

柏崎市観光ビジョン

観光を柏崎の
力
に



1 観光ビジョンを策定するに当たって

我が国の観光業は、インバウンドで急成長を遂げ、平成26(2014)年に比較すると訪日客数は倍以上に伸びました。政府は、観光を日本経済の柱に育てようと、令和12(2030)年に6千万人という目標を掲げ、地方も訪日プロモーションを積極的に展開してきました。観光客が急増する一方で地域住民の生活への影響など、課題も浮き彫りになり、持続可能な観光の在り方について議論が始まりました。しかしながら、その直後に、新型コロナウイルス感染症の影響により観光地の景色は一変しました。令和2(2020)年4月の訪日客数は、前年同期比99.9%減と歴史に残る落ち幅となり、日本の観光業は大きな転換期を迎えることとなりました。

柏崎市の観光入込客数は、平成25(2013)年の約418万人から、平成30(2018)年には、約340万人と減少しています。年間の入込の約5割を占める、夏季(7月～9月)の観光とイベントが中心であり、これまで、通年観光の実現と通過型観光からの脱却を目標に進めてきましたが、観光入込客数の獲得に主眼が置かれ、前例踏襲型の取組を中心に行った結果、新たな仕組みづくりや具体的な打開策を見いだすまでに至りませんでした。

また、令和2(2020)年は、新型コロナウイルス感染症の影響により、飲食、宿泊業を中心に非常に大きな影響を受けました。市内の観光業は大きな転換期を迎えており、この危機を教訓とした、観光のスタイルを見いだすことが求められています。

2 なぜ、今、観光ビジョンを策定するのか

多くの人々から「柏崎」が選ばれるためには、何を新たに見だし、何を改善すべきなのか、何を残すべきなのかを見極め、今後の進むべき方向性や目標を明確にする必要があります。

また、新型コロナウイルス感染症の被害を教訓とした、今後の本市の観光の在り方を見だし、共有することが重要です。

このため、柏崎市の観光における諸課題を改めて認識し、新しい事に挑戦する意欲を持って進むべく柏崎市観光ビジョン(以下「観光ビジョン」という。)を策定します。

3 観光ビジョンの役割と期間

(1) 観光ビジョンの役割

観光ビジョンは、市民や事業者、団体、地域、行政などの多様な主体が、常に観光に対する意識を持って取り組んで行くことを目指します。

また、成功事例を作り上げ、市内事業者の機運を高めていきます。

(2) 観光ビジョンの期間

観光ビジョンの計画期間は、令和3(2021)年度から令和7(2025)年度とします。

計画前半の2年間は新型コロナウイルス感染症からの「立て直し・再編の期間」とし、後半3年間は「事業者自らが自立し、実行する期間」として、位置づけ取組みを進めます。

ただし、社会情勢の変化などについて常に情報収集を行い、必要な見直しを行います。

年度	令和 3(2021)年度	令和 4(2022)年度	令和 5(2023)年度	令和 6(2024)年度	令和 7(2025)年度
	立て直し・再編の期間		事業者自らが自立し、実行する期間		

II 本市の観光において認識しなければならない諸課題

観光は、スマートフォンの普及により劇的に変化しました。特に、旅行については、体験型のコンテンツが主流となりました。

また、旅行について、その販売は、店頭からネットへ、団体から個人へと変わり、従来の観光の在り方をマーケティングや情報発信を含め、改めて見つめ直す必要があります。

さらに、新型コロナウイルス感染症の影響により、これからの観光はよりゆったりとした空間、より安心できる環境づくり、接客、「おもてなし」が求められています。

安さを競い集客数の増加を目指す従来の手法からその地域らしさやブランド価値を大切にする質重視に変わるものと考えられます。

今後の観光の取組を進める上で、認識しなければならない諸課題を以下のとおり整理しました。

- 1 観光を積極的に進めていく上で、情報発信は重要な手段です。現在、市や観光協会を中心にホームページ等による発信のほか、毎年、パンフレットやポスターを作成し、市内の事業者や近隣の市町村の公共施設を中心に配布しています。しかしながら情報を発信することだけで満足している感があり、ターゲットの明確化や費用対効果などの検証が不足しています。内容についても常に新しい情報やお客様が必要とする情報が届いておらず、柏崎市の観光における最大の弱点は、情報発信であるといえます。
- 2 柏崎市の観光の中心は「夏」です。最盛期には100万人ともいわれた海水浴客は、令和2(2020)年には、約18万人となりました。これまで「海の柏崎」を牽引してきた海の家、民宿も減少している中、海水浴を中心とした時代からニーズの変化に対応できていません。
- 3 柏崎市の観光の柱の一つである、イベント客数についても、年々減少傾向にあり、イベントを運営する組織の経済的な問題やマンパワーの低下が原因となっています。現在、市内のイベントは、開催すること、継続していくことが目的になっており、効果の検証や本来の目的に向けた展開に発展していない現状にあります。
- 4 市内の観光施設については、当初の建設から社会環境や、ニーズの変化があるにもかかわらず、施設を維持管理することに主眼が置かれ、集客につながっていません。
- 5 行政においては、施設の管理やイベントの運営が中心になっており、市内での情報共有や連携、必要な情報収集、現状分析が不足しており、課題解決につながっていない現状にあります。
- 6 新型コロナウイルス感染症の拡大により、休業要請や外出自粛の中で、観光業の中心である、飲食、宿泊業などが大きな影響を受けました。地域経済についても通常の状態に回復するまでには時間を要すると考えていますが、今回の経験を踏まえ、感染症予防と両立した観光の取組を検討していく必要があります。

Ⅲ 将来に向かっての目標

1 将来の目標

市民の皆さんから誇りある、元気な柏崎を感じていただくためには、観光の持つ力が重要です。市民を始め、本市の観光に関わる全ての人々と様々な諸課題に対して共有点を見いだしながら、稼ぐ力を身に付け、地域の力にすることを目指します。

「観光を柏崎の力に」

2 基本戦略

将来の目標を実現するため、計画期間内に実行する3つの基本戦略を以下のとおり定めます。

戦略① 「資源」のブランド化と「商品」への転換

「資源」を「資源」のままで終わらせず、「商品」として売り出していく必要があります。「資源」のブランド化を図りながら、「資源」と「資源」、「資源」と「人」、「資源」と「食」などの組合せにより新たな価値を創ります。

戦略② 市民参加型の組織で「商品」をつくる

市民自らが、商品開発に関われるよう組織化を行います。将来的には、観光教育を行う機関としての機能を加え、次の担い手を育成します。

戦略③ 「商品」を売り込む

情報を発信するだけでなく、お客様から「検索」、「拡散」いただける商品開発や情報内容とし、共感する人々を増やします。

また、常にターゲットを意識した情報内容とし、県外だけでなく、新潟県内へのプロモーションも積極的に行います。

3 リーディングプロジェクト

3つの基本戦略を実現するため、観光ビジョンを先導するリーディングプロジェクトを設定します。

プロジェクト ①

事業名	事業概要等
道の駅「風の丘米山」の再整備	道の駅「風の丘米山」に日本海フィッシャーマンズケープを追加し、再整備を行う。

プロジェクト ②

事業名	事業概要等
(仮称)「柏崎×柏崎」観光キャンペーンの展開	新潟県内や長野県、群馬県などの隣県を対象とした、観光キャンペーンを観光協会、市内事業者、JRなどの関係機関と連携し、展開する。

プロジェクト ③

事業名	事業概要等
「かしわざきセントラルビーチ」の開発	みなとまち海浜公園海岸部一帯にアウトドアエリアを整備する。

プロジェクト ④

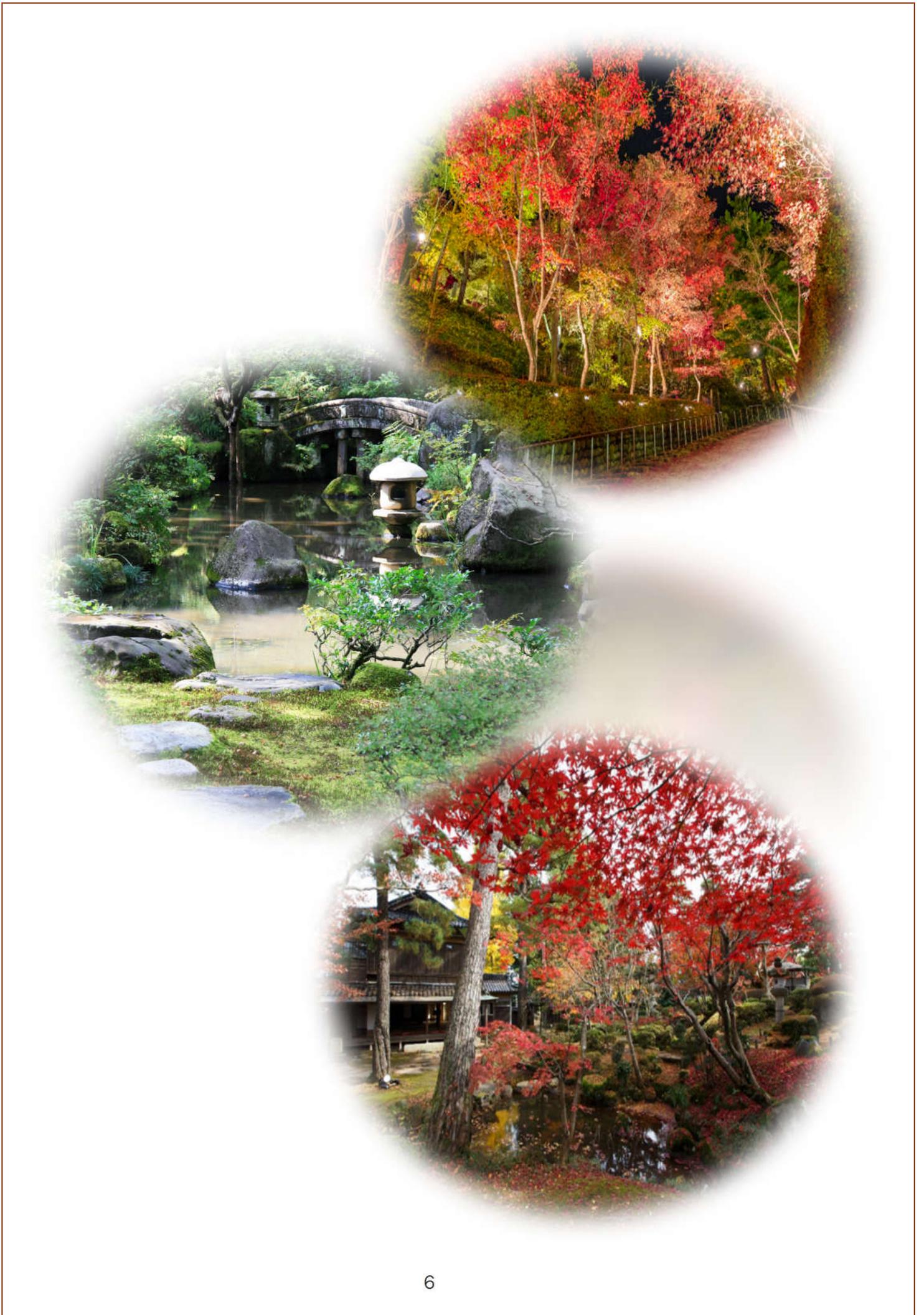
事業名	事業概要等
三庭園(松雲山荘・秋幸苑(飯塚邸)、貞観園)プレミアムガーデンツアーの開発	三庭園(松雲山荘・秋幸苑(飯塚邸)、貞観園)に、食、文化(伝統芸能、生花、茶席等)を組み合わせた商品開発を行い、積極的に展開する。

4 目標指標

3つの基本戦略を推進することにより、以下に掲げる目標を達成することを目指します。

なお、目標指標については、前半2年間の新型コロナウイルス感染症からの「立て直し・再編の期間」終了後に検証を行い、見直しを行います。

目標指標	現在値(令和元(2019))	目標値(令和4(2022)年度)
市内インターチェンジの乗降車数 (西山IC、柏崎IC、米山IC)	3,182,500 台	3,200,000 台
海水浴場の入込客数	573,660 人	600,000 人
新たな海の活性化策における入込客数 (柏崎港観光交流センター(夕海)、番神自然水族館、かしわざきセントラルビーチ)	7,811 人 (夕海:7,383 人) (番神自然水族館:428 人) (かしわざきセントラルビーチ:-)	37,950 人 (夕海:35,000 人) (番神自然水族館:450 人) (かしわざきセントラルビーチ:2,500 人)
産業観光客数	556,670 人	560,000 人
(一社)柏崎観光協会の会員数	183 会員(賛助会員含む)	220 会員(賛助会員含む)



1 常に新しい視点と市民が満足する商品開発

まずは、ここに暮らす市民一人一人が、今、現在持つ輝き無くさず、これを磨き、組み合わせ、発信していくことが将来的な観光の発展につながります。

柏崎市の観光商品を確立するため「資源」のブランド化を図りながら、「資源」と「資源」、「資源」と「人」、「資源」と「食」などの組合せによる、ストーリー化やパッケージ化に力を入れます。具体的には、松雲山荘、秋幸苑(飯塚邸)、貞観園の周遊コースの開発や、秋幸苑(飯塚邸)とフレンチの組合せなど、インバウンドも意識した新たな取組に挑戦します。

米山プリンセスの生産やヒゲソリダイの養殖など、食のブランド力を高めるための取組みを進めるとともに、食資源を活かした商品開発を積極的に展開します。

また、市内観光施設の魅力や特徴を改めて確認し積極的に売り出します。

新型コロナウイルス感染症からの再生に向けて

当面の観光は、団体から個人客へ、さらに「少し足を伸ばした」規模の旅行が主流になると予想されることから、新潟県内も重要なターゲットとした取組を行います。既存の資源を掘り起こし、これまでと違った視点を加えながら、質を重視した商品開発を進めます。

また、大きな影響を受けた「じよんのび村」や「柏崎海洋センター（雷音）」については、公共施設の役割として、感染症予防など安心感の醸成、ビジネス支援環境の整備などによる新しい経営のスタイルを市内事業者提供してまいります。

計画期間内に取り組む主な事業

事業名	事業概要等
三庭園(松雲山荘・秋幸苑(飯塚邸)、貞観園)プレミアムガーデンツアーの開発	三庭園(松雲山荘・秋幸苑(飯塚邸)、貞観園)に、食、文化(伝統芸能、生花、茶席等)を組み合わせた商品開発を行い、積極的に展開する。
米山プリンセスの生産拡大とブランドの確立	米山プリンスの生産拡大とあわせ、積極的なプロモーション活動を行い、ブランドイメージを確立する。
「奇跡のレストラン」のオープン	飯塚邸を舞台に「奇跡のレストラン」として、柏崎産の食材を活用したフレンチなどの料理を提供する。
JR 柏崎駅を拠点とした新たな観光事業の展開	JR 柏崎駅を拠点とした新たな観光事業の展開を検討し、経済循環の醸成や公共交通機関の乗降数拡大を目指す。
「(仮称)HAPPY TASTE プロジェクト」の展開	ヒゲソリダイなどの共通の柏崎の食材を活用し、それぞれの飲食店が自身の特徴をいかながら商品開発を行い、事業展開を行う。
新たな宿泊スタイルの確立	じよんのび村及び柏崎海洋センターを拠点に、K・vivo、まちからなどとの連携により、ワーケーションなどの新たな宿泊スタイルを確立し、企業と事業提携を行う。
「大人の遠足ツアー」の開発	「柏崎を歩く」をコンセプトとした地域単位での周遊コースの開発を行い、売り出す。

2 徹底的な情報発信の改革

正確でリアルな情報発信と、個人、団体それぞれ必要な情報を明確にするための現状把握をしっかりと行います。これまでのイメージのみを伝えるポスター・パンフレットからWEBを中心とした情報発信に転換し、特に食の情報発信に力を入れます。

常にターゲットを意識した情報内容とし、新潟県内のプロモーションを積極的に行うほか、埼玉、群馬、長野の各県を中心に、各県の大型商業施設や飲食店などを活用した取組に力を入れます。

また、各世代に合った媒体を見極め、SNSについては、発信する媒体ではなく、発信させる媒体として視点を変え、有効に活用します。

新型コロナウイルス感染症からの再生に向けて

新型コロナウイルス感染症の影響により、旅行や観光の早期の回復は期待できず、まずは、情報発信が重要となります。現在、本市の観光の情報は、様々な団体がそれぞれの情報を発信しています。これらを一元化するとともに、観光協会が中心となって、事業者自らが情報発信できる仕組みを作り、常に生きた情報を提供します。

また、新潟県内や長野県、群馬県などの隣県を対象とし、ミシュランガイドに掲載される市内料理店などと連携しながら、柏崎市独自の観光キャンペーンを展開し、市内事業者の機運を高めます。

計画期間内に取り組む主な事業

事業名	事業概要等
(仮称)「柏崎×柏崎」観光キャンペーンの展開	新潟県内や長野県、群馬県などの隣県を対象とした、観光キャンペーンを観光協会、市内事業者、JR などの関係機関と連携し、展開する。
柏崎市内の観光情報の一元化	市内の既存の観光情報を一元化し、より効果的な情報発信を進める。
柏崎ローカルメディアプロジェクトの展開	市内事業者自らが情報発信できる仕組みを作り、積極的な情報発信を展開する。
外部人材の活用と連携強化	市外の事業者などと連携し、外国人観光客の受入れ環境の整備、情報発信力の強化を進める。

3 多様な資源をいかした海の柏崎へ

海という柏崎市の大切な財産を有効にいかしていくため、これまでの海水浴を中心とする観光からの転換に早急に取り組まなければなりません。

みなとまち海浜公園海岸部において、キャンプ、バーベキューなどのアウトドアレジャー、サップ、カヤックなどのマリンスポーツのほか、ビーチスポーツなどを楽しんでいただけるような環境整備とルール化を進め、海の持つ可能性を追求します。

また、令和元(2019)年にオープンした「米山こども海水浴場」に加え、新たな視点を持ってそれぞれの海水浴場の特色を作ります。さらに、海の柏崎の拠点として、柏崎港観光交流センター(夕海)の機能強化、道の駅風の丘米山の再整備を実現します。

新型コロナウイルス感染症からの再生に向けて

これからの観光は、「安全・安心」が前提となります。これまでライフセーバーとの連携により築き上げてきた、「安全な海」にさらに対策を徹底し、柏崎の海を売り出します。

あわせて、みなとまち海浜公園を拠点とする「かしわざきセントラルビーチ」など新たな海の楽しみ方を確立します。

計画期間内に取り組む主な事業

事業名	事業概要等
「かしわざきセントラルビーチ」の開発	みなとまち海浜公園海岸部一帯にアウトドアエリアを整備する。
柏崎港観光交流センター(夕海)の活性化	物産、飲食、観光案内を中心に、市民にも親しまれる施設としてリニューアルを行う。
番神自然水族館の環境整備と魅力づくり	仮設通路の整備を行い、安全に楽しみ、学べる環境を整える。
ライフセーバーの確保のための支援	柏崎の海を守る「ライフセーバー」の確保に向け、研修や宿泊環境の整備を行う。
「柏崎の海の日」の創設	「柏崎の海の日」を創設し、「海」という本市の大切な財産を次の世代に伝えるきっかけとするとともに、「海の日」にちなんで、毎年、「食」や「釣り」、「アウトレジャー」などの海の楽しみ方を体験していただきながら、本市の海を積極的に発信する。
道の駅「風の丘米山」の再整備	道の駅「風の丘米山」に日本海フィッシャーマンズケープを追加し、再整備を行う。
個性豊かな海水浴場の環境づくり	市内15の海水浴場それぞれの「特色」や「売り」を創り、プロモーションを行う。



4 個々の活動をつなぐ仕組みづくり

柏崎市の観光の取組の中心は、(一社)柏崎観光協会です。(一社)柏崎観光協会は、令和2(2020)年4月1日に市内3つの観光協会と統合し、高柳町、西山町両地域の魅力発信を含め、「稼ぐ観光」を目指し、事業を展開しています。(一社)柏崎観光協会とは、市内事業者と市との最大のパートナーとして連携を強化します。

市民や事業者、団体、地域、行政などのネットワーク化を図るとともに、それぞれのアイデアを実行につなげる運営組織の構築を進めます。これに加え、将来的には、観光教育に力を入れ、次の担い手を育成します。

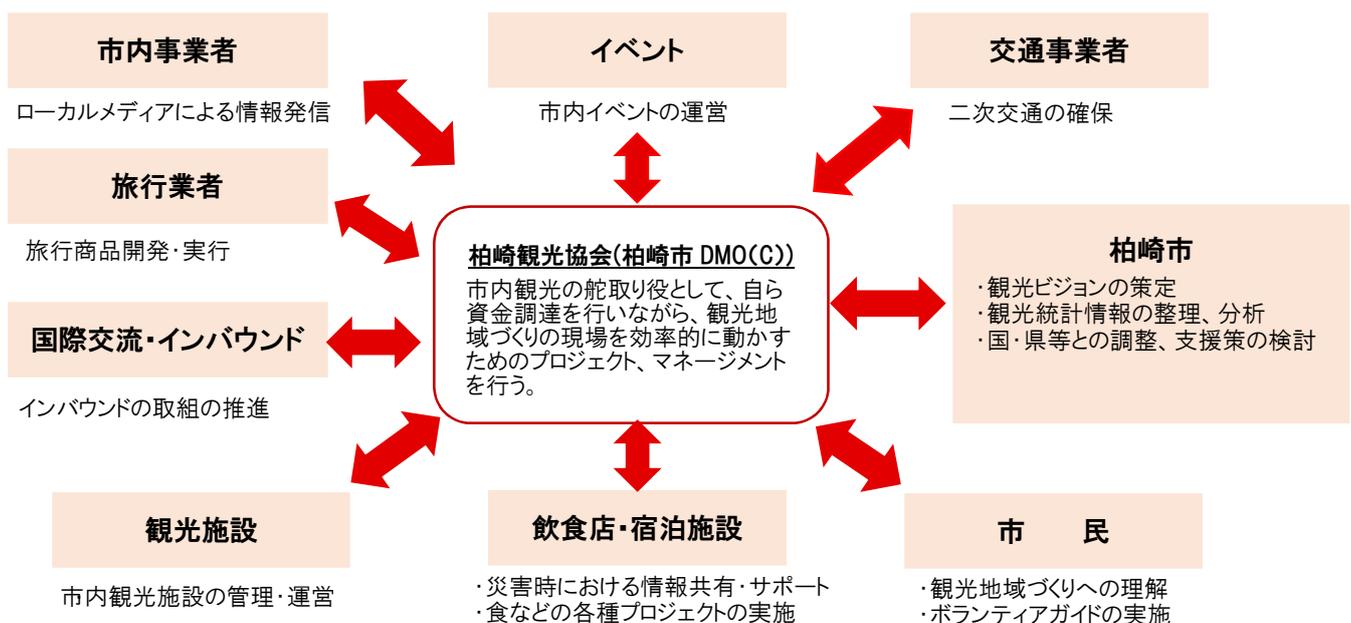
新型コロナウイルス感染症からの再生に向けて

今回の経験を踏まえ、日常から災害への備えと、災害発生時のリスクを最小限に留めるための仕組みづくりが重要です。しかしながら、飲食店等については、個々の活動には限界があることから、(一社)柏崎観光協会が中心となったネットワーク化を進め、情報の共有やサポート、災害発生時における共通の対応策を行うための体制づくりを進めます。

計画期間内に取り組む主な事業

事業名	事業概要等
(一社)柏崎観光協会の体制強化	観光協会が核となり、市民及び様々な業種の事業者が情報共有や共通の対策などの取組ができる仕組みづくりを進めるとともに、同協会が本市のDMO(C)としての役割を担うよう体制を整える。

図 将来の目標とする観光協会(DMO(C))の姿(例示)



5 民間の力が十分に発揮できるための行政の役割

常に情報収集に努め、市内での情報共有や連携を徹底し、必要な情報を民間とも共有します。

また、(一社)柏崎観光協会を中心に、官民の連携を積極的に図ります。

これまでの仕組みや取組を踏襲するのではなく、情報発信、企画、運営に力を入れ、民間委託を積極的に進めます。その際には、求める成果を示し、しっかりと検証を行います。

新型コロナウイルス感染症からの再生に向けて

(一社)柏崎観光協会、柏崎商工会議所と連携を密にし、新型コロナウイルス感染症の市内事業者への影響や国、県の動向を常に把握し、必要な支援策や取組を適時適切に行います。

また、令和2(2020)年は、イベントのほとんどが中止となりましたが、この期間を活用して、それぞれのイベントの在り方や運営手法について、主催者と改めて検討します。

計画期間内に取り組む主な事業

事業名	事業概要等
観光統計情報の見える化の構築	新潟県観光協会と連携し、観光における様々な統計情報の一元化を行い、市内事業者等と共有する仕組みを構築する。
コレクション3館の在り方の検討	道の駅「風の丘米山」の再整備と合わせ、コレクション3館の在り方を検討する。
ぎおん柏崎まつりなど市内イベントのアウトソーシングの検討	ぎおん柏崎まつりなど、市内イベントのアウトソーシングを検討する。

本計画に掲げる目標や戦略を着実に実現するため、施策・事業や目標指標の状況を把握し、検証を行うとともに、新型コロナウイルス感染症の影響や、社会情勢の変化などについて常に情報収集を行い、必要な見直しを行います。

このため、市民参加による評価を実施するとともに、常に旅行者等のニーズを把握し、必要に応じて、専門家の助言と協力を受けながら、進行管理を行います。

	令和3(2021)年度	令和4(2022)年度	令和5(2023)年度	令和6(2024)年度	令和7(2025)年度
	立て直し・再生の期間		事業者自らが自立し、実行する期間		
目標数値	改善		向上		
地域ターゲット	新潟県内、隣県を中心とした事業展開		首都圏を中心とした事業展開		
1 常に新しい視点と市民が満足する商品開発					
「三園めぐりツアー」の開発・実行	開発	実行			
米山プリンセスの生産拡大とブランドの確立					
「奇跡のレストラン」のオープン	準備	オープン			
JR柏崎駅を拠点とした新たな観光事業の創出					
「(仮称)HAPPY TASTE プロジェクト」の展開					
新たな宿泊スタイルの確立	開発	運用開始			
「大人の遠足ツアー」の開発・実行	開発		実行		
2 徹底的な情報発信の改革					
(仮称)「柏崎×柏崎」観光キャンペーンの展開	プレ開催		本開催		
柏崎市内の観光情報の一元化	一元化	運用開始			
柏崎ローカルメディアプロジェクトの展開	システム化	運用開始			
外部人材の活用と連携強化					
3 多様な資源を活かした海の柏崎へ					
「かしわざきセントラルビーチ」の開発		試行実験	正式オープン		
柏崎港観光交流センター(夕海)の活性化					
番神自然水族館の環境整備と魅力づくり	整備				
ライフセーバーの確保のための支援					
「柏崎の海の日」の創設					
道の駅「風の丘米山」の再整備		再整備	運用開始		
個性豊かな海水浴場の環境づくり		環境整備	運用開始		
4 個々の活動をつなぐ仕組みづくり					
柏崎観光協会の体制強化		検討(ネットワークづくり)		組織化	
5 民間の力が発揮できるための行政の役割					
観光統計情報の見える化の構築	構築	運用開始			
コレクション3館の在り方の検討		検討	意思決定		
ぎおん柏崎まつりなど市内イベントのアウトソーシング		検討		実行	



VII

既存の取組や資源をさらに魅力あるものとするために（具体的な展開例）

「海の大花火大会」など柏崎市の観光の柱の一つであるイベントは、1年を通じて数多く開催されています。これらの取組を一過性のものとしなため、ネットワーク化を図り、主催団体等とも連携を密にします。

イベントと宿泊プランの開発などあらゆる角度から可能性を追求するとともに、魅力ある資源や食、文化などの組合せによる新たな商品開発を進めます。

この度、市民、市議会議員など多くの皆さんから、具体的な展開例を提案いただきました。今後は、これら具体的な展開例を参考に、様々な組合せのなかで、新たな価値をつくり、商品化していきます。

米山ガーデン	×	松雲山荘	×	市内酒蔵	×	市内飲食店
酒蔵めぐり	×	市内工場見学	×	地酒提供飲食店	×	宿泊
市内工場見学	×	市内事業所見学(遊歩道)	×	駅前公園(遊び)	×	えんま堂

撮り鉄エリア(鯨波海岸)	×	サーファーエリア(大湊、高浜)	×	柏崎PRツアー企画
米山	×	黒姫山	×	八石山
佐渡弥彦米山国定公園	×	旧国民休養地	×	市内観光物産施設
イチジク	×	収穫体験	×	お土産
かしわざきセントラルビーチ	×	砂浜あそび・鬼ごっこ・ビーチフラッグス	×	ライフセーバー
市内飲食店	×	柏崎の大盛り文化	×	観光名所
かしわざきセントラルビーチ	×	アウトドアブランド	×	釣具店
ボードゲーム	×	屋内観光施設	×	地元グルメ
門出神社	×	門出和紙	×	祝いごと
柏崎の花火	×	長岡の花火	×	新潟の花火
アクアパーク	×	観光施設	×	市内宿泊施設
恋人岬	×	胞姫神社	×	鯛茶漬
地場産野菜	×	地場産米	×	地場魚
酒蔵めぐり	×	地場産米	×	温泉
日本海体験	×	地場産米	×	地場魚
博物館プラネタリウム	×	市内でのいちご狩りなど	×	恋人岬
西山町地域観光物産施設	×	海水浴	×	市内オートキャンプ場
木村茶道美術館	×	市内宿泊施設(鯛茶漬)	×	伝統工芸見学
笠島もずく	×	潜水体験	×	海鮮バーベキュー
市内美容院(浴衣着付け)	×	木村茶道美術館(茶席体験)	×	松雲山荘(庭園散策)





柏崎マラソン	×	特産品	×	旅行会社
かしわぎきセントラルビーチ	×	柏崎港観光交流センタータ海	×	柏崎海洋センター(シーユース雷音)
貞観園	×	棚田	×	じよんのび村(宿泊)
国民休養地	×	サバイバルゲーム	×	キャンプ
門出和紙	×	門出かやぶきの里	×	市内文化施設
市内在住外国人	×	柏崎観光協会	×	トリップアドバイザー
西山連峰(春の散策)	×	西山町別山(カタクリの群生)	×	市内古民家レストラン
水のふるさとめぐり(ダム)	×	さけのふるさと公園	×	宿泊施設
釣り	×	柏崎港観光交流センタータ海	×	市内釣具店
マリンスポーツ	×	市内カフェめぐり	×	伝統工芸見学
市内飲食店	×	高級デザート	×	市内宿泊施設
青海川駅	×	恋人岬	×	市内カフェ
遊覧船	×	恋人岬	×	市内観光物産施設
花火	×	ゆうぎ(宿泊)	×	西山町地域観光物産施設
番神自然水族館	×	夢の森公園(昆虫採集等)	×	柏崎海洋センター(シーユース雷音)
番神自然水族館	×	こども自然王国(昆虫採集等)	×	じよんのび村(宿泊)

高柳産の麦	×	かやぶきの里での貯蔵
木喰仏	×	貞観園・飯塚邸・木村茶道美術館
釣り体験	×	谷根ダム
海水浴	×	ドライブインシアター
キャンプ	×	米山登山
キャンプ	×	じよんのび村(日帰り温泉)
刈羽三山	×	トレイルラン
さけのふるさと公園	×	青海川海岸ダイビング
胞姫神社	×	枝豆(葉酸)
かしわぎきセントラルビーチ	×	スカイスポーツ
柏崎マラソン	×	秋の収穫祭
農村体験交流施設「田舎の学校きらら」	×	綾子舞公演
スポーツフィッシング	×	農業用ダム
大規模屋台	×	音楽フェス
各種カード(ダム、岬、マンホール等)	×	宿泊施設

私たちの住む柏崎市は、魅力ある資源の宝庫です。この度、多くの皆さんから柏崎の資源などの組合せのパターンを数多くご提案いただきました。

今後はこれら具体的な展開例を参考に新たな価値をつくり、商品化していきます。





柏崎市観光ビジョン

令和2(2020)年11月

編集・発行 柏崎市産業振興部商業観光課



表紙:かしわざきセントラルビーチ

柏崎の海の新たな楽しみ方のひとつとして令和 2(2020)年 8 月にキャンプ、バーベキューエリアとしてオープンしたかしわざきセントラルビーチ。

当エリアは、夕日はもちろん、波の音と満天の星空を満喫できる私たち柏崎市の自慢のロケーションを舞台とした新しい取組で、多くの皆さんから共感をいただいています。柏崎市観光ビジョンは、自分の住むまちの宝(資源)に誇りを持ち、新しい事に挑戦する意欲を持ってこれからの観光を進めるための足掛かりとして策定いたしました。