである（2020年8月末日現在）。

<新潟県での開催実績>

開催期間	開催地	キャッチフレーズ
2014年4月1日（火）～6月30日（月）	新潟	うまさ ぎっしり 新潟
2009年10月1日（木）～12月31日（水）	新潟	うまさ ぎっしり 新潟
2001年10月1日（月）～12月31日（月）	新潟	うるおいの新潟
1997年1月11日（土）～3月31日（月）	新潟	元気派 自然王国・うるおいの新潟
1993年7月1日（木）～9月30日（木）	新潟	うるおいの新潟
1990年4月1日（日）～7月31日（火）	新潟	うるおいの新潟
1985年4月1日（月）～8月31日（土）	群馬・新潟	ぐっと群馬・新潟
1982年9月1日（水）～12月31日（金）	新潟	うるおいの新潟

<山形県での開催実績>

開催期間	開催地	キャッチフレーズ
2014年6月14日（土）～9月13日（土）	山形	山形日和。
2004年7月1日（木）～9月30日（木）	山形	おいしい山形
2000年6月16日（金）～8月31日（火）	山形	四季感動のやまがた
1992年7月1日（水）～9月30日（水）	山形	紅花の山形路
1988年5月1日（日）～8月31日（水）	山形	紅花の山形路
1985年4月6日（土）～8月25日（日）	東北6県	まるごと自然一東北
1982年5月1日（土）～8月31日（火）	山形	紅花の山形路

出所：各種資料より株式会社日本経済研究所作成

第2章 新潟県・庄内 DC 開催概要

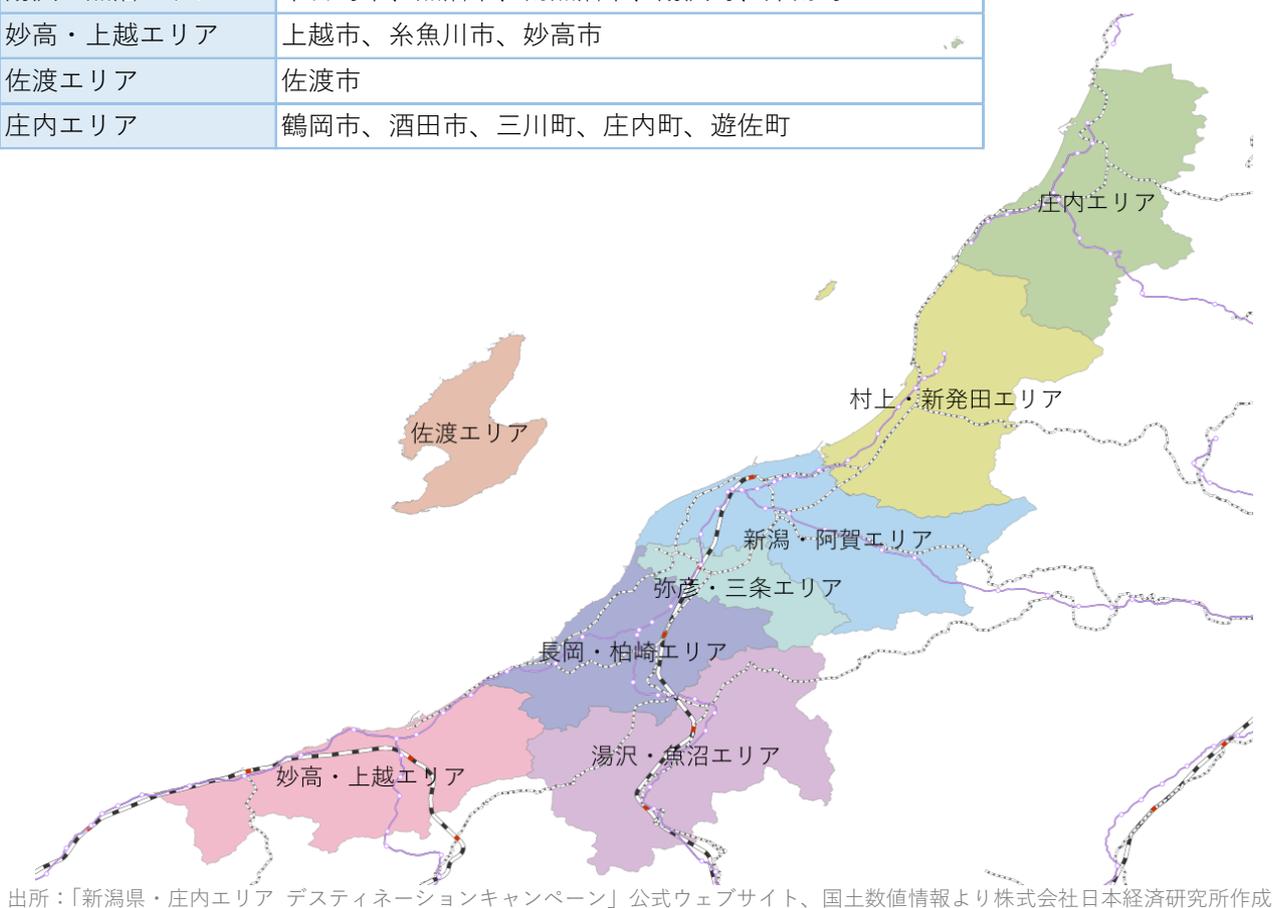
2-1 新潟県・庄内 DC とは

新潟県・庄内 DC とは、新潟県と山形県庄内エリアを対象に、「日本海美食旅（ガストロノミー）」をキャッチフレーズとし、地域（地方公共団体や企業等）と JR グループ 6 社（北海道・東日本・東海・西日本・四国・九州）が協働で取り組んだ大型観光キャンペーンである。その開催の概要を以下に示す。

（1）開催地

- 新潟県全域と山形県の庄内地域の全 8 エリアを対象とした。

エリア名	対象市町村名
新潟・阿賀エリア	新潟市、五泉市、阿賀野市、阿賀町
村上・新発田エリア	新発田市、村上市、胎内市、聖籠町、関川村、粟島浦村
弥彦・三条エリア	三条市、加茂市、燕市、弥彦村、田上町
長岡・柏崎エリア	長岡市、柏崎市、小千谷市、見附市、出雲崎町、刈羽村
湯沢・魚沼エリア	十日町市、魚沼市、南魚沼市、湯沢町、津南町
妙高・上越エリア	上越市、糸魚川市、妙高市
佐渡エリア	佐渡市
庄内エリア	鶴岡市、酒田市、三川町、庄内町、遊佐町



（2）開催期間

- 2019年10月1日から2019年12月31日までの3か月間。

(3) 取り組み方針

- 新潟県・庄内エリアの両地域が共通する「食」「酒」等の魅力を中心に、食を育んだ歴史や伝統、暮らし、風土といった背景と、食で地域のストーリーを伝える仕組みづくりを、日本海美食旅（日本海ガストロノミー）として進める。
- 2018年に新幹線・在来線同一ホーム乗換が実現し、利便性の向上した新潟駅を利用した新潟～庄内エリアへの周遊促進や上越・北陸の2つの新幹線を利用した沿線地域間の連携を強化し、新潟県と庄内エリアの広域観光流動の創造に繋がる取組を実施する。
- 訪日プロモーションにも力を入れ、2020年の東京オリンピック・パラリンピックイヤーにおける国内外からの誘客促進につなげる。
- 本DCの機会を最大限に生かし、その効果を短期的なものではなく、その後に続くものとしていくことが重要。官民が一体となった体制を構築し、効果的な事業展開に取り組むことで、DCを契機とした更なる交流人口の拡大に繋げる。

(4) キャッチフレーズ

- 本DCのキャッチフレーズは、「日本海美食旅（ガストロノミー）」。
- ガストロノミーとは、食事及び料理と文化の関係を考察することをいい、「美食学」等と表現される。美味しいことを前提としながら、その土地に内包された歴史や文化を尊重し、表現し、昇華させた料理を意味する。すなわち、作る人も食べる人も、「食を通じて地域を知ること」が重要であり、目的とするものである。
- 本DCでは当該キャッチフレーズに基づき、日本海と雄大な山に育まれた新潟県・庄内エリアの豊かな食文化を発信し、旅の提案を行うこととした。

(5) ロゴマーク

- 「行きたくなる」「撮りたくなる」「シェアしたくなる」をテーマに、日本海の「波」とカメラのシャッターをモチーフとしたデザインに、それぞれの地域をイメージした鮮やかな「日本海彩色」でまとめたものとした。



ロゴ：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会

(6) 推進体制

- 「新潟県・庄内エリア デスティネーションキャンペーン」推進協議会（事務局：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会）が構築され、本DCが推進された。
- 「新潟県・庄内エリア デスティネーションキャンペーン」推進協議会の構成員は以下の通り。

<「新潟県・庄内エリア デスティネーションキャンペーン」推進協議会 構成員>

顧問	新潟県知事、山形県知事、東日本旅客鉄道株式会社新潟支社長
総合プロデューサー	岩佐十良
会長	新潟県観光協会会長
副会長	新潟県観光協会副会長（新潟県旅館組合理事長）、 山形県推進部会長（鶴岡市長）
新潟県推進部会	「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会
山形県推進部会	「新潟県・庄内エリア DC」推進協議会山形県推進部会

出所：「新潟県・庄内エリア デスティネーションキャンペーン」公式ウェブサイト

(7) 協賛団体

本 DC は、以下の全 153 団体からの協賛を受けて開催された。

区分	団体名	区分	団体名	区分	団体名
宿泊業界	新潟県旅館ホテル組合	行政	新潟県	行政	(一社) 新発田市観光協会
	ANAクラウンプラザホテル新潟		山形県		月岡温泉観光協会
	(株) 新潟グランドホテル		新潟市		小千谷観光協会
	ホテル日航新潟		長岡市		加茂市観光協会
	新潟東映ホテル		上越市		(一社) 十日町市観光協会
	ホテルサンルート新潟		三条市		見附市観光物産協会
	(株) 当間高原リゾート		柏崎市		村上市観光協会
	ニュー・グリーンピア津南		新発田市		(一社) 燕市観光協会
ラマダホテル新潟	小千谷市	(一社) 糸魚川市観光協会			
交通業界	東日本旅客鉄道(株) 新潟支社	加茂市	(一社) 妙高市観光協会		咲花温泉観光協会
	西日本旅客鉄道(株) 金沢支社	十日町市	見附市		(一社) 五泉市観光協会
	北越急行(株)	見附市	村上市		(一社) 佐渡観光交流機構
	東日本高速道路(株) 新潟支社	村上市	燕市		阿賀野市観光協会
	日本航空(株) 新潟支店	燕市	糸魚川市		(一社) 魚沼市観光協会
	全日本空輸(株) 新潟支店	糸魚川市	妙高市		(一社) 南魚沼市観光協会
	佐渡汽船(株)	妙高市	五泉市		(一社) 胎内市観光協会
	新潟空港ビルディング(株)	五泉市	阿賀野市		聖籠町観光協会
	(公社) 新潟県バス協会	阿賀野市	佐渡市		(一社) 弥彦観光協会
	(一社) 新潟県ハイヤー・タクシー協会	佐渡市	魚沼市		たがみ湯っ旅ガイド(田上町観光協会)
旅行業界	JTB新潟支店	魚沼市	南魚沼市	(一社) 阿賀町観光協会	
	(株) 日本旅行 新潟支店	南魚沼市	胎内市	出雲崎町観光協会	
	近畿日本ツーリスト(株) 新潟支店	胎内市	聖籠町	川口観光協会	
	東武トップツアー(株) 新潟支店	聖籠町	弥彦村	(一社) 湯沢町観光協会	
	(株) 農協観光 新潟支店	弥彦村	田上町	津南町観光協会	
	愛宕商事(株)	田上町	阿賀町	関川村観光協会	
	(一社) 新潟県旅行業協会	阿賀町	出雲崎町	(一社) 粟島観光協会	
	(株) 新潟日報社	出雲崎町	湯沢町	やまがた観光キャンペーン推進協議会	
マスコミ	(株) 読売新聞社新潟支局	湯沢町	津南町	庄内観光コンベンション協会	
	(株) 朝日新聞社新潟総局	津南町	刈羽村		
	(株) 毎日新聞社新潟支局	刈羽村	関川村		
	(株) 産業経済新聞社新潟支局	関川村	粟島浦村		
	(株) 日本経済新聞社新潟支局	粟島浦村	新潟県市長会		
	(株) 新潟放送	新潟県市長会	新潟県町村会		
	NST	新潟県町村会	鶴岡市		
	(株) テレビ新潟放送網	鶴岡市	酒田市		
	(株) 新潟テレビ21	酒田市	三川町		
	(株) エフエムラジオ新潟	三川町	庄内町		
経済団体	新潟県経済同友会	庄内町	遊佐町		
	(一社) 新潟県商工会議所連合会	遊佐町	北陸信越運輸局		
	新潟県商工会連合会	北陸信越運輸局	(公財) 新潟観光コンベンション協会		
	新潟県中小企業団体中央会	(公財) 新潟観光コンベンション協会	新津観光協会		
	(公財) にいがた産業創造機構	新津観光協会	新潟市南区観光協会		
	(株) 第四銀行	新潟市南区観光協会	新潟市北区観光協会		
銀行団体	(株) 北越銀行	新潟市北区観光協会	岩室温泉観光協会		
	(株) 大光銀行	岩室温泉観光協会	(一社) 長岡観光コンベンション協会		
		(一社) 長岡観光コンベンション協会	与板観光協会		
農林水産業	新潟県農業協同組合中央会	与板観光協会	和島観光協会		
		和島観光協会	寺泊観光協会		
食品産業	新潟県酒造組合	寺泊観光協会	(一社) 栃尾観光協会		
	新潟県すし商生活衛生同業組合	(一社) 栃尾観光協会	越路観光協会		
	麒麟ビール(株) 新潟支社	越路観光協会	山古志観光協会		
	サッポロビール(株) 関信越本部新潟統括支社	山古志観光協会	中之島観光協会		
	(株) 新潟ふるさと村	中之島観光協会	(公社) 上越観光コンベンション協会		
	寺泊海岸通り魚商組合	(公社) 上越観光コンベンション協会	安塚観光協会		
	山崎製パン(株) 新潟工場	安塚観光協会	柿崎観光協会		
	アジカル(株)	柿崎観光協会	大潟観光協会		
その他	新潟県立歴史博物館	大潟観光協会	名立観光協会		
	新潟県フィルムコミッション協議会	名立観光協会	三条観光協会		
	日本中央競馬会新潟競馬場	三条観光協会	(一社) 柏崎観光協会		
	日本海フィッシャーメンズクラブ	(一社) 柏崎観光協会	西山町観光協会		
	ALSOK 新潟総合警備保障(株)	西山町観光協会	高柳町観光協会		
	(株) パブリシティコア	高柳町観光協会			
	(株) ムラオ				
	(株) 東亜新潟支店				

出所:「新潟県・庄内エリア
 デスティネーションキャンペーン」
 公式ウェブサイト等より株式会社日
 本経済研究所作成

2-2 会期中に開催された主なイベント

(1) DC オープニングイベント

1) DC 乾杯イベント

日本酒の日でもある10月1日が「酒の国にいがたの日」に制定されたのが2015年。以降、毎年実施されている記念イベントと、本DCとのコラボレーションにて実施されたものが、「DC 乾杯イベント」である。新潟・長岡・酒田の3カ所に会場を設置し、2時間にわたって開催された本イベントへの参加者数は、平日にも関わらず約900人を数え、大盛況のうちに終了した。以下は、新潟会場で行われたイベントの開催概要である。

< 「DC 乾杯イベント」開催概要 >

名 称	酒の国にいがたの日	
開 催 日	2019年10月1日(火)	
時 間	開場 17:30 一斉乾杯 18:00 (19:30 終了)	
会 場	新潟(新潟駅南口広場)	
料 金	試飲チケット(7枚つづり)1,000円(税込) ※700枚限定販売	
主 催	「新潟県・庄内エリアDC」推進協議会・新潟県酒造組合	
協 力	<ul style="list-style-type: none"> ・ 亀田製菓株式会社 ・ 一般社団法人日本バーテンダー協会関越統括本部 ・ 	 <p>写真:「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会</p>
概 要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新潟県内の日本酒及び郷土料理の振舞い ・ 新潟県内の日本酒及びカクテルの有料試飲(要試飲チケット購入) ・ 試飲チケット購入者にオリジナルお猪口進呈 ・ 蔵人及び清酒の伝道師「金の達人」の参加 等 	

出所:「新潟県・庄内エリア デスティネーションキャンペーン」公式ウェブサイト

2) DC オープニングイベント

DC 開始後初の週末となる 2019 年 10 月 5 日（土）、オープニングセレモニーが執り行われた。会場は新潟駅南口を予定していたが、台風 18 号の余波による強風のため、急遽、新潟駅構内南口踊り場に変更となった。新潟・山形両県知事をはじめとした多数の出席者のもと、DC 推進協議会長・高橋正氏によるテープカットで幕を切った。

その後、新潟駅南口広場を会場として、新潟県及び山形県庄内エリアのガストロノミー料理を振る舞うイベントが開催され、オープニングセレモニー終了後にはステージイベントも行われた。

なお、本イベントにて無料提供された料理数は約 3,300 食に上った。

< 「DC オープニングイベント」開催概要 >

名 称	DC オープニングイベント
開 催 日	2019 年 10 月 5 日（土）
時 間	・ オープニングセレモニー 11:00～ ・ ガストロノミー料理の振る舞い 11:45～ ※無くなり次第終了 ・ 大人の休日倶楽部「趣味の会」フェスティバル 12:30～16:00
会 場	新潟駅南口広場
料 金	無料
提 供 メ ニ ュ ー	【新潟・阿賀エリア】炊き込みご飯、ごせん桜うどん、鮭の焼漬 【村上・新発田エリア】自分で作るお好み鮭御膳 【弥彦・三条エリア】釜めし、やひこ娘イカメンチ 【長岡・柏崎エリア】鯛茶漬、番屋汁 【湯沢・魚沼エリア】きりざい丼、けんちん汁、かぐら南蛮味噌 【妙高・上越エリア】押し寿司、笹ずし、あんこう汁 【佐渡エリア】佐渡産サラダのカクテル仕立て、佐渡牛乳と佐渡産フルーツのブランマンジェ、佐渡 5 種の酒蔵 【庄内エリア】芋煮、庄内浜柿葉寿司、月山ワイン、玉こんにゃく、庄内柿、庄内産食材の洋菓子
備 考	新潟・庄内の食と景観を楽しむ列車「海里（KAIRI）」出発セレモニー 同日開催（9:30～10:15）



出所：「新潟県・庄内エリア デスティネーションキャンペーン」公式ウェブサイト、写真：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会

(2) DC シンボルイベント

1) ガストロキッチン in 新潟・庄内 2019

「日本海美食旅（ガストロノミー）」のコンセプトに基づいた“食のメニュー”を提供する飲食店100店舗が参加し、期間限定の特別企画や各店舗自慢の食のストーリーが繰り広げられた。

ガストロキッチン開催記念として「お食事券プレゼントキャンペーン」も実施され、参加飲食店は数多くの観光客で賑わった。販売食数は計10,000食を超え、利用者数は15,000人を超えた。

<「ガストロキッチン in 新潟・庄内 2019」開催概要>

名 称	ガストロキッチン in 新潟・庄内 2019  <small>「新潟県・庄内エリアデスティネーションキャンペーン」特別企画</small> <small>日本海美食旅</small> <small>ロゴ：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会</small>
開催期間	2019年10月1日（火）～11月24日（日） 55日間
参加店舗数	100店舗 【新潟・阿賀エリア】 20店舗、 【村上・新発田エリア】 12店舗、 【弥彦・三条エリア】 11店舗、 【長岡・柏崎エリア】 15店舗、 【湯沢・魚沼エリア】 14店舗、 【妙高・上越エリア】 11店舗、 【佐渡エリア】 4店舗、 【庄内エリア】 13店舗

出所：「新潟県・庄内エリア デスティネーションキャンペーン」公式ウェブサイト

なお、各エリアにおける販売食数及び利用者数は以下の通り報告されており、販売食数及び利用者数ともに、湯沢・魚沼エリアが最も多かった。次いで、販売食数では庄内エリア及び新潟・阿賀エリアが多く、利用者数では弥彦・三条エリア及び庄内エリアが多い結果となった。

<各エリアにおける販売食数及び利用者数>

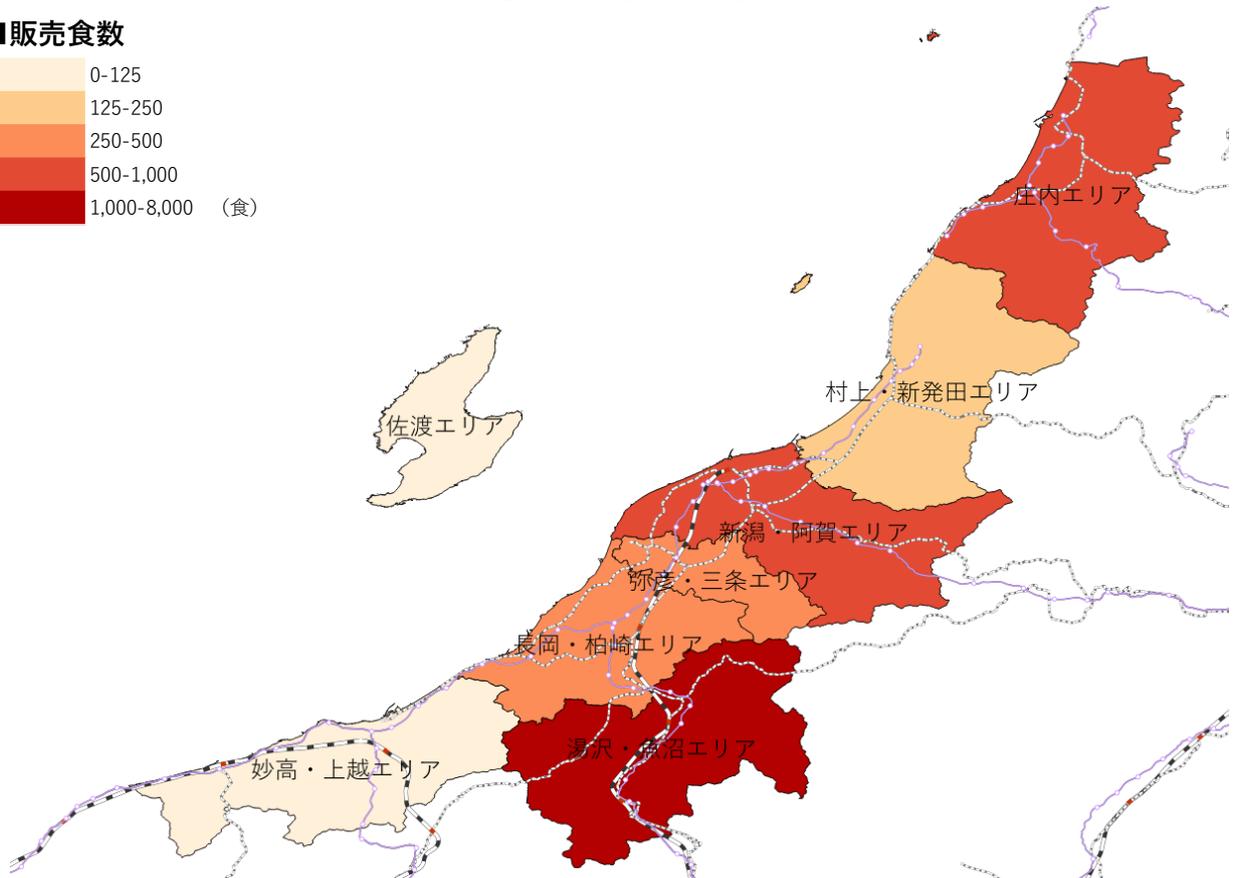
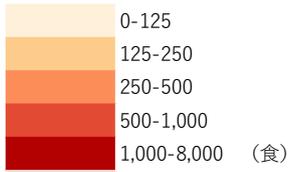
エリア名	販売食数（食）	利用者数（人）
新潟・阿賀エリア	722	546
村上・新発田エリア	227	100
弥彦・三条エリア ^(注)	361	3,540
長岡・柏崎エリア	260	260
湯沢・魚沼エリア	7,591	7,353
妙高・上越エリア	33	43
佐渡エリア	57	57
庄内エリア ^(注)	850	3,537
合計	10,101	15,436

(注) 販売食数と利用者数に大きな乖離があるエリアには、食の提供を受けなくても利用可能な施設が含まれている。
 例：燕三条ワシントンホテル 銀座（弥彦・三条エリア）、羽黒山参籠所 齋館（庄内エリア）

出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料より株式会社日本経済研究所作成

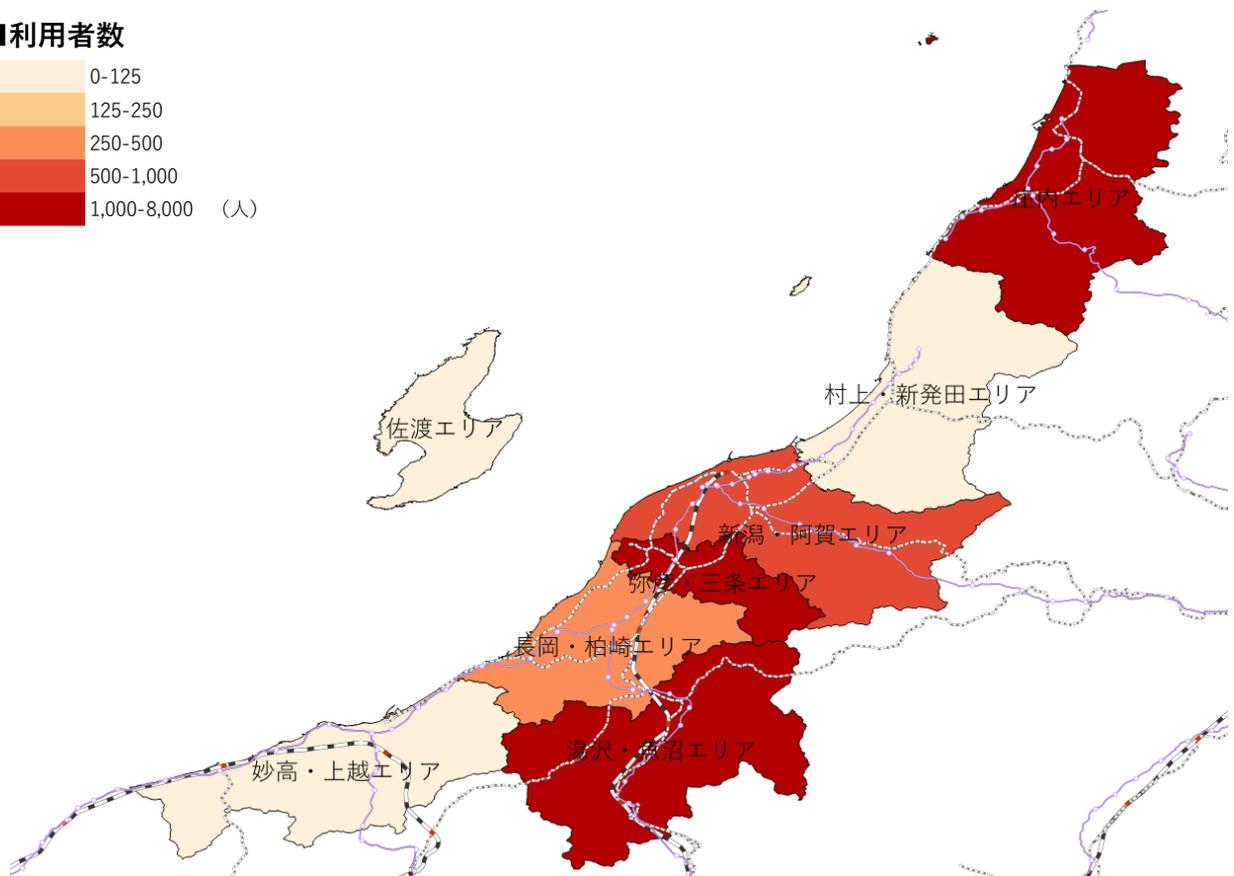
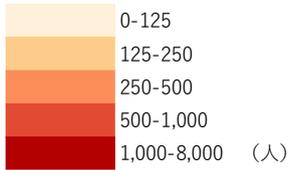
<販売食及び利用者の分布>

■販売食数



出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料、国土数値情報より株式会社日本経済研究所作成

■利用者数



出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料、国土数値情報より株式会社日本経済研究所作成

2) うまさぎっしり博 2019 in JRA 新潟競馬場

「日本海グルメの競演」をテーマに掲げ、新潟県及び山形県のグルメを一堂に会した食の祭典。本 DC のシンボルイベントとして開催される予定であった本イベントは、台風 19 号のため中止となった。なお、予定されていた開催の概要は、以下の通りである。

< -中止- 「うまさぎっしり博 2019 in JRA 新潟競馬場」開催概要>

名 称	新潟うまさぎっしり博 2019 in JRA 新潟競馬場			
主 催	新潟うまさぎっしり博実行委員会 (構成団体：公益財団法人新潟県観光協会、新潟県、新潟市、「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会、株式会社新潟放送、株式会社ニュース・ライン)			
共 催	日本中央競馬会新潟競馬場			
開 催 期 間	2019 年 10 月 12 日 (土)・10 月 13 日 (日) 9:30~17:00			
会 場	JRA 新潟競馬場 (新潟市北区笹山 3490)			
入 場 料	無料			
協 賛	山形県、サッポロビール (風味爽快ニシテ)、エースコック、ヤスダヨーグルト、新潟東映ホテル、コープにいがた、コープクルコ、万代シルバーホテル			
来場者数 実 績	開催年度 (年度)	開催地	グルメ出展数 (件)	来場者数 (千人)
	2008	朱鷺メッセ	34	30
	2009	朱鷺メッセ	39	57
	2010	朱鷺メッセ	31	37
	2011	朱鷺メッセ	42	38
	2012	朱鷺メッセ	25	40
	2013	朱鷺メッセ	31	30
	2014	朱鷺メッセ	36	38
	2015	朱鷺メッセ	48	36
	2016	JRA 新潟競馬場	32	40
2017	JRA 新潟競馬場	48	36	

出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料より株式会社日本経済研究所作成

台風 19 号は、10 月 6 日に南鳥島近海で発生し、10 月 12 日 19 時前に大型で強い勢力で伊豆半島に上陸。その後、関東地方を通過し、10 月 13 日 12 時に日本の東で温帯低気圧に変わったものである。この台風の接近により、新潟県内では 10 月 12 日から 13 日にかけて大雨となり、12 日 19 時 50 分に上越市、妙高市、糸魚川市に大雨特別警報が発表された。また、JR 東日本では、上越新幹線の運行を 12 日午後から 13 日朝まで見合わせた。北陸新幹線は、長野新幹線車両センターが浸水被害を受け、当時、再開の目途が立っていない状況にあった。新潟県内の在来線は、12 日の 14 時過ぎから全線で運転を見合わせ、13 日昼前後に一部の運転が再開された。首都圏の在来各線にも、運転見合わせが相次いだ。

以上の影響により、行楽期である 10 月の客足に伸びを期待することが難しい状況にあったことを付記するとともに、今後の DC 開催においては自然災害を含む環境変化への対応も、考慮する必要性があろう。

(3) DC 関連イベント

1) 新潟・庄内うまさぎっしりスタンプラリー

本 DC 開催地域への旅行の動機づくりとリピーターの増加、周遊観光の促進を図るため、道の駅や観光関連施設等にスタンプを設置。スタンプ数に応じた賞品を抽選により進呈した。スタンプラリー参加施設で利用できる共通クーポン券と引き換えに、特典（割引やプレゼント）が受けられるサービスも提供した。以下が、その開催概要である。

なお、スタンプラリー抽選応募数は約 7,400 件、共通クーポン券利用数は約 20,000 件であった。

<「新潟・庄内うまさぎっしりスタンプラリー」開催概要>

名称	新潟・庄内うまさぎっしりスタンプラリー 
開催期間	2019年9月1日（日）～12月1日（日）
主催	「新潟県・庄内エリア DC」推進協議会
共催	<ul style="list-style-type: none"> ・東日本高速道路株式会社 新潟支社 ・東日本旅客鉄道株式会社 新潟支社 ・株式会社 JTB
協力	<ul style="list-style-type: none"> ・佐渡汽船株式会社
参加施設	<p>観光関連施設（一般参加施設）：142 施設</p> <p>【新潟・阿賀エリア】22 施設、 【村上・新発田エリア】18 施設、 【弥彦・三条エリア】16 施設、 【長岡・柏崎エリア】25 施設、 【湯沢・魚沼エリア】25 施設、 【妙高・上越エリア】12 施設、 【佐渡エリア】7 施設、 【庄内エリア】17 施設</p> <p>NEXO 東日本新潟支社管轄の SA・PA：27 施設</p> <p>DC 特別スタンプ設置：計 16 か所</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「のって楽しい列車」：2 編成 ・主要駅周辺観光案内所：10 か所 ・佐渡汽船カーフェリー発着：4 港 <p>「JTB るるぶトラベル」が造成する特別宿泊プラン決定県内宿泊施設</p>
実施内容	<ul style="list-style-type: none"> ・参加施設でスタンプを集めるスタンプラリー（集めたスタンプの数及び種類に応じて抽選で賞品が当たる企画） ・参加施設で使えるお得な共通クーポン券の持参による特典の提供

出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料等より株式会社日本経済研究所作成

① スタンプラリー

スタンプラリーへの応募条件及び応募状況を以下に示す。

応募条件としてスタンプ数 25 個（完遂）が必要な A 賞への応募が 2,396 件と全体の 1/3 弱を占めており、応募に求められるスタンプ数が最も少ない（5 個以上の）C 賞 3,103 件に次いで多かった。

応募経路としてハガキとスマホが用意されたが、ハガキによる応募が圧倒的に多く、全体の 9 割以上を占めた。この要因の一つに、応募者の年齢層が比較的高いことが挙げられる。

< 応募条件 >

	応募条件	当選者数（人）	賞品概要
A 賞	スタンプ数 25 個（完遂） （B・C 賞の抽選も対象）	1	5,000 円相当の新潟県・庄内の季節の特産品（月 1 回×12 回発送）
B 賞	スタンプ数 15 個以上 （C 賞の抽選も対象）	10	新潟県・庄内エリア内の旅館の平日限定ペア宿泊券（1 泊 2 食付）
C 賞	スタンプ数 5 個以上	480	参加施設からの提供品
ハワイ賞	A 賞の抽選に外れ、かつ、 <SA・PA スタンプ> が 1 個以上	300	オリジナルクオカード 500 円分
DC 特別賞	A 賞の抽選に外れ、かつ、 <DC 特別スタンプ> が 1 個以上	20	オリジナルクオカード 1,000 円分

< 賞品別及び経路別応募者数及び構成比 >

賞品 経路	A 賞（人）				B 賞 （人）	C 賞 （人）	失格 （人）	計 （人）	構成比
	ハワイ賞	DC 特別賞	ハワイ賞 DC 特別賞	単独					
ハガキ	49	34	2,076	4	1,577	2,971	205	6,916	93.7%
スマホ	199	3	28	3	103	132	-	468	6.3%
計	248	37	2,104	7					
	2,396				1,680	3,103	205	7,384	100.0%
構成比	32.4%				22.8%	42.0%	2.8%	100.0%	

< 年齢層別応募者数及び構成比 >

年齢階層	応募者数（人）	構成比	年齢階層	応募者数（人）	構成比
0～9 歳	315	4.27%	50～59 歳	1,553	21.03%
10～19 歳	318	4.31%	60～69 歳	1,318	17.85%
20～29 歳	673	9.11%	70 歳～	848	11.48%
30～39 歳	999	13.53%	不明	61	0.83%
40～49 歳	1,299	17.59%	合計	7,384	100.00%

< 性別応募者数及び構成比 >

性別	応募者数（人）	構成比	性別	応募者数（人）	構成比
男	3,317	44.92%	不明	1	0.01%
女	4,066	55.07%	合計	7,384	100.00%

出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料等より株式会社日本経済研究所作成

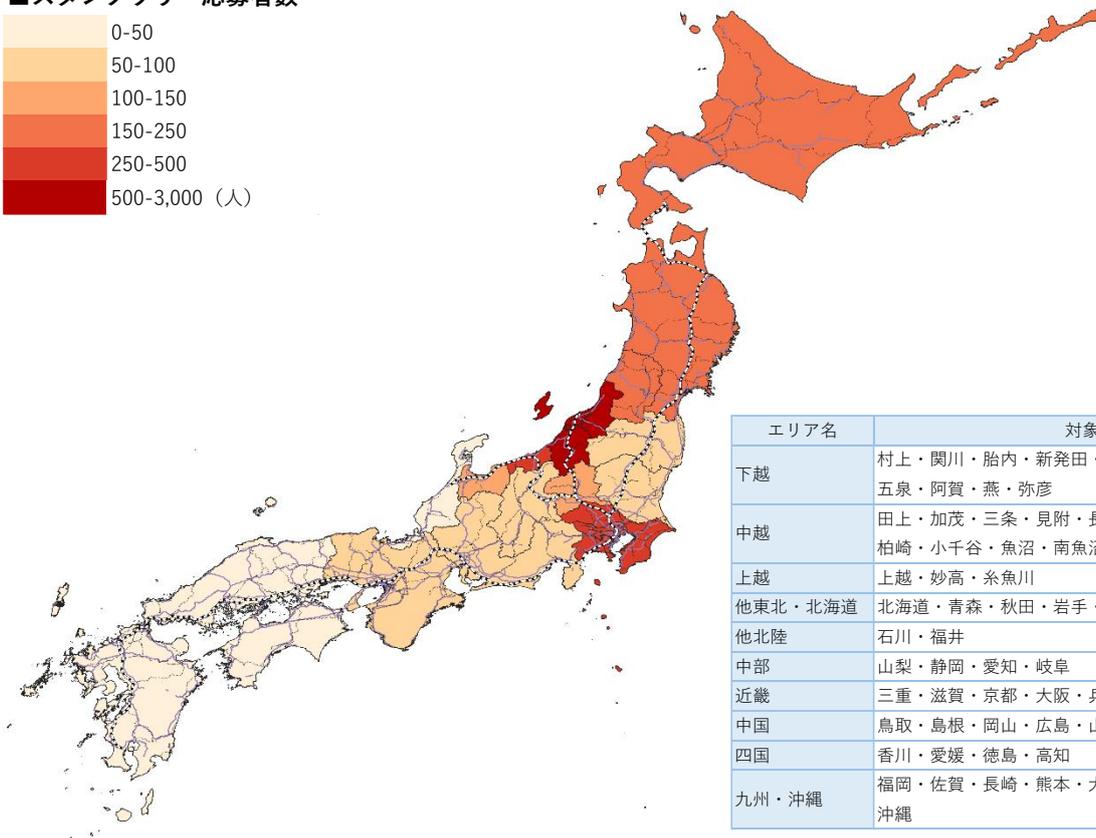
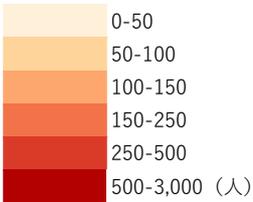
なお、スタンプラリーへの応募者の住所地属性を以下に示す。
新潟県内からの応募者が全体の約 3/4 を占め、首都圏や近隣県などからの応募者も多数見られた。新潟県内からの応募は、新潟市及び中越エリアからの応募が多く、両エリア合わせて新潟県全体の 3/4 以上を占めた。応募者の分布をみると、上越新幹線の沿線エリアが比較的多かった。この傾向は、人口 100 万人当たりの PV 数でも同様であった。

<住所地別スタンプラリー応募者数及び構成比>

エリア	応募者数 (人)	構成比 (%)	エリア	応募者数 (人)	構成比 (%)
新潟県	5,541	75.04	中部	92	1.25
新潟市	2,223	30.11	近畿	91	1.23
下越・佐渡	1,003	13.58	福島県	68	0.92
中越	2,003	27.13	長野県	68	0.92
上越	312	4.23	栃木県・茨城県	68	0.92
東京都	302	4.09	他北陸	29	0.39
埼玉県	274	3.71	九州・沖縄	25	0.34
神奈川県・千葉県	269	3.64	中国	15	0.20
山形県	168	2.28	四国	1	0.01
他東北・北海道	161	2.18	未記入	0	0.00
群馬県	111	1.50			
富山県	101	1.37	合計	7,384	100.00

<スタンプラリー応募者の分布>

■スタンプラリー応募者数



エリア名	対象
下越	村上・関川・胎内・新発田・聖籠・新潟・阿賀野・五泉・阿賀・燕・弥彦
中越	田上・加茂・三条・見附・長岡・出雲崎・刈羽・柏崎・小千谷・魚沼・南魚沼・湯沢・十日町・津南
上越	上越・妙高・糸魚川
他東北・北海道	北海道・青森・秋田・岩手・宮城
他北陸	石川・福井
中部	山梨・静岡・愛知・岐阜
近畿	三重・滋賀・京都・大阪・兵庫・奈良・和歌山
中国	鳥取・島根・岡山・広島・山口
四国	香川・愛媛・徳島・高知
九州・沖縄	福岡・佐賀・長崎・熊本・大分・宮崎・鹿児島・沖縄

出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料、国土数値情報より株式会社日本経済研究所作成

② 共通クーポン券

共通クーポン券とは、スタンプラリー参加施設に持参することで特典（割引やプレゼント等）が受けられるものである。入手方法は、スタンプラリーブック（綴じ込み）、スタンプラリー専用 Web サイト（要プリントアウト）に加え、新潟県観光協会の LINE 公式アカウントからも入手が可能。

利用総数は 19,781 件で、全エリアを通しての最多利用施設は「桂の関温泉ゆ〜む」であった。また、エリア別最多利用施設を見ると、温泉施設が最多となったエリアが半数を占めた。

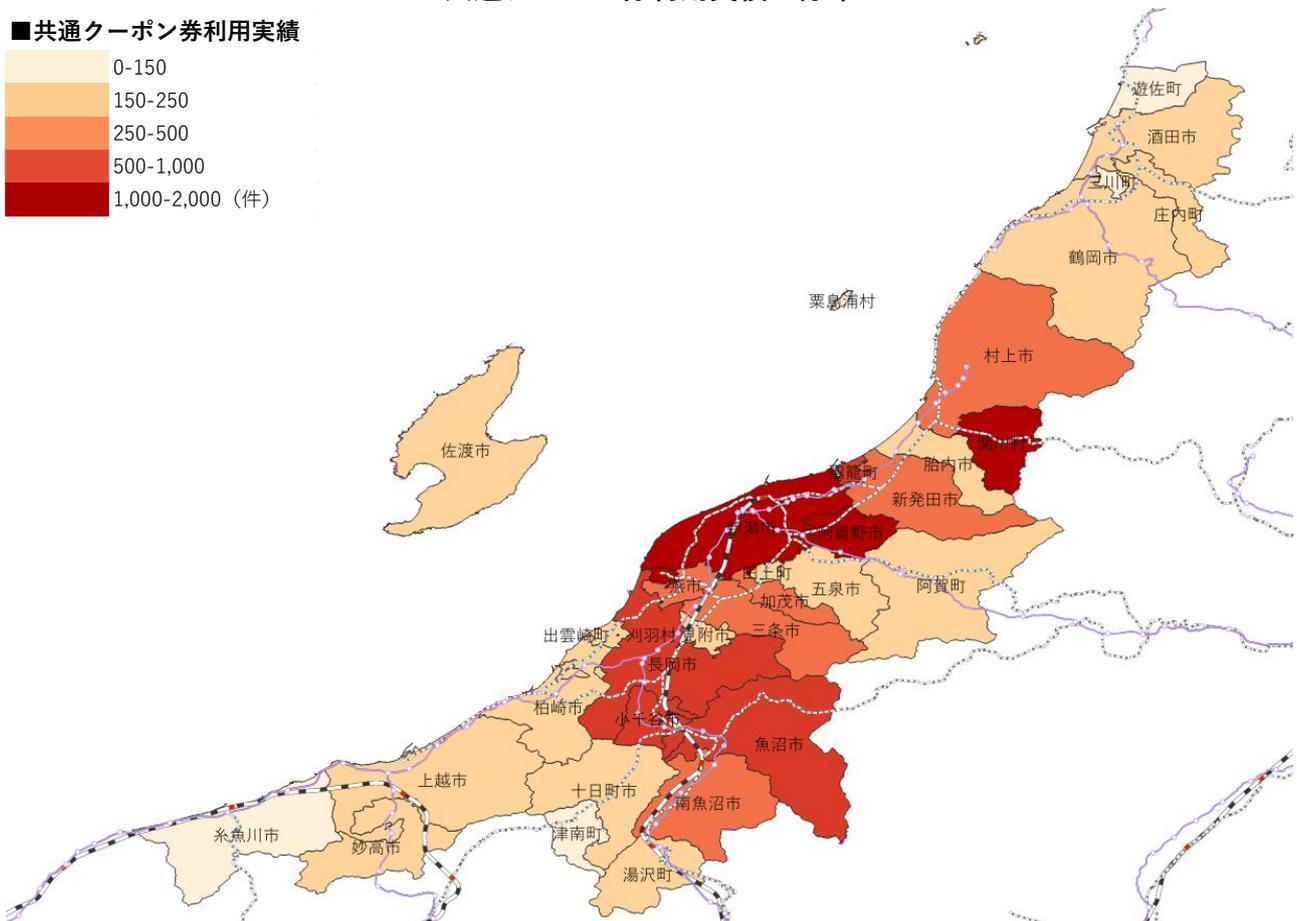
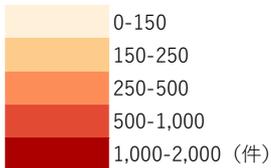
利用実績の分布をみると、新潟市、阿賀野市等を中心に、数多く利用されたことがわかる。

＜エリア別最多利用施設＞

エリア名	施設名	利用件数（件）
新潟・阿賀エリア	ピア Bandai	878
村上・新発田エリア	桂の関温泉ゆ〜む	1,522
弥彦・三条エリア	弥彦桜井郷温泉さくらの湯	1,287
長岡・柏崎エリア	寺泊きんぱちの湯	522
湯沢・魚沼エリア	永林寺	440
妙高上越・エリア	道の駅あらいくびき野情報館	136
佐渡エリア	両津ターミナル売店	59
庄内エリア	いろり火の里なの花温泉「田田」	142
利用総数		19,781

＜共通クーポン券利用実績の分布＞

■ 共通クーポン券利用実績



出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料、国土数値情報より株式会社日本経済研究所作成

2) ツーリズム EXPO ジャパン 2019

2019年10月24日(木)～27日(日)、インテックス大阪にて開催された「ツーリズム EXPO ジャパン 2019」(以下、「本 EXPO」)に出展した。10月24日、25日はブース内において観光商談を実施し、旅行会社やメディア関係者等を対象に、本 DC に係る情報を発信した。

なお、本 EXPO への総来場者数は15万人を超えた。

名 称	ツーリズム EXPO ジャパン
会 場	インテックス大阪
開催期間	2019年10月24日(木)～10月27日(日)
内 容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 上越新幹線活性化同盟会、新潟県スキー場協議会、魚沼市等との共同出展 ・ 上越新幹線沿線の観光や新潟県のスキー場の情報等も合わせた、新潟県及び山形県庄内エリアの魅力の発信



出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料等より株式会社日本経済研究所作成

(4) DC ファイナルイベント

本 DC の閉幕を2週間後に控えた2019年12月14日(土)と15日(日)に、本 DC の開催に合わせて運行された、専用臨時列車の乗客をもてなす DC ファイナルイベントが開催された。沿線駅では横断幕が掲げられ、主要駅では観光関係者による出迎えや見送り、ジュースや地酒の振る舞い等により歓待した。

なお、専用臨時列車への乗車数は、羽越線が96人、上越線が102人、信越線が98人であった。

名 称	DC ファイナルイベント
開催期間	2019年12月14日(土)～12月15日(日)
内 容	・ 臨時列車の乗客をもてなす各種歓待イベント

出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料等より株式会社日本経済研究所作成

2-3 広告・宣伝活動

(1) DC ガイドブック

1) DC 公式ガイドブック

DC 公式ガイドブックは、新潟県・山形県庄内エリアの食を中心とした観光情報を収載した、A4判 32 ページにわたる解説書である。850 千部を作成。JR 6 社の主要駅を中心に、主要観光施設、SA・PA への設置に加え、本 DC 開催地並びに首都圏及び関西圏でのイベント等にて配布した。

<DC 公式ガイドブック（一部抜粋）>



出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料等

2) DC エリアガイドブック

DC エリアガイドブックは、本 DC 開催地の全 8 エリア別に作成した解説書で、「食」を中心とした観光情報を掲載。本 DC 開催地並びに首都圏及び関西圏のイベント等にて 130 千部を配布した。

<DC エリアガイドブック（一部エリア）>



出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料等

(2) ポスター

1) DC 5連ポスター

DC 5連ポスターは、DC 開催8エリア中5エリアを対象に紹介したもの。2,000 セット作成し、各所に掲出した。

<DC 5連ポスター>

	<p>新潟・阿賀エリア : 「湊町の粋」 村上・新発田エリア : 「川の賜物」 湯沢・魚沼エリア : 「雪国の美」 佐渡エリア : 「島の至宝」 庄内エリア : 「修験の光」</p>		

出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料等

2) DC 月替りポスター

DC 月替りポスターは、月ごとに紹介エリアを変えながら 5,950 セット作成し、各所に掲出した。

<DC 月替りポスター>

2019年9月	10月	11月	12月

出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料等

(3) 「にいがた観光ナビ」への特設サイト開設

本 DC の開催を翌年に控えた 2018 年 9 月 3 日、「にいがた観光ナビ」は全面リニューアルされ、本 DC の共同開催地である山形県庄内エリアの観光情報を掲載するとともにスマホ最適化を図る等の対応を行った。あわせて「DC 特設サイト」を開設し、DC に係る情報発信を強化した。

<DC 特設サイト>



出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料等

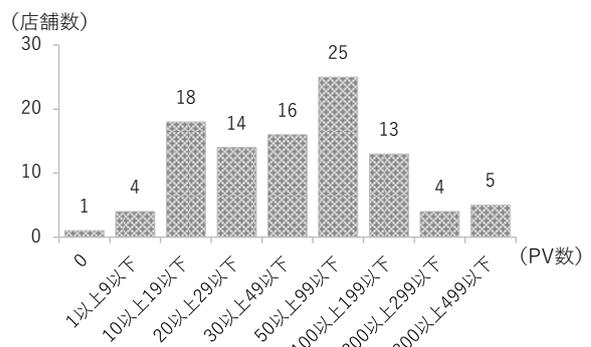
「DC 特設サイト」の利用状況を、本 DC シンボルイベントの一つ「ガストロキッチン in 新潟・庄内 2019」に参加した 100 店舗のウェブサイトに対する PV 数から調査した結果、本 DC 開催期間中に、全エリア合計で約 7,700 回、最多 PV 数を記録した店舗には 499 回の閲覧があった。特に、新潟・阿賀エリアや庄内エリアに PV 数の多い飲食店が多かった。

以下は、PV 数 200 回以上の店舗と、全エリア及びエリア別にみた PV 数別店舗の分布である。

<全エリア：PV 数 200 回以上の店舗>

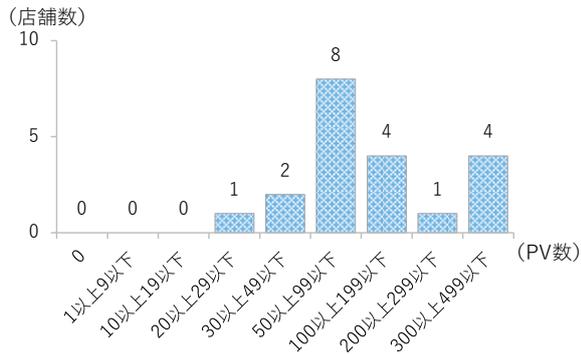
エリア	名称	分類	PV数
新潟・阿賀	兄弟寿し	すし	499
新潟・阿賀	SUSHI喬山	すし	337
新潟・阿賀	割烹 渡辺	割烹	316
庄内	寿し割烹 こい勢	すし	314
新潟・阿賀	日本料理 行形亭	日本料理	304
新潟・阿賀	Fiorita〜フィオーター〜	イタリアン	298
庄内	アル・ケッチャーノ	イタリアン	230
庄内	羽黒山参籠所 齋館	精進料理	219
庄内	Restaurant Nico	フレンチ	207

<全エリア：PV 数別店舗数>

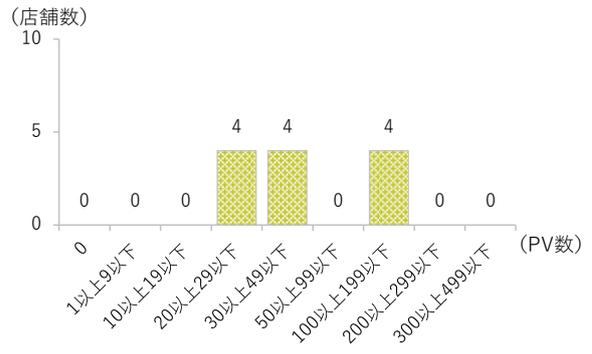


出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料等より株式会社日本経済研究所作成

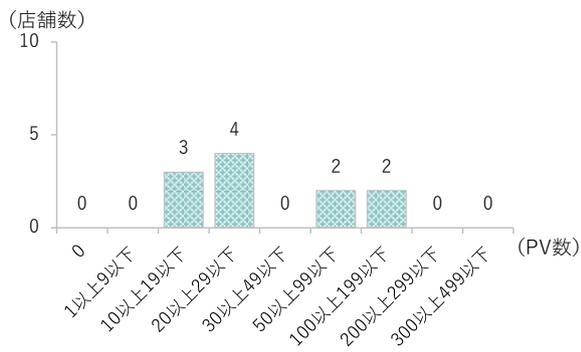
<新潟・阿賀エリア：PV数別店舗数>



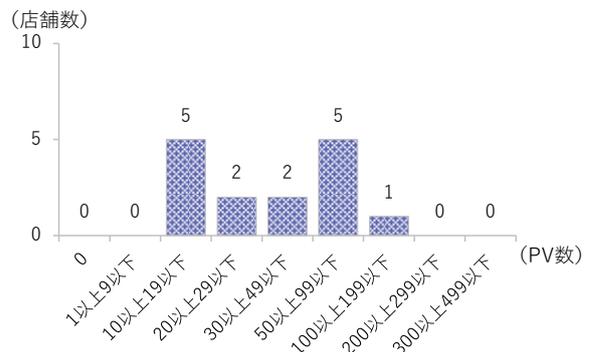
<村上・新発田エリア：PV数別店舗数>



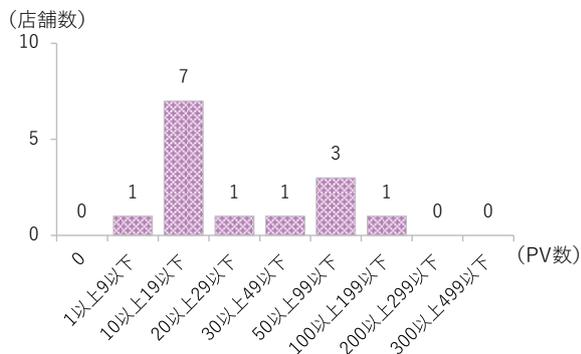
<弥彦・三条エリア：PV数別店舗数>



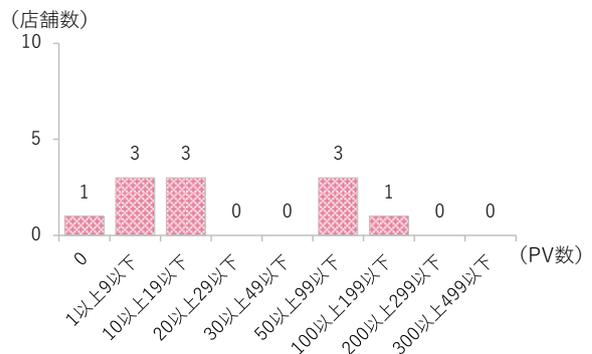
<長岡・柏崎エリア：PV数別店舗数>



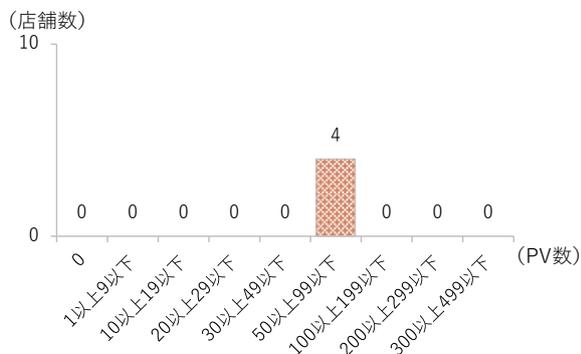
<湯沢・魚沼エリア：PV数別店舗数>



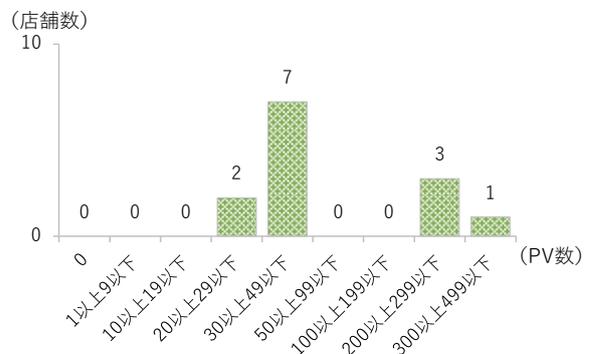
<妙高・上越エリア：PV数別店舗数>



<佐渡エリア：PV数別店舗数>



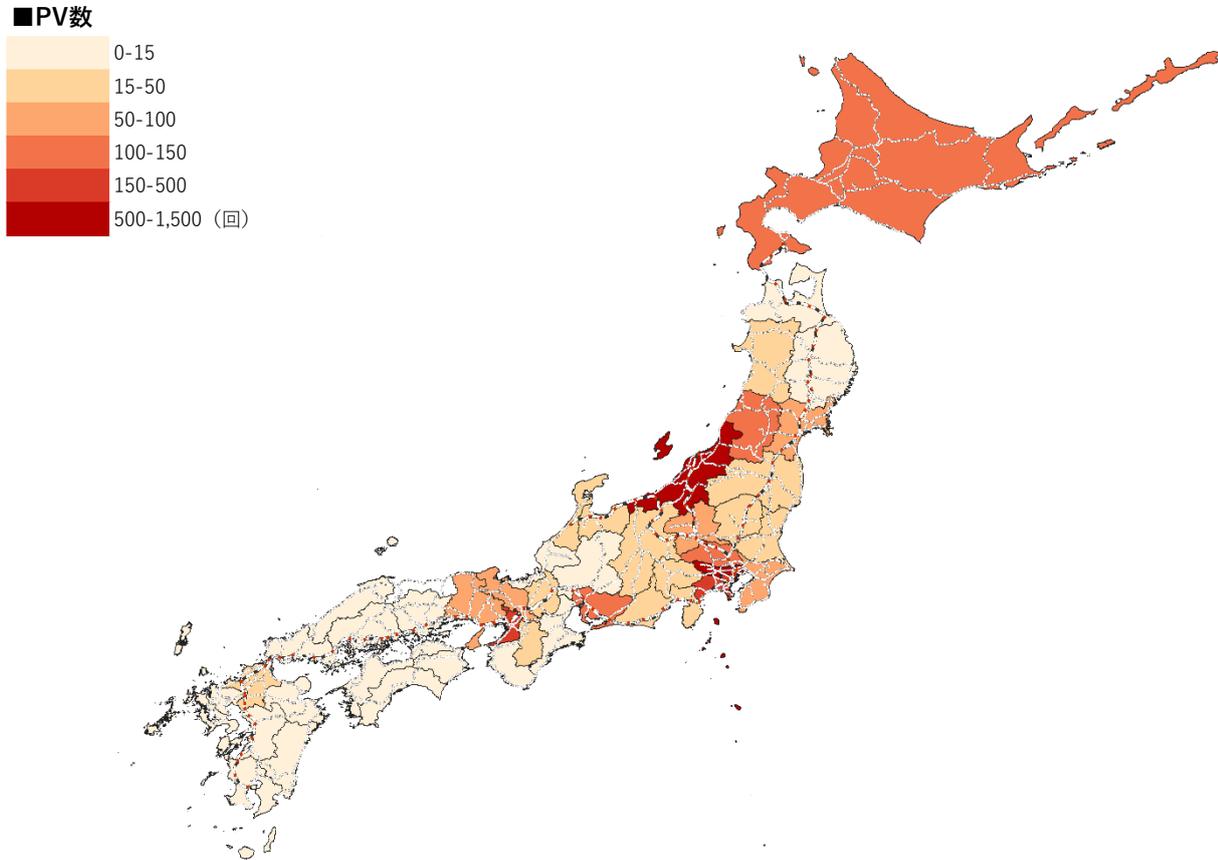
<庄内エリア：PV数別店舗数>



出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料等より株式会社日本経済研究所作成

なお、各都道府県からの PV 数をみると、新潟県や、首都圏及び大阪府、愛知県といった大都市圏からの PV 数が多く、加えてスタンプラリーへの応募者の分布と同様、上越新幹線の沿線エリアからが比較的多かった。

<各都道府県からの PV 数>



都道府県	PV 数 (回)						
東京都	1,435	群馬県	54	静岡県	19	和歌山県	5
新潟県	1,398	栃木県	45	岡山県	14	山口県	4
大阪府	463	茨城県	38	岩手県	12	香川県	3
神奈川県	368	長野県	37	岐阜県	10	鹿児島県	3
埼玉県	143	福島県	35	福井県	9	徳島県	2
山形県	135	滋賀県	30	広島県	9	高知県	2
愛知県	119	富山県	29	青森県	7	佐賀県	2
北海道	111	石川県	29	大分県	7	長崎県	2
京都府	82	秋田県	26	三重県	6	宮崎県	2
宮城県	79	福岡県	25	愛媛県	6	島根県	1
兵庫県	74	山梨県	21	熊本県	6	鳥取県	0
千葉県	73	奈良県	20	沖縄県	6		

出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料、国土数値情報より株式会社日本経済研究所作成

(4) メディア等広告展開

各種メディア・SNS等を通じて、観光情報の発信を行った(下図参照、予算総額:15,000千円)。以下に、情報発信のために活用した、メディア等による広告の一覧を示す。

<メディア等広告展開一覧>

項目	発行部数・放送本数・制作数など
交通新聞社・旅の手帖	45,000部
新潟日報 DC 特別編集号	430,000部
おごせ綾企画	ラジオ8本、Youtube18本
テレビ制作協力(日本テレビ)「ヒルナンデス！」	30分×2本
テレビ制作協力(日本テレビ)「美食鉄道オンナ旅」	60分×1本
パ酒ポート	8,000冊
山形県庄内エリア使用分(るるぶ広告・クーポン原資)	80,000部
ラジオ市町村イベント紹介(FMにいがた)	16本
山形県庄内エリアJ・AD ¹ (山形駅・仙台駅・郡山駅3駅合計:9/16~9/29)	2,400回
ラジオ市町村イベント紹介(FMポート)	12回放送
CM動画・DVD制作	60秒×2本、30秒×1本
山形県庄内エリアJ・AD (東京駅丸の内南北通路広告:9/1~9/30)	5,100回
Suica キャンペーン景品(新之助+つや姫)	200セット
ニュースリリース制作日本観光振興協会メディア発表	30名(各会参加者)
新聞掲載・広告・取材等(観光経済新聞)	60,000部
LINE プレゼントへの応募数	3,312件
新潟美食手帖	5,800部
CUSHU 手帖	5,000部
仙台駅 DATE ビジョン(山形県庄内エリア分:9/16~9/22)	1,995回
新潟発 R ²	5,000部
国民文化祭広告(公式ガイドブック掲載)	60,000部

出所:「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料等より株式会社日本経済研究所一部改変

1) J・AD: JR 駅構内におけるデジタルサイネージ。

2) 新潟発 R: 地域密着型の保存版・観光誌。

2-4 訪日外国人旅行者への取り組み

通常の DC では、訪日外国人旅行者（以下「インバウンド」）は誘客対象とされず、日本人旅行者のみを対象とするため、公式ホームページやパンフレットなどは全て日本語表記で制作される。

しかし、本 DC においてはインバウンド誘客に向けた事業に対しても予算を設け、以下のような取り組みが実施された。

（1）全国宣伝販売促進会議への海外エージェント招聘

本 DC の開催を翌年秋に控えた 2018 年 10 月 16 日、「全国宣伝販売促進会議」を開催し、本 DC へのインバウンド誘客に向け、シンガポール及びタイ、香港、台湾のエージェント、並びに、新潟県の姉妹都市である黒竜江省（中国）のエージェント（総勢 20～30 名）を招聘した。

以下は、全国宣伝販売促進会議の開催概要である。

<全国宣伝販売促進会議の開催概要>

1. 日時	2018 年 10 月 16 日（火）
	◆ <u>全体会議</u> 14：30～16：30
	<ul style="list-style-type: none"> ・地元代表者挨拶 新潟県知事及び山形県知事 ・パネルディスカッション 岩佐十良氏（「新潟県・庄内エリア DC」総合プロデューサー） 奥田政行氏（アル・ケッチャーノ） 村山太一氏（レストラン ラッセ） 飯塚隆太氏（レストラン リューズ） ・観光プレゼンテーション 山田彩乃氏、横澤夏子氏、中原浩子氏
	◆ <u>歓迎レセプション</u> 17：30～19：00
	◆ <u>観光物産 P R コーナー、体験コーナー</u> 13:00～17:20
2. 会場	朱鷺メッセ 2 階メインホールほか（新潟市中央区万代島 6 番 1 号）
3. 参加者	約 1,050 名（旅行会社等約 650 名、地元関係者約 400 名）
4. その他	翌 17 日（水）～18 日（木）には、新潟県内 7 コース、庄内 1 コースに分けてエクスカージョンを実施

出所：「新潟県・庄内エリア DC」推進協議会 報道寺領 『『新潟県・庄内エリアデスティネーションキャンペーン』全国宣伝販売促進会議を開催します！』（2018 年 10 月 11 日）

(2) att.JAPAN 多言語版への特集記事及び記事広告の掲載

英語及び中国語の併記による外国人向け多言語フリーペーパー「att.JAPAN」に、特集記事及び記事広告を掲載して18万部を配布、加えて別刷「att.niigata and syonai」を1万部配布した。

<媒体概要>

媒体名称	att.JAPAN 多言語版 (アットジャパン たげんごばん)		
創刊	2001年	発行部数	18万部
発行スケジュール	3・6・9・12月10日		
主要コンテンツ	本の魅力を外国人の目線でわかりやすく編集し、全国の観光や文化情報などのほか、家庭料理のレシピや、リピーターの関心が高い生活感のある地域の情報も発信。英語と中国語(繁体字)併記により、欧米豪、東南アジア、東アジアなど多くの国で読まれ、読者の投稿写真を元にした墨絵を使った表紙も好評。年1回のアニアニメ特集『att.ANIME』、年2回の『att.KANSAI』は韓国語でも発信。		
配布場所	空港やホテル、観光案内所、高速道路のSA等、国内・海外約1800ヶ所で配布。大学の留学生センター、自治体の国際交流協会、在日米軍基地など		

出所：att.JAPAN HP (<https://att-japan.net/>)

(3) SNS 発信

タイ、シンガポール、香港及び台湾から各1名を招聘して観光体験を提供し、「日本海美食旅」の魅力や新潟県・庄内エリアの観光資源等に関する情報を、FacebookやInstagramを通じて母国語にて発信した。結果、以下のPV数等を獲得したことが報告された。

<PV数等の実績>

国	タイ	シンガポール	香港	台湾
言語	タイ語	英語	中国語(繁体字)	
利用媒体	Facebook	Instagram	https://hokuriku.letsgojp.com/	
投稿日	2019.9.24~11.12	2019.9.23~9.27	2019.11.6~	
投稿回数	15回	写真8回、動画2回	1回	
いいね数	698	25,618(写真)	502	
再生回数		637,000(動画)		
PV数			3,522	3,643

出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料等より株式会社日本経済研究所一部改変

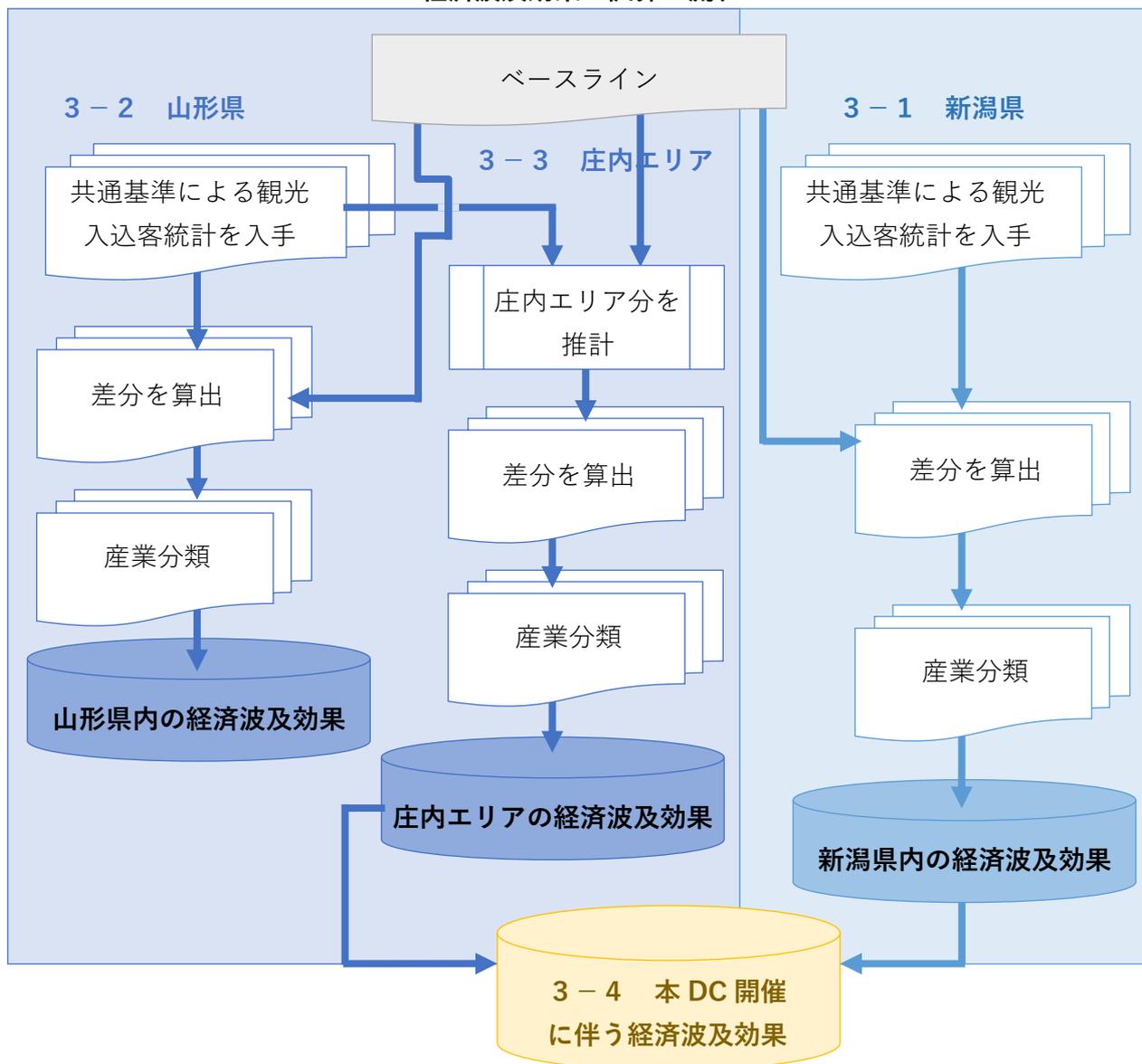
(4) ランドオペレーターを対象とした商談会

首都圏にて、ランドオペレーター(旅行サービス手配業)を対象とした説明会及び商談会を実施し、新潟県・庄内エリアに関する情報発信を行った。

第3章 新潟県・庄内エリア DC 開催に伴う地域経済への影響

前章まで、本 DC における様々な取り組みを見てきた結果、開催地までの交通手段が新幹線等の大量輸送システムのみ限定されないことや、開催地における飲食等に係る観光消費が地域の経済を刺激したことがうかがえた。したがって、本章で試算する地域経済への影響は、本 DC 開催期間中に増加した、観光入込客による観光消費額の伸びに基づき、新潟県内及び山形県内への経済波及効果により測定することとした。また、その試算の流れは以下の通りとした。

<経済波及効果の試算の流れ>



出所：株式会社日本経済研究所作成

なお、ベースラインは「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」の 2015・2016・2017 年の 10-12 月を対象として算出した平均値とした。これは、2018 年 10-12 月がプレ DC 開催期間、2014 年 4-6 月が前回の DC 開催期間に該当することから、それらの影響を避けてベースラインを設定することを目的としたためである。

3-1 新潟県内への入込客数及び観光消費単価の増加による経済波及効果の試算

(1) ベースライン

「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」の2015・2016・2017年の10-12月を対象として算出した平均値より、新潟県のベースラインを以下の通り設定した。

<2015・2016・2017年10-12月（平均）実観光入込客数>

（単位：千人回）	全体	宿泊	日帰り
実観光入込客数	6,447	1,178	5,269
県内	4,109	433	3,676
県外	2,290	714	1,576
外国人	48	31	17

出所：「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」の2015・2016・2017年の10-12月より株式会社日本経済研究所作成

<2015・2016・2017年10-12月（平均）観光消費単価>

（単位：円/人回）	全体	宿泊	日帰り
消費単価	10,101	22,409	7,348
県内	6,270	18,761	4,804
県外	16,663	24,780	13,258
外国人	15,890	18,757	9,898

出所：「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」の2015・2016・2017年の10-12月より株式会社日本経済研究所作成

(2) 本DC期間中における区分別実観光入込客数の推定

「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」によると、本DC期間中における新潟県への入込客数及び観光消費単価は以下の通りであった。

<2019年10-12月の実観光入込客数>

（単位：千人回）	全体	宿泊	日帰り
実観光入込客数	6,838	1,229	5,608
県内	4,789	416	4,373
県外	1,997	762	1,235
外国人	51	51	-

出所：「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」

<2019年10-12月の観光消費単価>

（単位：円/人回）	全体	宿泊	日帰り
消費単価	11,361	32,670	6,691
県内	6,306	26,382	4,397
県外	23,087	36,494	14,817
外国人	26,876	26,876	-

出所：「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」

(3) 本 DC 開催による新潟県内への経済波及効果の試算

「平成 23 年新潟県産業連関表」を用いて、ベースラインからの観光消費額の伸びがもたらす新潟県内への経済波及効果を試算した結果、2 次間接波及効果まで考慮すると約 200 億円となった。なお、試算過程及び試算結果、波及倍率は以下の通りである。

<新潟県の経済波及効果の試算過程>



出所：株式会社日本経済研究所作成

<新潟県の経済波及効果の試算結果と波及倍率>

直接効果	1 次間接波及効果	2 次間接波及効果	経済波及効果	波及効果倍率
約 126 億円	約 45 億円	約 30 億円	約 201 億円	約 1.59 倍

出所：株式会社日本経済研究所作成

(4) 本 DC 開催期間中における新潟県での入込客減少リスクに関して

2019年10-12月の入込客数は、ベースラインに比し、特に県外からの日帰り層で減少が認められた。この要因として、新潟県観光協会は、台風19号による「豪雨災害に伴う北陸新幹線の水没」や、「(エサ不足による)新潟県全域でのクマの出没および目撃」の影響が大きいとみている。

実際、北陸新幹線の水没等の影響により北陸新幹線の長野-上越妙高間での運転が見合わせになったことなどから、2019年度の1日平均乗車人員数は2018年度に比し減少しており、特に観光客が利用する「定期外」では7%弱の落ち込みがみられた。また、2019年10-11月は、例年に比してクマの出没および目撃に関する報告件数が多かったことも分かっている。

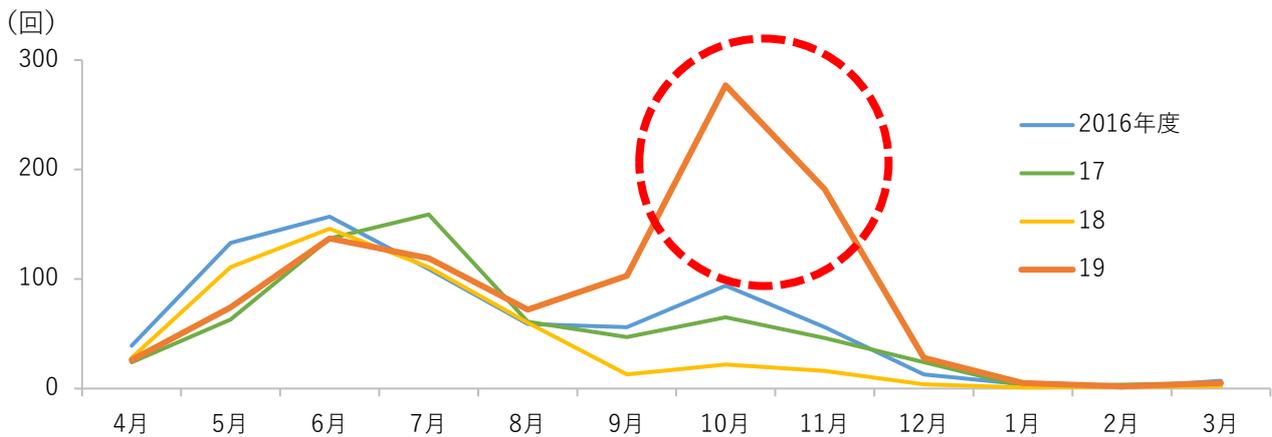
加えて、「豪雨災害に伴う北陸新幹線の水没」や、「(エサ不足による)新潟県全域でのクマの出没および目撃」に関する情報を、マスコミ各社が連日報道し続けたことによって生じた風評的な影響も排除できない、というのが新潟県観光協会の見解である。

＜北陸新幹線上越妙高駅における1日平均乗車人員数＞

(単位：人)	定期外	定期	合計
2019年度	1,946	164	2,111
2018年度	2,090	147	2,238

出所：JR 東日本「新幹線駅別乗車人員」

＜新潟県内でのクマの出没および目撃に関する報告件数＞



出所：新潟県「過去のツキノワグマ目撃情報」より株式会社日本経済研究所作成

その他、新潟県によれば、少雪の影響で下越・中越・佐渡の3エリアのスキー場をオープンできなかったことも入込客数の下押し要因と考えられている(①)。また、うまさぎっしり博の中止(②)、天候不良によるその他のイベントへの入込客の減少(例：越後・謙信 SAKE まつり③)への入込客数等を見ることで、台風19号によるイベントへの影響度合いを推し測ることもできるであろう。

＜入込客数が減少した観光地及びイベントの一例＞

入込客数 (単位：千人)	ベースライン：A	2019年10-12月：B	B-A
① スキー場 (12月)	524	277	▲247
② うまさぎっしり博 (10月) (注)	38	0	▲38
③ 越後・謙信 SAKE まつり (10月)	114	82	▲32

(注) うまさぎっしり博は2017年の開催が中止となったため、ベースラインは2015・2016年を対象に平均値を算定。

出所：「新潟県観光入込客統計 (各年度)」より株式会社日本経済研究所作成

3-2 山形県内への入込客数及び観光消費単価の増加による経済波及効果の試算

(1) ベースライン

「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」の2015・2016・2017年の10-12月を対象として算出した平均値より、山形県のベースラインを以下の通り設定した。

<2015・2016・2017年10-12月（平均）実観光入込客数>

（単位：千人回）	全体	宿泊	日帰り
実観光入込客数	3,809	714	3,095
県内	1,487	271	1,216
県外	2,308	428	1,879
外国人	15	15	-

出所：「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」の2015・2016・2017年の10-12月より株式会社日本経済研究所作成

<2015・2016・2017年10-12月（平均）観光消費単価>

（単位：円/人回）	全体	宿泊	日帰り
消費単価	9,187	26,163	5,271
県内	6,497	19,297	3,647
県外	10,682	29,886	6,322
外国人	43,924	44,475	9,898

出所：「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」の2015・2016・2017年の10-12月より株式会社日本経済研究所作成

(2) 本DC期間中における入込客数及び観光消費単価

山形県からの報告によると、本DC期間中における山形県内への入込客数及び観光消費単価は、以下の通りであった。

<2019年10-12月の実観光入込客数>

（単位：千人回）	全体	宿泊	日帰り
実観光入込客数	4,381	728	3,653
県内	1,761	246	1,516
県外	2,537	443	2,094
外国人	83	40	43

出所：「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」（山形県より提供）

<2019年10-12月の観光消費単価>

（単位：円/人回）	全体	宿泊	日帰り
消費単価	8,640	28,032	4,773
県内	5,678	20,795	3,227
県外	10,454	32,366	5,820
外国人	16,068	24,464	8,308

出所：「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」（山形県より提供）

(3) 本 DC 開催による山形県内への経済波及効果の試算

「平成 23 年山形県産業連関表」を用いて、ベースラインからの観光消費額の伸びがもたらす山形県の経済波及効果を試算した結果、2 次間接波及効果まで考慮すると約 43 億円となった。なお、試算過程及び試算結果、波及倍率は以下の通りである。

< 山形県の経済波及効果の試算過程 >



出所：株式会社日本経済研究所作成

< 山形県の経済波及効果の試算結果と波及倍率 >

直接効果	1 次間接波及効果	2 次間接波及効果	経済波及効果	波及効果倍率
約 29 億円	約 8 億円	約 6 億円	約 43 億円	約 1.50 倍

出所：株式会社日本経済研究所作成

3-3 山形県庄内エリアへの入込客数及び観光消費単価の増加による経済波及効果

(1) ベースライン

本 DC 期間中における庄内地域への入込客数は、「山形県観光者数調査」の 2016・2017・2018 年度の地域別観光者数（延数）より、平均値を用いて仮定することとし、山形県全体のうち 29.7%を占めるものとした。また、観光消費単価は山形県と同等の設定とした。

<地域別観光者数（延数）>

延数（単位：千人）	村山地域	最上地域	置賜地域	庄内地域
2016 年度	22,208.5	2,776.6	6,675.4	14,153.6
2017 年度	21,859.7	2,643.7	7,326.7	13,292.3
2018 年度	21,560.1	2,625.6	8,990.5	13,331.2
過去 3 年度平均	21,876.1	2,682.0	7,664.2	13,592.4
構成比（単位：%）	47.7	5.9	16.7	29.7

出所：「山形県観光者数調査（平成 29 年度、30 年度）」の 2016・2017・2018 年度より株式会社日本経済研究所作成

<2015・2016・2017 年 10-12 月（平均）実観光入込客数>

（単位：千人回）	全体	宿泊	日帰り
実観光入込客数	1,130	212	918
県内	441	80	361
県外	685	127	558
外国人	4	4	-

出所：「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」の 2015・2016・2017 年の 10-12 月より株式会社日本経済研究所作成

<2015・2016・2017 年 10-12 月（平均）観光消費単価【再掲】>

（単位：円/人回）	全体	宿泊	日帰り
消費単価	9,187	26,163	5,271
県内	6,497	19,297	3,647
県外	10,682	29,886	6,322
外国人	43,924	44,475	9,898

出所：「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」の 2015・2016・2017 年の 10-12 月より株式会社日本経済研究所作成

(2) 本 DC 期間中における入込客数及び観光消費単価

ベースラインと同様、庄内地域への入込客数及び観光消費単価を設定した。

<2019 年 10-12 月の実観光入込客数>

（単位：千人回）	全体	宿泊	日帰り
実観光入込客数	1,300	216	1,084
県内	523	73	450
県外	753	131	621
外国人	25	12	13

出所：「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」（山形県より提供）

<2019年10-12月の観光費単価【再掲】>

(単位:円/人回)	全体	宿泊	日帰り
消費単価	8,640	28,032	4,773
県内	5,678	20,795	3,227
県外	10,454	32,366	5,820
外国人	16,068	24,464	8,308

出所:「共通基準による観光入込客統計(観光庁)」(山形県より提供)

(3) 本 DC 開催による山形県庄内エリアの経済波及効果の試算

「平成23年山形県産業連関表」を用いて、ベースラインからの観光消費額の伸びがもたらす山形県庄内エリアの経済波及効果を試算した結果、2次間接波及効果まで考慮すると約13億円となった。なお、試算過程及び試算結果、波及倍率は以下の通りである。

<山形県庄内エリアの経済波及効果の試算過程>



出所:株式会社日本経済研究所作成

<山形県庄内エリアの経済波及効果の試算結果と波及倍率>

直接効果	1次間接波及効果	2次間接波及効果	経済波及効果	波及効果倍率
約8億円	約2億円	約2億円	約13億円	約1.50倍

出所:株式会社日本経済研究所作成

3-4 本 DC 開催による経済波及効果

以上、3-1 及び 3-3 にて試算した、新潟県及び山形県庄内エリアの経済波及効果を合算した結果、2 次間接波及効果まで考慮すると約 213 億円となった。

<新潟県内及び山形県内への経済波及効果の試算過程>



出所：株式会社日本経済研究所作成

<新潟県内及び山形県内への経済波及効果の試算結果と波及倍率>

直接効果	1 次間接波及効果	2 次間接波及効果	経済波及効果	波及効果倍率
約 135 億円	約 47 億円	約 32 億円	約 214 億円	約 1.58 倍

出所：株式会社日本経済研究所作成

第4章 新潟県・庄内エリア DC 開催による成果と課題

以上を振り返り、本 DC 開催による成果と課題を整理する。

4-1 成果

(1) 首都圏からの参加

「新潟・庄内うまさぎっしりスタンプラリー」の実施により、本 DC への参加状況の一部を把握することができた。特に、本 DC でも重点誘客先としていた首都圏から、スタンプラリー抽選への応募が数多く見られた。

(2) 大都市圏への情報発信

特設サイトを開設して本 DC に係る情報発信を強化し PV 数を追ったことで、特に大都市圏からの PV 数が多い実態を把握できた。これを、誘客や EC³に誘導する取り組みなども期待できよう。

(3) 第三者による効果検証の実施

これまでに数多くの DC が開催されてきたが、第三者による効果検証を実施・公表した事例は、決して多くはない。検証結果等をもとに、関係者間での新たな議論が生まれる可能性がある。



3) EC：Electronic Commerce。電子商取引と訳され、インターネット上でモノやサービスを売買すること全般を指す。

4-2 課題と視点

(1) 目的の明確化

DC に取り組む目的や目標、得たい効果などを予め明確化しておく必要があったと考える。効果検証として行った経済波及効果の試算結果を、どのように評価すべきか、今後の議論に期待したい。

【視点】例えば「観光消費額」増加を目的に、目標をプラス 100 億円と設定、指標に「観光入込客数」と「観光消費単価」を置いた場合、1 千万人増やして 1 千円ずつ多く消費してもらうのか、それとも、200 万人増やして 5 千円ずつ多く消費してもらうのか、といったことを考える。

(2) 顧客像の具体化

どこの誰に来てもらいたいのか、そのためにはどのような情報発信をするのか、また実際にその人はどのような手段で訪れて現地を巡り、何を体験することでどの程度の消費をするのか等、顧客像の具体化が求められる。

【視点】提示するモデルコースを選ぶ顧客像や、巡った際の消費単価の想定を行うことが有用となる。また、モデルコースに地域資源を積極的に活用することで、地域の自給率を高めて地域産業の活性化を図ると同時に、来訪者が地域ならではのものに触れ合う機会を増やしてファン化を目指すことができる。

(3) 環境変化への対応

本 DC では台風 19 号という自然災害のため、DC シンボルイベントの中止や交通機関の運休等の対応が採られ、入込客数が限定的になった可能性が高い。今後は、自然災害を含む環境の変化に対応する方策を、経済的な視点からも検討しておく必要があると考えられる。

【視点】例えば、EC を介した地域製品の購入や、オンラインでのヴァーチャル体験に誘導することで、将来の来訪動機を醸成するとともに、地域への経済効果の維持・向上も、視野に入れる。

(4) 新たな顧客層への挑戦

本 DC においては、通常の DC では対象とはされないインバウンドの誘客にも取り組んだ。成果が見えづらいという課題が残ものの、引き続き、環境の変化等に応じて、新たな顧客層に挑戦する必要性があろう。

【視点】DC の主力である中高年層以外にも目を向ける。例えば、従来はあまり旅行に出かけないと言われていた若年男性層の旅行意向が上昇していることなどに着目する。

第5章 今後のDC開催に向けて

5-1 with コロナの現状と対応

(1) 現状

2019年末に中国・武漢市で発生した原因不明の肺炎が、日本を含む世界各国に急速に広まった。その後、新型コロナウイルス（以下「新型コロナ」）が病原体として分離され、WHOは新型コロナがパンデミック（世界的大流行）に相当すると宣言、各国は出入国制限等の対策を強化した。日本国内では、緊急事態宣言の発令により不要不急の外出の自粛等が求められ、観光需要が著しく損失した。緊急事態宣言の解除後には政府が感染拡大防止策として「新しい生活様式」を推奨し、ソーシャルディスタンスの確保やマスクの着用、「3密⁴」回避を求めている。そのような、新型コロナとの共存下（以下、「with コロナ」）にある現状において、新しい観光のあり方が模索されている。

(2) 対応

観光需要を取り戻すには、観光が安全を提供できることの証明が何よりも重要と言われており、with コロナにある2020年秋のアフターDCでは「新しい生活様式」を踏まえた対応が必要とされ、旅行者側にも「新しい旅のエチケット」に留意した行動が求められる。

また、越境移動に係る種々の障壁や出入国制限等のため、観光需要が最初に戻るのには周辺地域、次に国内の地方圏から大都市圏及び首都圏へと拡大し、最後に海外の順と予測されている。

これらを前提とすると、アフターDCでは、誘客目的（例：観光消費→地域教育）や重点誘客先（例：首都圏→周辺地域）、代表交通手段（例：新幹線等の大量輸送システム→自家用車や自転車、超小型モビリティ等）などの想定に、本DCとは違う再設定が求められる。

仮に、アフターDCの重点誘客先を周辺地域に置き、誘客目的を周辺地域住民による観光資源等への理解醸成とした場合、代表交通手段には小型化や個人化が求められ、例えばGPS付きの自動音声ガイドシステムの導入等による個別説明機能の強化や、訪問地モニタリングによるデータ分析に基づいた誘客戦略及び安全対策なども、視野に入れる必要が生じよう。

また、本DCで増加が期待されたのは訪問型関係人口であったが、アフターDCでは非訪問型のオンライン関係人口への着目も必要であろう。例えば、アフターDCを契機に地域への理解を深めた周辺住民が、首都圏等の住民とインターネットを介して関わりを持つことでオンライン関係人口を育てることが、新型コロナ終息後における訪問型関係人口の増加の種となるかもしれない。

新型コロナの出現が、周辺地域住民による地域資源の再発見や磨き上げにつながり、with コロナにおける観光のあり方を考えるなかで、地域が目指す姿が再考されることが期待される。

4) 「3密」：さんみつ。密集、密接、密閉の3つ密の状態をまとめて表現した言葉。

5 - 2 DC の再定義

DC は、初めて開催された 1978 年から既に 40 年以上も継続されているロングランキャンペーンであるが、継続してきた理由、DC への取り組み意義などが、関係者に共有されているのかに関しては、疑問が残る。

新型コロナの出現により観光に対する価値観が多様化している今、個々の DC のみならず、DC そのものに取り組む目的を再定義し、継続する意義に対して関係者から共感を得ることや、開催地域が主体性を以て関わることを、今後の DC 開催において求められるのではないかと考える。

©Development Bank of Japan Inc.2020

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引等を勧誘するものではありません。本資料は当行が信頼に足ると判断した情報に基づいて作成されていますが、当行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しましては、ご自身のご判断でなされますようお願い致します。本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。本資料の全文または一部を転載・複製する際は、著作権者の許諾が必要ですので、当行までご連絡下さい。著作権法の定めに従い引用・転載・複製する際には、必ず、出所を明記して下さい。

(お問い合わせ先)

株式会社日本政策投資銀行 新潟支店

株式会社日本経済研究所 地域本部 地域産業部 池原 沙都実 電話：03-6214-4620

 **DBJ** 日本政策投資銀行 新潟支店

 株式会社 日本経済研究所
Japan Economic Research Institute Inc.