

2026年3月24日

新潟県知事 花角 英世 様

指定管理者
ホテル朱鷺メッセ株式会社
代表取締役社長 栗山 敏昭

2026年度朱鷺メッセ展望室事業計画書について

このことについて、展望室（朱鷺メッセ）の管理に関する基本協定書第10条第1項に基づき提出します。



2026年度 朱鷺メッセ展望室事業計画書

ホテル朱鷺メッセ株式会社

朱鷺メッセ展望室事業計画書

1. 運営計画

(1) 基本方針

令和7年度の年間来館者数は48万人以上となる見込みであり、展望室が「新潟のランドマーク」として確固たる地位を築いていることを示している。

令和8年度は、新潟港へのクルーズ船寄港増加を好機と捉え、「寄港地観光の拠点化」を新戦略として推進する。

単なる立寄り施設ではなく、新潟の魅力を一望・体感・発信できる“玄関口”としての機能強化を図る。

- ・「景観」「夕日」「夜景」「冬景色」「曇天美」など四季折々の情景価値の発信
- ・各市町村との連携による「祭」「食」「体験」「伝統文化」情報の継続発信
- ・SNSを活用したリアルタイム情報発信

を強化し、県内外・海外から選ばれる観光拠点として、令和7年度を上回る来館者数50万人を目標とする。

(2) 事業計画

①来場者増加に向けた具体的方策

1)「ホテル日航ビアフェスタ 2026」の開催

2026年6月27日(金)～8月31日(日)、9月5日(金)・6日(土)

計68日間開催予定。目標集客7,000名。

- ・展望室ならではの「日本海の夕日×ビール」という付加価値の訴求
 - ・地元クラフトビール・新潟食材の積極導入
 - ・SNSフォトキャンペーンによる若年層集客
- を実施し、夜間利用の強化と客単価向上を図る。

2)クルーズ船ツアー客の受入強化

新潟港寄港時の観光動線に組み込み、

- ・ウェルカム演出(歓迎ボード・多言語案内)
- ・館内での新潟物産ミニフェア
- ・展望ガイドタイム(英語対応含む)

を実施。

近隣市町村と連携し「食」「物」「文化」を館内で展開し、展望室を“観光ハブ機能”へ進化させる。

3) 新潟の魅力発信強化

県・市町村・海上保安庁などと連携し、「海」「食」「祭」「体験」などの観光情報を館内で発信。

伝統工芸品や名産品の展示販売を通じ、近隣地域への周遊促進を図る。

<開催予定>

- ・2026年4月～6月：「新潟伝統工芸品」手ぬぐい展示、阿賀野市観光PR
- ・2026年5月～6月：加茂市観光PR「賀茂川鯉のぼり」展示
- ・通年計画：伝統工芸品PR活動
- ・通年計画：季節型ワークショップ（月1回開催目標）

4) 団体ツアー・修学旅行生の取り込み強化

- ・地元・近県旅行代理店への営業強化
 - ・修学旅行向け「新潟学習プログラム（港湾・防災・産業解説）」の造成
 - ・団体宿泊とのセット夕食プラン販売
- により、平日稼働率向上を図る。

5) 催事誘致活動の強化

ホテル営業部署と連携し、

- ・過去利用顧客への再提案
- ・企業周年行事・懇親会の誘致
- ・近隣県エージェントへの営業強化

を実施。展望室を“特別感ある会場”として再訴求する。

6) 自社イベント企画の推進

共同イベントを年間計画として体系化し、四半期ごとに明確なテーマを設定した展開を行う。

展望室の強みである「眺望」「高さ」「時間帯による表情変化」を最大限に活かし、“ここでしか成立しない体験型イベント”の創出を推進する。

- ・地元TV局との番組連動企画（公開収録・生中継・特別番組制作）
 - ・新潟県立万代島美術館との展示連動企画
 - ・ネーミングライツ企業とのブランドタイアップイベント
 - ・地元アーティストによるライブ・トークセッション・作品展示
- との連携により、「展望室でしか体験できない」コンテンツを創出する。

②サービス内容の充実

1) 無料休憩スペース拡充

四季の景観を快適に楽しめるようテーブル・椅子の増設を検討。
滞在時間延長＝満足度向上＝SNS 発信増加を狙う。

2) 省エネ対策について

空調最適化、照明 LED 化を県と協議し段階的に実施。
環境配慮型施設としてのブランド価値向上を図る。

3) パンフレット設置強化

県内外観光情報を幅広く設置し、「情報拠点」としての機能を強化。

4) 売店の魅力向上について

売店・飲食物販コーナーは、「新潟らしさ」と「旬」を明確なコンセプトとし、
四半期ごとに商品構成の見直しを実施する。
単なる土産販売に留まらず、「展望室で出会う新潟」を体現できる商品ラインナ
ップを構築する。

①テーマ型商品展開

- ・春：いちご・桜・酒蔵関連商品
- ・夏：枝豆・日本酒・涼菓
- ・秋：新米・柿の種・発酵食品
- ・冬：米菓・地酒・温感食品

など、季節性を打ち出した売場演出を行い、来館時期ごとの購買動機を創出する。

②催事・クルーズ寄港時の特別強化

クルーズ船寄港時や館内大型催事開催時には、

- ・新潟伝統工芸品の拡充販売
- ・英語表記を含む商品説明 POP 設置
- ・小型・軽量・高付加価値商品の強化
- ・「寄港記念」「数量限定」商品の企画販売

を実施し、インバウンド需要および団体客の購買意欲向上を図る。

③展望室限定商品の開発

・「ここでしか買えない」価値創出のため、展望室オリジナルパッケージ米菓
など、限定性・希少性を訴求する商品開発を進める。

5) 電子アンケート活用強化

来館者の声を迅速に運営改善へ反映させるため、電子アンケートの活用を一層強化する。

回答率向上施策として、回答者へ「新潟米菓」個袋1袋をプレゼントするインセンティブ施策を継続実施。

6) 環境整備活動の実施

信濃川沿いクリーン活動を実施。

展望後のリバーサイド散策を促進し、地域一体型観光へつなげる。

(3) 広報計画

①専用パンフレット配布

各種セールス先や関係機関、団体へ展望室専用パンフレットを配布する。要望先には郵送での対応も可能。

②施設・イベント情報の発信

主に下記手段を活用して、展望室の施設情報やイベント情報を広く発信する。

- ・展望室専用ホームページ
 - ・ホテルSNS（フェイスブック、インスタグラム）
 - ・新潟観光ファンクラブ「Niicle」専用ホームページ
 - ・ホテルでの会員組織（One Harmony 会員）へのメール配信
 - ・県内関係各所へのイベントチラシ・ポスターの配付、設置
 - ・TV放映によるCM放送
 - ・新潟県の告知紙面や県庁のデジタルサイネージでの掲載
- さらに、インフルエンサー招聘や動画コンテンツ制作も検討する。

2. 安全対策

来館者の「安全・安心」を最優先とする。

- ・毎日の巡回警備・機械警備
 - ・混雑時の入場規制・誘導強化
 - ・消防計画に基づく防災訓練徹底
 - ・夜間不在時のホテル当直者対応体制明確化
- 危機管理マニュアルの定期更新を実施する。

3. 維持管理業務

(1) 一体性管理業務

万代島ビル管理組合と連携をとりながら、円滑に業務を行う。

(2) 日常管理業務

ホテルの運営と協力しながら、展望室スタッフ、ホテル施設担当者、全従業員の教育・訓練を実施し、万全の体制を目指す。

(3) 施設維持管理業務

下記の館内設備更新・修繕工事について検討をしていく。

- ・展望室照明 LED 化
- ・電動ロールスクリーン取付
- ・EV8 号機かご内クーラー更新
- ・展望室系統室外機雪氷対策
- ・「パノラマ」高天井部の排気ファン更新

(4) 清掃業務

地元企業で実績と信頼のある専門会社への業務委託により実施する。

以 上

5. 収支計画

(1) 収入

単位：千円

項目	2025年度実績見込	2026年度計画
利用料金収入	15,306	8,492
催事等利用承認分	8,736	1,922
飲食店・売店設置承認分	6,570	6,570
ネーミングライツ料	1,320	1,320
壁面広告掲出に係る広告料収入	700	700
飲食店・売店の運営等に係る収益	4,000	6,750
指定管理料	11,293	11,428
収入計	32,619	28,690

(2) 支出

項目	2025年度実績見込	2026年度計画
人件費	2,622	2,745
正社員	2,622	2,745
臨時職員	0	0
施設維持管理費	22,667	25,187
光熱水費	8,054	8,551
一体性管理費	3,780	4,896
共用部分管理費	1,703	2,805
特別修繕工事費	2,000	1,367
損害保険料(共用部分に係るもの)	54	58
清掃費	2,760	3,000
日常管理業務	4,316	4,510
来場者誘導案内	4,015	4,265
消耗品・施設修繕	301	245
事務費	527	85
HP・PC等経費	497	15
文具・電話料等	30	70
その他	648	648
壁面広告掲出に係る県への使用料支出	648	648
営業雑貨	0	0
支出計	26,464	28,665

(3) 収支

項目	2025年度実績見込	2026年度計画
収入計	32,619	28,690
支出計	26,464	28,665
収支計	6,155	25

以上