

観光客から選ばれ市民も誇れる魅力的なまち燕市

Tsubame City Tourism Promotion Plan

# 燕市観光振興プラン

令和8(2026)年



令和12(2030)年



令和8(2026)年3月



# 目 次

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 第1章 観光振興プランの策定にあたって .....     | 3  |
| 1. 観光振興プラン策定の背景と趣旨 .....      | 3  |
| 2. 国及び県の動向 .....              | 4  |
| 3. 本プランの位置づけ .....            | 4  |
| 4. 本プランの計画期間 .....            | 4  |
| 第2章 燕市の観光を取り巻く現状 .....        | 5  |
| 1. 観光統計調査 .....               | 5  |
| 2. 観光動態調査 .....               | 8  |
| 3. 観光意向調査 .....               | 17 |
| 4. 本市の主な観光資源 .....            | 23 |
| 5. 本市における現状と課題 .....          | 27 |
| 第3章 プランの基本的な考え方 .....         | 29 |
| 1. 基本理念 .....                 | 29 |
| 2. 基本目標 .....                 | 29 |
| 3. 優先的ターゲットの設定 .....          | 30 |
| 第4章 目指すべき方向性 .....            | 32 |
| 基本戦略1 産業観光の推進 .....           | 32 |
| 基本戦略2 自然観光の充実 .....           | 32 |
| 基本戦略3 インバウンド受入環境の整備 .....     | 33 |
| 基本戦略4 二次交通の充実 .....           | 34 |
| 基本戦略5 観光推進体制の強化 .....         | 34 |
| 第5章 戦略の展開 .....               | 35 |
| 基本戦略1 産業観光の推進 .....           | 35 |
| 基本戦略2 自然観光の充実 .....           | 35 |
| 基本戦略3 インバウンド受入環境の整備 .....     | 36 |
| 基本戦略4 二次交通の充実 .....           | 36 |
| 基本戦略5 観光推進体制の強化 .....         | 36 |
| 第6章 達成目標 .....                | 37 |
| 総合指標 .....                    | 37 |
| 戦略指標1. 産業観光の推進 .....          | 37 |
| 戦略指標2. 自然観光の充実 .....          | 38 |
| 戦略指標3. インバウンド受入環境の整備 .....    | 38 |
| 戦略指標4. 二次交通の充実 .....          | 38 |
| 戦略指標5. 観光推進体制の強化 .....        | 38 |
| 第7章 観光振興プランの推進にあたって .....     | 39 |
| 1. 推進体制 .....                 | 39 |
| 2. それぞれの役割 .....              | 40 |
| 3. 本プランの進行管理 .....            | 41 |
| 4. 財源 .....                   | 41 |
| 資料編 .....                     | 42 |
| 1. 燕市観光振興プラン策定検討委員会設置要綱 ..... | 43 |
| 2. 燕市観光振興プラン策定検討委員名簿 .....    | 45 |
| 3. 策定経過 .....                 | 46 |

# 第1章 観光振興プランの策定にあたって

## 1. 観光振興プラン策定の背景と趣旨

燕市は、国内外においてその名を知られる金属加工産業のまちであり、金属洋食器の国内生産シェア 90%以上を誇るなど、高度な技術と伝統文化が息づく地域です。職人の手仕事をはじめ、高品質なものづくり文化はもちろん、地域の歴史や自然環境、イベント、さらには食文化など、多様な観光資源が魅力として存在しています。これらの観光資源は、地域の活性化や住民の生活の質向上に寄与する重要な価値を併せ持っており、観光振興を通じてより多くの人々を惹きつける可能性があります。一方で、観光業界を取り巻く環境は変化が激しく、訪日外国人旅行者<sup>1</sup>の増加や国内旅行者のニーズの多様化、他地域との競争激化といった課題が存在します。そのため、従来の取り組みに加え、燕市ならではの観光資源に磨きをかけ、その価値を最大限に活用するための計画的かつ戦略的な対応が求められています。

観光庁によれば、令和 6(2024)年度の訪日外国人旅行者数は、年間で3,600 万人を超え、過去最多を記録しました。同様に訪日外国人旅行消費額<sup>2</sup>についても8兆円を超えて過去最高となるなど、インバウンド観光<sup>3</sup>が日本経済に与える影響は極めて大きいものとなっています。新潟県内では、令和6(2024)年7月に「佐渡島の金山」が世界文化遺産に登録されたほか、国道 289 号八十里越<sup>4</sup>が令和 8(2026)年秋から令和 9(2027)年夏にかけて開通する予定であり、こうした社会情勢や環境の変化による新たな観光流動の発生が期待されています。

本観光振興プラン(以下、「本プラン」という。)は、これらの背景を踏まえ、燕市の観光振興を体系的かつ持続可能な形で推進するための指針を示すものであり、それぞれのサービス提供者が観光<sup>5</sup>客に満足度の高いサービスや感動を提供することで、交流人口の増加を図るとともに、地域経済の活性化を促進することを目指します。また、燕市の観光資源を最大限に活用し、地域経済や社会の活性化を成し遂げることにより、観光客から選ばれ、市民も誇れる「魅力的なまち燕市」の実現を目指します。

本プランでは、いくつかの主要な柱を設け、それらの方針を基に、市や市民、関係団体や事業者等が相互に連携・協力しながら観光振興を推進することを目的としており、この目的を達成するための指針として、「燕市観光振興プラン」を策定しました。

<sup>1</sup> 訪日外国人旅行者とは、観光やビジネスなどを目的として、日本に短期滞在する外国人の総称です。

<sup>2</sup> 訪日外国人旅行消費額とは、海外から日本を訪れた外国人旅行者が、日本国内で宿泊、食事、買い物、交通、娯楽などに費やした金額の合計です。

<sup>3</sup> インバウンド観光とは、外国人が日本を訪れて行う観光のことです。

<sup>4</sup> 国道 289 号八十里越とは、新潟県と福島県の県境にある通行不能区間を解消するために整備が進められている道路事業の名称です。

<sup>5</sup> 観光とは、「余暇、ビジネス、その他の目的のため、日常生活圏を離れ、継続して1 年を超えない期間の旅行をし、または滞在する人々の諸活動」と定義します。(観光庁策定の「観光入込客統計に関する共通基準」より)



## 2. 国及び県の動向

---

日本政府は持続可能な形での観光立国の復活に向けて、令和5年3月に「観光立国推進基本計画」を閣議決定し、観光の質的向上を象徴する「持続可能な観光」、「消費額拡大」、「地方誘客促進」の3つをキーワードに、持続可能な観光地域づくり、インバウンド回復、国内交流拡大の3つの戦略に取り組んできました。令和8(2026)年度から5年間の次期「観光立国推進基本計画」においては、令和12(2030)年の目標を訪日外国人旅行者数6千万人、その消費額を15兆円と設定しています。

新潟県は、令和7(2025)年3月に策定した「新潟県観光立県推進行動計画」において、目指す将来像を「観光振興を通じて本県の魅力を高め、地域の賑わいの創出、郷土への誇りと愛着の醸成、地域経済の活性化により、持続可能な地域社会の発展を目指します。」としており、コアバリュー<sup>6</sup>を「山」「川」「海」とともに形成されてきた人々の営み、その背景にある2500万年前から形成されてきた新潟独特の大地や雪としています。

また、令和6(2024)年9月に観光庁「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり事業」のモデル観光地として佐渡・新潟エリアが選定されたことを受け、新潟県観光協会ではマスタープランを策定しました。

## 3. 本プランの位置づけ

---

本プランは、市の最上位計画である「燕市総合計画」に基づく観光分野の個別計画として位置づけます。また、本プランの推進にあたっては、国・県等における政策・施策と整合性を図りながら、連携して取り組みます。

## 4. 本プランの計画期間

---

本プランの計画期間は、令和8(2026)年度から令和12(2030)年度までの5年間とします。

なお、計画期間中の環境や社会情勢の変化に合わせて柔軟に対応していくため、毎年度、「(仮称)燕市観光振興協議会」を開催し、プランの軌道修正を図っていきます。

---

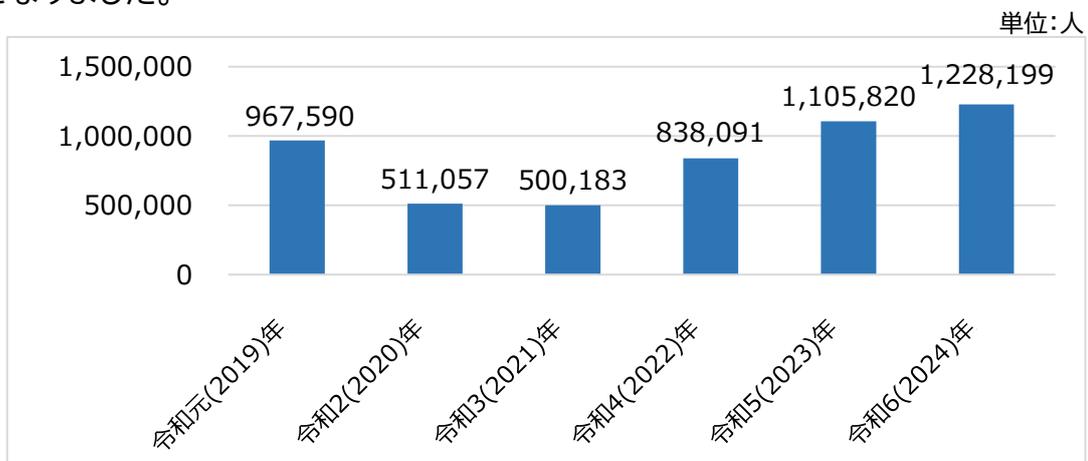
<sup>6</sup> コアバリューとは、中核として最も重要視する価値のことです。新潟県観光立県推進行動計画では、「ビジョン(目指す将来像)実現のもととなる本県の根源的な価値」としています。

## 第2章 燕市の観光を取り巻く現状

### 1. 観光統計調査

#### (1) 観光入込客数

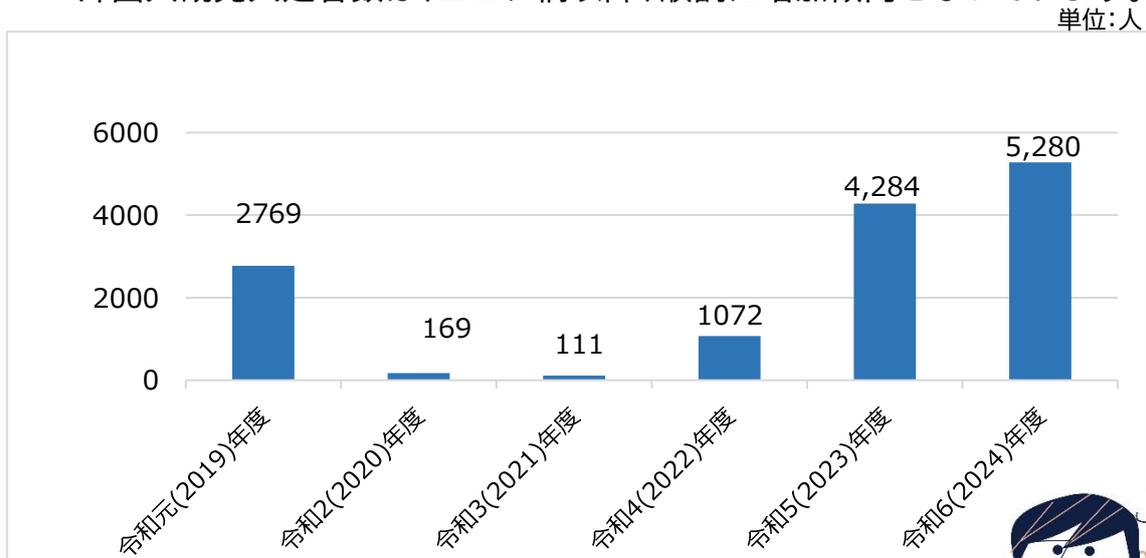
観光入込客数は、令和元(2019)年に100万人に手が届くところまでできましたが、新型コロナウイルス感染症の影響を受けて令和2(2020)年に大きく減少しました。その後、令和4(2022)年に道の駅国上がりリニューアルオープンし、自然観光をけん引したことで、令和6(2024)年には過去最高となる1,228,199人となりました。



資料: 燕市観光振興課

#### (2) 外国人観光入込客数<sup>7</sup>

外国人観光入込客数は、コロナ禍以降、順調に増加傾向となっています。



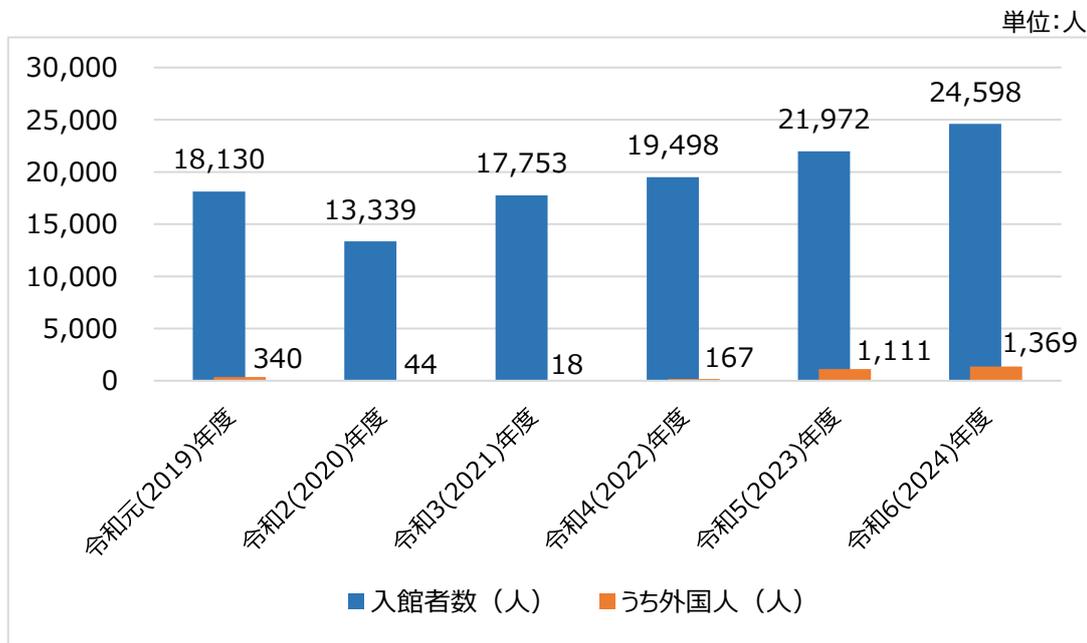
資料: 燕市観光振興課

<sup>7</sup> 外国人観光入込客数は、道の駅燕三条地場産業振興センター(物産館)と産業史料館を訪れた外国人の合計値です。



### (3)産業史料館入館者数

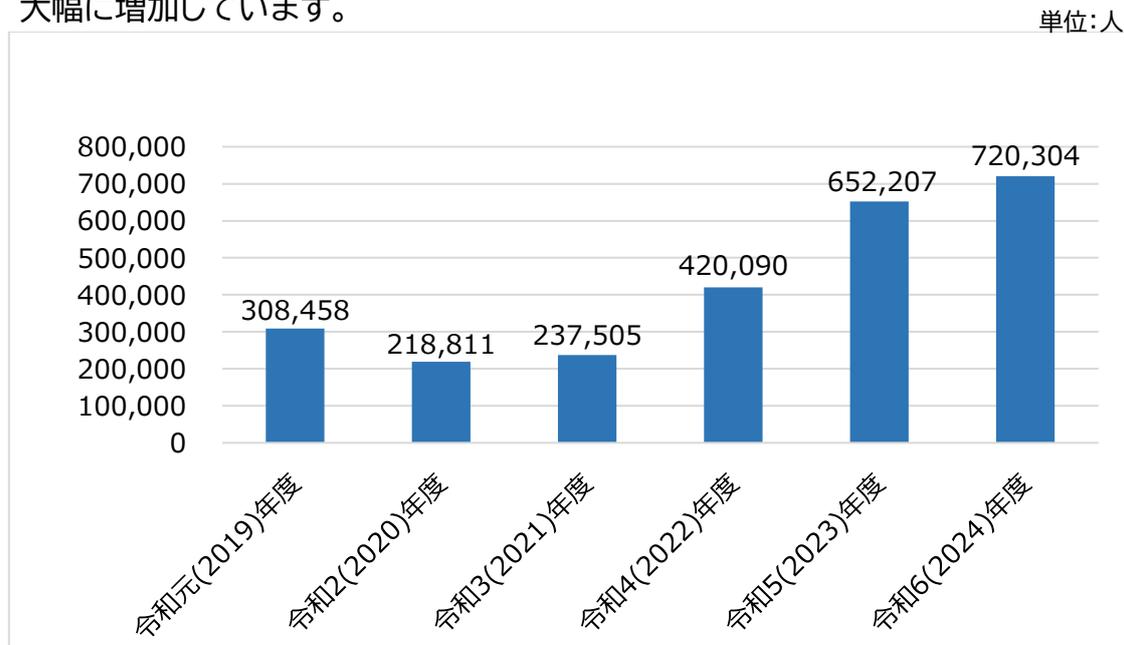
産業史料館の入館者数は、コロナ禍で落ち込んだものの増加傾向となっています。



資料:燕市観光振興課

### (4)道の駅国上入館者数

道の駅国上入館者数は、令和 4(2022)年にリニューアルオープンして以降、大幅に増加しています。

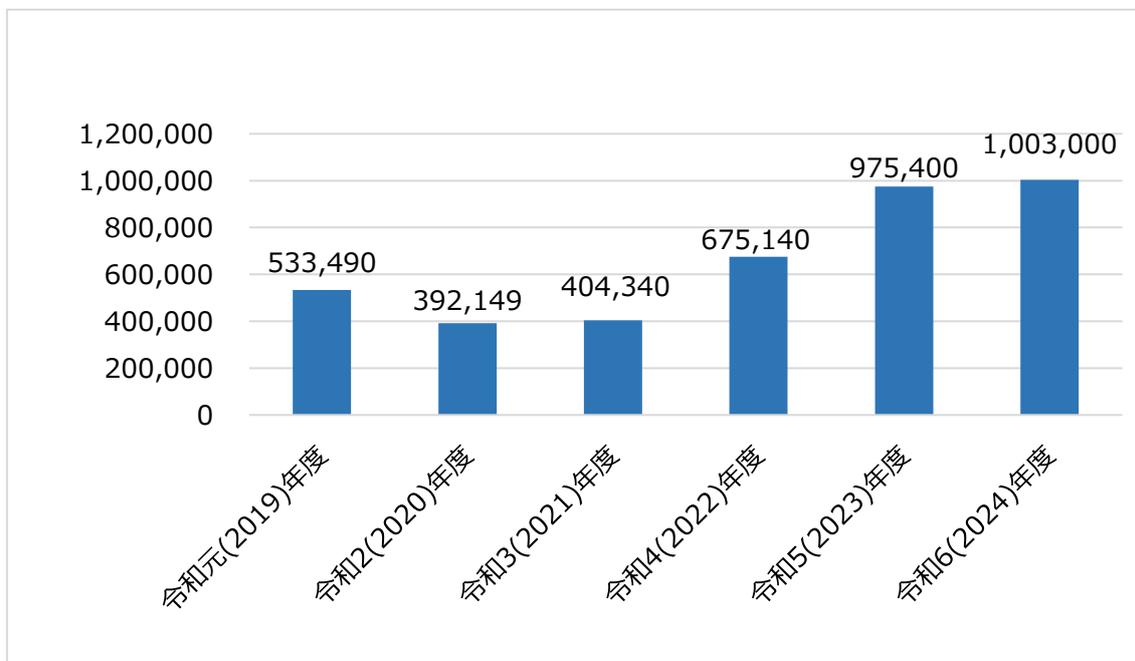


資料:燕市観光振興課

### (5)主要観光施設における売上金額

主要観光施設<sup>8</sup>における売上金額は、コロナ禍で落ち込んだものの増加傾向となっています。

単位:千円



資料:燕市観光振興課



<sup>8</sup> 主要観光施設とは、道の駅国上、道の駅燕三条地場産業振興センター(物産館)、産業史料館のことです。

## 2. 観光動態調査

燕市観光の現状を把握するため、人流データを活用した観光動態調査を実施しました。動態調査の結果を踏まえ、本市の観光面における現状を分析します。

### 1. 人流データ分析を活用した観光動態調査の概要

- ・調査対象期間:令和6年4月～令和7年3月
- ・利用データ:モバイル空間統計®

〔国内観光の定義〕



| 国内観光     |                                |              |                              |
|----------|--------------------------------|--------------|------------------------------|
| 分析項目     | 属性                             | 期間           | 調査内容                         |
| 旅行者数割合   | 総数<br>・<br>性年代別<br>・<br>居住エリア別 | 月単位<br>12ヶ月分 | 0-24時で2時間以上滞在した人の割合          |
| 宿泊者数割合   |                                |              | 2-5時で2時間以上滞在した人の割合           |
| 日帰り者数割合  |                                |              | 旅行者数から宿泊者数を引いた割合             |
| 平均訪問滞在日数 |                                |              | 「旅行者」が調査エリアへ滞在した日数の平均値       |
| 吸引率      | 総数<br>・<br>性年代別                |              | 他都市を訪れた旅行者のうち、何%が燕市に来訪したかの割合 |

〔訪日観光の定義〕

| 訪日観光            |                 |  |                              |
|-----------------|-----------------|--|------------------------------|
| 分析項目            | 属性              | 期間   | 調査内容                         |
| 旅行者数割合          | 総数<br>・<br>国地域別 | 季節単位<br>4季節分<br>春:4-6月<br>夏:7-9月<br>秋:10-12月<br>冬:1-3月 | 0-24時で2時間以上滞在した人の割合          |
| 宿泊者数割合          |                 |  | 2-5時で2時間以上滞在した人の割合           |
| 立寄り者数割合         |                 |  | 旅行者数から宿泊者数を引いた割合             |
| 平均訪問滞在日数        |                 |  | 「旅行者」が調査エリアへ滞在した日数の平均値       |
| 吸引率             |                 |  | 他都市を訪れた旅行者のうち、何%が燕市に来訪したかの割合 |
| 入出国空港・港別の旅行者数割合 | 総数              |  | 燕市に訪問した旅行者が利用した入出国別の空港、港の割合  |

・データ提供元:株式会社NTTドコモ、株式会社ドコモ・インサイトマーケティング

※「モバイル空間統計®」は株式会社NTTドコモの登録商標です。

【英語表記】

Mobile Kukan Toukei TM

NTTDOCOMO, INC., DOCOMO InsightMarketing, INC.

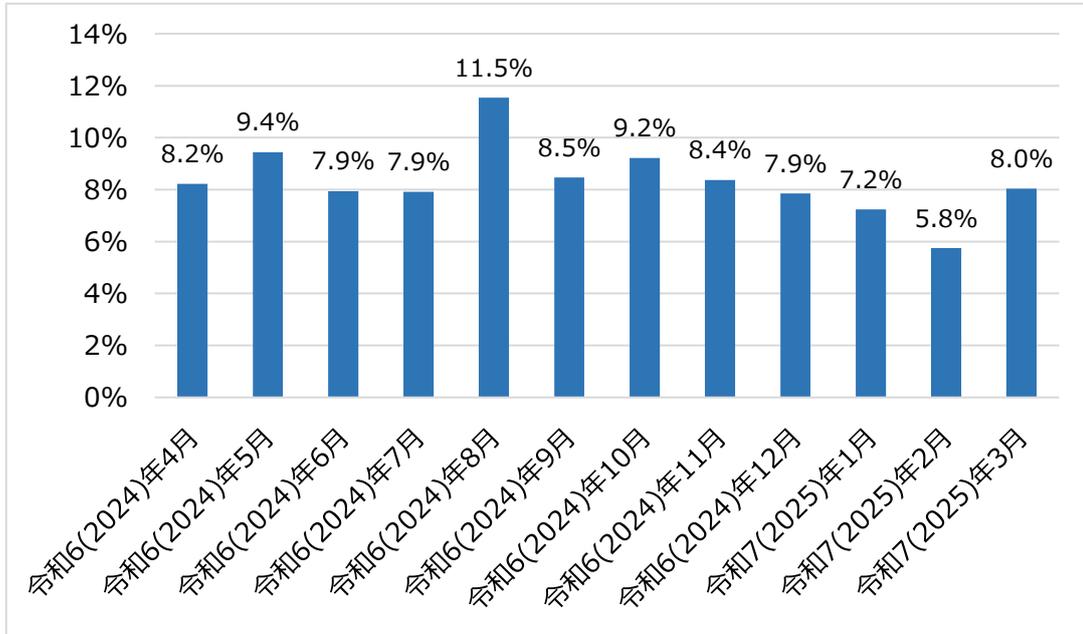
The "Mobile Kukan Toukei" and logo are trademarks of NTT DOCOMO, INC.

(\*)NTTDOCOMO's "Mobile Kukan Toukei" services are only available to subscribers in Japan.

## 2. 観光動態調査結果(国内旅行)

### (1) 月別旅行者割合

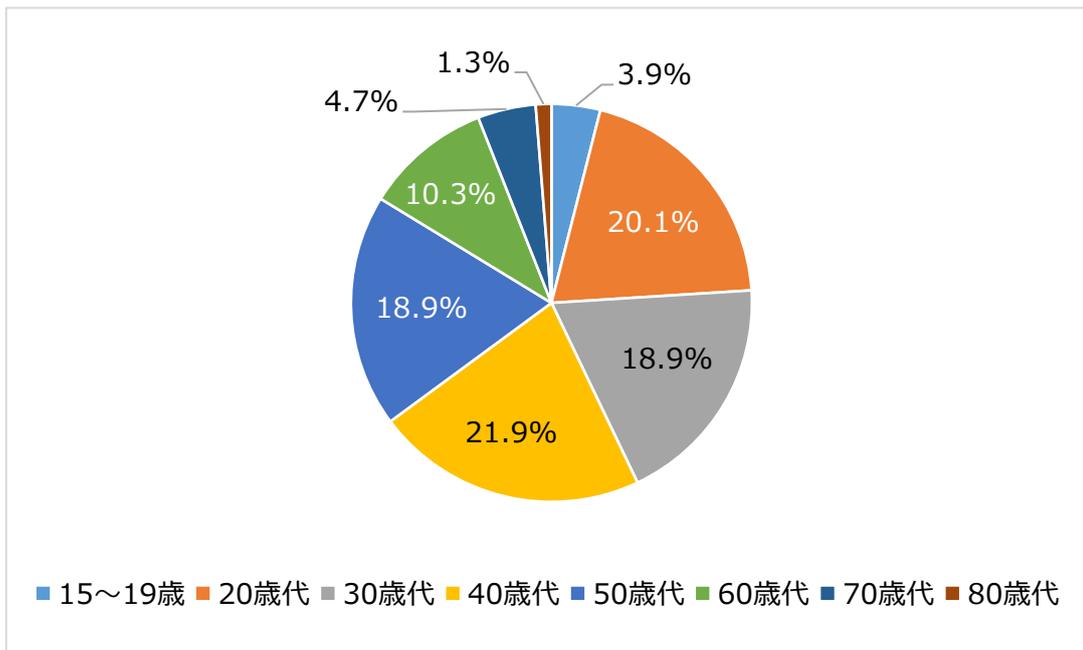
月別旅行者割合では、お盆休みや夏休みが集中する 8 月の割合が一番多くなっている。逆に冬の 2 月が一番少なくなっています。



資料:モバイル空間統計®

### (2) 年代別旅行者割合

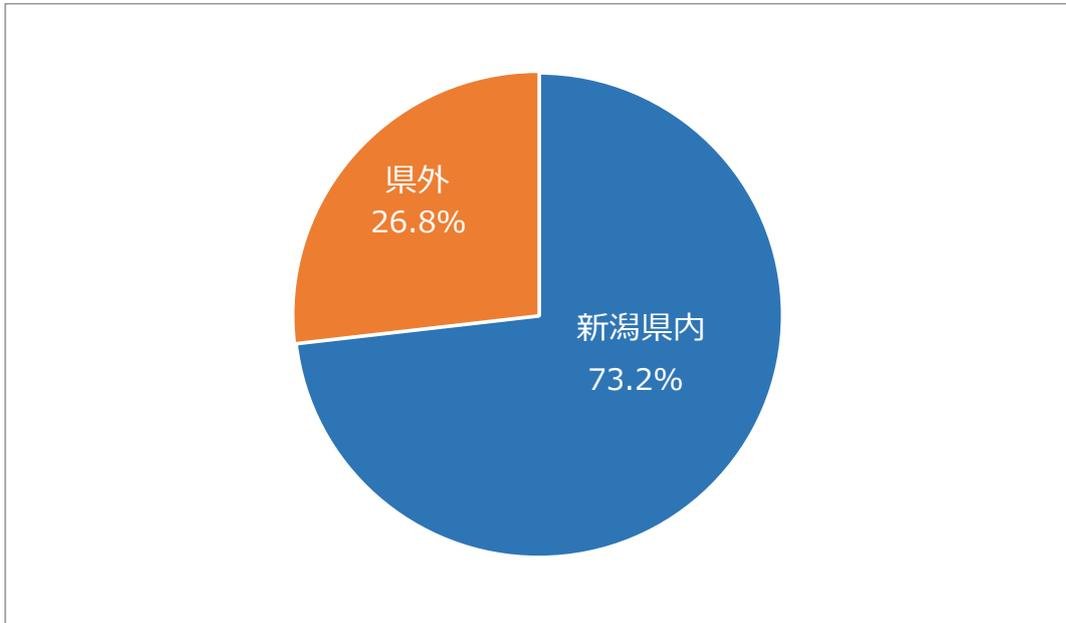
年代別旅行者割合では、40 歳代の割合が 21.9%と一番多く、20 歳代の 20.1%と続いています。



資料:モバイル空間統計®

### (3)新潟県内外別旅行者割合

居住地別の旅行者割合は、新潟県内が 73.2%、県外が 26.8%となっています。

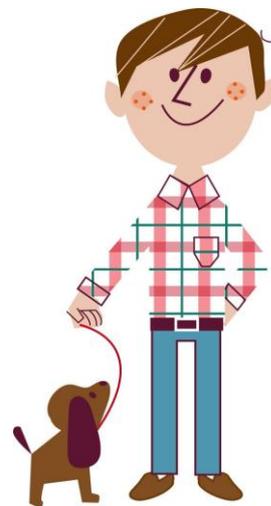


資料:モバイル空間統計®

#### 県外の内訳(上位 15 位)

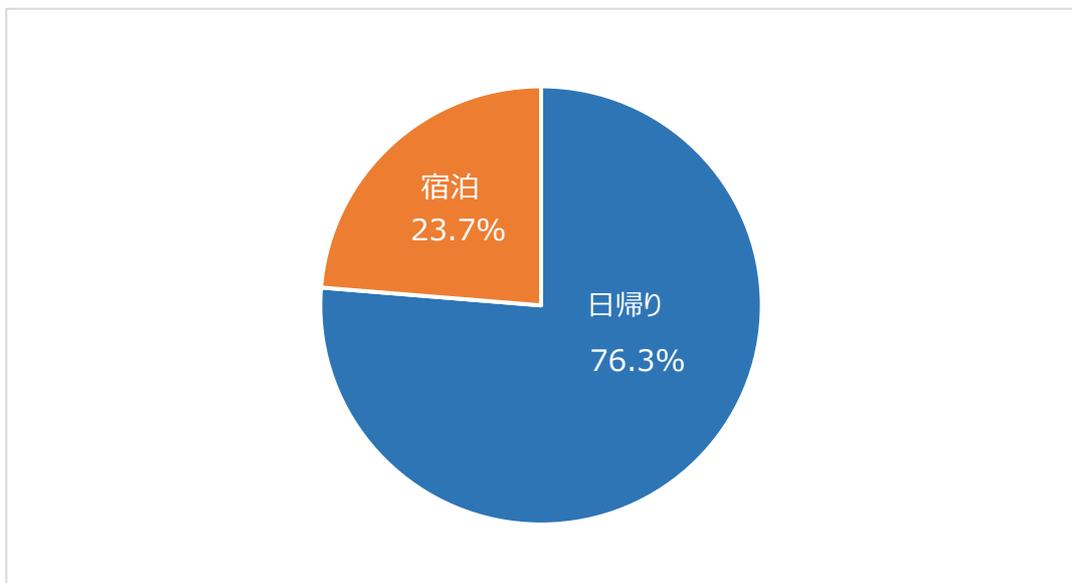
| 都道府県 | 旅行者割合 |
|------|-------|
| 東京都  | 34.5% |
| 埼玉県  | 15.6% |
| 神奈川県 | 12.3% |
| 千葉県  | 6.9%  |
| 群馬県  | 6.4%  |
| 長野県  | 4.4%  |
| 福島県  | 3.4%  |
| 富山県  | 2.8%  |
| 山形県  | 2.5%  |
| 宮城県  | 2.4%  |
| 栃木県  | 2.1%  |
| 石川県  | 2.0%  |
| 大阪府  | 1.0%  |
| 茨城県  | 0.9%  |
| 秋田県  | 0.9%  |

資料:モバイル空間統計®



#### (4)日帰り・宿泊者の割合

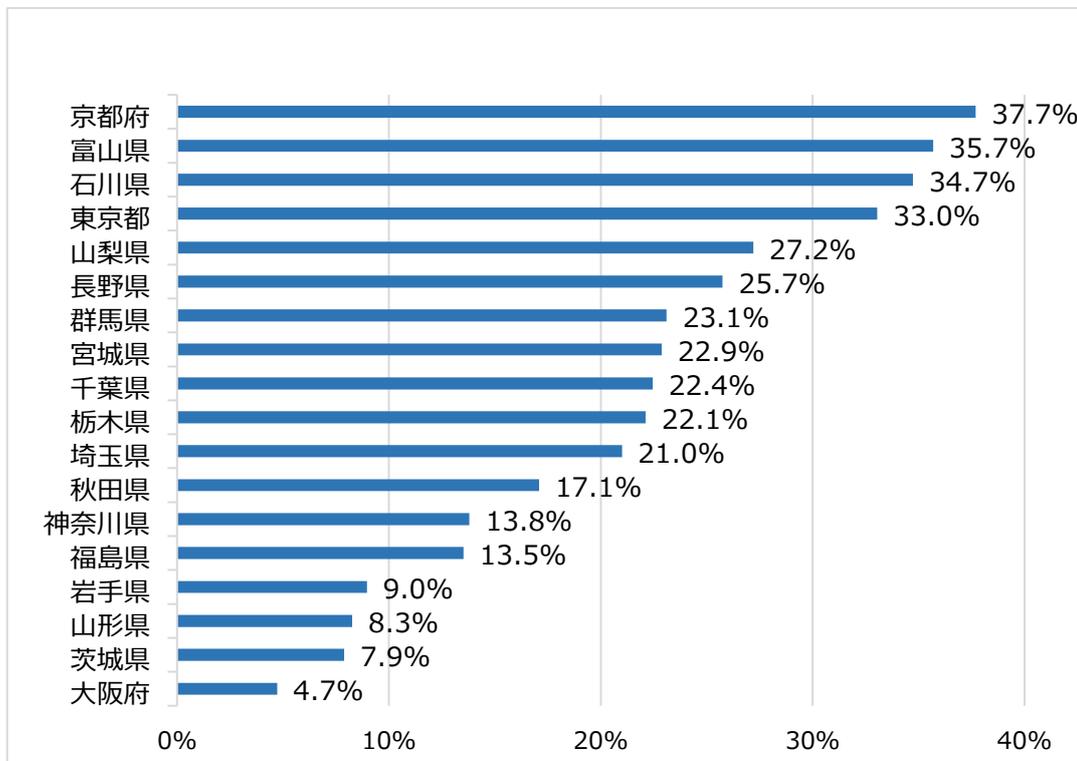
本市を訪れる旅行者のうち、23.7%が宿泊を伴う訪問となっています。



資料:モバイル空間統計®

#### (5)居住地別宿泊割合

居住地別宿泊割合では、京都府が37.7%と一番多くなっており、北陸地方の富山県、石川県と続いています。



資料:モバイル空間統計®

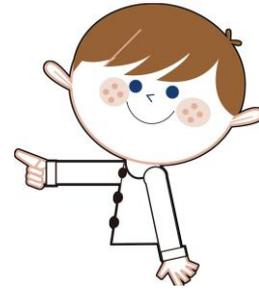
## (6)都道府県別平均滞在日数

滞在日数は、遠方からの旅行者の方が、滞在期間が長い傾向にあります。

### ■ランキング(トップ 10)

| 都道府県 | 平均滞在日数 |
|------|--------|
| 香川県  | 3.4日   |
| 京都府  | 2.1日   |
| 北海道  | 2.0日   |
| 静岡県  | 2.0日   |
| 三重県  | 1.9日   |
| 大阪府  | 1.8日   |
| 宮城県  | 1.8日   |
| 山梨県  | 1.8日   |
| 東京都  | 1.7日   |
| 神奈川県 | 1.7日   |

資料:モバイル空間統計®



## (7)他都市への旅行者が燕市を訪れる割合(吸引率)

他都市を訪れた旅行者が、その後に燕市に立ち寄る割合(吸引率)は、三条市から最も多く(13.3%)、次いで、弥彦村(12.4%)、新潟市西蒲区(5.7%)の順となっており、近接市町村から周遊の流れできている傾向があります。

また、三条市は、本市とともに燕三条として全国に認知されていること、弥彦村は、燕市と共に広域観光でPRを行っていることから、吸引率が高いと推察されます。

### ■ランキング(トップ 10)

| 都道府県市区町村名 | 吸引率   |
|-----------|-------|
| 新潟県三条市    | 13.3% |
| 新潟県弥彦村    | 12.4% |
| 新潟県新潟市西蒲区 | 5.7%  |
| 新潟県加茂市    | 4.8%  |
| 新潟県見附市    | 3.6%  |
| 新潟県新潟市南区  | 3.6%  |
| 新潟県長岡市    | 2.7%  |
| 新潟県出雲崎町   | 2.5%  |
| 新潟県田上町    | 2.4%  |
| 新潟県新潟市西区  | 1.5%  |

資料:モバイル空間統計®



### 3. 観光動態調査結果(訪日旅行者)

#### (1) 国・地域別訪日旅行者割合

本市を訪れる訪日旅行者を見ると、台湾が最も多く(36.0%)、次いで中華人民共和国、アメリカ合衆国の順になっています。全体の傾向として、東アジア圏<sup>9</sup>がほとんどを占めています。

#### ■ ランキング(トップ10)

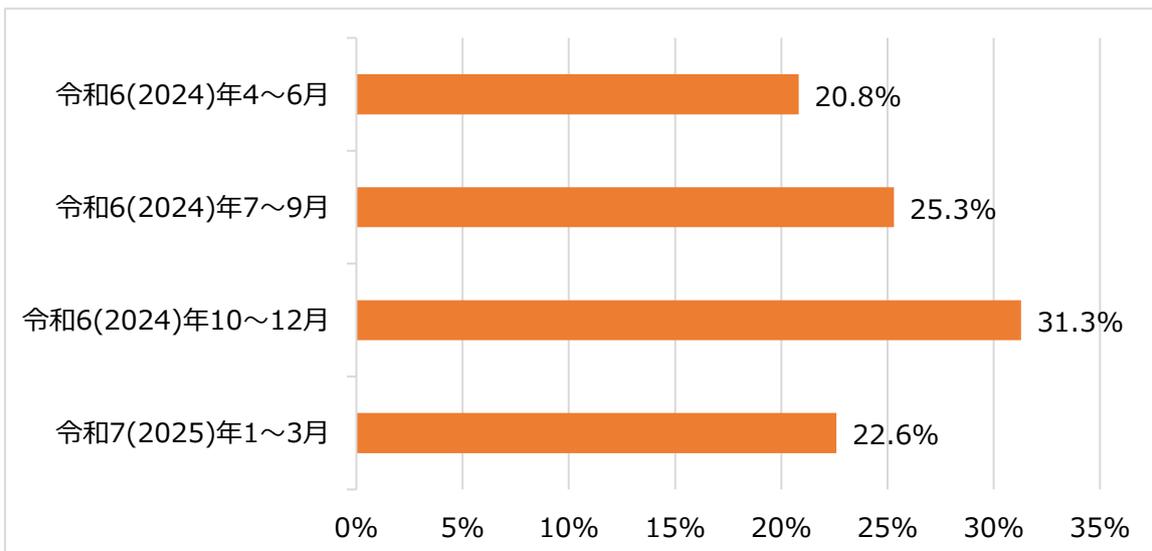
| 国・地域名   | 割合    |
|---------|-------|
| 台湾      | 36.0% |
| 中華人民共和国 | 21.1% |
| アメリカ合衆国 | 11.2% |
| 大韓民国    | 11.1% |
| オーストラリア | 6.7%  |
| 香港      | 6.2%  |
| シンガポール  | 3.6%  |
| タイ      | 2.3%  |
| フィリピン   | 1.1%  |
| ネパール    | 0.6%  |

資料: モバイル空間統計<sup>®</sup>



#### (2) 四半期別訪日旅行者割合

四半期別訪日旅行者割合では、10月から12月の第3四半期が31.3%と一番多くなっています。

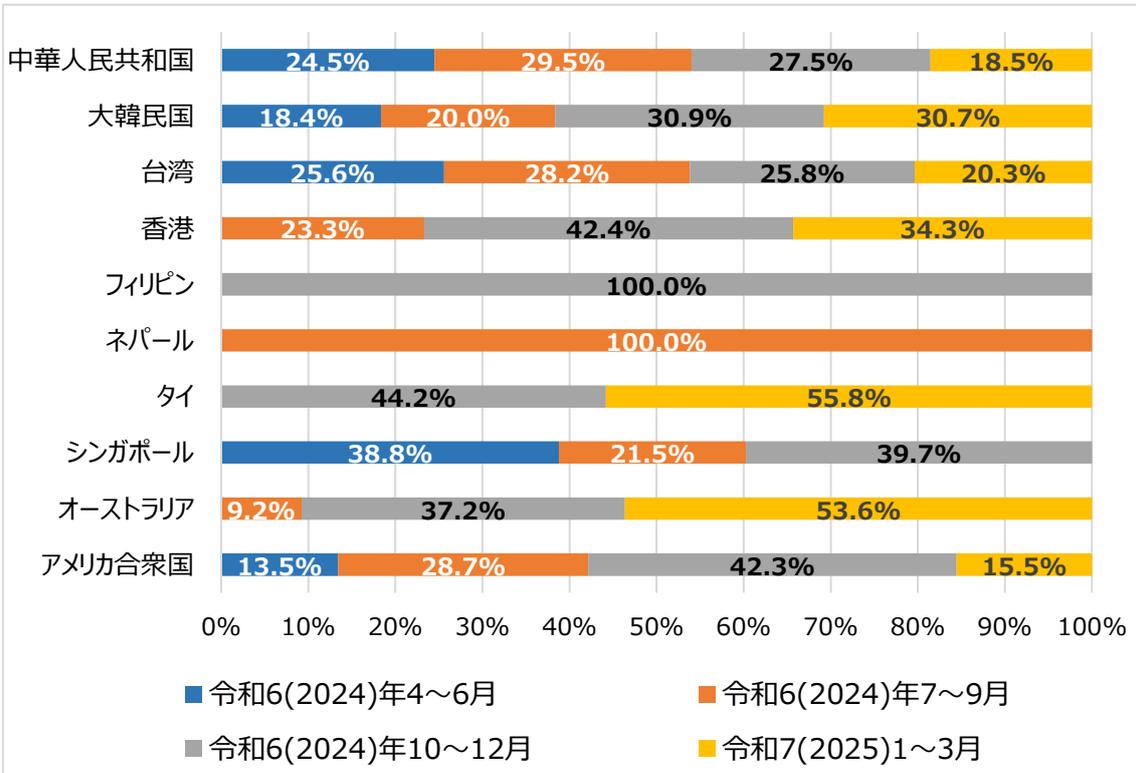


資料: モバイル空間統計<sup>®</sup>

<sup>9</sup> 東アジア圏とは、日本、中国、韓国、北朝鮮、モンゴル、台湾などのユーラシア大陸東方沿海地域のことです。

### (3) 国・地域別旅行者四半期別割合

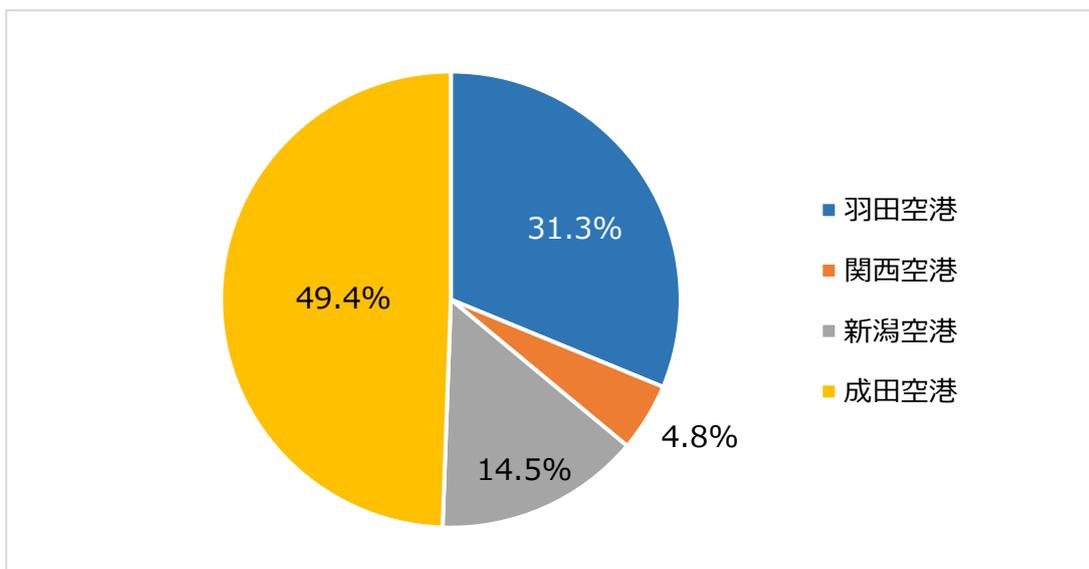
タイやオーストラリアは、寒い冬の期間をねらってきている割合が多くなっています。



資料:モバイル空間統計®

### (4) 入国空港別旅行者割合

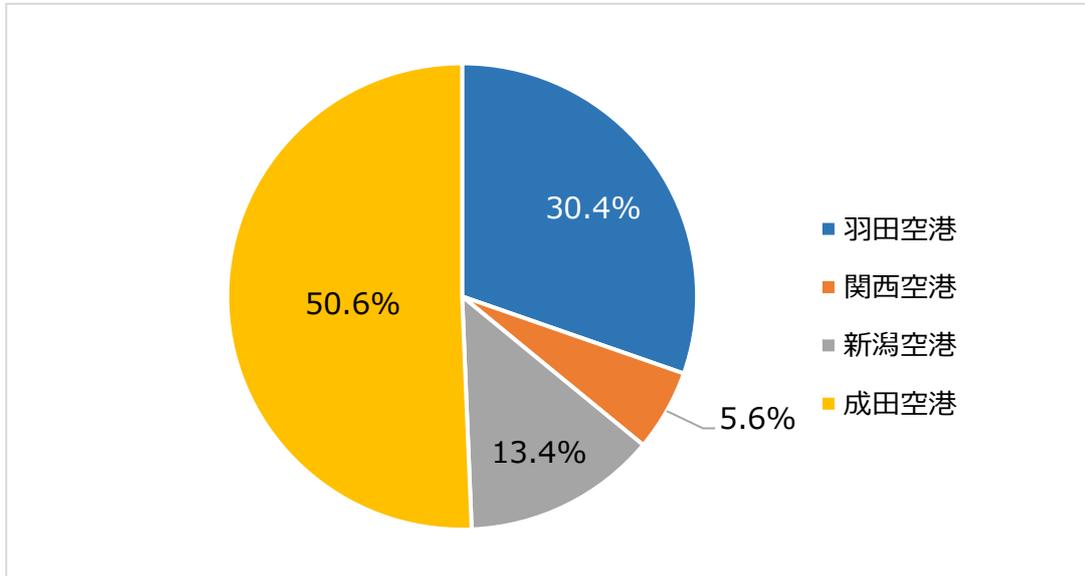
入国空港別旅行者割合では、成田空港が49.4%と一番多くなっています。



資料:モバイル空間統計®

(5) 出国空港別旅行者割合

出国空港別旅行者割合では、成田空港が 50.6%と一番多くなっています。



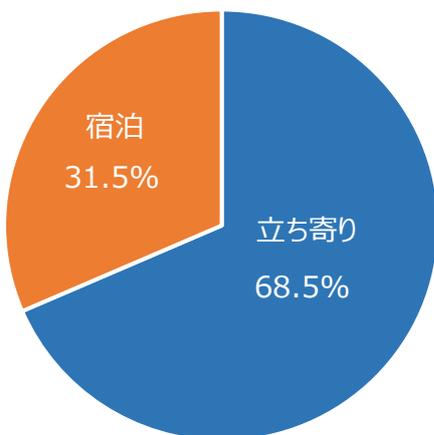
資料: モバイル空間統計®

(6) 訪日旅行者の滞在日数

滞在日数を見ると 68.5%が立ち寄りであるが、宿泊は 31.5%もあり、国内旅行者よりも市内に宿泊する傾向にあります。

国・地域別で見ると立ち寄り・宿泊ともに同じような並びになっていますが、滞在日数は、遠方になるほど長くなる傾向にあります。

立ち寄り・宿泊者の割合



資料: モバイル空間統計®

◆ 国・地域別宿泊を伴う訪日旅行者割合

| 国・地域名   | 割合    |
|---------|-------|
| 台湾      | 34.8% |
| 中華人民共和国 | 25.5% |
| アメリカ合衆国 | 20.7% |
| オーストラリア | 12.2% |
| 香港      | 2.6%  |
| 大韓民国    | 2.3%  |
| タイ      | 2.0%  |

資料: モバイル空間統計®

◆国・地域別平均滞在日数

| 国・地域名   | 平均滞在日数 |
|---------|--------|
| アメリカ合衆国 | 4.8日   |
| 中華人民共和国 | 3.1日   |
| ネパール    | 2.9日   |
| オーストラリア | 2.8日   |
| タイ      | 2.1日   |
| 香港      | 1.8日   |
| フィリピン   | 1.7日   |
| 大韓民国    | 1.7日   |
| 台湾      | 1.4日   |
| シンガポール  | 1.2日   |

資料:モバイル空間統計®

◆国・地域別立寄り訪日旅行者割合

| 国・地域名   | 割合    |
|---------|-------|
| 台湾      | 36.7% |
| 中華人民共和国 | 19.7% |
| 大韓民国    | 14.4% |
| アメリカ合衆国 | 7.9%  |
| 香港      | 7.5%  |
| シンガポール  | 5.0%  |
| オーストラリア | 4.7%  |
| タイ      | 1.7%  |
| フィリピン   | 1.5%  |
| ネパール    | 0.9%  |

資料:モバイル空間統計®

(7)他都市訪日旅行者が燕市を訪れる割合(吸引率)

他都市を訪問した後に本市を訪れる流れは、隣接の三条市と弥彦村となっており、国内旅行者と同様の傾向にあります。

その一方で、魚沼市や村上市など、新潟県内の遠方から本市を訪れる傾向もあります。

■ランキング(トップ10)

| 都道府県市区町村名 | 割合    |
|-----------|-------|
| 新潟県三条市    | 30.5% |
| 新潟県弥彦村    | 17.5% |
| 新潟県田上町    | 15.0% |
| 新潟県新潟市西蒲区 | 11.5  |
| 新潟県魚沼市    | 10.0  |
| 新潟県新潟市南区  | 9.8   |
| 新潟県新潟市秋葉区 | 8.7   |
| 新潟県阿賀野市   | 8.3   |
| 新潟県村上市    | 6.3   |
| 新潟県新潟市東区  | 5.3   |

資料:モバイル空間統計®



### 3. 観光意向調査

燕市観光振興プランを策定するにあたり、当市観光における現状把握及び課題抽出することを目的に、潜在的観光ニーズを探るためのアンケート調査を実施しました。

#### 1. アンケート調査の概要

調査方法：街頭調査

調査対象：10代以上の新潟県内外の国内旅行者(374人)

調査地点及び実施日時：

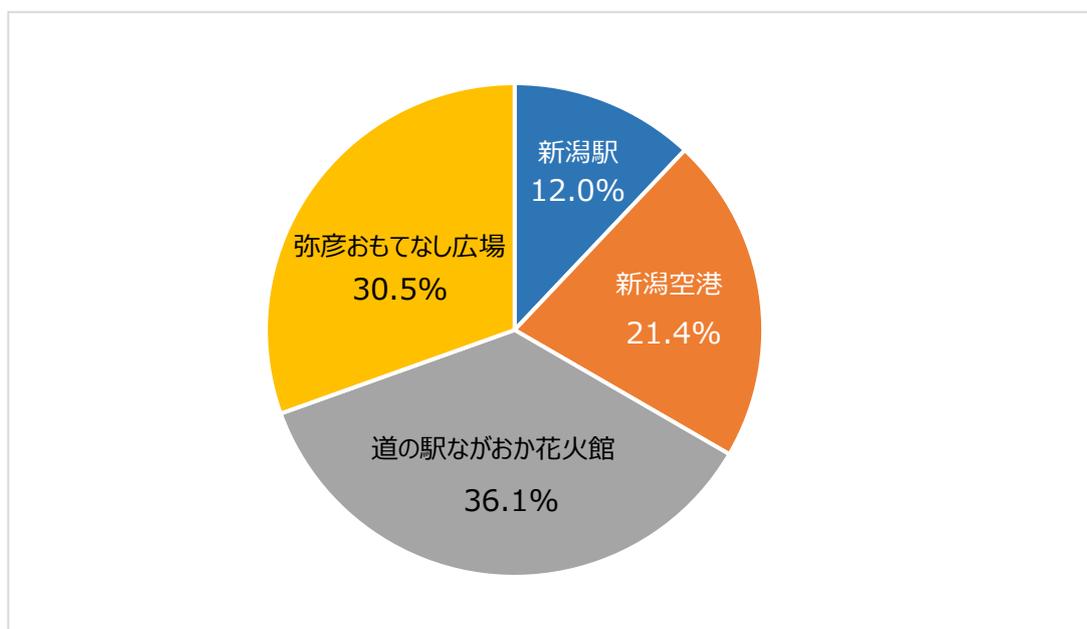
- ・令和7(2025)年8月9日(土) 10時~16時  
新潟空港(新潟市東区)、新潟駅(新潟市中央区)、  
弥彦おもてなし広場(弥彦村)
- ・令和7(2025)年9月21日(日) 10時~16時  
道の駅ながおか花火館(長岡市)



#### 2. アンケート調査結果(単純集計)

##### (1)各調査地点での回答数(人)

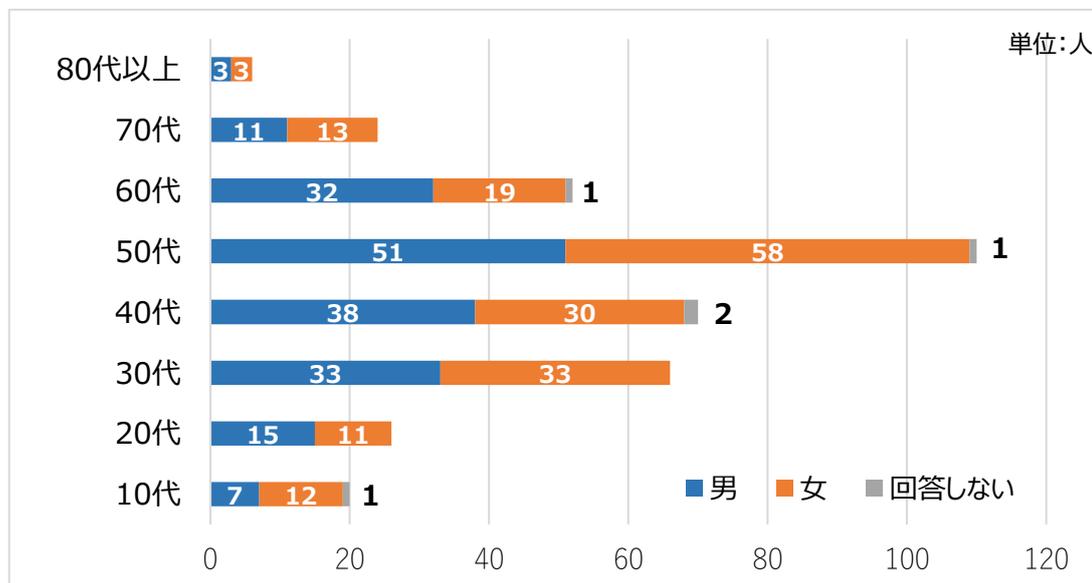
回答総数は374人。調査地点別の回答数は、「道の駅ながおか花火館」が最も多く135人(36%)、「新潟駅」が最も少なく45人(12%)となっています。



資料：燕市観光振興課

## (2)性別・年齢別回答数(人)

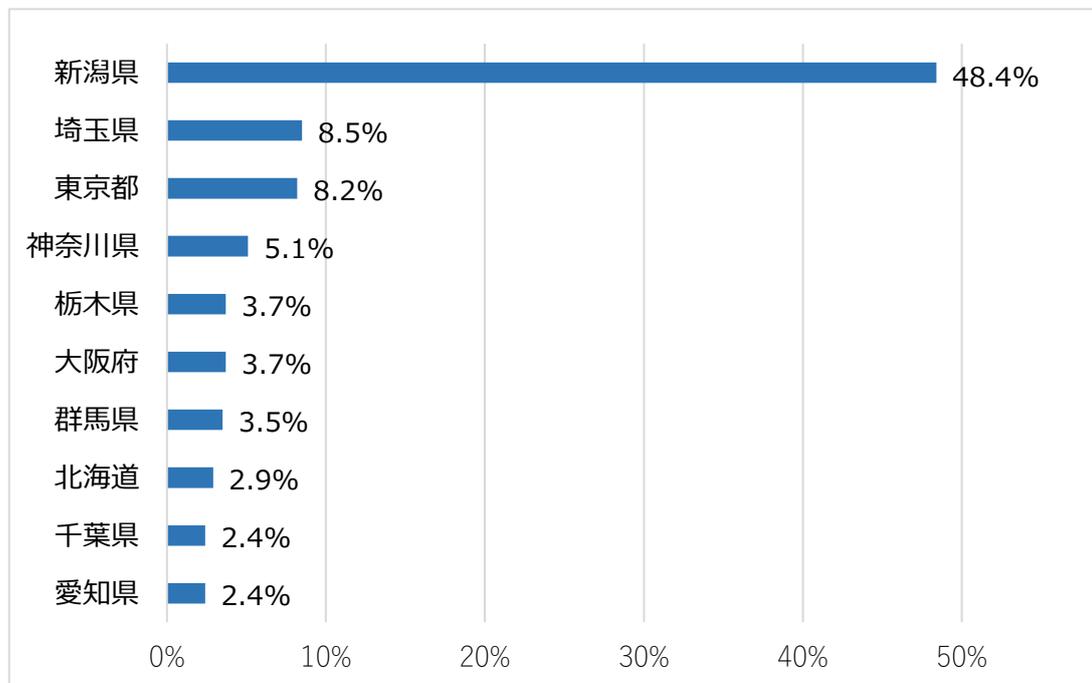
男性 190 人、女性 179 人とおおよそ半々の回答を得ました。50 歳代が 110 人(29.4%)と最も多いが、おおむねすべての年代から回答を得ています。



資料:燕市観光振興課

## (3)住所地

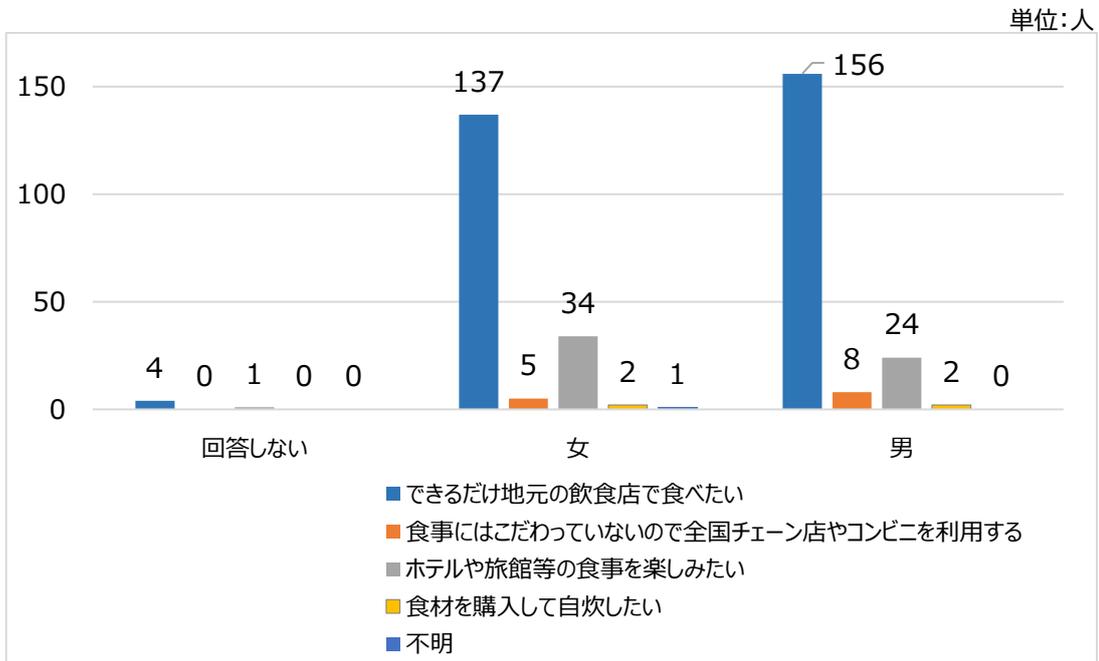
住所地では、「新潟県」が 48.4%と最も多く、続いて埼玉県 8.5%、東京都 8.2%となっています。



資料:燕市観光振興課

(4)旅行先等の飲食で重視していること

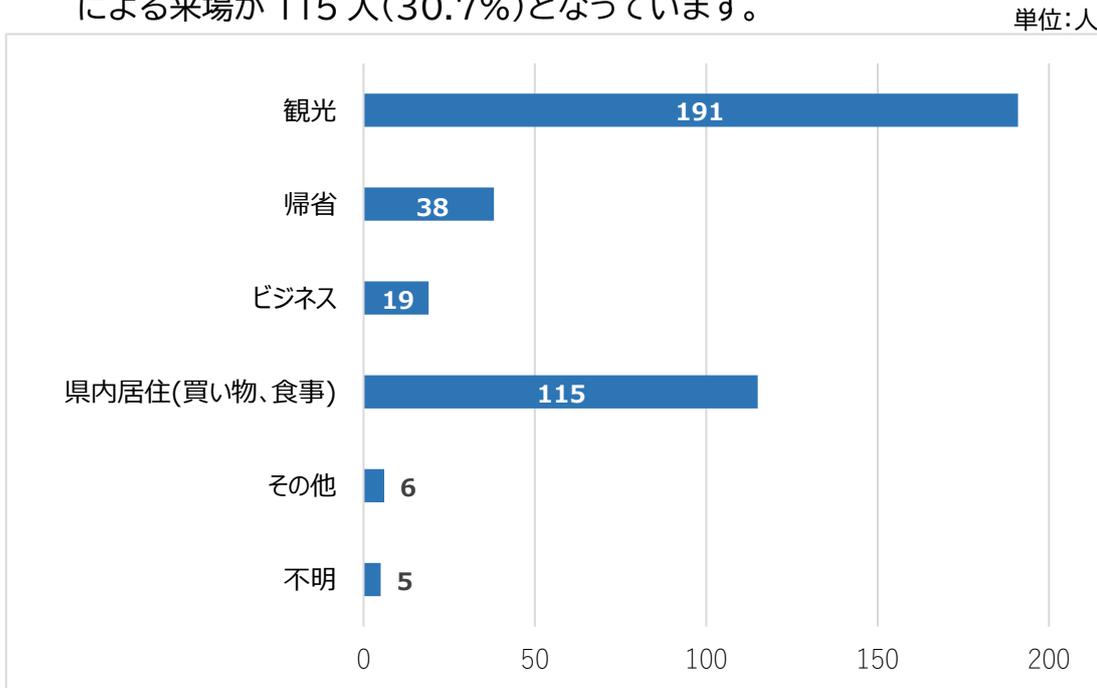
男女ともに「できるだけ地元の飲食店で食べたい」が最も多くなっています。



資料:燕市観光振興課

(5)来県(来場)の目的

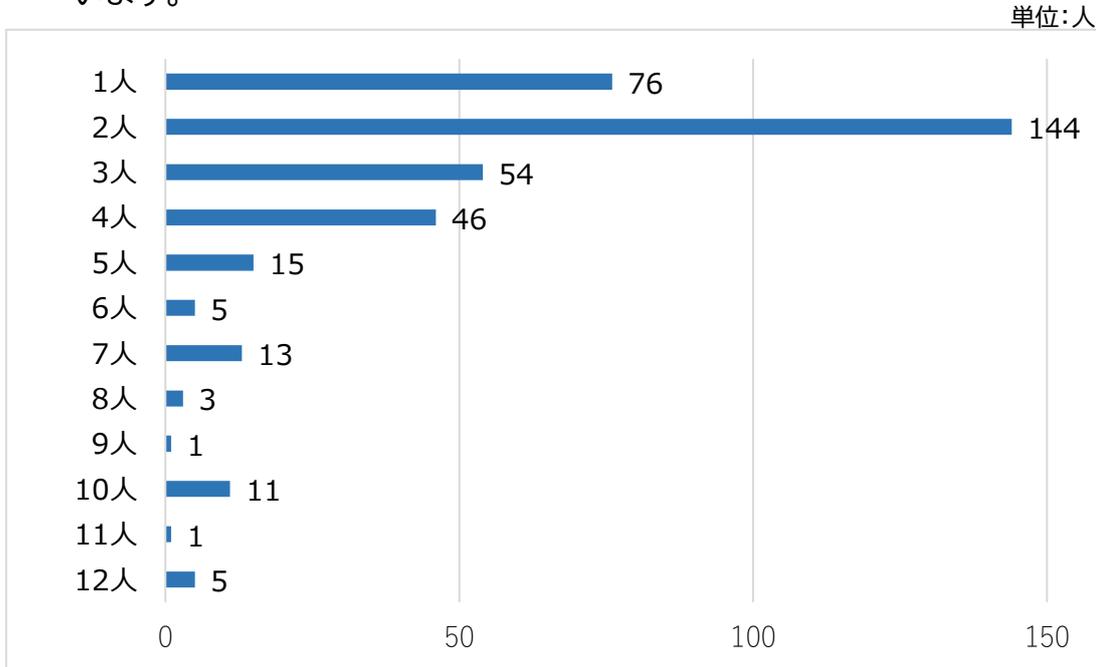
「観光」が 191 人(51.1%)と最も多く、「新潟県内居住で買い物・食事」による来場が 115 人(30.7%)となっています。



資料:燕市観光振興課

(6)旅行人数

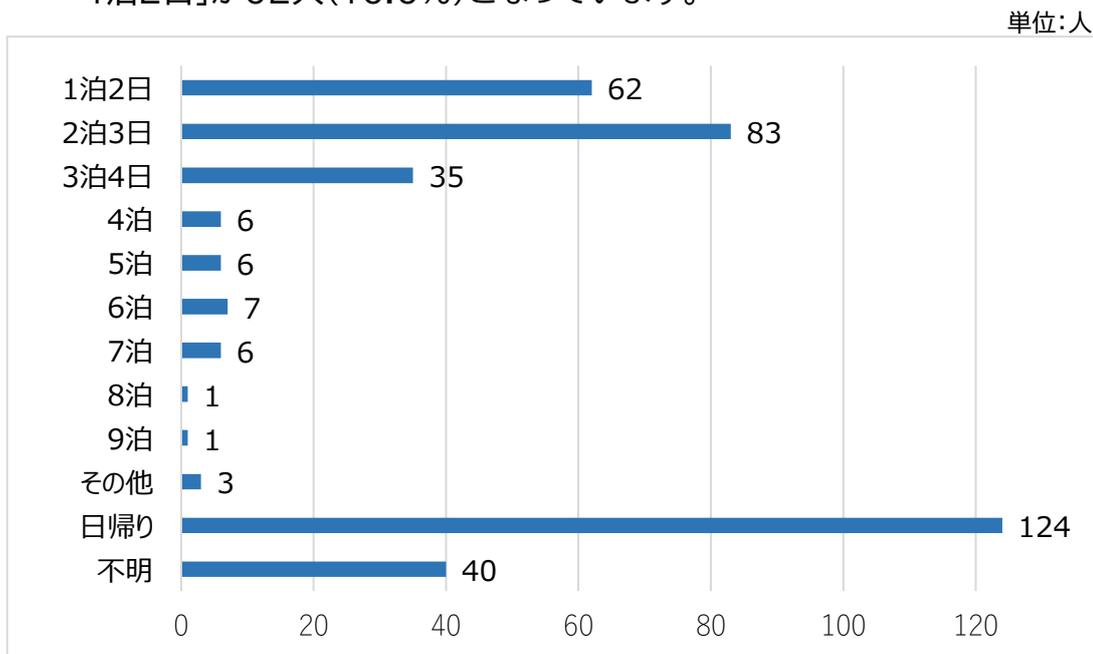
「2人」が 144 人(38.5%)と最も多く、「1人」が 76 人(20.3%)となっています。



資料:燕市観光振興課

(7)滞在時間・日数

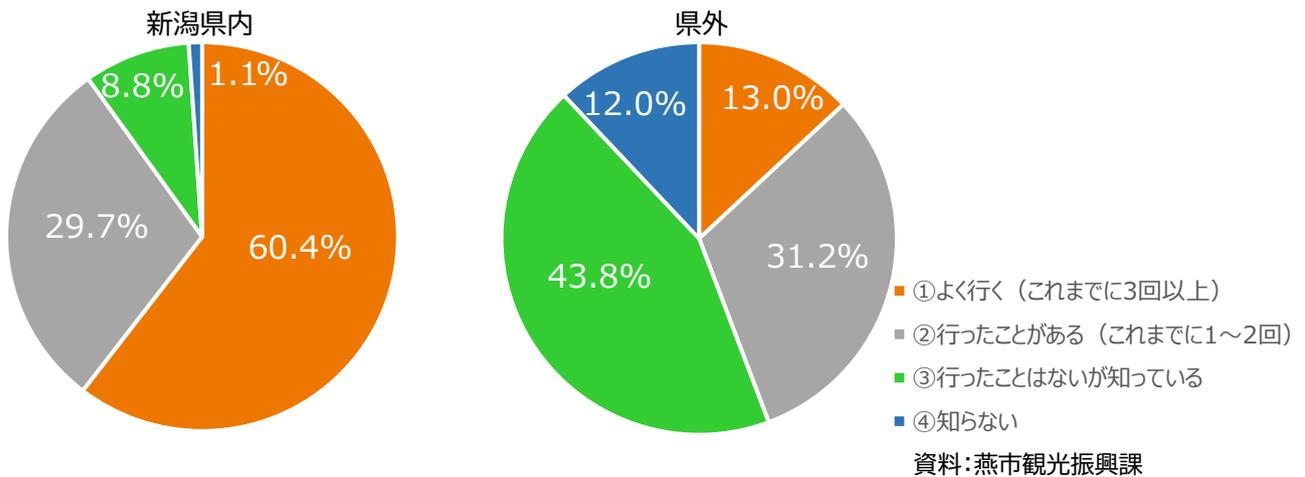
「日帰り」が 124 人(33.2%)と最も多く、「2泊3日」が 83 人(22.2%)、「1泊2日」が 62 人(16.6%)となっています。



資料:燕市観光振興課

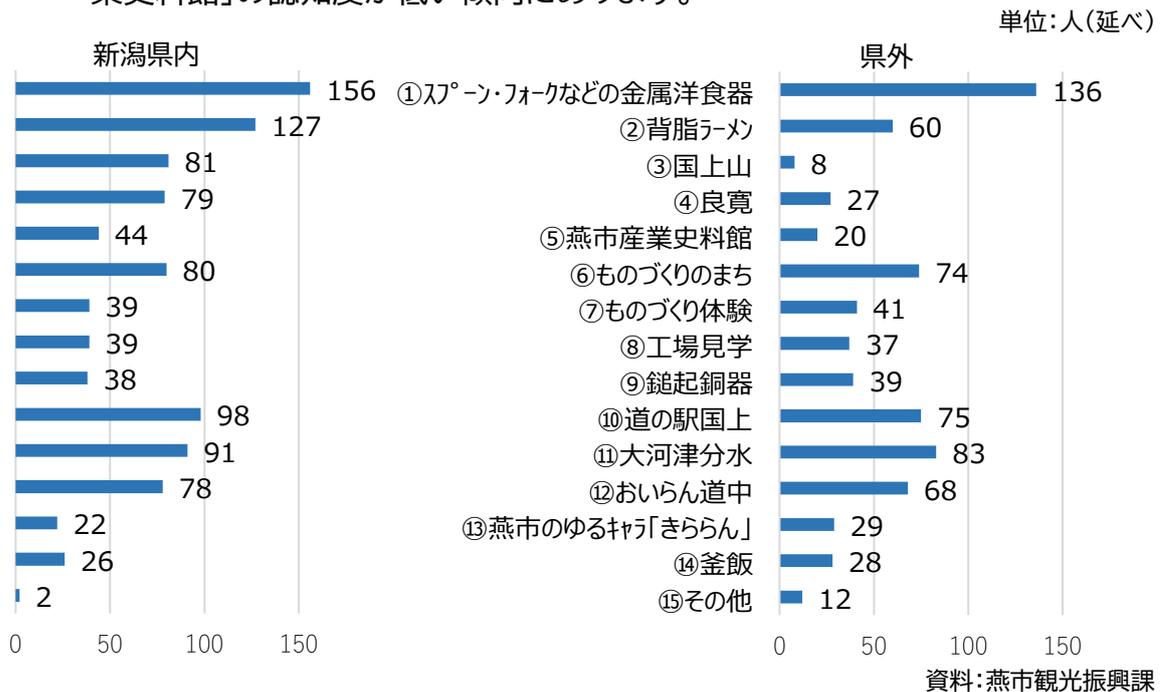
### (8) 燕市への訪問回数

新潟県内在住者のうち、訪問経験がある人(「①よく行く(これまでに3回以上)」と「②行ったことがある(これまでに1~2回)」)が 164 人(90.1%)と非常に多くなっています。また、県外在住者においては訪問経験がある人は 85 人(44.3%)、訪問経験はないものの「③行ったことはないが知っている」は 84 人(43.8%)であり、本調査結果からは、燕市の知名度は新潟県内外ともに高い結果となっています。



### (9) 燕市の認知度(複数回答可)

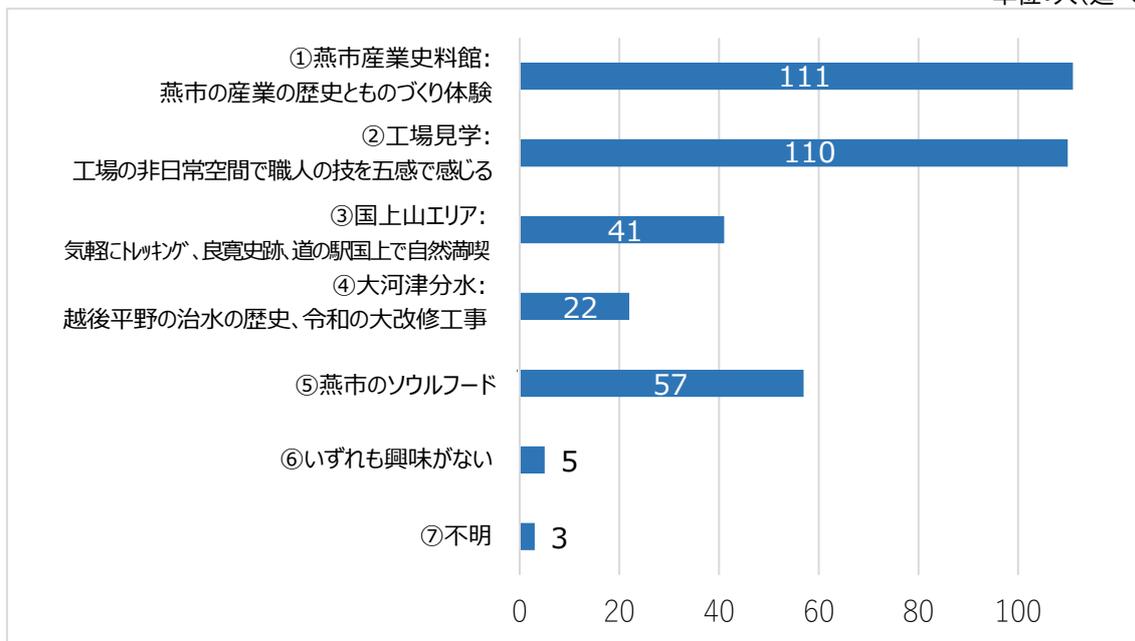
新潟県内・県外在住者ともに共通して「①スプーン、フォークなどの金属洋食器」が最も高くなっています。一方、県外在住者については、新潟県内在住者と比べて、「②背脂ラーメン」や「③国上山」、「④良寛」や「⑤燕市産業史料館」の認知度が低い傾向にあります。



(10) 燕市の観光コンテンツに興味があるもの(2つまで回答可)

「①燕市産業史料館:燕市の産業の歴史とものづくり体験」が31.8%、②工場見学:工場の非日常空間で職人の技を五感で感じる」31.5%が多くなっています。

単位:人(延べ)

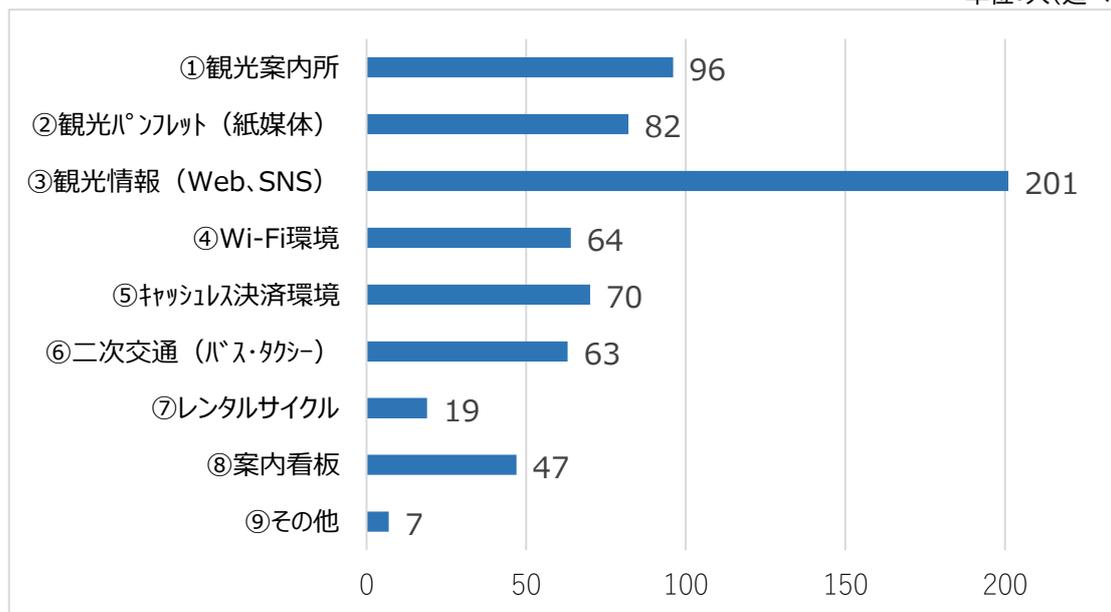


資料:燕市観光振興課

(11) 観光地に必要な観光サービス(2つまで回答可)

③観光情報(web、SNS)が 201 人(53.7%)と最も多く、過半数の人が必要と回答しています。

単位:人(延べ)



資料:燕市観光振興課

## 4. 本市の主な観光資源

燕市は、新潟県のほぼ中央に位置し、伝統工芸やものづくり文化、自然豊かな環境に恵まれた魅力溢れる地域です。また、高速道路や新幹線で首都圏からのアクセスも良好で、暮らしやすいまちです。

| 分野   | 内容   |
|--|--|
| <p>産業</p>     | <p>① <u>「ものづくり文化」</u><br/>           金属加工産業の集積地であり、金属洋食器や金属製品（カトラリー、ステンレス製品など）の生産で世界的に知られています。数百年にわたる伝統技術と革新が融合した「ものづくり文化」は、産業観光として大きな魅力を持っています。</p> <p>② <u>燕市産業史料館</u><br/>           燕市のものづくりの歴史を紹介する場所で、職人の技術や製品の展示が行われています。金属加工技術の変遷や地場産業の誇りを学べる点で旅行者に人気です。特に、日本のものづくりの品質を体感したい海外からの旅行者にとって魅力のスポットです。</p> <p>③ <u>工場見学(産業ツーリズム)</u><br/>           燕市の地場産業を支える企業が旅行者向けに「工場見学」を実施しており、実際の製品づくりの現場を見学することができます。職人技を間近で見られるだけでなく、製品が作られるプロセスを体感できることは貴重な経験といえます。一部の工場では「ものづくり体験プログラム」も実施されており、自分だけの品物をつくることができます。毎年10月上旬には、「燕三条工場の祭典」が開催されます。</p> <p>④ <u>燕青空即売会</u><br/>           毎年10月の第一日曜日に開催される年に一度のビッグバザール。道路を封鎖した青空の下、テントを張った店舗では、ナイフ・フォーク・スプーンなどの金属洋食器をはじめ、鍋・フライパン、包丁などの台所用品や家庭雑貨、伝統工芸品として有名な茶筒・茶たく・水差し等の鋳起銅器製品が、特別価格で販売されます。</p> |

## 自然・景観



### ① 国上山

国上山は燕市が誇る自然豊かな観光スポットであり、国上寺や五合庵、乙子神社草庵など、歴史、文化、そして景観を楽しめる魅力的な観光地です。四季ごとに異なる自然の美しさを感じることができ、春には桜や新緑、夏には深い緑の落ち着いた森林、秋には紅葉の鮮やかな色彩、冬には雪化粧した静寂な風景と、訪れる度に異なる景観を楽しめます。また、雪割草やカタクリ、クルマユリやギフチヨウなど希少性の高い動植物に恵まれています。



### ② 大河津分水路と桜並木

燕市にある信濃川の分水路「大河津分水路」は、日本屈指の土木工事の歴史的な遺産として知られています。現在、「令和の大改修」として洪水処理能力の向上を目的とした大規模工事が実施されており、インフラツーリズムとしての魅力を備えています。

分水路沿いには美しい桜並木があり、春には満開の桜が続く景観が旅行者に人気です。特に「つばめ桜まつり(3月下旬から4月中旬)／分水おいらん道中(4月上旬)」期間中には多くの人々が訪れ、桜と分水路が織りなす壮大な景色を楽しめます。



### ③ 道の駅国上

「道の駅国上」は自然豊かな国上山の麓に位置し、燕市の観光拠点として地域の魅力を発信しています。燕市とその周辺地域で採れた新鮮な農産物や加工品、お土産品などを販売しているほか、食事処、バーベキューやデイキャンプが楽しめるエリアなどが整備され、アウトドアと癒しの両方を体験できるスポットです。



### ④ 信濃川大河津資料館

大雨から越後平野を守ってきた「大河津分水」の歴史と役割を伝える施設です。館内では、水害の歴史や分水工事の資料、模型などが展示され、過去の苦労や教訓を学ぶことができます。また、資料館周辺には公園や魚道観察室などがあり、4階の展望室からは雄大な信濃川の風景を一望できます。



### ⑤ 田園風景

燕市の田園風景は、越後平野の豊かな自然とともに心和らぐ景観を提供します。市民には見慣れた景色であっても、広大な田んぼが四季折々に色を変える様は訪れる人々の心に深い印象を残します。この地域ならではの素朴な風景が、人々を惹きつける魅力を秘めています。

|   |  |
|---|--|
| <p>温泉</p>    | <p>① <u>てまりの湯</u><br/> 「道の駅国上」の敷地内にある温泉施設「てまりの湯」は、体が温まる天然のミネラルを豊富に含み、リラックス効果や疲労回復効果があります。国上山などの自然散策や道の駅での買い物を楽しんだ後に立ち寄ることができる温泉施設で、観光と癒しをセットで体験できます。</p>   |
| <p>文化・歴史</p>      | <p>① <u>国上寺</u><br/> 約 1,300 年の歴史を持つお寺で、燕市を代表する歴史的な観光スポットです。本堂は、重厚な建築物であり、多くの参拝客を迎える精神的な拠り所となっています。義経伝説や酒吞童子伝説も残されており、良寛ゆかりのお寺です。</p> <p>② <u>五合庵</u><br/> 厳しい修行を終えた良寛が約 20 年過ごした庵。名前の由来は国上寺の客僧萬元上人(ばんげんしょうにん)が毎日米五合に相当する手当を給されていたことに由来します。</p> <p>③ <u>乙子神社草庵</u><br/> 良寛が 59 歳の頃、五合庵を出て移り住んだ地。境内では子どもたちとよく遊んだと言われ、ここでの 10 年間で良寛芸術の円熟期とされています。</p> <p>④ <u>分水良寛史料館</u><br/> 館内には五合庵・乙子神社草庵時代の遺墨、関係資料などを展示。特に晩年、親交の厚かった解良家、阿部家に伝わる名品に注目が集まります。</p> <p>⑤ <u>長善館史料館</u><br/> 長善館は 1833 年、鈴木文臺(すずきぶんたい)によって創設された私塾です。閉鎖されるまでの約 80 年間で 1,000 人を超える塾生が学びました。良寛との親交も深く、長善館の教えの中に生きていったとも言われています。</p> <p>⑥ <u>八王寺の大白藤(安了寺境内)</u><br/> 樹齢推定 350 年と言われる県指定の天然記念物大白藤は、花の咲くころには甘い香りで癒されます。幹の周り 7m 余、その枝張りは東西約 30m、南北約 20m、房の長さは 1m 位に達して壮観です。</p> |

|   |  |
|---|--|
| <p>食文化</p>    | <p>① <u>燕背脂ラーメン</u><br/>       燕背脂ラーメンは、燕市発祥のラーメンで、その特徴は大量の背脂が浮いた濃厚な煮干しダシのスープと極太麺にあります。金属加工が盛んな燕市では、工場の職人たちが過酷な労働で体力を消耗していたことから、カロリーが高くスタミナを補える食べ物としてこのラーメンが生まれました。</p> <p>② <u>釜飯</u><br/>       釜飯屋で宴席が行われた際のお土産として折詰に入った釜飯を持ち帰り、家庭に浸透しました。お土産の釜飯は瞬く間に子どもたちの心をつかみ、誕生日や進級などのお祝い事にお店で炊き立ての釜飯を食べることが団らんの象徴ともなっていました。持ち帰って食べる釜飯は冷めてもおいしいのが特徴です。</p>  |
| <p>アクティビティ</p>      | <p>① <u>産業体験</u><br/>       燕市産業史料館では、燕市の400年にわたる金属加工の歴史を学び、体験工房館で伝統工芸などを通じたさまざまな産業体験ができます。</p> <p>② <u>自然・アウトドア</u><br/>       国上山は、標高313mの低山であるため、分水ビジター・サービスセンターを拠点とし、景観豊かな千眼堂吊り橋や遊歩道を軽装でも気軽にトレッキングが楽しめます。また、中ノ口川では、夏季に「E ボート」での川下り体験ができます。</p> <p>③ <u>越後くがみ山酒呑童子行列</u><br/>       毎年9月の最終日曜日に開催されます。最強の鬼軍団と一緒に、「道の駅国上」や「酒呑童子神社」周辺を練り歩きます。また、酒呑童子に抱っこされた子は強く健康に心身ともに大きく優しく育つとも言われています。</p> <p>④ <u>まつり</u><br/>       本市には、各地区の祭礼や夏まつりなど様々な祭事があります。</p> <p>⑤ <u>屋内こども遊戯施設「ハレラテつばめ」</u><br/>       ハレラテつばめは雨の日でも楽しく遊べる広々とした空間で、木のぬくもりを感じながら親子で安全に楽しめる遊具やアクティビティが充実しています。周辺には交通公園や児童研修館「こどもの森」があります。</p> |

## 5. 本市における現状と課題

### 1. 産業観光<sup>10</sup>

本市は、日本有数の金属加工産業の地域であり、ものづくりのまちとして国内外から注目を集めています。特に金属洋食器や刃物、金属製品の製作において、高度な技術力を有しており、その品質は世界でも大変評価されています。

そして、製造現場の見学などができる産業観光は、地域の特色を強調しながら旅行者と地元の産業を結びつける手段として注目されており、毎年10月に開催される「燕三条工場の祭典」では、国内外の多くの旅行者で賑わっています。特にインバウンド需要においても強いマーケティングポイントとなり、海外からの旅行者に日本の職人技術やものづくり文化を知ってもらう機会を提供しています。

産業観光の拠点施設である「燕市産業史料館」は、本市の歴史や産業技術の特徴を学べる場所であり、伝統工芸と現代技術の融合を体感できる魅力的な施設となっています。産業観光を継続的に推進し、より多くの旅行者への対応や地域経済への波及促進を図るためには、受け入れ体制の整備や安全管理、さらなるコンテンツの魅力向上などが必要となります。

### 2. 自然観光と歴史資源

本市の自然観光の代表格である国上山とその周辺は、良寛の足跡が残る歴史的な一大スポットであり、良寛の史跡や国上寺、五合庵などの文化と自然が融合し合う地域となっています。自然観光においては環境保護とのバランスを保ちながら、四季折々の景観や体験型プログラムを提供することで、幅広い世代に対する魅力を創出することが可能となります。また、道の駅国上は、これらをつなぐ自然観光の拠点施設として、地元の新鮮な食材やお土産品の販売、キャンプ場や温泉保養施設が併設され、多くの旅行者が立ち寄る施設となっています。

自然、歴史、文化、癒しの要素が揃った魅力あふれるスポットとして、誘客を図る必要があります。



<sup>10</sup> 産業観光とは、工場や職人、昔の工場跡といった産業遺産、製品などを観光資源とし、ものづくりの心に触れる観光です。

### 3. ソウルフードなどの食文化

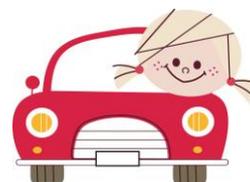
新潟 5 大ラーメンのひとつで文化庁の 100 年フード<sup>11</sup>に選ばれた「燕背脂ラーメン」や昔から祝い事などのハレの日に食べられていたという「釜飯」は、燕市が誇る食文化のひとつです。食文化は観光の魅力を大幅に高める力を持ち、地域の魅力を広める手段でもあります。食を通じてその土地の文化や歴史に触れる体験は、旅行者にとって忘れられない思い出を与えます。同時に食を通じた観光は地域経済の活性化にも寄与し、持続可能な形で観光施策においても重要な役割を果たします。

そのため、食文化を通じて、本市の魅力を発信し、地域ならではの体験価値を高める必要があります。

### 4. 二次交通

本市には高速道路のインターチェンジがあり、新幹線の駅も整備されているため、首都圏からのアクセスが良好です。また、市内には鉄道や路線バス、循環バスやデマンド交通などの公共交通機関があり、市民の生活を支える重要な交通手段となっています。しかし、観光面での利用を考えると、主要観光地へのアクセスは公共交通機関が利用可能ではあるものの、時間や便数が限られていることから、旅行者にとって時間的な制約が大きいのが現状です。そのため、観光スポット間を効率よく移動するための交通手段が十分ではなく、自家用車やレンタカーの利用に頼るケースが多い状況となっています。

今後、観光振興を図っていくためには、二次交通の充実について検討する必要があります。



### 5. インバウンド旅行者

日本へのインバウンド旅行者の増加に伴い、本市を訪れる外国人も増加しています。インバウンド旅行者は、日本人に比べ、滞在期間が長く、観光消費額も多い傾向にあることから、インバウンド旅行者の誘客促進が地域経済の活性化につながります。

訪日旅行者を本市へ誘客するため、旅行の検討段階(旅マエ)に来訪行動を喚起するための SNS プロモーションや移動が広範囲に渡るインバウンド旅行者の旅行中(タビナカ)の行動変容を促す取り組みが必要になります。

<sup>11</sup> 文化庁の「100 年フード」とは、地域に根ざし、世代を超えて受け継がれてきた食文化を、100 年後も続く食文化として継承していくことを目指す文化庁の認定制度です。

## 第3章 プランの基本的な考え方

### 1. 基本理念

#### 『観光客から選ばれ、市民も誇れる魅力的なまち燕市』

燕市がこれまで築いてきた歴史や風土、社会的背景に基づいて形成された文化を軸に地域資源を活かした持続可能な観光の創造を目指すため、ものづくり、自然、食文化、歴史など、総合的に観光資源の多様性を追求し、魅力ある情報を国内外に向けて発信します。また、観光振興施策を通じて継続的に地域経済の活性化を図るとともに、市民とがともに地域の魅力を共有し、地域の誇りと絆を育みます。

### 2. 基本目標

#### 1. 観光知名度の向上と地域価値の創出

観光プロモーション活動を通じて、「ものづくりのまち・燕市」としてのさらなるブランドイメージを普及し、国内外への知名度を向上させます。

#### 2. 滞在型観光の推進

定住自立圏形成協定に基づいた弥彦村との観光連携(以下、「燕・弥彦広域観光連携会議<sup>12</sup>」という。)を継続し、多彩な体験や満喫できる環境を提供することで滞在型観光を推進し、観光消費額の拡大と地域全体の経済波及効果を向上させます。

#### 3. 地域との協働

観光産業の発展を支えながら地域の持続性を保つためには、地域への理解と協力が欠かせません。地域を巻き込んだ観光施策は、地域に活気をもたらし、観光による経済的恩恵を持続可能な形で地域全体に還元する効果があるため、地域と連携しながら観光施策を進めていきます。

#### 4. 目指すべき観光の姿

本市の目指すべき観光の姿は、地域特性である「ものづくり」にこだわりつつ、訪れる人々が多様な観光体験を通して地域の文化、技術、自然、食を深く知り、その価値を再発見することができることです。単に「観る」観光だけではなく、「体験する」観光を提供することで、旅行者の満足度を高め、リピーターを増やすことを目指します。



<sup>12</sup> 燕・弥彦地域定住自立圏形成協定に基づき、燕市と弥彦村が連携して、燕・弥彦地区への観光入込客数の増加を目指し、着地型観光を中心とした新たな観光商品の造成、観光PR活動、旅行者の受入体制の強化を行うことを目的として組織されたものです。

### 3. 優先的ターゲットの設定

---

#### 1. 国内旅行者

##### (1) 旅行者層と県外からの流入傾向

観光動態調査の結果によると、20歳代から50歳代までの各年代の来県者が20%前後とほぼ均等の割合を占めていることが明らかとなりました。また、県外からの来訪者の割合は26.8%で、その内訳は「東京都」(34.52%)、「埼玉県」(15.75%)、「神奈川県」(12.31%)、「千葉県」(6.87%)、「群馬県」(6.37%)など、首都圏の自治体が上位を占めています。この傾向は、上越新幹線や関越自動車道といった首都圏と当地を結ぶ利便性の高い交通インフラの存在が影響しているものと推察されます。

##### (2) 観光目的の分析と家族旅行の割合

観光意向調査によれば、来県者の観光目的の割合は全体の75%を占め、そのうち「家族旅行」が74%という結果が示されています。これは、家族単位での旅行が当県の観光利用において主な形態であることを示唆しています。

##### (3) 燕市の知名度

燕市の知名度について、「行ったことはないが知っている」と回答した人の割合が49.2%、「知らない」が13.1%となっており、実際に訪れたことのない人が6割を超える結果となりました。この状況を考慮すると、知名度向上と実際の誘客促進が課題であると考えられます。

##### (4) 今後のプロモーション方針

今後の国内旅行者向けの優先的ターゲットを「首都圏在住の20歳代から50歳代の家族旅行層」に絞り込み、集中的にプロモーション活動を展開していきます。具体的には、首都圏からのアクセスの良さを強調した広告や家族旅行に適した魅力的な観光コンテンツの提供を通じて、知名度向上と来訪者増加を目指します。



## 2. 訪日外国人旅行者

### (1) 訪日外国人旅行者の動向

観光動態調査の結果によると、本市を訪れる訪日外国人旅行者の国別割合は、「台湾」が最も多く 36.0%、次いで「中華人民共和国」が 21.1%、「アメリカ合衆国」が 11.2%、「大韓民国」が 11.1%の順と、東アジア圏が全体の大半を占めていることが明らかとなりました。特に台湾からの訪問者数が際立って多く、四半期ごとに 25%前後の割合で安定した数値を示しており、本市における訪日外国人旅行者の主要層となっています。

### (2) 四半期別の動向

四半期別に見ると、10月から12月にかけての第3四半期における訪問者割合が 31.3%と最も高くなりました。この傾向は「燕三条工場の祭典」や「秋の紅葉」などの季節イベントが寄与しているものと考えられます。



### (3) 台湾からの訪問者の宿泊・滞在状況

台湾からの訪問者については、他国と比較して宿泊を伴う割合が 34.8%と最も高くなっています。一方で、立寄りの訪問割合も 36.7%と、こちらも最も高い状況となっており、東アジア圏の中でも、比較的短期間の平均滞在日数は 1.43 日となっています。これらの結果から、台湾からの旅行者は宿泊と立寄りの双方で安定した利用があり、短期間滞在型の旅行傾向が見られます。

### (4) 訪日外国人旅行者のニーズ

観光庁の調査によると、訪日外国人旅行者が求めるものとして、食、ショッピング、そして観光といった「モノ消費」に加え、温泉、文化体験、自然体験といった「コト消費」にシフトしています。具体的には、日本食を味わうこと、質の良い安全・安心な商品を購入すること、美しい自然や伝統文化に触れること、そして日々の生活とは違う「非日常」や「癒し」を体験することを求めています。



### (5) 今後のプロモーション方針

これらの調査結果及び全国的な傾向を踏まえると、東アジア圏(台湾、中華人民共和国、香港、大韓民国など)からの訪日客が中心を占めていることが確認できました。このため、本市の訪日旅行者へのプロモーション活動は「東アジア圏」を優先的ターゲットとし、以下の方向性で展開してまいります。

- ① 台湾市場を中心に、宿泊型・立寄り型旅行両方に対応した観光コンテンツを充実させる。
- ② 第3四半期(秋季)に焦点を当てた季節イベントの情報発信を強化する。
- ③ 平均滞在日数の増加を目指した滞在型ツアーや宿泊プランの提案を行う。

## 第4章 目指すべき方向性

本プランは、燕市総合計画における交流・応援(燕)人口戦略の基本方針「魅力あふれる観光の振興」に基づき、各主要施策を基本戦略として発展させ、今後の目指すべき方向性とします。

### 基本戦略1 産業観光の推進

本市の特色である「ものづくり」を核とした産業観光は、他の地域との差別化を図ることができる地域資源を活かした観光コンテンツのひとつです。産業観光は、ものづくりの過程やそれに携わる職人達、そこでしか感じられない特別な体験を享受することができ、製品の価値を理解していただくことで、ものづくり産業の発展や燕市のファンの増加につながります。

その一方で、産業観光は、景勝地を巡る従来型の観光や自然観光とは異なり、「ものづくり」があつてのものであるため、単純に観光入込客数のみを追求すれば良いというものでもありません。オープンファクトリー<sup>13</sup>を実施する企業が、各々のスタイルで製品の価値を伝え、訪れた方々を魅了することが重要であり、これにより単なるモノ消費ではなくコト消費とすることで地域との深い関わりが生まれ、観光のみならず燕市のファン(リピーター)の獲得につながります。

加えて、本市産業の発展とともに誕生した「燕背脂ラーメン」は、地域を代表するソウルフードであり、産業の歴史と食文化が強く結びつき、地元の発展と観光客誘致を支える重要な体験の役割を担っています。

今後の社会や価値観の変化に柔軟に対応するため、「見る」ことを中心とした従来型の観光から一歩進み、「体験」や「感動」を通じた新しい形の産業観光を積極的に推進しながら、観光客の満足度を高めるとともに、再度訪れていただけるリピーターを含め、観光客の増加を目指します。

### 基本戦略2 自然観光の充実

国上山とその周辺は、自然観光を存分に堪能できるエリアとして新潟県内外から多くの観光客や登山客が訪れる人気のスポットです。この地域の特徴は、豊かな自然とその息づかいが感じられる環境が広がっており、国上山は四季折々で異なる美しい景色を見せながら、訪れる人々に癒しと感動を与えてくれます。

<sup>13</sup> オープンファクトリーとは、製造業者が生産現場を公開し、来場者がものづくりを体験する取り組みです。



春には満開の桜で華やかに彩られ、夏には豊かな緑の中で涼しさが感じられます。秋には鮮やかな紅葉が広がり、冬には静寂の中で美しい雪景色を堪能できます。また、遊歩道も整備されているため、初心者から経験豊富な登山愛好者まで幅広い層の方々が安心して楽しむことができる点も大きな魅力です。さらに、自然だけでなく、国上寺や五合庵など、歴史や文化に触れられるスポットもあるため、その土地ならではの深い体験が可能です。そのうえ、国上山の麓には「道の駅国上」があり、地域の特産品や新鮮な地元食材を活かした商品が充実しているため、訪れる人々に心地よい満足感を提供しています。加えて、本市には国上山の他にも、大河津分水路やその沿道の桜並木をはじめ、美しい自然景観が数多く存在します。

そして、この地域は弥彦神社から寺泊へとつながる主要道路沿いに位置しているため、周辺を巡る観光の拠点として非常に便利で、アクセスの良さも魅力となっており、効率的な観光や移動が可能な環境が整っています。

これらの地域の魅力をさらに活かし、「道の駅国上」を中心とした誘客事業を積極的に展開し、観光客のさらなる増加を目指してまいります。また、建設が予定されている「新分水良寛史料館」とも連携し、多様な資源を組み合わせた取り組みを行うことで、より多くの方々にお越しいただけるよう地域の活性化に努めます。



### 基本戦略 3 インバウンド受入環境の整備

観光庁によると、令和 6(2024)年度の訪日外国人旅行者数は年間で3,600万人を突破し、過去最多を記録しました。また、第5次観光立国推進基本計画<sup>14</sup>(計画期間:令和8(2026)年度~令和12(2030)年度)においては、訪日外国人旅行者数6,000万人および消費額15兆円という目標が掲げられており、今後も訪日旅行者のさらなる増加が期待されています。

本市では、インバウンド誘客に向けた取り組みとして、燕・弥彦広域観光連携会議において、東アジア地域を中心に台湾や香港に向けた観光プロモーション<sup>15</sup>活動を展開しています。これには、セールスコール<sup>16</sup>や訪日客向けモニターツアー<sup>17</sup>などの実施が含まれています。また、JNTO(日本政府観光局)の公式ウェブ

<sup>14</sup> 「観光立国推進基本計画」とは、観光立国推進基本法に基づき、観光による国力強化を目指すための具体的な目標と施策を定めた国の基本的な計画です。

<sup>15</sup> 観光プロモーションとは、地域の魅力(名所、特産品、文化など)を多角的に発信し、旅行者の誘致と地域経済の活性化を目指す活動です。

<sup>16</sup> 観光におけるセールスコールとは、主にインバウンド(訪日)旅行者を誘致するため、海外の旅行会社やメディア、関係者を訪問して日本の観光資源や旅行商品を売り込む営業活動です。

<sup>17</sup> モニターツアーとは、旅行会社や自治体などが新しく企画した観光ツアーを、参加者が旅行費用の一部を負担して体験し、その感想や意見を報告するツアーのことです。

サイトにおいて英語版および中国語版のパンフレットを掲載し、外国人旅行者への情報提供を行うことで誘客促進を図っています。

さらに、本市全体で外国人旅行者の受入体制を構築できるよう、インバウンドセミナーなどを開催し、地域全体のスキルアップや意識の醸成を図っています。

近年、本市では台湾や香港を中心とした訪日外国人旅行者が増加傾向にあり、産業史料館や燕三条地場産業振興センターなどで旅行者の姿が見受けられるようになりました。特に産業史料館は、純銅タンブラーの鋸目入れやチタン製スプーンの酸化発色体験など、「ものづくり」を目的とした体験型観光として、外国人旅行者から人気を集めています。

今後、本市の強みである「ものづくり」を核とした観光資源を活かし、その魅力を最大化する取り組みを進めてまいります。ターゲットとする訪日旅行者のニーズに応じた価値ある体験やサービスを提供することで、体験型観光のさらなる充実を目指します。併せて、外国人旅行者と地域住民との交流を促進し、プロモーション活動を強化することで、訪日旅行者にとってより魅力的な観光地としての存在感を高めてまいります。



## 基本戦略 4 二次交通の充実

着地型観光を推進していくには、二次交通の充実が必要となっています。既存の二次交通の効果を検証しながら、公共交通機関以外の移動手段を持たない人でも市内観光を満喫できるよう、二次交通のあらゆる手段・可能性を検討していきます。

## 基本戦略 5 観光推進体制の強化

着地型観光のさらなる推進に向け、燕市観光協会や燕・弥彦広域観光連携会議等の既存機関をはじめとする観光推進体制を強化します。また、本市や燕市観光協会、観光分野における民間事業者等とともに観光施策を協議する「(仮称)燕市観光振興協議会」を開催し、燕市全体の観光振興に努めていくとともに、さらなる観光振興を目指し、DMO<sup>18</sup>の登録についても研究していきます。

広域連携では、新潟県観光協会を中心として、新潟県三条地域振興局や県央5市町村の自治体や観光協会で組織する弥彦・燕三条エリアマーケティング会議<sup>19</sup>等により、近隣との連携を密にしながら観光振興事業を進めていきます。



<sup>18</sup> DMO(Destination Management/Marketing Organization:観光地域づくり法人)は、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔として、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定し、着実に遂行する機能を備えた法人のことです。地方誘客及び旅行消費拡大を持続可能な形で推進する上で、地域のさらなる魅力向上や受入環境整備など、「観光地域全体のマネジメント」の取組を DMO が主体となって行うことが期待されます。

<sup>19</sup>新潟県観光協会が中心となり、県央エリア 5 市町村(三条市、燕市、加茂市、田上町、弥彦村)の自治体や観光協会、三条地域振興局や事業者が連携して新潟県外からの誘客を図るための施策を検討・企画する会議体。

## 第5章 戦略の展開

本プランを目指すべき方向性に向けて展開するため、様々な観光資源と人材を活用しながら進めてまいります。

### 基本戦略 1 産業観光の推進

#### 1. ～ものづくりの魅力を体感する「オープンファクトリー」～

燕市では、観光客や地域住民、ビジネス関係者に向けてものづくりの現場を体験できる貴重な機会を提供し、工場見学を通じて製品が生まれる過程を間近に見たり、職人の技術やこだわりに触れたりすることで、ものづくりの魅力を発信しています。今後とも、魅力ある企画をさらに進めるため、「オープンファクトリー」の取り組みを展開してまいります。

#### 2. ～地域を味わう「燕市独自のソウルフード」～

燕市の観光振興において、地域の食文化は重要な要素です。代表的なソウルフードである「燕背脂ラーメン」や「釜飯」は、地域産業の歴史と深く結びついた独自の魅力を持ち、多くの観光客や地域住民に愛されています。これらの魅力をさらに広く発信するため、食文化を軸としたソウルフードプロモーションを積極的に展開し、地域の活性化と観光客の誘致を図ります。

### 基本戦略 2 自然観光の充実

#### 1. ～「道の駅国上」を拠点とした周遊観光～

国上山は標高 313m の低山で、自然豊かな観光スポットです。この地は、良寛が晩年を過ごした場所として知られ、国上寺、五合庵、乙子神社草庵など、歴史深い史跡が点在しています。また、佐渡弥彦米山国定公園に指定されており、春の新緑や秋の紅葉が魅力的で、クルマユリやギフチョウといった希少な動植物が息づく自然豊かなエリアです。さらに大河津分水路では自然景観とともに治水強化のための「令和の大改修」を見ることができます。これらの豊かな観光資源を活かし、「道の駅国上」を拠点に地域の自然や文化を楽しむ周遊観光を展開してまいります。



## 2. ～観光イベント開催による誘客促進～

春の一大イベント「つばめ桜まつり・分水おいらん道中」では、華やかで歴史を感じるおいらん道中の行列を鑑賞でき、春の訪れを祝う特別なひと時を提供します。さらに、最強の鬼として知られる「酒吞童子」にまつわる誕生伝説をテーマにした「越後くがみ山酒吞童子行列」では、鬼軍団とともに豊かな自然を楽しみながら地域を練り歩くユニークな体験を提供します。これらのイベントなどを通じて、地元ならではの文化や歴史の魅力を広く伝えながら観光客の誘致を図り、地域の賑わいを創出します。

## 基本戦略 3 インバウンド受入環境の整備

### 1. ～旅行会社向けプロモーションの継続～

燕・弥彦広域観光連携会議において、引き続き、東アジア地域を中心とした旅行会社向けプロモーション活動を実施してまいります。具体的には、台湾や香港をはじめとする東アジア地域を対象に、現地旅行会社へのセールスコールやモニターツアーを企画・実施し、団体旅行の誘客を主な目的とした取り組みを進めてまいります。これらの活動を通じて、現地の旅行会社との密接な関係性や連携を図り、燕・弥彦地域の魅力を効果的に伝えることで、訪日団体客の増加を図ります。

### 2. ～デジタルプロモーション<sup>20</sup>の強化～

データ分析を基盤としたアプローチにより、特定のターゲット層に絞った効率的なプロモーションが可能なことから、ウェブサイトや SNS、YouTube をさらに強化し、効果的な情報発信を行います。また、地域の魅力や観光資源の情報を適切な方法で分かりやすく発信することにより、国内外を問わず幅広いターゲットに対し、効果的な誘客を実現してまいります。



## 基本戦略 4 二次交通の充実

観光施設等への交通手段の充実化を図るため、「観光タクシー」事業の継続の他、循環バスやデマンド交通の活用、そして、レンタサイクルなど新たな二次交通の導入も含め、課題解決の方法を研究していきます。

## 基本戦略 5 観光推進体制の強化

観光振興施策を実効性のあるものとするため、各方面との合意形成を図りながら連携して取り組みます。

<sup>20</sup> デジタルプロモーションとは、インターネットやデジタル技術を活用して、商品やサービスの販売促進を行うことです。

## 第 6 章 達成目標

本プランを着実に推進するため、令和 12 年度までに達成する数値目標(11 指標)を次のとおり設定します。目標の進捗状況の確認は、毎年度、(仮称)燕市観光振興協議会において行うこととします。

### 総合指標

| No | 目標指標               | 現状値<br>令和6(2024)年度末               | 目標値<br>令和 12(2030)年度末 |
|----|--------------------|-----------------------------------|-----------------------|
| 1  | 観光入込客数(暦年)         | 1,228,199 人                       | 1,466,000 人           |
|    |                    | 〔根拠〕毎年 3%の増加を見込む                  |                       |
| 2  | 主要観光施設における<br>売上金額 | 10 億 300 万円                       | 11 億 9700 万円          |
|    |                    | 〔根拠〕毎年度 3%の増加を見込む                 |                       |
| 3  | 市民意識調査の満足度         | 61.8%                             | 62%以上                 |
|    |                    | 〔根拠〕着地型観光の振興の満足度について<br>現状値以上を見込む |                       |

### 戦略指標1. 産業観光の推進

| No | 目標指標                                   | 現状値<br>令和6(2024)年度末                   | 目標値<br>令和 12(2030)年度末 |
|----|--|---------------------------------------|-----------------------|
| 1  | 燕市観光協会における<br>産業観光受入登録企業数              | 13 社                                  | 18 社                  |
|    |  | 〔根拠〕毎年度、新規企業 1 社ずつ増加を見込む              |                       |
| 2  | 燕市観光協会の観光ナビ<br>ゲーターが実施する産業<br>観光視察受入人数 | 7,447 人                               | 8,300 人               |
|    |  | 〔根拠〕毎年度 2%の増加を見込む                     |                       |
| 3  | 燕市観光協会における旅行<br>商品の造成件数(累計)            | 0 件                                   | 20 件                  |
|    |  | 〔根拠〕産業観光以外の旅行商品も含め、<br>毎年度 4 件の造成を見込む |                       |



## 戦略指標2. 自然観光の充実

| No | 目標指標              | 現状値<br>令和6(2024)年度末 | 目標値<br>令和12(2030)年度末 |
|----|-------------------|---------------------|----------------------|
| 1  | 道の駅国上来場者数         | 720,304 人           | 911,000 人            |
|    |                   | 〔根拠〕毎年度4%の増加を見込む    |                      |
| 2  | 信濃川大河津資料館<br>入館者数 | 15,115 人            | 17,000 人             |
|    |                   | 〔根拠〕毎年度2%の増加を見込む    |                      |

## 戦略指標3. インバウンド受入環境の整備

| No | 目標指標                                     | 現状値<br>令和6(2024)年度末 | 目標値<br>令和12(2030)年度末 |
|----|--|---------------------|----------------------|
| 1  | 外国人観光入込客数                                | 5,280 人             | 15,700 人             |
|    |  | 〔根拠〕毎年20%の増加を見込む    |                      |
| 2  | 産業史料館で実施している<br>インバウンド旅行者向け<br>アンケートの満足度 | 96.5%               | 90%以上                |
|    |  | 〔根拠〕満足度の高評価90%以上を維持 |                      |

## 戦略指標4. 二次交通の充実

| No | 目標指標  | 現状値<br>令和6(2024)年度末   | 目標値<br>令和12(2030)年度末 |
|----|---|-----------------------|----------------------|
| 1  | 燕・弥彦広域観光連携会議<br>事業における二次交通「観<br>光タクシー」の運行本数 | 54 本                  | 100 本                |
|    |   | 〔根拠〕コロナ禍前と同等の運行本数を見込む |                      |

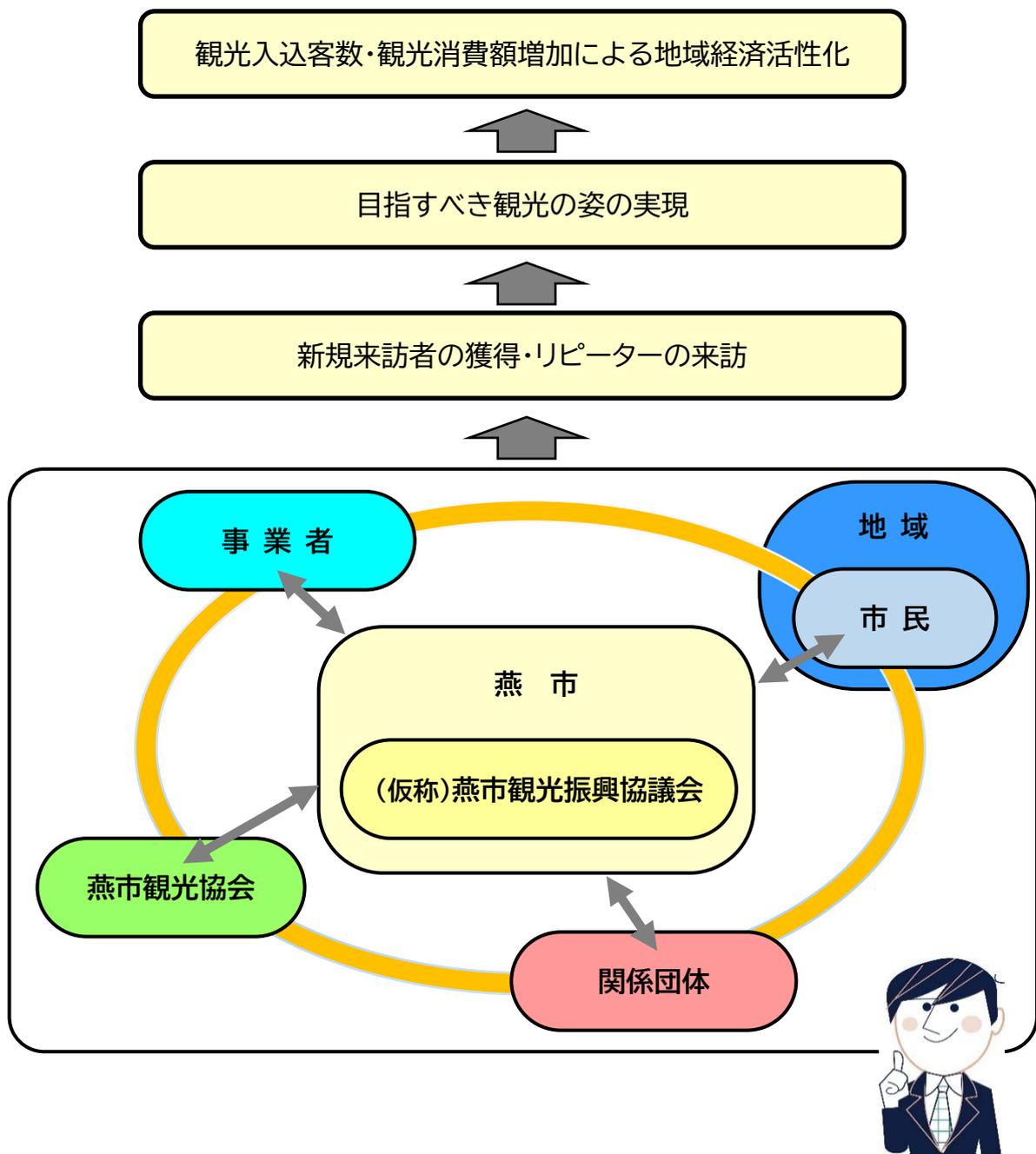
## 戦略指標5. 観光推進体制の強化

| No | 目標指標                   | 現状値<br>令和6(2024)年度末 | 目標値<br>令和12(2030)年度末 |
|----|------------------------|---------------------|----------------------|
| 1  | (仮称)観光振興協議会<br>開催数(累計) | 0 回                 | 10 回                 |
|    |                        | 〔根拠〕毎年度2回の開催を見込む    |                      |

## 第7章 観光振興プランの推進にあたって

### 1. 推進体制

観光振興プランの推進にあたっては、市と市民、観光協会や関係団体、事業者などが、相互に連携・協力し、地域社会が一体となり推進していくことが重要です。それぞれが、主体的に課題解決に取り組むことで、多角的な発展が可能となります。



## 2. それぞれの役割

- 燕市
  - ・ 観光振興の企画立案や観光情報の収集、分析、提供、各組織等と連携した観光PRなどに取り組みます。
  - ・ 国や県、他市町村関係機関との連絡調整・情報収集、広域観光を推進します。
- (仮称)燕市観光振興協議会
  - ・ 市や燕市観光協会、関係団体や事業者などで構成され、燕市観光振興プランの方向性の軌道修正や PDCA サイクル<sup>21</sup>により、毎年度、進捗状況の確認、点検・評価を行います。
- (一社)燕市観光協会
  - ・ 市全体の観光をリードする中核的組織として、地域の観光情報の発信やプロモーション活動、観光誘客やイベントの企画・運営、地域特産品や観光名所の普及促進、旅行者の支援や案内の提供、マーケティングデータ<sup>22</sup>の収集・活用を基に戦略的かつ効果的に各種施策を展開します。
  - ・ 各主体との連携を強化するとともに、調整を行いながら、本プランの実現に努めます。
- 事業者
  - ・ 宿泊施設や観光施設、飲食店や交通事業者などが、ニーズを捉えた質の高いサービスの提供や施設整備、事業を通じた顧客満足度の向上、積極的な情報提供などより、本市の観光振興に取り組みます。
- 関係団体
  - ・ 事業者や行政等と連携し、情報発信等の誘客促進やおもてなしの充実に取り組み、誘客促進等の観光地域づくりを行います。
- 市民
  - ・ 市民一人ひとりが、本市の産業や自然、歴史や文化、食などの地域資源の価値を再認識し、誇りや愛着を持って本市の魅力を市外に向け発信します。



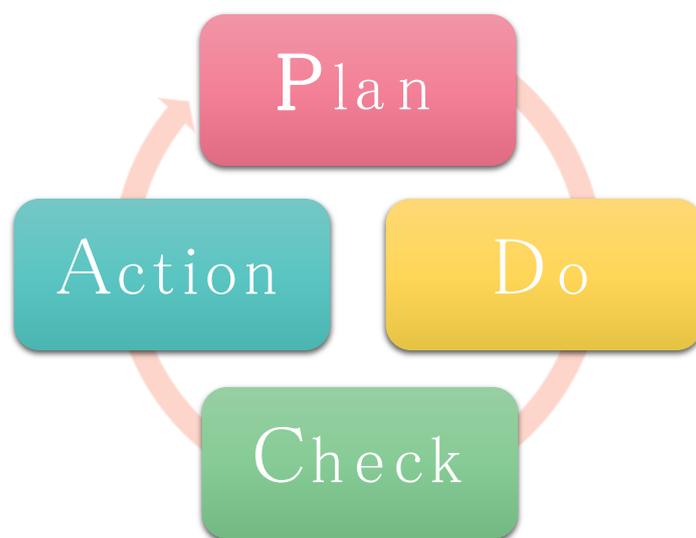
<sup>21</sup> PDCAサイクルとは業務管理の改善方法です。Plan(計画)→Do(実行)→Check(評価)→Action(改善)の4ステップを繰り返して業務を継続的に改善します。

<sup>22</sup> マーケティングデータとは、顧客や市場に関する客観的な情報を指し、氏名・年齢・性別などの「顧客属性データ」や、購買履歴・Web サイトのアクセス履歴などの「行動データ」など多岐にわたります。

### 3. 本プランの進行管理

---

本プランに係る進行管理にあたっては、PDCA サイクルを確保し、施策の進捗状況(アウトプット)に加え、計画全体の成果(アウトカム)についても、(仮称)燕市観光振興協議会等で、毎年度、点検・評価を行い、必要に応じて施策の改善につなげていきます。



### 4. 財源

---

本プランを推進するための財源は、本市の自主財源(地方税等)や依存財源(国の補助事業等)等を基本としつつ、本プランに取り組むことで産みだされるサービスからの手数料や利用料収入等の活用も検討します。

# 資料編

# 1. 燕市観光振興プラン策定検討委員会設置要綱

---

令和 7 年 10 月 30 日

## (設置)

第 1 条 燕市の今後の観光施策の基本方針となる燕市観光振興プランを策定するにあたり、策定に必要な事項について検討するため燕市観光振興プラン策定検討委員会（以下「委員会」という。）を置く。

## (所掌事務)

第 2 条 委員会は、次に掲げる事項について協議し、市長に提言するものとする。

- (1) 観光振興プランの策定に関すること。
- (2) 観光振興プランの推進体制に関すること。

## (組織)

第 3 条 委員会は、委員 10 人以内で組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから、市長が選任する。

- (1) 識見を有する者
- (2) 宿泊業・交通業・商業・観光業関係者
- (3) 公共的団体の役職員
- (4) その他市長が必要と認める者

## (任期)

第 4 条 委員の任期は、選任の日から観光振興プランの策定が完了した日までとする。

## (委員長)

第 5 条 委員会に委員長を置き、委員の互選により選任する。

2 委員長は、会務を総理し、委員会を代表する。

3 委員長に事故があるときは、委員長があらかじめ指名する委員が、その職務を代理する。

## (会議)

第 6 条 委員会の会議は、委員長が招集し、委員長が議長となる。ただし、最初に招集される委員会の会議は、産業振興部長が招集する。

2 委員会は、委員の半数以上が出席しなければ、会議を開くことができない。

3 委員長は、必要があると認めるときは、委員以外の者に対し、会議に出席を求めてその説明又は意見を聴くことができる。

(委員の代理出席等)

第 7 条 やむを得ない理由により委員会を欠席する委員は、代理人を出席させることができる。

2 前項の場合は、事前に委員長に届け出なければならない。

3 代理人は、欠席する委員と同一の機関に属する者で、欠席する委員が指名する者とする。

4 代理人は、委員と同様に委員会において発言し、議決に参加することができる。

5 代理人を出席させることができない委員は、会長を通じて、当該委員会の会議に付議される事項について、書面により意見を提出することができる。

(謝金)

第 8 条 委員の謝金は、次のとおりとする。

(1) 第 3 条第 2 項第 1 号の委員 日額 15,000 円

(2) その他の委員 日額 5,000 円

(守秘義務)

第 9 条 委員及び委員であった者は、委員会の職務に関して知り得た秘密を漏らしてはならない。

(庶務)

第 10 条 委員会の庶務は、産業振興部観光振興課において処理する。

(その他)

第 11 条 この告示に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が委員会に諮って定める。

附 則

(施行期日)

1 この告示は、告示の日から施行する。

(この告示の失効)

2 この告示は、基本計画の策定が完了した日に、その効力を失う。

## 2. 燕市観光振興プラン策定検討委員名簿

| No. | 部門        | 氏名     | 所属等                                     | 備考 |
|-----|-----------|--------|---|----|
| 1   | 有識者       | 樋口 秀   | 新潟工科大学 教授                               |    |
| 2   | 宿泊業       | 真野 一郎  | 燕三条ワシントンホテル<br>総支配人                     |    |
| 3   | 交通        | 長谷部 直美 | 東日本旅客鉄道株式会社<br>燕三条駅長                    |    |
| 4   | 交通        | 田邊 恒夫  | 中越交通株式会社 取締役                            |    |
| 5   | 商業        | 高野 雅哉  | 燕商工会議所 事務局長                             |    |
| 6   | 商業        | 梨本 信宏  | つばめ商工会 事務局長                             |    |
| 7   | 商業        | 中島 敬二  | 道の駅国上指定管理者<br>よね蔵グループ代表<br>有限会社島代表取締役社長 |    |
| 8   | 飲食業       | 徐 直幸   | 燕市麺業組合<br>(杭州飯店 代表取締役社長)                |    |
| 9   | 観光業       | 藤田 進   | 燕市観光協会 会長<br>(藤次郎株式会社代表取締役社長)           |    |
| 10  | 公益的<br>団体 | 長谷部 正  | 公益財団法人<br>燕三条地場産業振興センター<br>燕三条ブランド推進部長  |    |

### 3. 策定経過

---

| 期日             | 会議名称等                   | 内容   |
|----------------|-------------------------|--|
| 令和7年度          |                         |  |
| 8月9日           | 調査                      | 燕市観光意向調査を実施<br>調査地点:新潟空港、新潟駅、弥彦おもてなし<br>広場 |
| 9月21日          | 調査                      | 燕市観光意向調査を実施<br>調査地点:道の駅ながおか花火館             |
| 11月27日         | 第1回燕市観光振興<br>プラン策定検討委員会 | 燕市観光振興プラン(素案)についての協議                       |
| 12月24日         | 市議会議員協議会                | 燕市観光振興プラン(素案)について報告                        |
| 1月1日<br>~1月21日 | パブリックコメント               | 燕市観光振興プラン(素案)のパブリック<br>コメント                |
| 2月3日           | 第2回燕市観光振興<br>プラン策定検討委員会 | 燕市観光振興プラン案についての協議                          |
| 2月25日          | 市議会議員協議会                | 燕市観光振興プラン案について(最終説明)                       |



# 燕市観光振興プラン

令和8(2026)年3月



## 【編集・発行】

燕市産業振興部観光振興課

〒959-0295 新潟県燕市吉田西太田 1934 番地

TEL:0256(77)8233 FAX:0256(77)8306

URL:<http://www.city.tsubame.niigata.jp/>

E-mail:[kanko@city.tsubame.lg.jp](mailto:kanko@city.tsubame.lg.jp)