

## 日本版DMO形成・確立計画

## 1. 日本版DMOの組織

申請区分	地域DMO	
日本版DMO候補法人の名称	一般社団法人 佐渡観光交流機構	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	区域を構成する地方公共団体 新潟県佐渡市	
所在地	新潟県佐渡市両津夷 384-11	
設立時期	平成30年4月1日	
職員数	25名(うち常勤21名)	
代表者(トップ人材:法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者)	(氏名) 本間雅博 (出身組織名) 佐渡連合商工会	平成30年6月より佐渡観光交流機構の理事長に就任。これまで畑野商工会長兼佐渡連合商工会長として、佐渡地域の商工業の発展に尽力してきた。また、佐渡新航空路開設促進協議会の会長として、離島佐渡における航空路の開設運動に取組むなど、幅広い方面で活躍している。
各種データの分析・収集等(マーケティング)の責任者(専門人材)	(氏名) 清永治慶「専従」 (出身組織名) 一般社団法人佐渡観光交流機構 専務理事(外部人材)	消費行動を分析することによって、民間や第三セクター企業のホスピタリティやサービス向上に尽力し、長年業績不振の業界であるスキー場業界において、その経営を改善、黒字化を達成し、成果を上げてきた。外部人材として、その経験と知識を活用できる。
企画プロモーション活動の責任者	(氏名) 菊地茂樹「専従」 (出身組織) 一般社団法人佐渡観光交流機構 部長	(一社)佐渡観光交流機構のプロモーション活動の責任者として統括してきた。島内の案内所の統括者として、窓口の品質向上に取り組んでいる。また、組織の総務、人事、財務、出納の責任者として組織運営を支えている。
旅行商品の造成・販売の責任者	(氏名) 浜本裕広「専従」 (出身組織名) 一般社団法人佐渡観光交流機構 部長	(一社)佐渡観光交流機構の旅行業取扱責任者として、多くの着地型商品の開発と販売の実績を上げてきた。また、国内誘客担当者として施策立案から誘客活動を行い、国内旅行会社との幅広いネットワークを有している。
観光地域づくりの責任者	(氏名) 佐藤達也「専従」 (出身組織) 一般社団法人 佐渡観光交流機構 主事	トキめき佐渡・新潟観光圏の事務局、観光地域づくりマネージャーとして、地域づくりの経験を積み上げてきた。また、外国人誘客の担当でもあり、地域の体験と外国人旅行者のマッチングに取り組んでいる。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	佐渡市産業観光部 観光振興課(観光振興) 世界遺産推進課(世界遺産推進) 地域振興課(移住交流・地域振興・商工振興・雇用促進)	

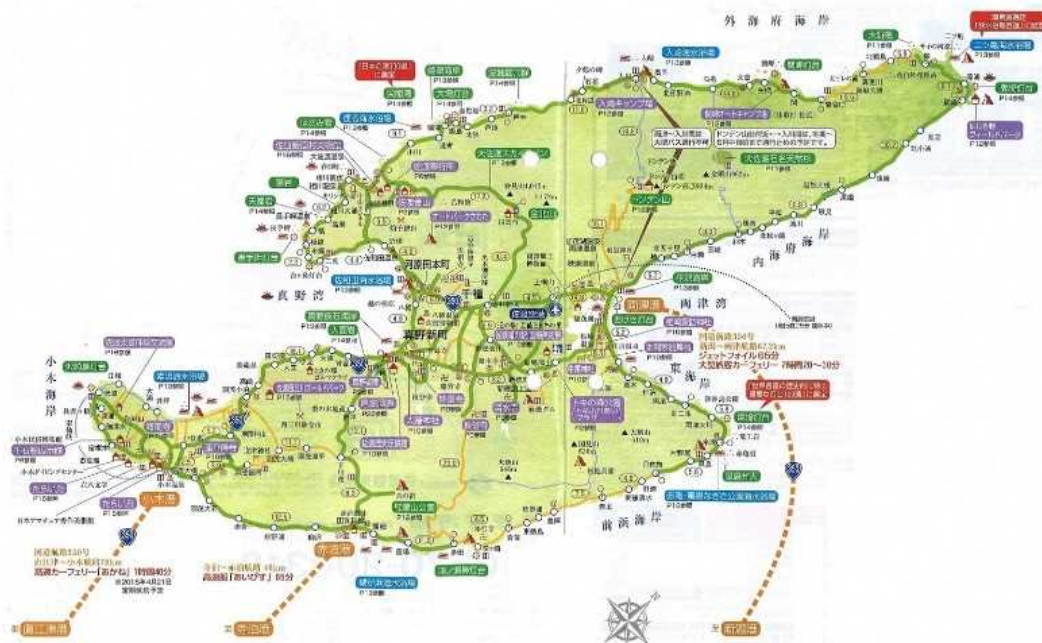
(別添)様式1

	<p>交通政策課(交通対策) 農林水産課・農業政策課(農林水産業振興・流通振興)</p>
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>【佐渡島内】 宿泊事業者、交通事業者、観光関連事業者、農業関連団体、商工関連団体、観光地域づくり団体などで構成する機構会員(約370団体)の他、佐渡観光地域づくり推進協議会(佐渡農協、佐渡漁業協同組合、森林組合、商工会、青年会議所、文化芸能団体、ジオパークガイド協会、トレッキング協議会等で組織されている)の運営に関わる中で各団体との連携について検討を進める。</p> <p>【佐渡島外】 「トキめき佐渡・にいがた観光圏」事業で連携してきた新潟市や、航路で結ばれた上越市・長岡市と誘客・宣伝活動に取組む。また新潟県観光協会や新潟・佐渡観光推進機構株式会社と外国人旅行者の誘客に向けた取組を進める。その他にも、本土側の主要公共交通拠点間のアクセス改善等、必要な連携を行う。</p>
<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>(該当する要件) 日本版DMOが行う取組に関する連絡調整を行うため、行政や関係団体から構成される協議会等をDMOとは別に設置すること。</p> <p>(概要) 多様な関係者が参加する「佐渡観光地域づくり推進協議会」を平成28年度に発足した。</p>
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<p>一般社団法人佐渡観光交流機構では、島内に散在する地域資源・魅力・人材などの佐渡の「宝」を整理し、観光・地域間交流・物産販売などにつなげ、地域運営の産業化を模索する。佐渡観光交流機構の組織内にある4支部(相川・真野・小木・両津)と連携し、将来的には地域枠内で、観光客の受け入れ態勢の構築や地域産業と観光のマッチングに取組む。また住民とともに進めていくその過程を意識啓発と参画の場とする。</p> <p>これら取組の他、意識啓発の場として講演会・シンポジウムを年に1~2回程度、佐渡観光地域づくり推進協議会と連携し開催している。</p>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要) ○一般社団法人 佐渡観光協会 佐渡観光協会は昭和9年に設立され、島内の市町村ごとにあった観光協会の取りまとめの役割を担ってきた。平成16年に島内の10市町村が合併し佐渡市になったことを契機に、平成18年に佐渡島内の観光協会を佐渡観光協会に統合した。</p> <p>平成19年に社団法人化し併せて事業領域の拡大を図るため、第3種旅行業を取得。その後、平成23年に第2種旅行業を取得し、現在では島内の事業者・生産者と連携し着地型商品の造成・販売を行っている。</p> <p>【主な事業】</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 観光案内所の運営(通年1カ所、年末年始の休み2カ所)</li> <li>2. 着地型旅行商品の造成・販売(窓口・電話・WEB)</li> <li>3. 旅行会社への商品造成の営業活動</li> <li>4. インパウンド誘客促進事業</li> <li>5. 佐渡観光ナビHPの運営(英語、中国語、ロシア語、韓国語)</li> <li>6. 佐渡市等からの受託事業</li> <li>7. 観光協会各支部による観光イベント事業支援</li> </ol>

	<p>8. 観光圏事業(新潟市) 対岸都市との連携事業(上越市、長岡市) 10. 「島の宝連盟(離島の観光協会の連携)」の取組と拡大 ○一般社団法人 佐渡地域観光交流ネットワーク 平成20年に農林水産省が推進する「子ども農山漁村プロジェクト事業」の担い手として佐渡地区農山漁村体験推進協議会を設立。その後、事業の拡大と法人化を図るため、平成25年10月に一般社団法人佐渡地域観光交流ネットワークを設立。平成26年1月に地域限定旅行業の認可を受け。教育旅行の受け入れ相談窓口と、農山漁村の地域の魅力開発と魅力に触れることのできる体験の造成を行う。</p> <p><b>【主な事業】</b> 1. 学生の農山漁村における民泊体験事業、自然体験のコーディネート 2. 一般観光客向けの農村街歩き「さどんぼ」の開発 3. 子ども向け体験商品「サドベンチャー」の開発 4. 教育旅行受け入れ相談窓口と誘致活動 5. ガイド・インストラクター研修の運営</p> <p>この両団体は平成30年4月1日付で合併し一般社団法人佐渡観光交流機構に組織改編した。</p> <p><b>【定量的な評価】</b> 着地型体験商品販売の実績 旅行事業の実績 佐渡観光入込者数の実績 島内観光立寄り施設の入館実績 宿泊実績 等</p>
実施体制	<p>(実施体制の概要) 一般社団法人佐渡観光協会と一般社団法人佐渡地域観光交流ネットワークを合併し、一般社団法人佐渡観光交流機構に組織改編し新たな観光推進体制を構築する。 両団体の強みを(誘客営業プロモーション活動・地域づくり開発活動)合併により発揮することにより、DMOの理念を実現する。両団体には多様な関係者が会員として参画することから、幅広く連携し事業に取り組む。 また、佐渡観光地域づくり推進協議会においては、佐渡市と共に機構が事務局として運営に関わり、KPIや事業評価を共有し計画の方向性について検討する。協議会の幹事会(専門グループ)にはDMOの職員が担当として関わり、事業の立案、取りまとめ等を行う。</p> <p>実施体制図 別紙 図1</p>

## 2. 日本版DMO候補法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

佐渡島は、日本海の中央にある国内最大の島であり、佐渡海峡を挟み、新潟港（新潟市）から67km、直江津港（上越市）から78km、寺泊港（長岡市）から46kmの海上に位置している。

平成16年には、両津市、相川町、佐和田町、金井町、新穂村、畑野町、真野町、小木町、羽茂町及び赤泊村の1市7町2村が合併し、佐渡島全体が佐渡市となった経緯があることから当機構では佐渡市をマーケティング・マネジメント区域として設定する。

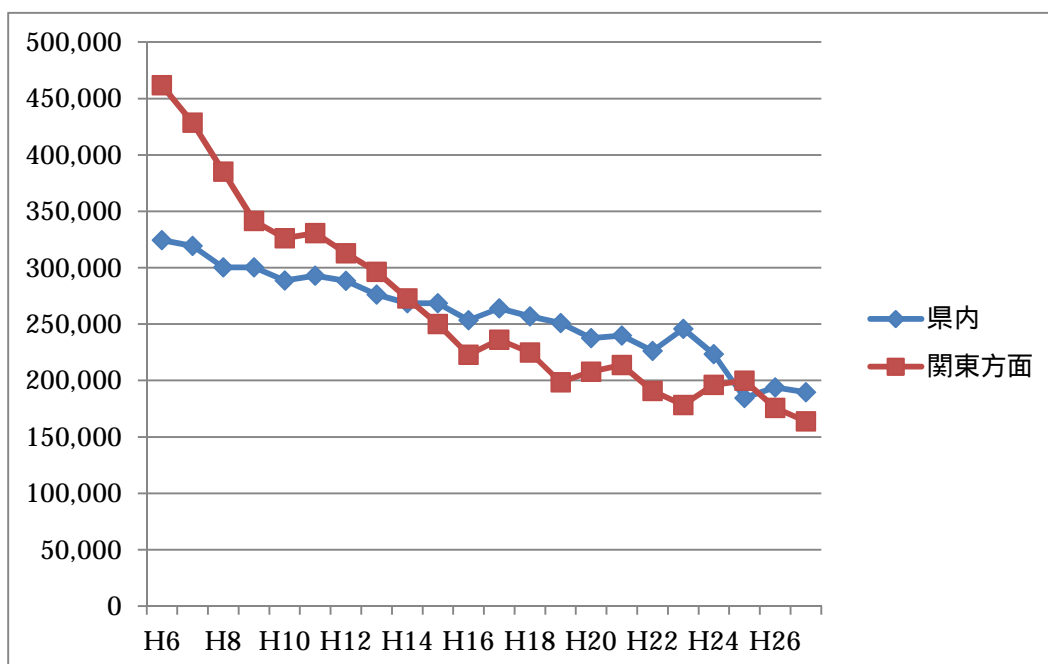
現在、新潟市との観光圏事業、上越市、長岡市との広域観光協議会事業を行い、航路で結ばれた対岸自治体と連携を行っている。当機構では佐渡市を対象区域と設定するが、対岸自治体との広域的な連携も引き続き積極的に取り組んで行く。

【観光客の実態等】

佐渡観光入込者数は平成3年の120万人をピークに減少を続け、平成28年時点で約50万人の入込者数となっている。方面別入込では、新潟県内・関東方面が最も多く、その減少が全体の入込者数に大きな影響を与えている。それ以外では、回復傾向にある地域も見受けられるが、全体の下支えまで至っていない。

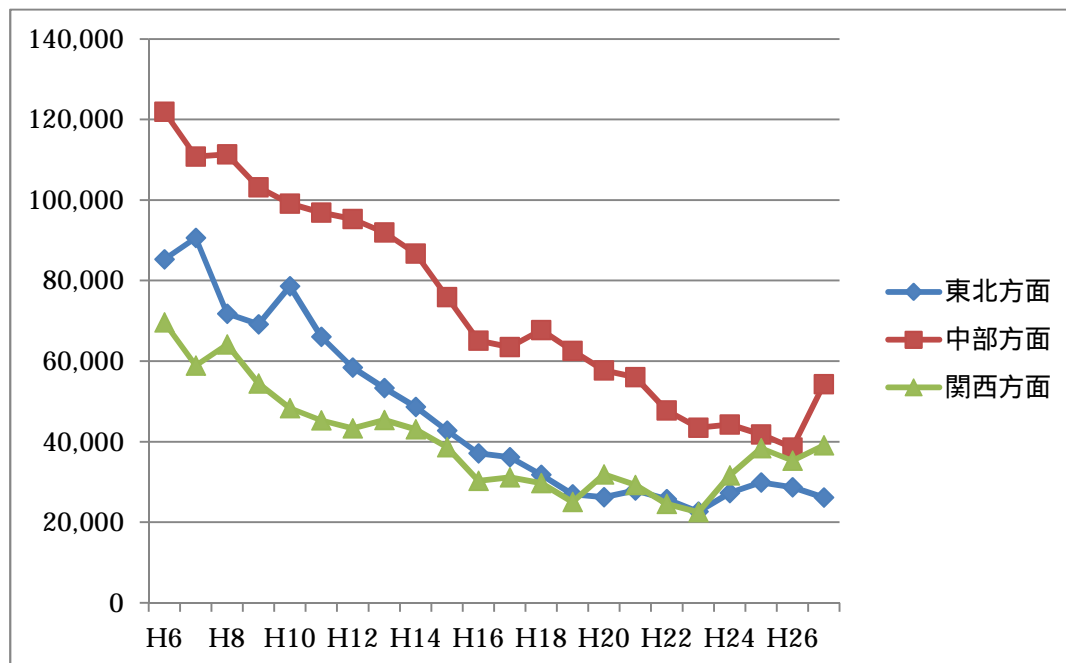
(別添) 様式 1

新潟県内・関東方面



関東からの入込みは、ピーク時の平成3年には50万人を超える水準となり、佐渡観光を支えてきたが、以降急激な落込みを続け、現在では約16万人の水準となり新潟県内からの入込みを下回る結果となっている。関東に次いで、入込を支えてきたが新潟県内で、ピーク時の平成6年には約32万人の水準があったが、現在では19万人を割込む状況となっている。

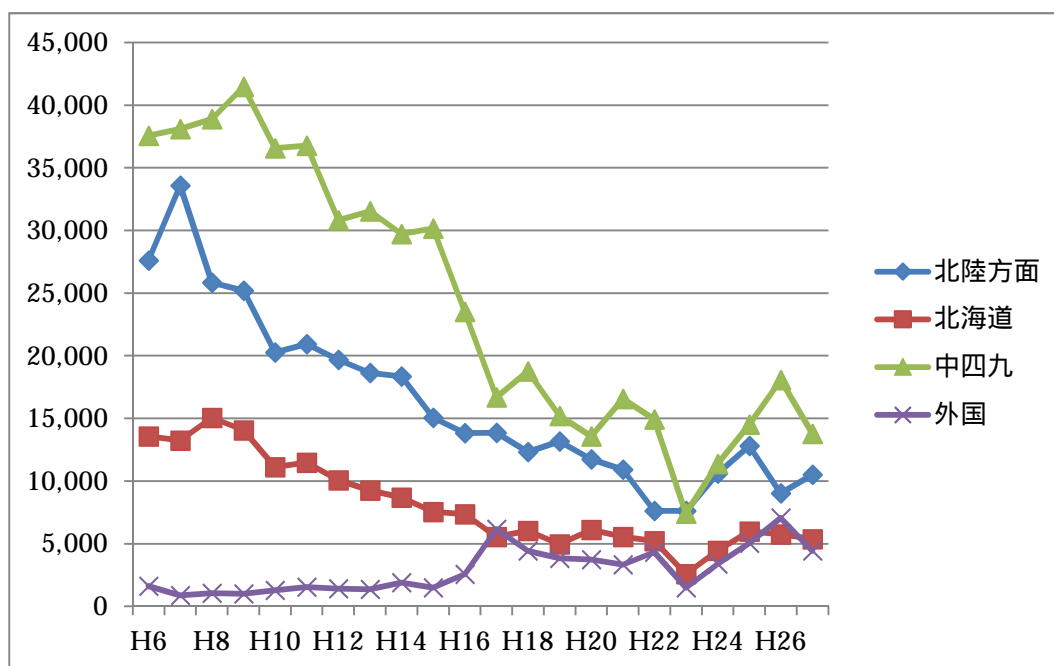
中部、関西、東北方面



関東、新潟に次いで入込みが多い地域は、中部、関西、東北方面となっている。平成27年3月北陸新幹線の開業、4月の直江津-小木航路への新造船投入効果により、平成27年度は中部・関西方面からの入込みが回復した。また、この3方面については平成23年度以降増加傾向が見られる。

(別添) 様式 1

その他の地域



平成23年の落ち込み以降、回復傾向が見られる。ただし入込者数全体に対する占有率が低い  
ため、下支え効果はあまり高くない。

外国人入込者数は、DMOを契機に詳細な分析とターゲットに対しての誘客活動を展開したい。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

○歴史

遺跡の出土品から、佐渡には、1万年前から人が住んでいたことがわかっており、日本最古の歴史書である「古事記」の国生み神話には大八島の7番目として登場し、「日本書紀」の同じ神話には「億岐州」と「佐度州」が双子として5番目に登場している。奈良時代にすでに一国とされ、流刑地に定められた佐渡は、722年に皇室批判を行った万葉歌人の穂積朝臣老を始めとして、1221年に承久の乱で敗れた順徳上皇、1271年に鎌倉幕府や他教を批判した日蓮聖人、1434年に時の將軍の怒りを買った能楽の大成者である世阿弥など、中世までは政争に敗れた貴族や知識人が流されてきた。

平安時代後期の「今昔物語集」にも記録されているとおり、昔から金が採れる島として知られていた佐渡は、江戸時代に入ると、その有望性を見出した徳川家康が幕府直轄(天領)として本格的に金銀山開発を進め、採掘された金や銀が江戸幕府の財政を支えてきた。また、鉱山で使用する炭・木材等の生産資材確保のため、山間部の森林も御林(官有林)として奉行所による厳しい管理が行われた。

(別添)様式1

このように、森林や農地が大切にされた佐渡は、国際保護鳥に指定されているトキが日本で最後まで生息した場所となった。明治時代以降の乱獲や農薬の多用等による生息環境の悪化で絶滅寸前にまで追い込まれ、日本のトキは2003年に絶滅したが、1999年に中国から贈られたトキの人工繁殖が始まり、この年に最初のヒナが誕生した。2000年以降は順調にヒナが育ち、また、関係者が一丸となりトキが生息できる環境の整備を進めたことにより、2008年に10羽のトキを放鳥してからは、飼育下で増やしたトキを佐渡の空に戻す野生復帰の取組みが進められている。



○自然

寒暖両系の植物境界線である北緯38度線が島の中央を通過しているため、1,700種近い南北両系の植物が自生している。また、本州側では2,000メートル級の標高でないと見ることができない山野草の群生が1,000メートル以下の標高でも見ることができる独特な環境から、植生においても日本の縮図と言われている。また、山野草や高山植物以外にも本格的な原生林や、気軽に楽しむことができるように遊歩道を備えた大佐渡石名天然杉なども島の魅力といえる。



このような自然の景勝地を保護する目的で、島の大部分が佐渡弥彦米山国定公園や小佐渡県立自然公園に指定されており、とりわけ佐渡弥彦米山国定公園は日本の国定公園の中でも1950年7月に琵琶湖国定公園、邪馬日田英彦山国定公園とともに、国内で最初の指定を受けている。

地殻変動を繰り返すことで生まれた佐渡は、離島としては珍しく1,000mを超えた山地や広大な平野を有しているため、大地から大いなる恵みを受けてきた。尖閣湾や小木半島など足を止めてしまうほど美しい景観には、地球活動がわかる証拠が残されている。佐渡の地形を知ること、日本列島の形成の過程をも理解することができるのである。佐渡島そのものが大地のテーマパークであり、佐渡金銀山をはじめ、トキやたらい舟などお馴染みの観光名所もジオパークの視点で見ると今まで気づかなかった大地と人々のストーリーが見えてくる。

このように佐渡島という大地のテーマパークで、来訪者が大地とひとのつながりを感じることができる活動を展開していることが日本ジオパークの一員として認められている

## (別添) 様式 1

### ○伝統芸能

佐渡には大きく分けて3つの文化の特徴があるといわれている。流罪によって流された貴族や知識人たちが伝えた貴族文化、鉱山の発展により奉行や役人たちが江戸から持ち込んだ武家文化、北前船によって商人や船乗りたちが運んできた町人文化があり、これらが融合し生まれた文化は日本の縮図と言われている。

#### 能楽

かつて、農家の人たちが畑仕事で謡曲を口ずさむ日常を「鶯や十戸の村の能舞台」と歌人である大町桂月が詠んだ句のとおり、能が暮らしの中に溶け込んでいる全国でも珍しい地域。最も盛んだった時代には200以上の能舞台があったといわれ、今でも30以上の能舞台が残されている。



#### 佐渡おけさ

元唄は九州のハイヤ節という酒盛り唄といわれ、船乗りによって佐渡の小木地区に上陸し、座敷唄から盆踊唄化し、金山の選鉱場で唄われるようになった。1924年に設立した民謡団体「立浪会」の村田文三の歌声により「正調佐渡おけさ」として世に送り出され、今では日本を代表する民謡となった。

#### 鬼太鼓

その年の五穀豊穡や大漁、家内安全を祈りながら集落の家々の厄を払うもので、島内の多くの祭礼で舞われる佐渡にしかない代表的な伝統芸能。島内には約120地区の鬼太鼓があるといわれている。大きく分けると「豆まき流」「一足流」「前浜流」「花笠流」「潟上流」の5流に分けられるが、一口に鬼太鼓といっても、集落によって違うため、同じものは1つとしてない。毎年5月に両津地区で開催される「佐渡國鬼太鼓どっとこむ」では各地区から集まった様々な鬼太鼓を観ることができる。



### ○伝統文化

#### 無名異焼

「無名異」とは、佐渡金山周辺から採れる酸化鉄を含んだ赤い土の名前で、これを粘土に混ぜて高温で焼き締めた佐渡独特の陶器。製品としては非常に硬く、たたくと澄んだ金属音が特徴である。使い込むほどに光沢を増してくるのが魅力で、日用品から美術工芸品まで様々な種類がある。相川地区には人間国宝に認定されている伊藤赤水の窯元があり、無名異焼の里として広く知られている。また、窯元の中には無名異焼の陶芸体験のできる所もある。

#### 裂き織り

縦糸にはフジやシナなどの植物の皮からとった繊維や木綿糸などを使い、横糸に使い古した衣服や布地を細かく裂いた古木綿を使って再び織り直した再生布。丈夫で雨や風を通しにくいいため、かつては仕事着として愛用されていた。現在では、風合いや色の取り合わせの美しさが注目され、バッグやテーブルクロス、小物類など多彩な民芸品や絵画のように美しいタペストリーなどの芸術作品が作られている。また、相川技能伝承展示館では裂き織り体験もできる。



(別添)様式1

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

両津地区	施設数	28	収容力	2,593人
相川地区	施設数	20	収容力	1,678人
国仲地区	施設数	18	収容力	1,158人
南佐渡地区	施設数	25	収容力	675人

【利便性：区域までの交通、域内交通】

区域までの交通

○鉄道

東京駅-新潟駅-新潟港 約2時間30分

新大阪駅-金沢駅-上越妙高駅-直江津港 約5時間

○航空

新潟空港と結ばれている空港・地域

【国内】

札幌、伊丹、成田、中部国際、小牧、福岡、那覇、関西国際

【国外】

ソウル、上海、ハルビン、台北

○海路

新潟 両津航路 カーフェリー 2時間30分 ジェットfoil 65分

直江津-小木航路 高速カーフェリー 1時間40分

寺泊-赤泊航路 高速船 65分

域内交通

佐渡は東京23区の1.5倍の面積を有する面積を持つものの、鉄道は未整備となっていることから、到着してから目的地まで移動手段の確保が必要である。

路線バスは島内の主要道を走っているが、便数の少ない路線もあり、目的地に合わせたダイヤ確認が必要。また、各観光案内所等においてレンタサイクルの貸出を行っている。

○主な移動手段

路線バス、定期観光バス、観光タクシー、レンタカー、自家用車、レンタサイクル

【外国人観光客への対応】

○案内所

現在3つの案内所の内、1か所で英語対応が可能となっている。今後、中国語、台湾語対応可能な職員の確保を検討している。

○ホームページ

観光情報ホームページでは英語、中国語(簡体字、繁体字)、ロシア語、韓国語の対応がされている。

○その他

観光パンフレット等の外国語対応(英語、中国語、韓国語)を実施している。

### 3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
佐渡島入込客数(国内・国外)	出発地、年代、目的等の情報集積と活用	航路事業者が収集するデータ
観光施設等入館者数	施設ごとの入館動向を把握する	施設への直接調査
旅行業取扱額	旅行業商品等の販売傾向を把握し造成に反映する	販売実績
佐渡観光WEBサイトのアクセス状況	WEBサイトのアクセス状況と入込客との関係を把握しWEB情報発信に役立てる	WEB解析

## 4. 戦略

### (1) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<b>強み (Strengths)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>佐渡金銀山に関連した自然景観、遺跡群、町並み</li> <li>世界農業遺産に認定された、トキが暮らす里山</li> <li>寒暖両系の植物境界線38度に位置する特徴的な佐渡の植生</li> <li>暖流寒流が交わる佐渡近海特有の豊富な海産物</li> <li>過酷な自然環境が生んだ海岸景観や自然巨木群</li> <li>集落生活に息づく芸能(能、民謡、民話、鬼太鼓)や郷土食</li> <li>国重要文化財(県内最多)の保存</li> <li>昔からあるもの</li> </ul>	<b>弱み (Weaknesses)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>離島のため大都市圏からのアクセスが時間・料金共に不利</li> <li>冬期間は波浪による船舶欠航リスクが高い、また冬季は船の揺れも強い</li> <li>島内に観光ポイントが点在するため、移動手段の確保が必須であるが、島の面積が広い改善が難しい</li> <li>オンシーズン6ヵ月、オフシーズン6ヵ月の旅行者の季節変動が大きいため、宿泊施設の従業員の通年雇用と育成が難しい</li> </ul>
外部環境	<b>機会 (Opportunity)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>佐渡金銀山の世界文化遺産候補 目標：国内推薦決定 世界遺産登録</li> <li>世界的な太鼓集団鼓童による佐渡の知名度の向上</li> <li>新潟空港 - 台湾桃園国際空港間の定期便運航</li> <li>新潟空港 - 関西国際空港間の定期便就航</li> </ul>	<b>脅威 (Threat)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>団体観光から個人旅行への観光動態の変化</li> <li>国内観光地の地域間競争の激化</li> <li>国内輸送機関の発達(道路、鉄道、航空)にともない、アクセス不利化が進む。</li> </ul>

## (2) ターゲット

<p>第1ターゲット層 欧州 30代～40代個人旅行者層</p>
<p>選定の理由 世界的な太鼓芸能集団である鼓童は、欧州でも多くの公演活動が行っており、知名度と共にアース・セレブレーション(鼓童による佐渡でのイベント)では欧米系の個人旅行者が相当数見受けられる。欧州のフランスに関しては、案内所窓口での外国人問合せ数は1位～3位をキープしている。イベントを目指して8月に多くなるのは他の国と同様だが、年間を通してコンスタントに来島される傾向が見受けられる。</p> <p>昔のままの日本の姿が点在し風土や独自の文化が残る佐渡は、欧州のニーズにマッチしていることから、欧州の個人旅行者が佐渡の文化、歴史、景観に触れることによる他国への影響力も大きい。</p> <p>○取組方針 平成29年度事業でフランス人アーティストを佐渡へ招聘し作品作りを支援している。その活動がドキュメンタリーとしてフランス国内で放送される予定もあり、欧州での誘客活動の契機としたい。また、来訪者数の大きさを求めるのではなく、観光施設だけでなく地域へ滞在を促し佐渡の文化や人と関わる活動を推進する。欧州ではテラーメイド型(個人顧客を持ち、オーダーメイドで旅行を作る)のニーズがあるので佐渡で滞在してもらおう観光地域づくりを進めて選んでもらえる観光地域を目指す。</p> <p>また、個人旅行者全般に対して、関西国際空港 - 新潟空港に就航するLCCの活用や観光圏事業で取組んでいるJRイーストパス利用者限定で利用できる「SADO-NIIGATA PASS」の活用、SAKURA QUALITYを活用したサービスの向上、レンタサイクルの充実等を行いながら、日本に到着してから佐渡での2次交通を含めて、個人旅行者が佐渡を訪れやすい環境整備にも取組む。</p>
<p>ターゲット層 台湾(団体・個人旅行) 香港(個人旅行) タイ(個人旅行) シンガポール(個人旅行)</p>
<p>選定の理由 佐渡へ来られる外国人旅行者は、台湾が多く今年度は1万人泊に迫る勢い。台湾からの誘客の取組は継続しつつ、新たな東アジアでの誘客対象地域として香港からの誘客に取組みたい。香港市場においては、ゴールドルート以外の未開拓の地域を訪れるという傾向が強くなっていることに加え、レンタカー需要も伸びている。自然の環境に恵まれた佐渡での運転も魅力のひとつとして発信することも可能と考える。タイについてはASEAN加盟国の中で最も訪日客数の多い地域であることから、タイから佐渡への誘客について検討を進める。シンガポールについては、これまで旅行博等で佐渡をPRしてきたことから継続した誘客活動に取組む。</p> <p>取組方針 台湾については平成30年4月から新潟空港と桃園国際空港の増便が決まっており、今後も観光商談会、ファムツアー、BRT広告などによるPRと旅行会社と連携した誘客活動に取組む。</p> <p>香港、タイ、シンガポールの地域については7割以上が、個人型旅行の旅行形態となっている。(JNTO資料による)また、訪日旅行の決め手として「食の魅力」「自然の豊かさ」「歴史文化」「景勝地」の要素が大きい。佐渡はその要素を十分に備えている。これら佐渡の強みを磨き上げるため、観光事業者のみならず島民を巻き込み、旅行者のニーズに響くようアプローチと選んでもらえる観光地域づくりを進める。</p>

(別添)様式1

ターゲット層 首都圏、関西圏
選定の理由 現在の佐渡観光で佐渡に来島される観光客は「首都圏」からの比率が大きいですが、一時期よりも観光客が減少傾向にある。また、北陸新幹線の開通や航空便(伊丹 新潟)の充実や今後、関西空港からのLCCの就航により、関西圏から来島される観光客も増えつつある状況にある。
取組方針 減少の著しい首都圏からの佐渡への入込みについては、JR 東日本や佐渡汽船と連携した誘客策の強化と、個人型旅行者の多様なニーズに応えるため、もともと佐渡に備わっている普遍的な価値(金銀山遺産、里山、植生、景観、芸能など)を地域と連携し磨き上げ、選んでもらえる、行きたいと思える地域づくりと発信を行う。 関西圏については、JR 西日本、日本航空、全日本空輸を始め新たに就航するLCC(ピーチ)と連携し誘客に取り組む。特にLCCのピーチはこれまで佐渡への誘客が難しかったF1層がターゲットとなるため、そこに響くコンテンツづくりとソーシャルメディアでの拡散から、選んでもらえる観光地域づくりを進める。

(3) コンセプト

コンセプト	鬼が舞う祭礼の島へ - 新潟みなとの先に、永遠に続く音がある -
コンセプトの考え方	鬼を味方につけた島、佐渡。120の集落で受け継がれる「鬼太鼓」は、災厄を払い、豊年満作を祈る神事でありながら、その主役を担うのは神でも精霊でもなく、鬼。集落ごとに鬼太鼓の形は異なり、ひとつとして同じものはない。佐渡の人々は一年に一度の祭礼を心待ちにし、集落の家々を巡る鬼を万感の思いで歓迎する。鬼太鼓は、島の祈りであり、感謝であり、誇りと言える。 忌むべきもの、払うべきものとして語られることの多い鬼が、この土地では不思議なことに、人の暮らしのすぐそばで、祭礼の一部として息づいている。かつて京より貴族や文化人たちが流されてきた佐渡。島外からの人や文化を拒絶するのではなく、迎え入れ、取り込み、受け継いできた懐の深さが、「鬼(=異質な存在)を味方につける」という形に結実したのかもしれない。 生活と共に伝承されてきた鬼太鼓を核とし、旅行者や島外の人を「旅の者(たびのもん)」と呼び受け入れてきた佐渡。この佐渡人ならではの感情と現代の旅の者を結び付けることが、この地域のコンセプトに相応しいと考える。

## 5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有	<p>○多様な関係者が参画する「佐渡観光地域づくり推進協議会」と連携し、事業の立案と実施及び評価を行う。</p> <p>島内3カ所に設置された、観光案内所(支部)との連携を強化し、滞在型観光を推進するための魅力ある着地型商品(滞在プログラム)の開発を促進する。</p> <p>○KPI 指標等の統計資料とその分析内容を関係者と共有する。</p>
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	<p>○SAKURA QUALITY 観光品質認証制度を普及し、宿泊施設をはじめとした観光関連事業者のサービスの維持・来訪者満足度の向上に努める。</p> <p>○調査員の育成とあわせて各施設への認証参画を働きかける。</p> <p>着地型商品(滞在プログラム)の提供と併せてアンケートを検討する。結果を検証し満足度の向上に努める。</p>
一元的な情報発信・プロモーション	<p>○情報発信はホームページ中心に展開し、定期的な情報更新とタイムリーな新着情報の発信を行う。</p> <p>多様な地域の関係者と共に開発する着地型商品(滞在プログラム)は、機構の運営するWEBサイトで販売し、インターネットでの予約・決済比率を高める。</p> <p>○機構の提供するWEBサイトにおいて海上移動手段、宿泊、着地型商品(滞在プログラム)を1ストップで予約・決済できるシステムを運用・検証し利用者の利便性の向上に努める。</p>

## 6. KPI (実績・目標)

### (1) 必須KPI

指標項目	単位	27年度 実績	28年度 実績	29年度 見込	30年度 目標	31年度 目標	32年度 目標
旅行消費額	千円	49.5 (-)	53.2 (-)	53.5 (30.5)	54.3 (31.0)	55.0 (31.4)	55.9 (31.9)
延べ宿泊者数	千人	310.0 (-)	291.6 (-)	270.0 (10.0)	364.5 (13.5)	492.0 (18.2)	664.2 (24.6)
来訪者満足度	%	87.4 (-)	89.3 (-)	90.0 (95.7)	91.0 (96.2)	92.0 (96.7)	93.0 (97.1)
リピーター率	%	45.2 (-)	46.3 (-)	47.0 (8.6)	50.8 (8.8)	55.0 (8.9)	59.5 (9.1)

( )は外国人旅行者による

## 年次及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

### 【検討の経緯】

佐渡観光は、平成3年の120万人観光から平成28年の50万人観光へ減少の一途を辿っている。減少の理由は様々考えられるが、行政を含めて観光関係者はこの傾向に歯止めをかけるべくこれまでの間、努力を続けてきた。決定的な打開策を見いだせない状況ではあるが、まずはKPI指標から読み取れる現状と佐渡観光の特徴を把握し関係者の共通認識を深め、施策に反映することが重要と考える。

### 【設定にあたっての考え方】

#### 旅行消費額

旅行消費額は1人あたり約5万円と他地域と比べて高額となっている。これは、離島という特性上、旅行者は宿泊を伴う旅行形態が多いこと、乗船料や自動車航送料が必要なこと、自家用車以外の旅行者は島内の移動手段を確保する必要があること、などが考えられる。

これまでの泊まる・食べる・見学する観光に加え地域への滞在を促進するため、地域と密着した滞在プログラムの造成を推進し、それが消費額の向上につながる仕組みを作りたい。

また、佐渡には消費を誘発する付加価値の高い地場産品(米、日本酒、海産物、果実等)や物語性のある食文化が豊富にあることから、旅行者の消費意欲を高めるようなアプローチが必要である。現状では消費額の上昇が見受けられるが、消費の内容を含め分析を進める。

外国人旅行者の消費額は台湾からのツアー客へのアンケート結果から平成29年度は約3万円(ツアー代金を除く島内での消費額)となっている。また立寄り施設の話では、高額な商品を買われるお客様も多く、経済効果は大きい。

日本人旅行者の消費額は「佐渡市将来ビジョン」の31年度目標数値を適用し平成29年度の見込みから1.5%の上昇を目指す。外国人旅行者消費額も同様に平成29年度の見込みから1.5%の上昇を目指す。

#### 延べ宿泊者数

延べ宿泊者数は一貫して減少を続けている。宿泊者数の減少は宿泊施設の経営に直結し、宿泊施設の廃業 島内宿泊容量の減少 観光客の減少のマイナススパイラルに陥っている。

また、日本海側の離島の特性上、冬期間の海上波浪による旅行者の敬遠などにより、ハイシーズンとローシーズンの極端な波が統計上示されている。

宿泊容量の維持には、延べ宿泊者数の拡大が喫緊の課題として挙げられる。滞在型観光の推進により1人あたりの宿泊数の増加に取り組むと同時に、これまで佐渡観光を支えてきた団体旅行を維持しながら個人型旅行に対応した観光地づくりを進めたい。

現在の宿泊統計は一部の宿泊施設にしか行っていないことから、平成30年度を目標に全施設の宿泊統計調査が可能となるよう検討を進める。

国内旅行者数の目標は「佐渡市将来ビジョン」の平成31年度の目標数値を適用し平成29年度の見込みから年間35%の上昇を目指す。外国人旅行者の延べ宿泊数は、現在調査を行っていないが、一部宿泊施設の聞き取りにより平成29年度は1万人泊を超えることが見込まれている。平成30年度より国内旅行者の宿泊調査と併せて外国人旅行者の調査も行い、平成29年度の見込みから年間35%の増加を目指す。

(別添)様式1

来訪者満足度

来訪者満足度は、比較的高い傾向があり数値は安定している。旅行者数は減少しているが、来ていただいた方には高い満足を感じていただいていると考えられる。この水準を維持できるように、SAKURA QUALITY等の認証制度を活用しサービス提供者の意識とサービスの更なる向上に努めたい。

外国人旅行者の満足度は台湾からのツアー客へのアンケート結果から平成29年度は、95.7%となっている。

国内旅行者は観光圏のトップ水準となる92%程度を目指す。平成29年度の見込みから約1%の上昇を目指す。また、外国人旅行者の満足度は、現状以上を維持し平成29年度の見込みから年間0.5%の上昇を目指す。

リピーター率

リピーター率は、他地域と比べ高くないものと思われる。その理由として考えられるのが旅行消費額に示されているように、1回あたりの旅行消費額が高額になることが理由と考えられる。さらに、首都圏からも4時間程度の移動時間が必要であり、時間距離と料金面で簡単に訪れにくい観光地であると言える。反面、トレッキング客、釣り客は極端にリピート率が高く、10回以上のリピーターはこれらの客層によるところが大きい。

見る観光は訪れることにより観光資源として消費されてしまうが、再来訪の意欲を高めるには、佐渡の景観と密接する風習や、地域独特の営みに触れられる体験が不可欠だと考える。劇的なリピート率の向上を目指すのではなく、そういった特別な時間を提供できるように、地域と一体となった取り組みを着実に進める。

外国人旅行者のリピート率は台湾からのツアー客へのアンケート結果から平成29年度は、8.6%となっている。

国内旅行者の目標は「佐渡市将来ビジョン」の平成31年度の目標数値を適用し平成29年の見込みから約8%の上昇を目指す。また、外国人旅行者のリピーター率は平成29年度の見込みから年間2%の上昇を目指す。

(2) その他の目標

指標項目	単位	27年度 実績	28年度 実績	29年度 見込	30年度 目標	31年度 目標	32年度 目標
佐渡島入込客数(総数)	千人	504 (-)	500 (-)	480 (7.5)	500 (10.1)	510 (13.7)	520 (18.5)
観光施設入館者数	千人	782 (-)	709 (-)	659 (-)	666 ( )	672 ( )	679 ( )
旅行業取扱額	千円	20,676 (-)	19,416 (-)	15,931 (-)	24,160 ( )	26,576 ( )	29,233 ( )
佐渡観光WEBサイトセッション数	千人	592 (-)	607 (-)	640 (-)	672 ( )	705 ( )	740.9 ( )

( )は外国人旅行者による

項目及び年次・目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

**【検討の経緯】**

佐渡汽船株式会社の輸送実績を元に佐渡島への入込者数を試算し基本的な動態を把握する。併せて外国人入込客数を把握し、施策との関連性を分析する。

地域への経済効果という視点から、引き続き観光施設入館者数を把握する。

旅行業については当機構の中核事業であることから、着地型商品の開発と販売を進めるために目標設定することが望ましいと考える。

佐渡観光 WEB サイトの来訪分析は魅力的な情報提供がなされているかの指標として、セッション数に着目し目標設定するもの。

**【設定にあたっての考え方】**

佐渡島入込客数（総数）

入込み客数は平成28年度に約50万人とピーク時の半分以下の数値となっている。

近年、微減傾向であったが、今年度の落ち幅は大きくなることを見込まれている。当面は減少傾向を止める事を目標とし、旅行者の属性や形態を検証し施策に反映する。

外国人入込客数は増加傾向にあるものの、特定の地域からの偏りがみられる。現在好調な地域を成長させながら、次の市場開拓を模索するタイミングと思われ、引き続き他地域や市・県と連携し取組を進める。

観光施設入館者数

佐渡への入込者数の推移と併せて、入館者数についても継続し把握する。現状では入込者の減少以上に入館者数の減少幅が大きいことから、変動要因の検証を行う。また、当面は減少傾向を止めることを目標とする。また、平成30年度以降、外国人旅行者の統計を取得できるか検討を進める。

旅行業取扱額

旅行業事業の取扱額は年度ごとに変動幅が大きいですが、当機構の中核事業として着地型商品の造成と併せて販売体制の強化を図る。平成30年度は佐渡観光協会と佐渡地域観光交流ネットワークの統合年度となるため、旅行事業収入は対前年比150%程度増加する見込み。その後は年10%程度の成長目標とし、3,000万円台の売上とそれに伴う収益の安定化を目指す。また、平成30年度以降、外国人旅行者の統計を取得する方針で検討を進める。

佐渡観光 WEB サイトセッション数

佐渡観光 WEB サイトのセッション数に着目し、継続して WEB によるアクセス状況を把握する。現状では、上昇傾向にあるため現在の取組を継続しつつ、魅力ある WEB サイト構築を進める。当面は年5%程度の上昇を目指す。また、平成30年度から外国人のアクセス状況についても計測を行う。



## 7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

## (1) 収入

年度	総収入(円)	内 訳
H27 実績	188,693,806	【市からの委託・補助金収入】 127,959,096 【会費等収入】 21,999,100 【旅行事業収入】 20,676,147 【その他】 18,059,463
H28 実績	184,192,409	【市からの委託・補助金収入】 125,533,348 【会費等収入】 21,425,740 【旅行事業収入】 19,416,013 【その他】 17,817,308
H29 見込	352,860,000	【滞在型観光促進事業委託】 211,180,000 【その他委託事業等】 102,610,000 【会費等収入】 21,080,000 【旅行事業収入】 15,930,000 【その他】 2,060,000
H30 見込	382,620,000	【滞在型観光促進事業委託】 190,000,000 【その他委託事業等】 141,560,000 【会費等収入】 21,190,000 【旅行事業収入】 26,570,000 【その他】 3,300,000
H31 見込	385,280,000	【滞在型観光促進事業委託】 190,000,000 【その他委託事業等】 141,560,000 【会費等収入】 21,190,000 【旅行事業収入】 29,230,000 【その他】 3,300,000

## (2) 支出

年度	総支出	内 訳
H27 実績	173,469,503	【誘客宣伝支出】 137,699,794 【旅行業事業支出】 23,562,894 【管理費支出】 12,206,815
H28 実績	172,746,870	【誘客宣伝支出】 139,280,867 【旅行業事業支出】 22,234,615 【管理費支出】 11,231,388
H29 見込	352,860,000	【滞在型観光促進事業委託】 211,830,000 【誘客宣伝支出】 112,410,000 【旅行業事業支出】 16,840,000 【管理費支出】 11,780,000
H30 見込	382,620,000	【滞在型観光促進事業委託】 190,000,000 【誘客宣伝支出】 150,970,000 【旅行業事業支出】 26,570,000 【管理費支出】 15,080,000
H31 見込	385,280,000	【滞在型観光促進事業委託】 190,000,000 【誘客宣伝支出】 150,970,000 【旅行業事業支出】 29,230,000 【管理費支出】 15,080,000

(別添)様式1

### (3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

旅行事業を機構の中核事業と位置付け、着地型商品の造成と販売を進める。また、電話予約中心の現状からWEBによる予約・決済率を高め、利用者の利便性向上と受付業務の負担軽減を図る。  
物販事業の可能性を模索する。窓口やWEBによる販売を検討し、地域の生産者や多様な関係者との連携を進める。  
佐渡島内の観光案内所と連携しレンタサイクル事業の見直しを進め、さらなる利便性の向上と利用拡大に取組む。

## 8. 日本版DMO形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

佐渡市は、一般社団法人 佐渡観光協会（平成30年4月1日から一般社団法人佐渡観光交流機構へ組織改編）を佐渡市における地域DMOとして登録したいので一般社団法人佐渡観光協会とともに申請します。

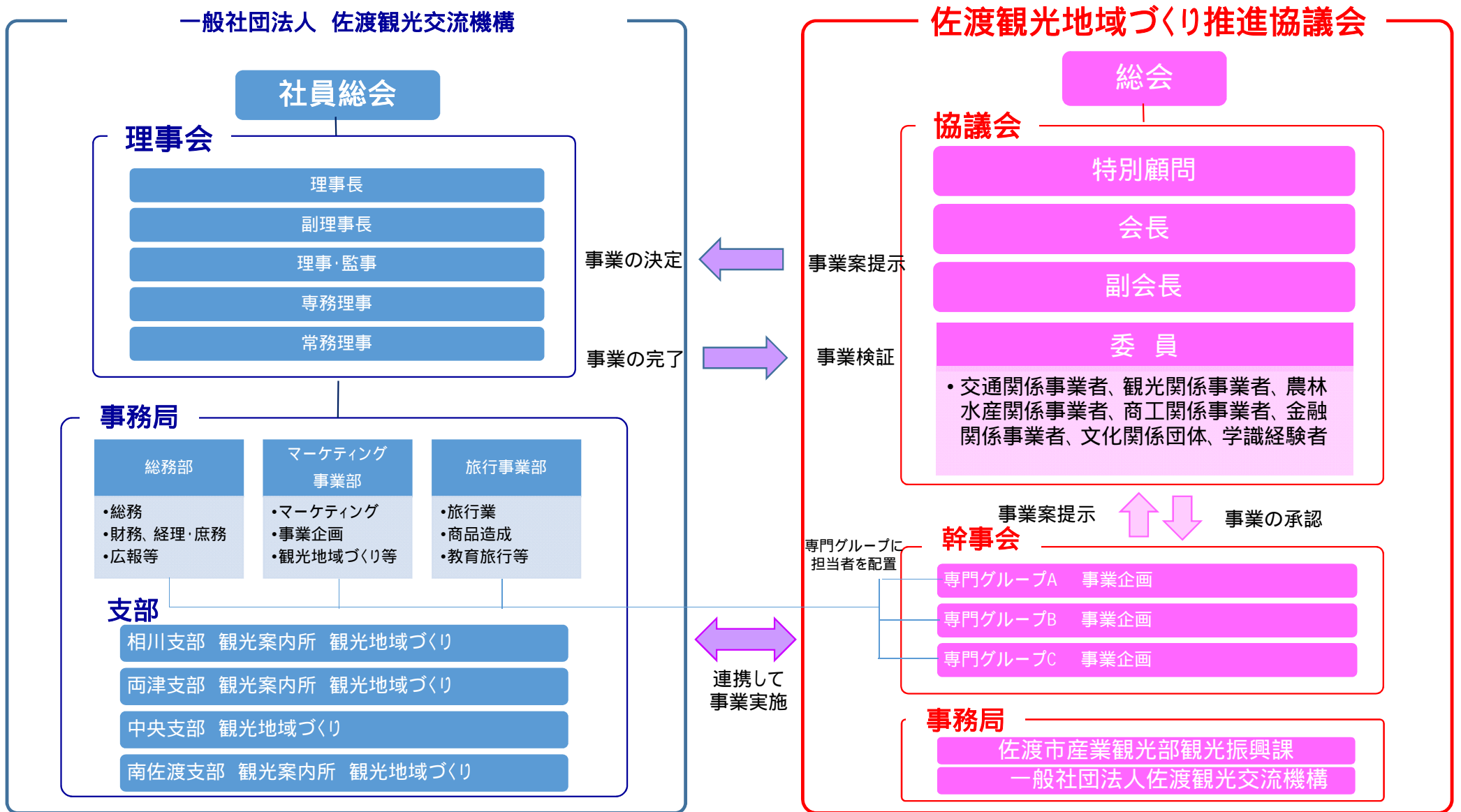
## 9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	遠藤 隆行
担当部署名(役職)	一般社団法人佐渡観光交流機構 マーケティング事業部 部長
所在地	新潟県佐渡市両津夷 384-11 あいぼーと佐渡
電話番号(直通)	0259-23-5230
FAX 番号	0259-23-5232
E-mail	info@visitsado.com

## 10. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	佐渡市
担当者氏名	祝 雅之
担当部署名(役職)	佐渡市産業観光部観光振興課 課長
所在地	新潟県佐渡市両津夷 384-11 あいぼーと佐渡
電話番号(直通)	0259-67-7944
FAX 番号	0259-67-7634
E-mail	s-kanko@city.sado.niigata.jp

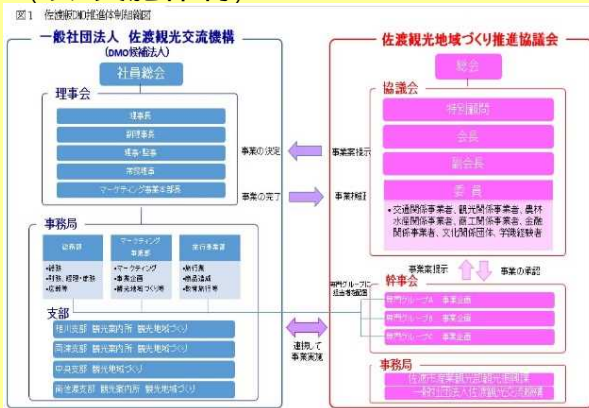
図1 佐渡版DMO推進体制組織図



【区域】新潟県佐渡市  
【設立時期】平成30年4月1日  
【代表者】本間雅博  
【マーケティング責任者】清永治慶  
【職員数】25名(うち常勤21名)  
【連携する主な事業者】

宿泊事業者、交通事業者、観光関連事業者、農業関連団体、商工関連団体、観光地域づくり団体などで構成する機構会員、(約370団体)の他、佐渡観光地域づくり推進協議会や機構が委員となる、各種協議会等と連携を行う。

(表:実施体制)



(表:KPI(実績・目標)) ( )内は外国人に関するもの

	27年度 実績	28年度 実績	29年度 見込	30年度 目標	31年度 目標
旅行消費額 (千円)	49.5 (-)	53.2 (-)	53.5 (30.5)	54.3 (31.0)	55.0 (31.4)
延べ宿泊者 数(千人)	310.0 (-)	291.6 (-)	270.0 (10.0)	364.5 (13.5)	492.0 (18.2)
来訪者満足 度(%)	87.4 (-)	89.3 (-)	90.0 (95.7)	91.0 (96.2)	92.0 (96.7)
リピーター 率(%)	45.2 (-)	46.3 (-)	47.0 (8.6)	50.8 (8.8)	55.0 (8.9)

### A 観光施設に関する取組

体験単品ではなく、観光施設や地域と連携し商品としての魅力を高める。新たな商品造成と併せて、関連のある体験を組み合せストーリー性を持たせる。

- ・砂金の里笹川集落の散策と砂金採り体験の連携
- ・人気の高いモーターボートで行く「琴浦洞窟めぐり」とたらい舟体験
- ・無名異(赤陶土)を使った陶芸体験と佐渡産食材を使ったスイーツをセットにした体験

### B 佐渡金銀山に関する取組

佐渡金山を中心とした、史跡、文化、歴史全体を観光資源ととらえ、新たに建設が予定されている「佐渡金銀山ガイダンスセンター」を拠点に、受入れ体制構築に取組む。また、今後も世界遺産登録を目指し、関係機関と一体となり推進に努める。

- ・「佐渡金銀山」保全・活用行動計画に基づき情報発信や案内所のスキルアップを図る
- ・相川循環バスの利用促進とレンタサイクルの充実
- ・相川地区の飲食店と協働で取組んだ「G級スイーツ」のPRと普及促進

### C 自然に関する取組

リピーターの多いトレッキングのお客様に、タイムリーな情報発信を行い、商品造成に取組む。ミシュラン・グリーンガイド・ジャポンに掲載されている大野亀地域や尖閣湾など地形的・景観的な見どころ(ジオパーク)の発信や世界農業遺産と観光の融合を進める。

- ・世界農業遺産やジオパークと観光の連携
- ・日本一のカンゾウの群落が見られる大野亀にカンゾウライナーの運行
- ・トレッキング商品の見直しと適切な情報提供に取組む

### D 外国人誘客に対する取組

観光案内所において問合せ件数の多いフランスを中心に欧州からのFIT誘客に力を入れる。また、アジアでは現在好調な台湾からの誘客の取組を継続しつつ、香港、タイ、シンガポール等、台湾の次のターゲットとして誘客に取組む。

- ・欧州において世界的太鼓集団の鼓童とタイアップした現地プロモーションの検討
- ・SAKURA QUALITYを活用したサービスレベルの向上
- ・地域、歴史、文化と触れられるようなプログラムの開発する
- ・集落の祭へ直接参加できる体験を造成し、評価と検証を行う

