

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日: 令和5年7月31日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 該当するもので囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・ 地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	(一社)佐渡観光交流機構	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 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	
事業年度	4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	26人【常勤26人(正職員8人・出向等4人)、契約14人】	
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り組むなど、幅広い方面で活躍している。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者(CMO:チーフ・マーケティング・オフィサー)	(氏名) 栗山 理恵「専従」 (出身組織名) 株式会社エイチ・アイ・エス	前職の旅行会社H.I.S.では顧客情報などの集計や分析等を行う。2020年には、観光庁の先進地視察事業でニュージーランドのクイーンズタウンDMOで先進的な経営やマーケティング、自主財源の確保等を学び、イタリアのサルディーニャ島では分散型ホテル経営「アルベルゴディフューゾ」を視察し観光地域づくりの在り方を学ぶ。 ・グロービス経営大学院のGMAPのうち「クリティカルシンキング」「マーケティング」を学ぶ
財務責任者(CFO:チーフ・フィナンシャル・オフィサー)	(氏名) 佐藤 達也「専従」 (出身組織名) 佐渡島内ホテル役員	前職では佐渡のホテルで専務取締役として経営に関わり、観光庁認定「観光地域づくりマネージャー」として地域づくりにも携わる。現職では、トキめき佐渡にいがた観光圏事業の事務局を担い、連携事業者と合意形成を図りながら訪日外国人向けの環境整備事業を行う。2020年には、観光庁の先進地視察事業でニュージーランドのクイーンズタウンDMOで先進的な経営やマーケティング、自主財源の確保等を学び、イタリアのサルディーニャ島では分散型ホテル経営「アルベルゴディフューゾ」を視察し観光地域づくりの在り方を学ぶ。その他、地域づくりやインバウンド担当としてセールスや体験プラン造成に関わり、2022年度より経営企画室として経営管理を行う。

		<p>・グロービス経営大学院のGMAPのうち「ファイナンス」「アカウントティング」を学ぶ</p> <p>・地域限定通訳案内士資格</p>
各部門(プロモーション)の責任者(専門人材)	<p>(氏名) 長島 崇史「専従」 (出身組織名) 佐渡市役所</p>	<p>平成 28 年から令和 4 年まで佐渡市役所にて勤務。生物多様性の普及促進や、佐渡製品の販売拡大のプロモーション、男女共同参画社会啓発推進、高等教育での探究学習推進事業などに従事。現在はデジタルマーケティング施策全般を担当。</p>
各部門(旅行商品の造成・販売)の責任者(専門人材)	<p>(氏名) 鈴木恵美 (出身組織名) 一般社団法人佐渡地域観光交流ネットワーク</p>	<p>平成 23 年 4 月より「佐渡地区農山漁村体験推進協議会」の事務局として、学生の民泊体験、旅行者に向けたグリーンツーリズムのコーディネートを行う。平成 25 年 10 月、協議会の発展組織として「一般社団法人佐渡地域観光交流ネットワーク」の立ち上げ事務を担当する。 平成 30 年 4 月一般社団法人佐渡観光交流機構設立後は、旅行業事業部門にて、ツアー造成、手配等を担当。</p>
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	<p>佐渡市役所 観光振興課(観光振興) 世界遺産推進課(佐渡金銀山世界遺産登録推進) 産業振興課(地域振興・商工振興・雇用促進) 移住交流推進課(移住交流) 交通政策課(交通対策 陸・海・空) 農林水産振興課・農業政策課(農林水産業振興・里山振興・流通振興) 社会教育課(ジオパーク推進室)</p>	
連携する事業者名及び役割	<p>【宿泊】佐渡観光旅館連盟、島内宿泊施設等 【交通】佐渡汽船株式会社、新潟交通佐渡株式会社、新潟交通株式会社、JR 東日本 【商工関係】佐渡連合商工会、各地区商工会、飲食店 【旅行業事業】佐渡汽船株式会社 【体験プログラム】島内各体験事業者、各ガイド団体 【まちづくり】株式会社 NOTE、新潟日報社 【民泊・修学旅行】佐渡地区農山漁村体験推進協議会 【インバウンド】トキめき佐渡にいがた観光圏(新潟市、佐渡市)、佐渡インバウンド推進会 【トレッキング】佐渡トレッキング協議会 【広域連携】トキめき佐渡にいがた観光圏(新潟市、佐渡市)、新潟観光コンベンション協会、上越観光コンベンション協会、寺泊観光協会等</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>【該当する登録要件】 当機構には、宿泊事業者、交通事業者、商工会、農協、漁協、農村漁村体験推進協議会を始め多様な事業者(正会員・支部会員・賛助会員・約 370 団体)の参画により組織運営しており、正会員による総会を意思決定の場としている。 また、各地域の特色を生かすため佐渡市を 4 つのエリアに分けて支部を設置。各支部では支部会員による事業への参画と支部総会での意思決定を行っている。 事業連携・情報の共有の場が、これまで体系的に存在しなかったことから、今年度より各支部単位での情報共有や協議の場づくりを進めている。(事務局に報告をあげる形で、機構全体としての取り扱いとする)</p>	

	KPIを共有して次の施策に活用することを話し合う場とするなど、徐々に内容としての充実も図っていく。	
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	<ul style="list-style-type: none"> ・ 支部事業(4支部):地域の事業者・個人と連携し支部事業を実施(支部事業を通じて、住民としても意識啓発や参加促進) ・ 相川まちづくり協議会:佐渡市、佐渡DMO、(株)NOTE、新潟日報が包括連携をし、佐渡金銀山世界遺産登録を見据えたまちづくりを実施(まちづくりプロジェクトを通じて住民としても意識啓発や参加促進) ・ 農山漁村体験推進協議会:修学旅行における民泊受入れ組織の運営(住民の観光に対する参画促進 現在の参画受け入れ20件) ・ 佐渡トレッキング協議会:山の環境整備とガイドとの連携組織の運営(ガイド活動などに関心の深い地域住民なども交えつつ活動を展開) 	
法人のこれまでの活動実績	【活動の概要】	
	事業	実施概要
	情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・ 季節毎、ターゲット毎に自社ウェブサイト、及びランディングページへ誘導するデジタル広告の実施 ・ 旅行会社への情報発信および営業展開 ・ 自社販売サイトからの購入者や、さどまる倶楽部会員(佐渡ファン倶楽部会員)や、佐渡汽船利用顧客に対する One to One の DB マーケティング ・ さどまる倶楽部を活用した CRM: データベースマーケティング(会員数:19,595名(2023.7.31.現在)) ・ 佐渡公式 HP「さど観光ナビ」にて着地型体験商品「エンジョイプラン、サドベンチャー」での発信と販売 ・ 海外向けに JNTO や自社 SNS、OTA 販売、海外旅行会社へ向けて佐渡の高付加価値のある商品の情報提供、発信を実施。
受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「既存観光拠点の再生・高付加価値化推進事業」で宿泊施設13件、観光施設1件を改修。(2022年度) ・ Google my business 活用セミナーを地域事業者に対し実施し、旅行客が求める情報をウェブ上に掲載するサポートをすることで、宿泊施設、観光施設、料飲店への誘客を促進し、観光消費額を増加(2022年度) ・ インバウンド向けの体験プランを海外 OTA に掲載し販売を実施。(2019年度) ・ 訪日外国人向けパス「SADO-NIIGATA PASS」の開発と販売中 ・ 地域限定通訳案内士制度を導入し、15名(英語対応)のガイドが誕生した。(2018年度)。 ・ 観光品質認証(サクラクオリティ)に対応した施設数9施設達成。(2023年現在) ・ 佐渡クリーン認証・施設数 283施設(2022年度) ・ 販売した商品の販売状況を確認し、事業者へのフィードバックとともに商品の改善や品質向上を継続的实施中(利益が稼げる商品として育成していく仕組み)。 ・ 地域資源を活用した商品を販売する場を地域住民や事業者者に提供中。(商品に対する消費額の向上) ・ レンタサイクル導入及びサービス開始により交通に係る消費額の向上(2022年度より単価の高いスポーツタイプのレンタサイクルを導入しさらなる消費額向上を実施中) 	

観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 小木港周辺におけるシェアサイクルを活用した観光コンテンツ造成事業(2021 年度観光庁事業) ・ GIAHS 世界農業遺産に培われた佐渡の文化(酒・食・アート)DX 化を推進(2021 年度観光庁事業/誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成実証事業) ・ 都内の Z 世代を巻き込んだふるさとづくりプロジェクトの実証事業(2022 年度観光庁事業/第 2 のふるさとづくりプロジェクトモデル実証事業)
-----------	--

【定量的な評価】

- ・ いずれの指標もコロナ禍から堅調に回復してきている。

佐渡島入込客数(全体)

令和2年	令和3年	令和4年
261.0 千人	272.0 千人	368.0 千人

佐渡島入込客数(インバウンド)

令和2年	令和3年	令和4年
0.3 千人	0.4 千人	1.1 千人

旅行業取扱額

令和2年	令和3年	令和4年
12,205 千円	18,466 千円	35,503 千円

佐渡観光 WEB サイトセッション数

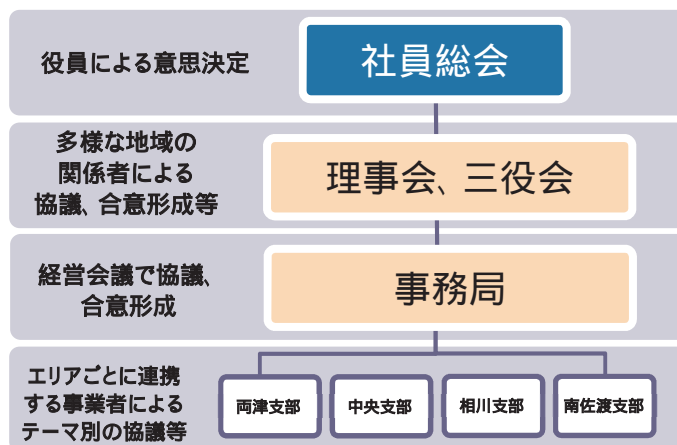
令和2年	令和3年	令和4年
725 千人	798 千人	1,229 千人

実施体制

地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること(別添可)。

【実施体制の概要】

一般社団法人佐渡観光交流機構は、島内の多様な関係者で構成する総会を意思決定の場として、それ以外に島内を 4 つの支部に分け地区事業に取り組んでいる。



	<p>(その他の事務局機能)</p> <p>「農山漁村体験推進協議会」「佐渡トレッキング協議会」「トキめき佐渡にいがた観光圏」の事務局を担い、様々な関係者との連携をとおして観光地域づくりを推進している。</p>
--	---

2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【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、新潟市とのトキめき佐渡にいがた観光圏事業、上越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。また、長岡市とは平成30年まで、寺泊と赤泊を結ぶ航路が存在しており、現在も広域観光協議会事業で連携している。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。



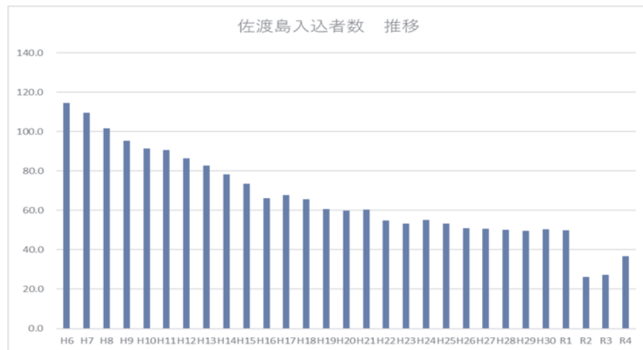
【観光客の実態等】

○佐渡島入込客数の推移

佐渡観光入込客数は平成3年の120万人をピークに減少を続け、平成26年時点で約51万人まで減少し、令和元年度までは横ばいであったが、新型コロナウイルス感染症の関係で令和2年度・3年度は約26万人まで減少した。令和4年の入込客数の推計値は368千人と推計され、令和3年と比較し約96千人増加した。にいがた県民割や全国旅行支援といった観光需要喚起施策により復調の兆しが見えている。

【年別入込客数 推移】

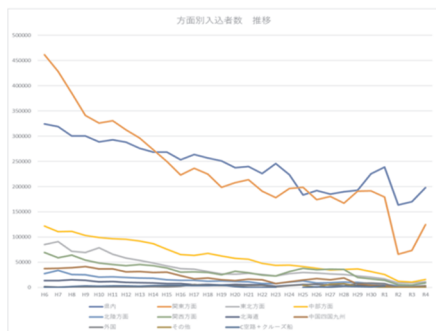
(万人)



※平成25年から入込客数にクルーズ船の乗船者数を加えている。
 ※暦年ベースの推移となっているが、H29はデータの都合で年度の推計となっている。

○方面別入込客数推移

【年別方面別入込客数 推移】



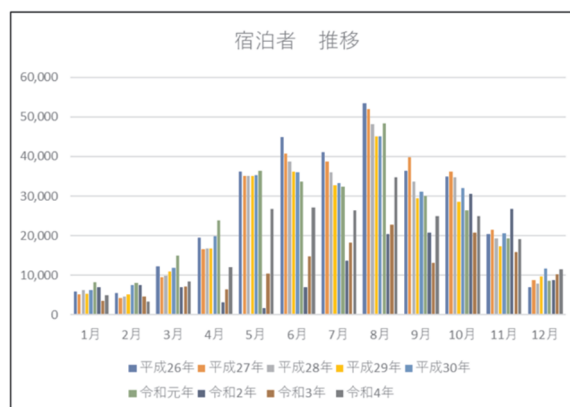
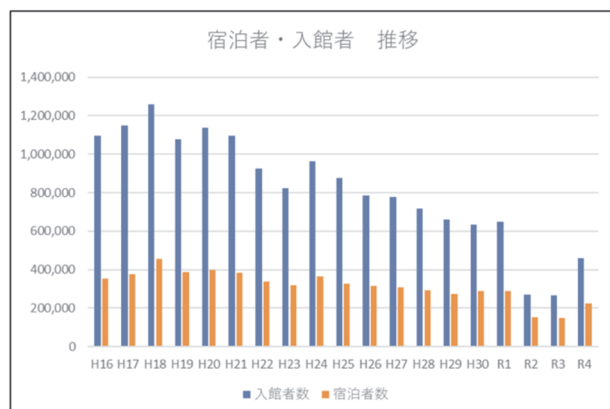
エリア別割合で見ると、新潟県内が45%と最も高く、次いで関東方面が34%で続く。この2エリアで来島者の8割を占める。

方面別の入込客数は、関東・関西方面の伸び率が大きかった。

外国人旅行者は、10月に外国人の新規入国制限が見直されたことから前年対比では260%で推移した。

○宿泊者数・入館者数の推移

令和4年は、10月の全国旅行支援により観光需要が高まり、前年の令和3年と比べて入館者数173%、宿泊者数151.8%と大幅に増加した。しかし新型コロナウイルス感染拡大前の令和元年と比較すると、入館者数は70.8%、宿泊者数は77.3%にとどまっており、コロナ禍前の賑わいにはまだ遠い。



【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。

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 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 を超える山地や広大な平野を有している。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をはじめ、佐渡金銀山、トキやたらい舟などお馴染みの観光名所も佐渡ジオパークの見どころとなっている。



○伝統文化

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、これらが融合し育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。



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第5代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。

スポーツ、イベント

佐渡では4月に行われるトキマラソン、6月はサイクリングイベントの佐渡ロングライド、9月は佐渡国際トライアスロン大会などが行われ、通年を通して全国から多くの方が参加され、佐渡の雄大な自然を利用したスポーツイベントが開催されています。

イベント行事として佐渡で代表的なものとして世界的に活躍する鼓童が主催の「アースセレブレーション」(8月)では、多くの外国人もこのイベントの為に佐渡に訪れイベントを楽しみます。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

エリア	施設数	収容力
両津地区	28	2,593人
相川地区	20	1,678人
国仲地区	18	1,158人
南佐渡地区	25	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(コロナ渦前)

【国外】

ソウル、上海、ハルビン、台北(コロナ渦前)

○海路

新潟 両津航路 カーフェリー 2時間30分 ジェットフォイル 65分
 直江津-小木航路 カーフェリー 2時間40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。

令和3年には、佐渡市、地元交通事業者、まちづくり会社 相川車座と共に相川域内の町中循環バス「来るまる号」を走らせる実証実験を行った。また令和4年は、佐渡市が主体、WILLER 株式会社が推進母体となる自動運転調査事業において、DMO、佐渡市、地域住民で島内二次交通に関する意見交換会を複数回行い、自動運転の実証実験にも参加した。

○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】

○観光案内所(3か所)

- ・ 両津港観光案内所(JNTO カテゴリー2)、相川観光案内所(JNTO カテゴリー2)、南佐渡観光案内所

○人材の確保・人材育成

- ・ 外国人スタッフの確保(2名、アメリカ人、ドイツ人)
- ・ 地域限定通訳案内士 DMO 職員3名取得
- ・ 英語ガイドの研修や育成

○情報発信(DX化の推進を含む)

- ・ 観光情報ホームページでは英語、中国語(簡体字、繁体字)の対応
- ・ 観光パンフレット等の外国語対応。(英語、フランス語、中国語)
- ・ SNS の活用、JNTO との連携
- ・ 海外 OTA での情報発信
- ・ 海外検索サイトでの検索結果表示に関する勉強会 等

○その他

- ・ 観光品質認証(サクラクオリティ)の参画施設拡大
- ・ 看板などの整備(行政と調整)
- ・ 外国人観光客も安心して佐渡の観光を満喫できる災害時対応の準備
- ・ 佐渡汽船乗車時及び到着時の対応

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
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	アンケート調査(来訪者満足度調査)を、宿泊施設を通して実施。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	当社の宿泊施設会員を通して集計。
来訪者満足度	来訪者の満足(不満足)に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査(来訪者満足度調査)を、宿泊施設を通して実施。
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査(来訪者満足度調査)を、宿泊施設を通して実施。
佐渡島入込客数	出発地、年代、目的等の情報集積と活用	佐渡汽船が収集するデータを共有。
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	Google アナリティクス G4 を活用して実施。 (さど観光ナビ、DMO コーポレートサイト、エンジョイプラン(着地型体験商品サイト)、さどまる倶楽部)

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

以下の佐渡での課題に対し、観光地域づくり法人(DMO)を中心として既存の観光資源を活用した観光地域づくりを図り、新たな雇用の創出や担い手不足の解消、交流人口の増加につなげることをしている。

(1) 生産年齢人口の減少

市町村合併時 2003 年度(平成 15 年度)末に 70,015 人であった佐渡市人口は、2022 年度(令和 4 年度)末時点で 49,947 人まで減少している。また、生産年齢人口(15～64 歳)も、2004 年(平成 16 年)の 36,941 人から 2021 年(令和 3 年)には 23,642 人となり、36%減少している。

(2) 経済状況

市内総生産は 1,752 億円(2011 年(平成 23 年))から 1,621 億円(2020 年(令和 2 年))に減少するなど地域経済が縮小しているほか、2018 年(平成 30 年)の島内への流入額が 249 億円である一方、島外への流出額が 942 億円となっており、4 倍近い金額が島外へ流出している状況である。また、市の財政力指数も令和 3 年度(3 カ年平均)は 0.232 にとどまっている。

(3) 観光入込客数および宿泊者数

佐渡市の観光入込客数および宿泊者数は、年々減少傾向にあり、コロナ禍前の 2019 年(令和元年)には、491,000 人(入込客数)、353,317 人(宿泊者数)となったが、コロナ禍の 2020 年(令和 2 年)には 254,134 人(入込客数)、189,210 人(宿泊者数)まで落ち込み、2022 年(令和 4 年)には、366,815 人(入込客数)、277,793 人(宿泊者数)まで回復している。

(4) 観光による経済効果

2022 年度(令和 4 年度)の来訪者の旅行消費額単価(1 人当たり平均消費額)は 46,322 円となっています。そこから佐渡市産業連関表を用いて推計したところ、直接効果は 183 億 9,250 万円、島内への生産誘発などの間接効果は 125 億 9,984 万円、佐渡観光における経済波及効果の合計は 309 億 9,234 万円と推計されている。

(5) その他

2024年の登録を目指して、文化庁からユネスコに対して推薦書(正式版)が提出されるなど、佐渡金山遺跡の世界遺産登録に向けた取り組みが進められている。

既存の宿泊事業者のなかで廃業などもみられる一方、移住者などによる古民家活用のゲストハウスの整備が進んできている。(コロナ禍以降だけで、30件以上の増加)

インバウンド旅行者については、コロナ禍以前は、台湾からの団体客が主だったものが、個人客へのシフトが顕著になっている。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> 佐渡金銀山の世界遺産登録推進に関連した、遺跡群、町並み 四季の異なる風景や自然を通じた様々な体験 日本ジオパークに認定された、佐渡の大地と人の物語 寒暖両系の植物境界線北緯38度に位置する特徴的な佐渡の植生 トキが暮らせる田園環境、美しい棚田の風景、自然を楽しむアクティビティ 寒流と暖流が交わる漁場(ブリ・マグロ・カニ等の海産物)、気候の恩恵による農業(みかん・りんご等の農作物) 佐渡金銀山・能楽・佐渡おけさ・鬼太鼓等・佐渡ならではの歴史と伝統 国重要文化財(県内最多)の保存 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> 宿泊施設及び観光施設の多くが時代の流れに合っておらず、顧客のニーズに対応できていない 島へのアクセス(料金:本土から往復高速船で約1.5万円) 島内の二次交通、観光資源間の移動の利便性の悪さ 地域でのデータ活用による効果的な訴求ができていない
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> 世界文化遺産登録に向けた露出の高まり 世界的な太鼓集団鼓童による佐渡の知名度の向上 新潟空港 - 台湾桃園国際空港・関西国際空港間の定期便運航 SDGs に取り組む地域に対する評価の高まり コト消費からイミ消費への価値観の転換 コロナのリスクの低い離島への人流の増加 円安・コロナの5類以降による旅行意欲向上 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> 団体観光から個人旅行への観光動態の変化 国内観光地の地域間競争の激化 旅行者の季節波動が大きいため、宿泊施設の従業員の通年雇用と育成が難しい(繁忙対策と人手不足) 冬季間の波浪によるフェリー等の欠航リスク

上記に加え、PEST分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入(様式自由)。

(3) ターゲット 参考資料あり

第1ターゲット層(インバウンド)

フランス 自然、文化を尊重する個人旅行者層

選定の理由

フランスをはじめとする、欧州は各案内所窓口での問合せ数が1位～3位をキープしている。世界的な太鼓芸能集団である鼓童の海外公演活動の影響もあり、アース・セレブレーション(鼓童による佐渡でのイベント)ではフランスをはじめとする欧州の旅行者も多く訪れている。

フランス版のナショナルジオグラフィックでは佐渡の自然や文化を扱った特集で現地から取材に来るなど関心度が高い。

<https://www.nationalgeographic.fr/voyage/japon-les-merveilles-immaterielles-de-lile-de-sado>

<https://youtu.be/g5l1wrsnC8E>

また、エールフランスの first class で採用されている liqueur が佐渡の尾畑酒造による日本酒である。フランス人の嗜好を知り尽くした地域内事業者のノウハウとも連携を深めながら取り組みが可能である。

取組方針

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)のニーズがあるため、佐渡で滞在してもらった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。JNTOの現地事務所と連携し毎月国内外にプレスリリースを配信し佐渡の認知度の向上を図るとともに、フランスの現地旅行会社とのパイプを構築する為、フランス旅行会社とのコネクションを持つレップ事業者と今後は連携予定。

現在は、パンフレットのみフランス語対応だが、来年度以降はフランス語ホームページの作成に向けて、行政と調整中。

令和2年度に佐渡市、NOTE、新潟日報、当機構で結んだ4者連携において、インバウンドの富裕者層に向けた高付加価値のある古民泊施設の開発を進めおり、それに紐づけた高付加価値な着地型体験商品の開発、販売を観光庁補助事業等を活用しながら進める。

その他、佐渡へのフランス人移住者が増えており内3人は、ナチュラルワインの醸造家、アーティスト、シェフと手に職を持っていることから、彼らと連携を図りつつ取り組みを進める。

また2024年に計画されているトキエアによる成田 新潟便による新たなインバウンドの開拓に期待をし、トキエアとの連携も進めていく。

第2ターゲット層(インバウンド)

アメリカ 自然を活かしたアクティビティを尊重する個人、団体旅行者層

選定の理由

佐渡へ来訪する欧米の外国人旅行者の中で北米が多い。北米もフランス同様、世界的な太鼓芸能集団である鼓童の海外公演活動の影響もあり、特に2015年より広域連携をしている新潟市、群馬県みなかみ町と上越新幹線沿線プロジェクトによる北米セールスが身を結び、現在はアメリカの西海岸をはじめハワイ州からの日系アメリカ人ツアーの総客に寄与しており現在も北米との結びつきが強い。

またニューヨークをはじめ全世界に店舗を持つ「NOBU RESTAURANT」で扱う日本酒が佐渡の北雪酒造で、大吟醸「YK 35」は一部のハリウッド俳優から好まれるなど知名度が高い。

取組方針

フランスと同様、団体旅行をはじめテラーメイド型(個人顧客を持ち、オーダーメイドで旅行を作る)を扱う旅行会社へのアプローチを進め、文化や自然を重んじる富裕層のニーズを満たす高付加価値のある宿泊施設や着地型体験、アクティビティ、そして食の開発を進めていく。

DMO 公式英語版ページでは現地から予約決済ができる OTA 予約システムを構築したので、今後は海外 OTA や旅行会社と連携しながら体験商品の開発と販売を引き続き進め、現地ガイドやアクティビティ事業者と連携をした商品の発信を続けていく。

<p>また当 DMO ではアメリカ人スタッフが在中しているというメリットを活かし、現地の目線を活かした環境整備を行っていく。</p> <p>2024年に計画されているトキエアによる成田 新潟便による新たなインバウンドの開拓に期待をし、トキエアとの連携も進めていく。</p>
<p>第3ターゲット層(インバウンド) 台湾(個人旅行)</p>
<p>選定の理由</p> <p>佐渡へ来訪する東アジアの旅行者は、台湾が多く平成 30 年には 7 千人泊のインバウンド全体の半数が台湾からのお客様となっていた。(平成 30 年では、3,500 人泊を超える)</p> <p>ただコロナ後においては団体旅行が減少しているが、個人旅行においては、ゴールデン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。</p> <p>また佐渡を代表する「たらい舟」がジブリ映画の影響もあり、台湾での知名度が高く、佐渡のアイコンになっている。</p> <p>取組方針</p> <p>台湾からの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」の要素が大きいが、佐渡はその要素を十分に備えている。特に台湾旅行者の佐渡産コシヒカリに対する評価は高くお土産など喜ばれていたり、「たらい舟」をはじめとするマリンアクティビティの磨き上げに力を入れていく。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。コロナウイルスの影響により、現在は台湾からのインバウンドは途絶えているものの、これまで連携してきた台湾の旅行会社との情報交換を継続しコロナ後の誘客につなげる。</p> <p>また2024年に計画されているトキエアによる成田 新潟便による新たなインバウンドの開拓に期待をし、トキエアとの連携も進めていく。</p>
<p>第4ターゲット層(国内) 首都圏、新潟県内</p>
<p>選定の理由</p> <p>現在の佐渡観光は、「首都圏」と「新潟県」からの旅行者が全体の 89%を占めている(佐渡観光客数データから参照)ことから、これら方面からの旅行動向に大きな影響を受けている。</p> <p>首都圏では特に東京が多く、上越新幹線からのアクセスや過去の様々な首都圏キャンペーンの影響、そして4時間圏内で行ける島への観光が理由となっている。</p> <p>新潟県内では、県内修学旅行の大半が佐渡という影響と気軽に行けるリゾートとして根強い人気を保っている。また近年では、若い世代の移住者が飲食店やゲストハウスなどを営み、県内メディアなどの影響により若年層の来島も増えてきている。</p> <p>取組方針</p> <p>首都圏に関しては、交通機関(JR 東日本、NEXCO 東日本、航空会社)と連携をし、新潟までの利便性を再構築する。また島の特性を活かし、自然や文化、そして地域との交流を観光コンテンツに商品開発、情報発信を行っていく。</p> <p>そして旅行形態の個人化に対応し、さどまる倶楽部会員の DB 化を進め、ホテル・旅館・民宿と連携し消費の向上と新たな顧客層の獲得及びロイヤルカスタマー化を進める。</p> <p>新潟県内での修学旅行先が佐渡で主であることから、県内メディアをもフル活用して PR・リピート化を行う。(修学旅行をきっかけに、家族でのリピートを狙うなど)</p>

(4) 観光地域づくりのコンセプト

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	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>

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 頻度が分かるよう記入すること。	<p>○総会(年2回) 主なメンバー: 宿泊施設、観光施設事業者をはじめ、行政、交通事業者、商工会、一次産業、などで構成される会員 会員に対して、活動動報告、予算承認、役員の選任、方針決定を行う</p> <p>○理事会(年3回)、三役会(毎月) 主なメンバー: 宿泊施設、観光事業者をはじめ、行政、交通事業者、商工会、一次産業、などで構成される会員 経営関連情報の共有、理事会・総会の議題協議</p> <p>○支部会議(毎月) 主なメンバー: DMO 中核メンバーと各支部所長 佐渡を4地区(両津、相川、国中、南佐渡)にエリア分けし支部機能を持たせ、地域ごとの特性に合わせた事業を行っている。</p> <p>島内を4カ所にエリア分けした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。また、本部職員をそれぞれの地区に割振り連携を強化する。</p> <p>○農山漁村体験推進協議会、トレッキング協議会、トキめき佐渡にいがた観光圏を通して各種施策の共有と合意形成を図る。</p> <p>KPI 指標等の統計資料とその分析内容を当機構の企業ページで定期的に公表し佐渡観光の現状について関係者との共有を図る。</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>○OSAKURA 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>○上記観光品質認証制度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実施する。結果を検証し満足度の向上に努める。</p> <p>観光地域づくり法人としての行動基準を制定し、組織内外に対して責任を持った行動を約束する。</p>
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	<p>○情報発信は観光情報 HP、各種 SNS を積極的に活用しタイムリーな新着情報の発信を行う。</p> <p>○当機構が運用する WEB サイトにおいて海上移動手段、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のさらなる活用を図る。</p> <p>○JNTO へ定期的に情報提供を行い、海外向けの情報発信に努める。</p>

各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6 . K P I (実績・目標)

(1) 必須 K P I

指標項目		2020 (R 2) 年度	2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度
旅行消費額 (千万円)	目標	2,496 (88.8)	2,500 (50.0)	2,550 (52.0)	2,650 (54.0)	2,700 (54.0)	2,850 (58.0)
	実績	1,070 (1.3)	1,061 (1.6)	1,693 (4.5)			
延べ宿泊者数 (人泊)	目標	356,500 (14,600)	361,000 (14,600)	363,700 (14,600)	410,000 (16,400)	450,000 (18,000)	460,000 (20,000)
	実績	189,064 (1,128)	182,794 (256)	277,984 (912)			
来訪者満足度 (%)	目標	25.0 (25.0)	25.0 (25.0)	30.0 (30.0)	95.0 (93.0)	96.0 (94.0)	97.5 (95.0)
	実績	93.3 (61.5)	88.5 (85.7)	94.5 (92.6)			
リピーター率 (%)	目標	37.2 (20.0)	40.9 (20.0)	45.0 (20.0)	49.5 (20.0)	51.3 (20.0)	52.5 (20.0)
	実績	41.4 (7.7)	45.1 (14.3)	43.6 (11.1)			

括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

上記効果の出典及び算出根拠

出典：佐渡市「来訪者満足度調査」統計（資料添付：満足度調査票 2019～2021）

算出根拠：観光客がアンケート票に記入した項目別消費額を合計

2023年度以降はコロナの影響により新たなマスタープランを作成し目標を再設定

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120万人観光から令和元年の50万人観光へ減少の一途を辿っている。令和2年度からのコロナ渦の影響により入込者数の大幅な減少があったが、まずはコロナ前の水準に戻すのと同時に、地域での滞在型着地商品を充実し来訪者の満足度の向上、リピーター率の向上に取り組む。

また、国においても「観光立国推進基本計画」において、続可能な形で観光立国の復活に向けて今後の数値目標を示しており、その考え方も参考としている。

【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4.6万円(令和元年度)となり他地域(全国観光圏平均約3.2万円)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長期滞在するマーケットとして当 DMO がターゲットとするフランス、北米に

向けて海外 OTA 販売を今年度よりスタートしたので高付加価値商品の販売促進を行い上昇を目指す。

延べ宿泊者数

延べ宿泊者数は平成 29 年以降下げ止まっているものの、コロナウイルスの影響により令和 2 年は大幅な減少があった。

今後は国内需要を始めインバウンド誘致を行うにあたり、滞在プログラムを充実させ滞在泊数を伸ばす施策を行う。

来訪者満足度

来訪者満足度は、比較的高い数値で設定をしていたがまずは現在の数値をベースに目標値を見直した。水準以上を目指す為に、SAKURA QUALITY 等の認証制度の推進による宿泊施設での満足度をはじめ、佐渡汽船や二次交通など公共交通機関との連携、地域と交流できる着地型商品の普及に努める。

リピーター率

リピーター率は、他地域と比べ高くない傾向となっている。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。

現在 2 万 5 千人の会員を持つ佐渡アイランドサポーター制度「さどまる倶楽部」アプリを利用して佐渡の情報や特典、ふるさと納税等をフックにリピーターを増やしていく。

(2) その他の目標

指標項目		2020	2021	2022	2023	2024	2025
		(R 2) 年度	(R 3) 年度	(R 4) 年度	(R 5) 年度	(R 6) 年度	(R 7) 年度
佐渡島入込客 数 (千人)	目標	520.0 (18.5)	500.0 (10.0)	500.0 (10.0)	500.0 (10.0)	500.0 (10.0)	500.0 (10.0)
	実績	261.0 (0.3)	272.0 (0.4)	368.0 (1.1)			
観光施設入館 者数 (千人)	目標	679.0 (-)	650.0 (-)	650.0 (-)	650.0 (-)	650.0 (-)	650.0 (-)
	実績	268.0 (-)	265.0 (-)	459.0 (-)			
旅行業取扱額 (千円)	目標	29,223 (-)	23,000 (-)	25,000 (-)	40,000 (-)	48,000 (-)	50,400 (-)
	実績	12,205 (-)	18,466 (-)	35,503 (-)			
佐渡観光 WEB サイトセッション数 (千 人)	目標	740.9 (-)	771.1 (-)	786.5 (-)	1,300.0 (-)	1,500.0 (-)	1,800.0 (-)
	実績	725 (-)	798 (-)	1,229 (-)			
住民満足度 未設定	目標	- ()	- ()	- ()	今後設定 ()	今後設定 ()	今後設定 ()
	実績	- ()	- ()	- ()			

括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
各指標項目の単位を記入すること。

指標項目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】

旅行業事業を機構の中核事業と位置付け、運営資金の確保に向けた取り組みを進めていることから、それにより指標設定を行っている。また佐渡島の入込客からのデータを佐渡汽船と連携をし、顧客の分析を行い戦略に役立てていく。また住民満足度を新たに設定することにより、住民が感じる観光の寄与度を図り、今後の観光地域づくりの指数に役立てていく。収集方法は佐渡市と協議をしていく。

【設定にあたっての考え方】

佐渡島入込客数

コロナ禍の規制が緩和され、R1 の約 74%まで回復。R5 は現状まで R1 対比で 90%近くまで回復している。昨年までインバウンドの取り組みがしっかりと行えてなかったため、今年度から積極的に取り組み、来年度にしっかりと結果を残していきたい。

現在の佐渡への交通手段が佐渡汽船による船のみなので佐渡汽船と連携を継続していくことにより、入り込みデータを正確に収集できる。また来年度から佐渡汽船と API 連携を予定しており、佐渡汽船の予約システムが新システムに変わることに伴い、細かい顧客データを収集し分析に役立てる。

観光施設入館者数

R4 より、コロナ禍の行動制限が緩和されたため、観光施設の入込みは 70%まで回復。R5 は現状まで昨年度は優に超えているものの、R1 の水準まで戻りきっていない。コロナ禍を経たことで旅行スタイルに変化が見られており、施設より景勝地に流れている傾向がある。

また現在登録している観光施設から新しい未登録の施設(近年開業したカフェやレストラン)に流れている傾向もあることから、統計を行う施設を増やし、動向分析を見直す予定である。

旅行業取扱額

R4 は多くの着地型旅行商品をリリースできたこと、単価を少し上げたことで旅行事業を伸ばすことができた。R5 はもっと利益を意識して販売拡大を図る。また着地型旅行商品のジャンルについても今までと違う流れが起きているため、特定ジャンルの強化、新たなジャンルの造成などに力を入れている。

旅行業収入は当 DMO の自主財源の柱の一つであることから、売上目標を設定しニーズの多様化に対応した着地型商品の開発、販売、検証を行う。

佐渡観光 WEB サイトセッション数

R4 のアクセス数は当初の目標をクリアしており、R5 も目標は現状を踏まえるとクリアできる見込み。今後に関しては、アクセス数の目標を上方修正し、アクセス数だけでなく、エンゲージメント数(率)を新たな指標も加えることを検討中。

(観光による)住民満足度

新たに住民満足度を設定する予定。佐渡市も新たな KPI 指数として設定予定であることから、来年度に向けて佐渡市と収集方法を検討していく。現在想定されるのが、佐渡市で運用している市民向けの Line があるので既存のシステムを活用していく。

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(年度)	総収入(円)	内訳(具体的に記入すること)
2020(R2) 年度	324,678,265(円)	【補助金・受託事業等(国・県・市)】:206,284,823(円) 【収益事業】:19,736,155(円) 【会費】:1,110,000(円) 【特定財源(負担金等)】:83,926,750(円) 【繰越金】:13,620,537(円)
2021(R3) 年度	398,918,705(円)	【補助金・受託事業等(国・県・市)】:274,432,473(円) 【収益事業】:23,932,031(円) 【会費】:9,010,250(円) 【特定財源(負担金等)】:74,216,000(円) 【繰越金】:17,327,951(円)
2022(R4) 年度	371,572,802(円)	【補助金・受託事業等(国・県・市)】:219,330,400(円) 【収益事業】:53,194,234(円) 【会費】:10,696,000(円) 【特定財源(負担金等)】:73,898,000(円) 【繰越金】:14,454,168(円)
2023(R5) 年度	333,062,337(円)	【補助金・受託事業等(国・県・市)】:182,032,600(円) 【収益事業】:51,592,565(円) 【会費】:12,028,000(円) 【特定財源(負担金等)】:60,859,880(円) 【繰越金】:26,549,292(円)
2024(R6) 年度	337,088,000(円)	【補助金・受託事業等(国・県・市)】:195,000,000(円) 【収益事業】:54,200,000(円) 【会費】:12,028,000(円) 【特定財源(負担金等)】:60,860,000(円) 【繰越金】:15,000,000(円)
2025(R7) 年度	339,798,000(円)	【補助金・受託事業等(国・県・市)】:195,000,000(円) 【収益事業】:56,910,000(円) 【会費】:12,028,000(円) 【特定財源(負担金等)】:60,860,000(円) 【繰越金】:15,000,000(円)

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳(具体的に記入すること)
2020(R2) 年度	321,251,796(円)	【誘客宣伝事業支出】:287,766,416 円 【旅行業事業支出】:19,209,407 円 【管理費支出】:14,275,973 円
2021(R3) 年度	307,350,314(円)	【誘客宣伝事業支出】:287,766,416 円 【旅行業事業支出】:19,209,407 円 【管理費支出】:14,275,973 円
2022(R4) 年度	384,464,537(円)	【誘客宣伝事業支出】:289,069,000 円 【旅行業事業支出】:38,729,013 円 【管理費支出】:17,081,295 円 【前期修正費支出】:144,202 円
2023(R5) 年度	354,488,457(円)	【誘客宣伝事業支出】:256,773,119 円 【旅行業事業支出】:47,245,014 円 【予備費支出】:33,485,055 円 【管理費支出】:16,985,269 円
2024(R6) 年度	337,088,000(円)	【誘客宣伝事業支出】:282,788,000 円 【旅行業事業支出】:38,000,000 円 【管理費支出】:16,300,000 円
2025(R7) 年度	339,798,000(円)	【誘客宣伝事業支出】:285,498,000 円 【旅行業事業支出】:38,000,000 円 【管理費支出】:16,300,000 円

(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

収入の 8 割が国や佐渡市による補助金等を占め、自主事業による収益は 2 割であり、現状は多くの収入を公的財源が占めている。公益事業の実施という性質もあり、佐渡市からは 4 名の出向者を受け入れている。市と当協会との関係は良好であり、現状は財源としては安定している状況であるが、今後は以下を継続的に検討していく。

佐渡市からの補助金による公益事業の規模とあり方については、機構と市の役割分担等も含めて佐渡市と連携を密に図りながら社会情勢も考慮に入れながら継続的に検討を行っていく。

旅行事業を機構の収益事業の中核と位置付け、佐渡の特長を活かした着地型商品の造成と販売を進める。

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、利用者の利便性と収益性の両方の向上に取組む。

受託事業による収益も自主事業の一つとして考え、市、県、国の様々な委託事業の中でも佐渡の観光に寄与する内容について合致するものは、受託に向けて佐渡市内外の事業者と協働しながら計画的・戦略的に申請を行っていく。

会費収入については、会員事業者とのコミュニケーションを強化し、会員ニーズを適切につかみ、会員の被益につながる活動を行うことで会員数の維持増加を目指す。

特定財源については、佐渡市と綿密にコミュニケーションを図りながら継続的に議論を進めていく。

8. 観光地域づくり法人形成・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交流機構を佐渡市における地域DMOとして登録を希望するので、一般社団法人佐渡観光交流機構とともに申請します。

9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO(県単位以外)や地域DMOと重複する場合の役割分担について(重複しない場合は記載不要)

重複しない。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	佐藤達也
担当部署名(役職)	事務局長
郵便番号	952-0011
所在地	新潟県佐渡市両津夷 384-11
電話番号(直通)	0259-23-5231
FAX番号	0259-23-5232
E-mail	sato@visitsado.com

担当者氏名	山本尚代
担当部署名(役職)	室長
郵便番号	952-0011
所在地	新潟県佐渡市両津夷 384-11
電話番号(直通)	0259-23-5231
FAX番号	0259-23-5232

E - mail	yamamoto@visitsado.com
----------	------------------------

11. 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	小林大吾
担当部署名(役職)	佐渡市観光振興部観光振興課 課長
郵便番号	952-1209
所在地	新潟県佐渡市千種 232 佐渡市役所内
電話番号(直通)	0259-67-7602
FAX番号	0259-63-6130
E - mail	s-kanko@city.sado.niigata.jp

都道府県・市町村名	佐渡市
担当者氏名	川上高広
担当部署名(役職)	佐渡市観光振興部観光振興課 課長補佐
郵便番号	952-1209
所在地	新潟県佐渡市千種 232 佐渡市役所内
電話番号(直通)	0259-67-7602
FAX番号	0259-63-6130
E - mail	s-kanko@city.sado.niigata.jp

記入日: 令和5年7月31日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

新潟県佐渡市

【設立時期】 平成30年4月1日

【設立経緯】

その他:(一社)佐渡観光協会と(一社)地域交流ネットワークが合併し、地域DMOとして観光庁登録を受けた

【代表者】 理事長 本間雅博

【マーケティング責任者(CMO)】 総務部 副部長 栗山理恵

【財務責任者(CFO)】 事務局長 佐藤 達也

【職員数】 26人(常勤26人(正職員8人・出向等4人)、契約14人)

【主な収入】

会費:10.7百万円、受託費:170.9百万円、補助金:48.4百万円、負担金:73.9百万、旅行業事業:45.0百万円、その他22.7百万円(令和4年度決算)

【総支出】

誘客宣伝事業:289.1百万円、旅行業事業:38.7百万円、管理費:17.1百万円、その他:0.1百万円(令和4年度決算)

【連携する主な事業者】

行政、宿泊、交通、観光事業者、農業、漁業、商工関連団体、DMO会員(約370団体)。その他、域内の事業者、各種協議会など

KPI(実績・目標)

()内は外国人に関するもの。

項目		2020 (R2)年	2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年
旅行消費額 (千万円)	目標	2,496 (88.8)	2,500 (50.0)	2,550 (52.0)	2,650 (54.0)	2,700 (54.0)	2,850 (58.0)
	実績	1,070 (1.3)	1,061 (1.6)	1,693 (4.5)			
延べ 宿泊者数 (人泊)	目標	356,500 (14,600)	361,000 (14,600)	363,700 (14,600)	410,000 (16,400)	450,000 (18,000)	460,000 (20,000)
	実績	189,064 (1,128)	182,794 (254)	277,984 (912)			
来訪者 満足度 (%)	目標	25.0 (25.0)	25.0 (25.0)	30.0 (30.0)	95.0 (93.0)	96.0 (94.0)	97.0 (95.0)
	実績	93.3 (61.5)	88.5 (85.7)	94.5 (92.6)			
リピーター率 (%)	目標	37.2 (20.0)	40.9 (20.0)	45.0 (20.0)	49.5 (20.0)	51.3 (20)	52.5 (20)
	実績	41.4 (7.7)	45.1 (14.3)	43.6 (11.1)			

戦略

【主なターゲット】

フランス:自然、文化を尊重する個人旅行者層
アメリカ:自然を活かしたアクティビティを尊重する旅行者層
台湾 首都圏、新潟県内

【ターゲットの誘客に向けた取組方針(主にインバウンド)】

- ・ 現地旅行会社へ高付加価値商品の提供、広域連携(新潟市、みなかみ町)を活かした長期滞在プランの発信。
- ・ JR EAST PASS利用者限定で販売中の「SADO-NIIGATA PASS」によるFIT誘客
- ・ 観光品質認証「SAKURA QUOLITY」を活用したサービス向上
- ・ 自社OTA(JTB BOKUN)や海外OTAを活用した着地型商品販売、JNTOとの連携
- ・ DMO、佐渡市、新潟日報、NOTEの4社連携による相川まちづくり

【観光地域づくりのコンセプト】

「鬼が舞う祭礼の島」…佐渡伝統文化、芸能を地域との交流型で体験できるサスティナブルな長期滞在型観光。

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

伝統芸能(鬼太鼓、薪能など)を体験できる滞在プログラム
佐渡の自然と一体となったサイクリングやその他アクティビティの充実
文化的資産を活用した知的好奇心や食の嗜好を満たすアウトドア・アドベンチャーツーリズム

【受入環境整備】

- ・ 観光品質認証制度(サクラクオリティ)
- ・ 宿泊、観光施設などの一体となった改修・高付加価値化(観光庁事業の活用)
- ・ 現地ガイドや環境に配慮した二次交通の整備(自動運転、Eバイクの活用)

【情報発信・プロモーション】

- ・ インバウンドターゲットを対象とした新たなコンセプトの発信・プロモーション
- ・ 自社HPやSNS、JNTOと連携した情報発信
- ・ 欧州、北米、東アジアへのセールスコール(商談会・旅行博)
- ・ 広域連携(新潟市、みなかみ市)との合同プロモーション、セールスコール

【その他】

- ・ さどまる倶楽部アプリを活用したCRMの推進
- ・ 古民家での滞在をテーマとした新たな観光資源の開発(相川エリア)



伝統芸能などの観光資源の磨き上げ(滞在プログラム開発)