観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月３１日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	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	新潟県佐渡市両津湊３５３	
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	２１人【常勤２０人（正職員８人、国際交流員１人、契約１２人、出向０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） ※必ず記入すること	（氏名） 本間　雅博 （出身組織名） 佐渡連合商工会　会長	2018年年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 ※必ず記入すること	（氏名） 長島　崇史「専従」 （出身組織名） 佐渡市役所	2016年から2022年まで佐渡市役所にて勤務。生物多様性の普及促進や、佐渡産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。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	（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、観光地域づくりやインバウンド担当として体験プラン造成やセールスに関わり、2022 年度より経営企画室として経営管理を行う。2023 年より、事務局長として、DMO の経営を始め、連携事業者と合意形成を図りながら観光地域づくりを行う。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

様式１

		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「ファイナンス」「アカウンティング」を学ぶ ・地域限定通訳案内士資格
各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（氏名） ウィロビー晃恵 （出身組織名） 佐渡観光協会	2007 年佐渡観光協会（現・佐渡観光交流機構）に入社。翌年に国内旅行業務取扱管理者資格を取得。入社当初より観光案内所での接客をはじめ、台湾・シンガポール・香港などアジア地域や、北米・ホノルルへの BtoB セールスを通じて、新潟および佐渡へのインバウンド誘致を推進。 また、当 DMO で販売する旅行商品の全体統括を担い、受注型旅行や大型団体の受け入れ実績を持つ。地域限定通訳案内士（英語）の資格を活かし、外国人旅行者への佐渡島内ガイドも行っている。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	○佐渡市役所 観光文化スポーツ部（観光振興） 地域産業振興課（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)	
連携する事業者名及び役割	【宿泊】佐渡観光旅館連盟、島内宿泊施設、ゲストハウス等 【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、浦島観光 【体験プログラム】佐渡文化財団、佐渡スポーツ協会、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 【インバウンド・広域連携】新潟県観光協会（広域連携 DMO）、佐渡・新潟エリア周遊観光推進協議会（新潟市、佐渡市）、新潟観光コンベンション協会、群馬県みなかみ町、福島県会津市、上越観光コンベンション協会、寺泊観光協会等 【トレッキング】佐渡トレッキング協議会	
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	【該当する登録要件】② 当機構には、宿泊事業者、交通事業者、商工会、農協、漁協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） 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。	

様式１

<table>
<tr><td>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</td><td>・ 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、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）令和 6 年 7 月に「佐渡島の金山」世界文化遺産に登録
・ ゲストハウス交流会：年々増加しているゲストハウスを集め、情報交換や今後のまちづくりなどの議論を行う場を設置。（※現在の登録施設数約60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）</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>・ 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：約 38,000 名（2025.6 月.現在））
・ 佐渡公式 HP「さど観光ナビ」にて着地型体験商品「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。</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>・ 訪日外国人向けパス「SADO-NIIGATA PASS」の開発と販売中（新潟市、佐渡市、交通事業者との連携事業）（2018 年～）
・ インバウンド向けの体験プランを海外 OTA、自社 OTA で販売を開始。（2019 年度）
・ 「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）
・ 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 年度）
・ 佐渡クリーン認証・施設数　283施設（2022 年度）
・ 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に提供中。（産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）
・ 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、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）</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

	・ ゲストハウス交流会の実施：年々増加しているゲストハウスを集め、情報交換や今後のまちづくりなどの議論を行う場を設置。（2024年） ・ 佐渡グリーンツーリズム協議会を設立し、民泊ゲストハウスと体験をプラットフォームとした受け入れ環境を強化（2024 年度）
観光資源の磨き上げ	・ 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 ・ 地域やアクティビティ事業者と「アドベンチャートラベル部会」を設立し文化、交流、自然などの付加価値のある体験造成を強化（2024 年～） ・ 2024 年 7 月にユネスコ世界文化遺産に登録された「佐渡島の金山」を契機に、金山だけでない、文化や芸能、伝統工芸などをコンテンツとした高付加価値商品を関係者と造成、販売（2024 年）

【定量的な評価】

①佐渡島入込客数（全体）

令和3年	令和4年	令和5年	令和6年
27.2 万人	36.8 万人	44.3 万人	473.万人

②佐渡島入込客数（インバウンド）

令和3年	令和4年	令和5年	令和6年
400 人	1,100 人	6,430 人	5,969人

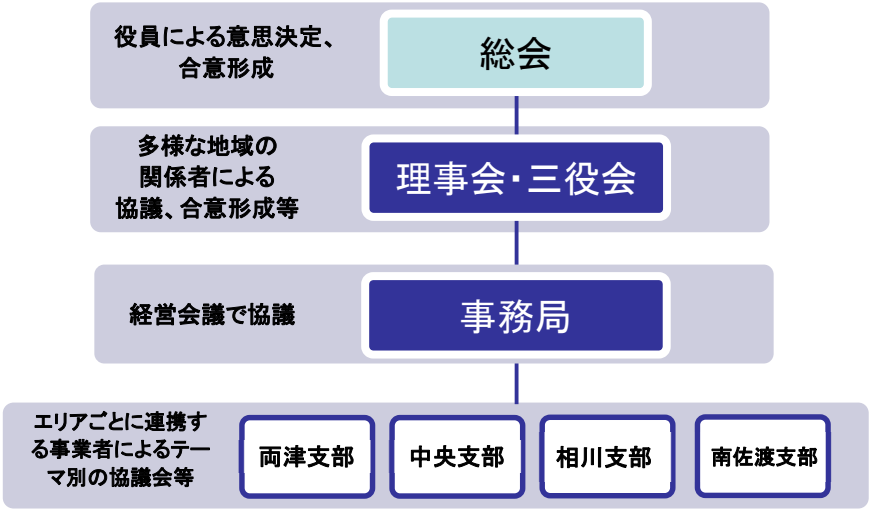
③旅行業取扱額

令和3年	令和4年	令和5年	令和6年
18,466 千円	44,998 千円	55,395 千円	72,032千円

④佐渡観光 WEB サイトセッション数

令和3年	令和4年	令和5年	令和6年
798 千人	1,229 千人	1,546 千人	1,820 千人

様式１

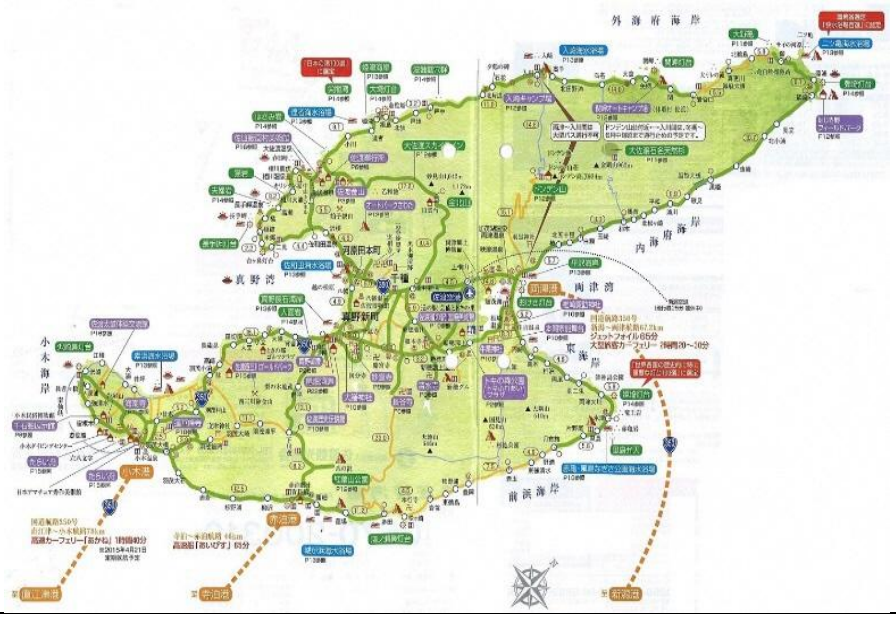
実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。	**【実施体制の概要】** 一般社団法人佐渡観光交流機構は、島内の多様な関係者で構成する総会を意思決定の場として、それ以外に島内を 4 つの支部に分け地区事業に取組んでいる。 **【実施体制図】**  （その他の事務局機能） 「佐渡トレッキング協議会」「佐渡・新潟エリア周遊観光推進協議会」の事務局を担い、様々な関係者との連携をとおして観光地域づくりを推進している。

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

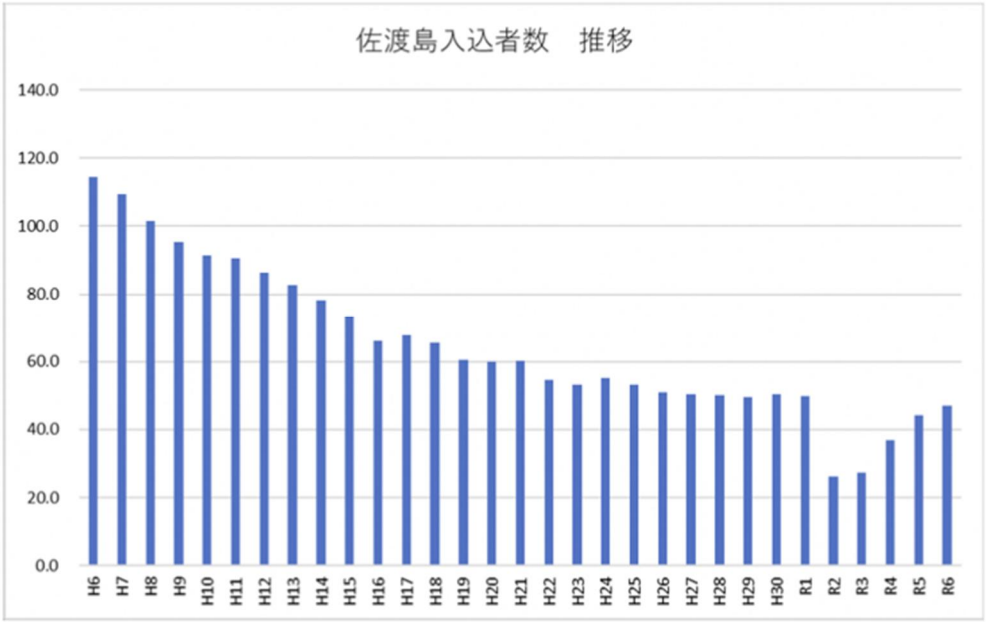


渡市となった経緯があることから当機構では佐渡市をマーケティング・マネジメント区域として設定する。2024年まで、新潟市とのトキめき佐渡にいがた観光圏事業から更にインバウンドプロモーション強化を図る為、2025年から「佐渡・新潟エリア周遊観光推進協議会」を設立、他、上越市との広域観光協議会事業を行い、航路で結ばれた対岸自治体と連携を行っている。また、長岡市とは平成 30 年まで、寺泊と赤泊を結ぶ航路が存在しており、現在も広域観光協議会事業で連携している。当機構では佐渡市を対象区域と設定するが、対岸自治体との広域的な連携も引き続き積極的に取り組んで行く。

【観光客の実態等】

〇佐渡島入込客数の推移

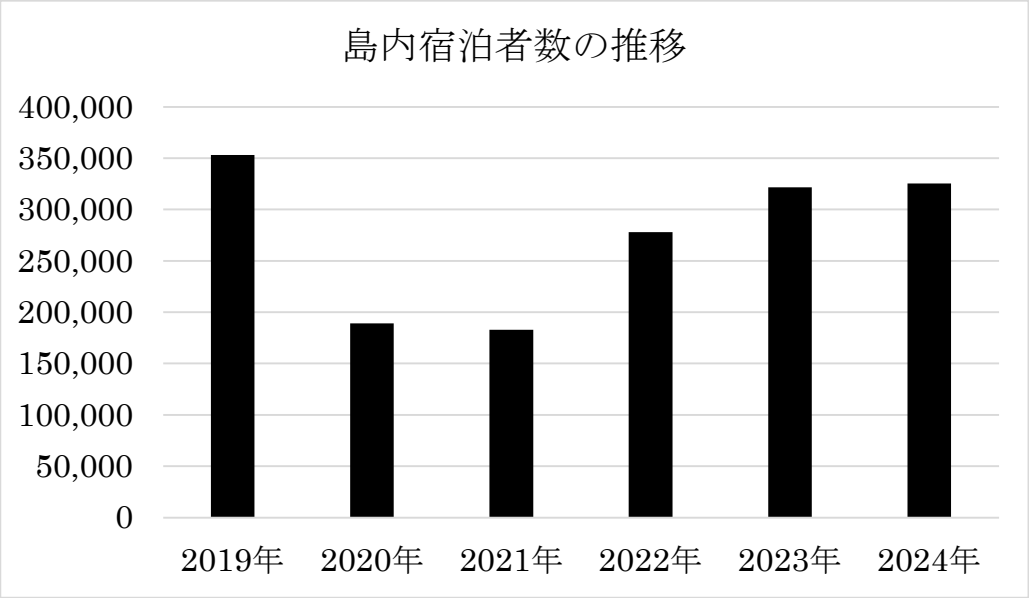
佐渡観光入込者数は平成 3 年の 120 万人をピークに減少を続け、平成 26 年時点で約 51 万人まで減少し、令和元年度までは横ばいであったが、新型コロナ感染症の関係で令和 2 年度・3 年度は約 26 万人まで減少した。令和 4 年から回復傾向になり、令和6年は47万人まで回復。インバウンド（特に欧州の FIT）も少しづつ上昇傾向にある。



〇延べ宿泊者数推移

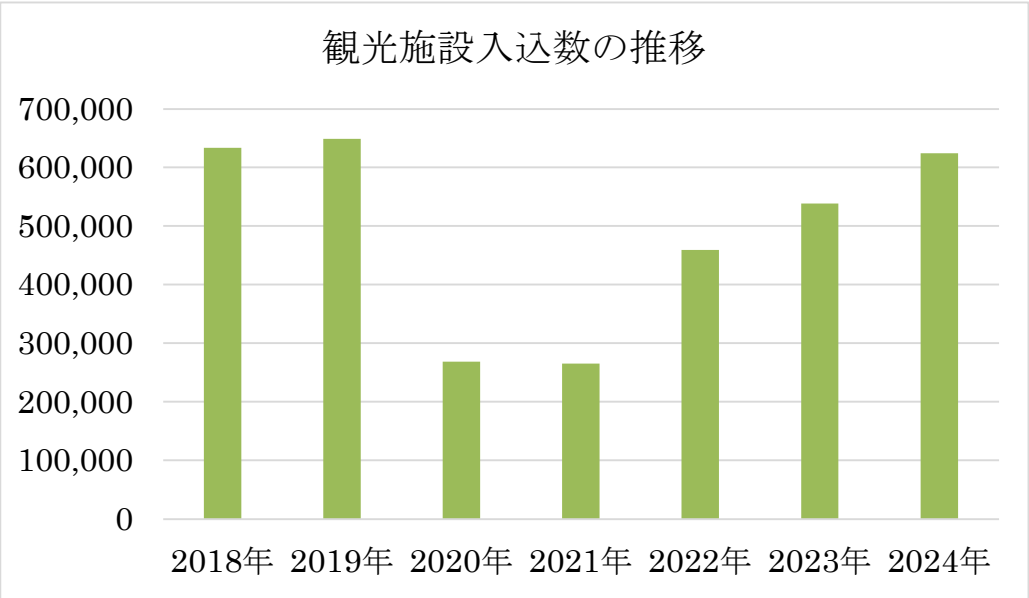
2024 年の宿泊者数は、2019 年対比で 89%と入込数とほぼ同水準で回復している。ただし 2019 年に比べて集計が取れていないゲストハウス・民泊等が増加しているため、宿泊者数は増加していることが予想される。

様式１



〇観光施設入館者数推移

2024 年の観光施設入館者数は、2019 年対比で 83%と入込数、宿泊者数と比べると回復が遅れている。この要因のひとつに、団体客中心に誘客を行ってきた観光施設が近年の個人旅行化といった旅行スタイルの変化に対応をしきれていないことが挙げられる。

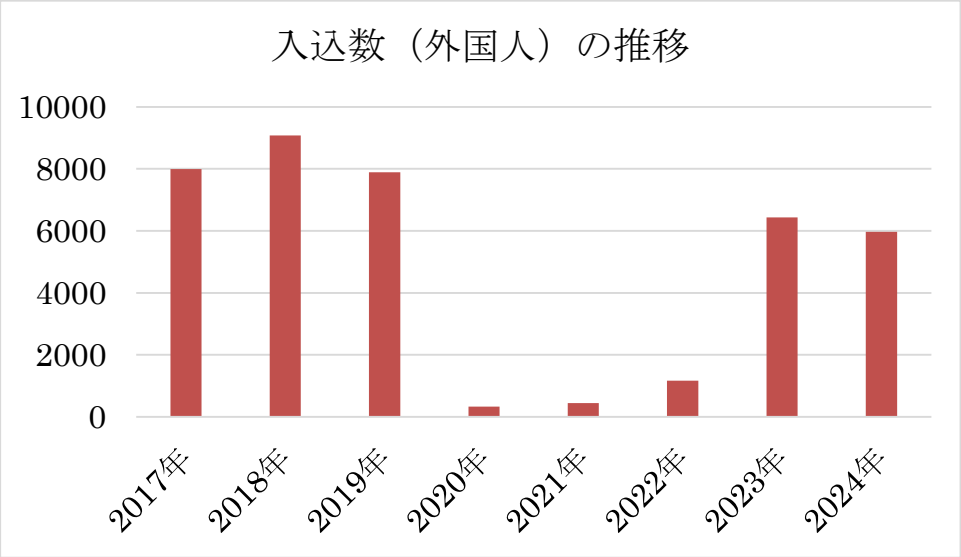


〇訪日外国人国別入込者数推移

佐渡は今まで団体客の主軸だった台湾がコロナ過を経て大幅に減少。ただ、アメリカやフランス、その他アジアからの団体・個人客が増加傾向。個人旅行者の大幅増加が全体回復を支える中心になる。

外国人宿泊数は依然復調途上で、まさに“観光回帰”期にある状況。

今後は「団体依存から個人化」へのシフトと、アメリカ・ヨーロッパ圏、その他地域の誘客強化が鍵となる。



【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】

○佐渡金山（2024 年 7 月ユネスコ世界文化遺産登録）

佐渡金山は、1601 年に山師 3 人により開山されたと伝えられており、1603 年には徳川幕府直轄の天領として佐渡奉行所が置かれ、小判の製造も行われ江戸幕府の財政を支えるまでに発展。平成元年 3 月（1989 年）、資源枯渇のため操業を休止し、400 年近くに及ぶ長い歴史の幕を閉じた。
江戸から明治、そして平成の操業停止に至るまでの長い歴史を物語る数々の遺構が、豊かな自然の中に溶け込んで至るところに残されており、広大な敷地に点在する坑道跡、採掘施設、製錬施設など、そのほとんどが国の重要文化財、史跡、近代化産業遺産に指定されている。
400 年に亘る先人たちの営み、鉱山技術や生産システムの変遷のほぼすべてを見ることができる、世界でも例のない大変貴重な遺産である。

○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 年に時の将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。

①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。

②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。

③鬼太鼓

その年の五穀豊穣や大漁、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。主に4月の田植え時期の前に各集落で行われる。

④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。令和6年に「伝統的工芸品」に認定

⑤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。

⑥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、5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】

①区域までの交通

〇鉄道

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

〇航空

新潟空港と結ばれている空港・地域

【国内】

札幌、伊丹、神戸、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　ジェットフォイル　67分
直江津−小木航路　カーフェリー　2時間40分

②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。
令和5年から、佐渡市が主体で「ライドシェア」を実施。

○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（1名、アメリカ人）
・　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。	アンケート調査を自主事業として実施。

入込数	入込数の推移を把握するため。	佐渡汽船が乗船データを通して推計を行っている。
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実施。
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。	アンケート調査を宿泊施設を通して実施。また佐渡のファンクラブ制度「さどまる倶楽部」の佐渡汽船予約数を通じて、リピーター率の整合性を測っている。
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。
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	アンケート調査を自主事業として実施。

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としている。

（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、2023 年度 4 月(令和 5 年度)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。

さらに 2024 年度（令和 6 年度）4 月時点では、佐渡市の総人口は 48,780 人、生産年齢人口は 22,910 人となっており、引き続き減少が続いている。合併時と比べると、生産年齢人口は約 38%の減少となっている。

（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。

その後も地域経済の厳しい状況は続いており、市内総生産は令和 4 年度（2022 年度）で 1,613 億円と前年をわずかに上回ったものの、長期的な回復には至っていない。令和 6 年度の確定値はまだ公表されていないが、大きな回復傾向は見られていないと見込まれる。財政力指数も依然として全国平均を大きく下回る水準で推移しており、自主財源の乏しさが続いている。

（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、2024 年(令和 5 年)には、472,360 人(入込客数)、325,353 人(宿泊者数)まで回復している。

（4）観光による経済効果

佐渡市産業連関表を用いて推計したところによれば、経済波及効果は約 411 億円、雇用誘発効果は約 4,046 人と報告されている 令和 6 年度（2024 年度）については、同様の統計資料がまだ未公表であり、産業連関表を用いた新たな試算は発表されていない。ただし、2024 年度は旅行消費額単価に相当する指標として 5.0 万円 を目標に設定しており（2025 年度も 5.3 万円目標）、おおむね令和 4 年度並み、やや上回る可能性も示唆されている。

（5）その他

2024 年 7 月に佐渡金山が世界文化遺産に登録されたのを契機に、インバウンド需要の再開や体験型観光・高付加価値商品の造成など、多様な取り組みの成果により観光客数が回復する一方で、島内の飲食・宿泊事業者の担い手不足や観光施設の老朽化など、持続可能な観光経営への課題も顕在化している。既存の宿泊事業者のなかで廃業などもみられる一方、地域事業者や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、40 件以上の増加）また、地域住民との共存や、環境への負荷軽減といった観点からも、新たな観光戦略の構築が求められている。
令和 6 年度以降は、観光を「量」から「質」へと転換し、交流人口の拡大とともに、地域資源の活用と観光による地域内経済循環の強化を図ることが重要。

（２） 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** ・ 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)	**弱み（Weaknesses）** ・ 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 ・ 佐渡へのアクセスが現在、船のみ（カーフェリー・ジェットフォイル） ・ 冬季 12～3 月は天候が不安定で、海が荒れてしまうため、船が出航しないことがある。 ・ 島内の二次交通、観光資源間の移動の利便性の悪さ

	・ 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	・ 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	**機会（Opportunity）** ・ 「佐渡島の金山」世界文化遺産登録 ・ 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－台湾桃園国際空港の定期便運航 ・ SDGs に取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	**脅威（Threat）** ・ 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（繁閑対策と人手不足） ・ 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

○第１ターゲット層 **北米の旅行会社をハブとした訪日ツアー**（団体、個人）利用者層
○選定の理由 現在も誘客実績のあるターゲットを選定。第一段階として、団体をターゲットに、地域の宿泊事業者からの声を反映させ誘客に取り組んでいく。北米の旅行会社との長年の営業効果が実り、良好な関係を築いており今年度も複数のツアーに組み込まれている状況であるため。特に佐渡で弱いシーズンの需要がある為、佐渡としてシーズンの標準化を図るきっかけとなる。 ○取組方針 北米の旅行会社から、アドベンチャートラベル（自然、文化を活かしたアクティビティ）に対する商品造成の要望を頂いており、本格的にアドベンチャートラベルを主軸とした誘客の強化を図っていく。
○ターゲット層 **北米の個人旅行者層。**訪日期間が 2 週間以上の 30～50 代のモダンラグジュアリー層
○選定の理由 北米からの来訪者は、団体客中心であるが個人旅行が前年の 156.6%と増加し個人の需要が高まっていることから、団体客とともに個人旅行者を強化を図っていきたい。 ○取組方針 北米向けに、現地のメディアや旅行会社を始め、現地でのレップを通して佐渡の認知度を上げ、潜在顧客へアプローチし、体験縺索へと繋げる。
○ターゲット層 **台湾の旅行会社をハブとした訪日ツアー**（団体、個人）利用者層。5 回以上訪日経験のある 30～50 代の層

〇選定の理由
誘客実績のあるターゲットを選定。地域宿泊事業者から団体客の誘客強化をニーズがあり、台湾の団体ツアー客をターゲットに、事業者とともにサービスのブラッシュアップを図りながら誘客に取り組んでいく。

〇取組方針
コロナ前は主に新潟県や佐渡市の自治体からの予算でインセンティブが出ていたが、現在はインセンティブが無くなったのと並行して格安の台湾ツアーが減少している。ただ高付加な旅行の小グループの旅行を扱った旅行会社からのニーズがあり、佐渡の文化や歴史を体験できる商品を提供していき、同時に情報発信（SNS や JNTO）を通して佐渡の認知度を図る。

〇ターゲット層
フランスの自然、文化を尊重する 30～50 代の個人旅行者層

〇選定の理由
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。

〇取組方針
欧州ではテーラーメイド型（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、佐渡で長期滞在してもらうための魅力的なコンテンツを造成・販売していく。世界文化遺産をフックに JNTO と連携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連携予定。

〇ターゲット層
台湾、香港の 20～40 代の個人旅行者層

〇選定の理由
訪日回数の多い上記２か国の旅行者の次のディスティネーションとして、島や地方でのニーズが高まっている。ジブリ映画で佐渡の「たらい舟」が登場したのをきっかけに東アジアでは佐渡のアイコンになっており、そのコンテンツをフックに個人旅行者層を取り組んでいきたい。

〇取組方針
台湾からは新潟空港までの直行便があり、新潟市に 2023 年約 17,000 名の台湾訪日客が訪れており、新潟市と連携した広域的な誘客に取り組み、世界文化遺産登録をフックに情報発信を行いながら持続的な誘客を図っていく。その他、SNS や現地メディアと連携した情報発信を行っていく。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①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－
②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 ※頻度が分かるよう記入すること。	佐渡観光交流機構総会、アドベンチャートラベル部会、ゲストハウス意見交換会、事業者専用 HP、訪日外国人旅行者周遊促進事業（佐渡市、新潟市、群馬県みなかみ町連携事業、など）
	○佐渡観光交流機構総会（年１回） 旅行商品販売や公益事業等の活動内容や、 KPI の達成状況、成果報告等の事業報告書を作成し、DMO 会員向けに報告するとともに、来年度に向けた DMO の戦略、取組み方針などを発表する。 ○アドベンチャートラベル部会（年２回） DMO が中心となり、佐渡市、佐渡文化財団、佐渡スポーツ協会、等を集め、佐渡の独自の自然や文化・歴史を取り入れた着地型旅行商品の造成に向けて部会を実施中。 ○ゲストハウス意見交換会（年２回） DMO が中心となり、半期に 1 回程度、地域の関連事業者を集め、横の繋がりを強化とともに、事業者同士で課題の共有を行いながら課題解決向けた取り組みを行なっている。 ○業者専用 HP（月１回） 活動内容・成果、KPI の達成状況や旅行商品販売や公益事業等の取組の分析結果等を記載した事業報告書を作成し、DMO 会員向けに HP で公表し、月に一回の事業者メールでお知らせしている。 ○訪日外国人旅行者周遊促進事業、インバウンド部会（年数回） 2017 年から行っている広域連携（佐渡市、新潟市、みなかみ町）と北米を中心とした旅行会社向けに、ツアー造成に直結するセールスコール、ファムトリップを実施し、毎年定期的なツアー催行を行っている。 その他、広域連携事業でも、交通事業者等を巻き込み周遊促進事業を行っている。
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	○サクラクオリティ 2018 年「魅力ある観光地域づくりモデル推進事業」を通じて、DMO が、地域の宿泊施設を調査し、世界中の旅行者に安心で快適な旅行を異郷できるよう「安心・安全・誠実」の一定レベルの基準を守っている施設を認証し、「サクラクオリティ」の称号・マークを与えている。

	（2023 年末施設数９施設達成） 〇佐渡クリーン認証制度 新型コロナ感染症の世界的な流行の中で安心安全な観光地づくりを目的とし、令和 2 年より「佐渡クリーン認証制度」を立ち上げ、運用を行なった。（佐渡クリーン認証・施設数　283 施設 ※2023 年度末で終了）
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	〇「さど観光ナビ」運営 佐渡市公式観光ポータルサイト「さど観光ナビ」の運用を通じて、佐渡のイベント、お知らせ、タビマエ・タビナカ便利情報や、宿泊施設、観光施設の紹介等の情報発信を行い、日々のアクセス情報を分析を行いながら、デジタルマーケティングに取り組んでいる。 〇SNS 運用 イベント情報や、着地型旅行商品、地元の日常など効果的な発信を行い、フォロワーとの定期的なコミュニケーションにより、佐渡へのエンゲージメントを高める。最新情報を伝えたり、きれいな写真で魅力を伝え、日常的に PDCA を回しながら、誘客促進を図る。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

６．ＫＰＩ（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後３年間における明確な数値目標を記入すること。
※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去３年間の実績も記入すること。

（１）必須ＫＰＩ

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（万円）一人当たり単価	目標	5,1	5,3	5,4	5.5	5.6	5.7
		(5,2)	(5,4)	(5,4)	(5,8)	(5,9)	(6,0)
	実績	4,6	5,1	5.6			
		(4,1)	(5,1)	(5,4)			
●延べ宿泊者数（人泊）	目標	363,700	410,000	440,000	450,000	451,000	452,000
		(14,600)	(14,600)	(10,000)	(10,000)	(11,000)	(12,000)
	実績	277,984	258,384	325,148			
		(912)	(6,455)	(6,417)			
●来訪者満足度（%）	目標	30.0	40.0	41.0	42.0	43.0	44.0
		(30.0)	(40.0)	(41.0)	(42.0)	(43.0)	(44.0)
	実績	35.9	34.0	41.0			
		(30.0)	(40.0)	(41.0)			
●リピーター率（%）	目標	45	49.5	51.3	52.5	53	53
		(20)	(20)	(20)	(20)	(20)	(20)
	実績	43.6	38.8	34			
		(11.1)	(0)	(－)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

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、続可能な形での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、比較的低い数値で設定をしていたが現在の実績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		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●住民満足度（%）	目標	（ ）	（ ）	（ ）	今後設定 （ ）	今後設定 （ ）	今後設定 （ ）

様式１

	実績	計測なし （　）	計測なし （　）	計測なし （　）			
●佐渡島入込客数（千人）	目標	500 （10）	500 （10）	500 （10）	600 （15）	650 （20）	680 （25）
	実績	368 （1.1）	443 （6.4）	473 （5.9）			
●旅行業取扱額（千円）	目標	25,000 （-）	40,000 （-）	64,100 （-）	75,000 （-）	75,000 （-）	75,000 （-）
	実績	44,998	55,395	72,032			
●佐渡観光 WEB セッション数（千数）	目標	786.5 （-）	1,300 （-）	1,500 （180）	1,900 （200）	2,000 （230）	2,100 （250）
	実績	1,229 （-）	1,546 （56）	1,820 （74）			

※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】
●(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。

●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。R6 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
R5 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。R6 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

R5 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。R6 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 セッション数
R5 のアクセス数は当初の目標をクリアしており、R6 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。

７．活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後３年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。
※現に活動している法人にあっては、過去３年間の実績も記入すること。

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
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）
2026（Ｒ８）	339,798,000（円）	【補助金・受託事業等（国・県・市）】:195,000,000（円）

年度		【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)
2027（Ｒ９） 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）
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
2026（Ｒ８） 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
2027（Ｒ９） 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7割が佐渡市による補助金等を占め、自主事業による3割の収益確保が必要。令和4年までは佐渡市や旅行会社からの出向者を受け入れていたが現在はプロパー職員のみで運営。職員の8割は女性で役職もついており、女性も活躍できる職場作りを推進。市と当 DMO との関係は良好であるが、DMO として公益的な地域づくりをはじめとした活動を行っていくには安定的な財源の確保が必要。今後は以下を継続的に検討していく。

①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。

②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。

③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。

④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。

⑤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。

⑥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。

⑦佐渡として「入島税」の検討会が令和5年より開設されたが、DMO としての財源の確保を検討会を通して議論していく。

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）

該当なし

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	952-0014
所在地	新潟県佐渡市両津湊 353
電話番号（直通）	0259-23-5230
ＦＡＸ番号	0259-23-5030
Ｅ－ｍａｉｌ	sato@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	新潟県佐渡市
担当者氏名	佐々木 貴浩
担当部署名（役職）	佐渡市観光文化スポーツ部 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	0259-63-5124
Ｅ－ｍａｉｌ	s-kanko@city.sado.niigata.jp

（登録）【地域DMO】一般社団法人佐渡観光交流機構

様式2

記入日： 令和7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】 2018年4月1日
【設立経緯】
④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）】 事業本部　副部長　長島崇史
【財務責任者（CFO）】 事務局長　佐藤達也
【職員数】 21人【（常勤20人（正職員8人、国際交流員1人、契約12人、出向0名）】
【主な収入】（6年度決算）
補助金（4438万円）
収益事業(会費：1600万円、旅行業：340万円、その他：270万円）
委託事業(13791万円)
【総支出】
事業費　25029万円、一般管理費　2695万円
【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		2022（R4）年度	2023（R5）年度	2024（R6）年度	2025（R7）年度	2026（R8）年度	2027（R9）年度
旅行消費額（万円）一人当たり単価	目標	5,1 (5,2)	5,3 (5,4)	5,4 (5,4)	5,5 (5,8)	5,6 (5,9)	5,7 (6,0)
	実績	4,6 (4,1)	5,1 (5,1)	5,6 (5,4)	—	—	—
延べ宿泊者数（人泊）	目標	363，700 (14，600)	410，000 (14，600)	440，000 (10，000)	450，000 (10，000)	451，000 (11，000)	452，000 (12，000)
	実績	277，984 (912)	258，384 (6，455)	325，148 (6，417)	—	—	—
来訪者満足度（%）（大変よい）	目標	30 (30)	40 (40)	41 (41)	42 (42)	43 (43)	44 (44)
	実績	35.9 (30)	34 (40)	41 (41)	—	—	—
リピーター率（%）	目標	45 (20)	49.5 (20)	51.3 (20)	52.5 (20)	53 (20)	53 (20)
	実績	43.6 (11.1)	38.8 (－)	34 (－)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
①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
②フランス：自然、文化を尊重する個人旅行者層
③台湾　④首都圏、新潟県内
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
アメリカ、フランス・・・レップやセールスコールを通して「アドベンチャートラベル」をコンセプトにした商品の販売、PR
台湾・・・SNSなどの情報発信や現地プロモーション
国内・・・SNSなどの情報発信をはじめ、行政と連携した現地プロモーション
【観光地域づくりのコンセプト】
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ドベンチャートラベルの開発

【受入環境整備】
- 地域住民と連携した観光まちづくり
- 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）やレップ
- 広域連携（新潟市、みなかみ市、鶴岡市など）との合同プロモーション、セールスコール

【その他】
- さどまる倶楽部や佐渡汽船と連携した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

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）