

日本の良さがここにある Japan in One Place 長期滞在型日本リゾート 佐渡國



【観光地マスタープラン整備事業】

2019年3月（一社）佐渡観光交流機構



目次

I. マスタープランについて	P3
1. 背景・目的	
2. 対象エリア	
II. 現状分析	P7
1. 交通アクセス	
2. 特徴／地域資源	
3. 観光関連データ	
4. 地域課題	
5. 地域づくりの考え方	
III. 地域のビジネスモデル	P18
1. コンセプトの構築（有効性）	
2. 資源の活用（実現可能性）	
3. 稼ぐ仕組みづくり（継続性）	
IV. 目標と評価	P59
1. 目標設定	
2. 施策の進捗状況の点検・評価方法	
付録	P62

I . マスタープランについて

1. 背景・目的
2. 対象エリア

I-1. 背景と目的

- 日本の縮図と言われるほど多様な資源がある中で、その資源活用した効果的な方策が打ち出せていない。
- 地域の経済面での活性化、産業強化に向け、単なる計画に終わらず、観光を活用した具体的かつ効果的な実行施策を盛り込んだ計画として、本観光地マスタープランの策定している。

佐渡島は新潟県西部に浮かぶ離島で、沖縄本島に次いで、日本海で最大の大きさである。佐渡の気候は海洋性で、四季の変化に富んでおり、文化、グルメや自然など、歴史的にも地理的にも「日本の縮図」と言われる。

佐渡の歴史は長く、有形・無形の多くの文化遺産が今も多く残っている。貴族文化、武家文化、町人文化と3つの文化が融合し、佐渡の形が作られ、能楽や鬼太鼓など伝統的な芸能も残っている。佐渡金銀山のような400年の歴史のある山もあり、世界文化遺産登録を見据えている。

また、豊かな土壌と気候を活かした農業や漁業が盛んであり、佐渡牛はもちろん、加茂湖や真野湾で育てられる牡蠣や、日本海の荒波が育んだアワビ、サザエ、海藻類など、海産物の宝庫とも言われている。



【自然】



【人文史跡】



【民俗芸能】



【海の幸】

佐渡圏域においては、これまで農業、漁業、観光等の経済面からの調査も数多く実践され、地域づくりに対する熱心な取り組みがなされてきたが、現在に至るその諸計画は、計画を立てたとしても、それに対する実行まで至らずに來た歴史がある。

このような結果を踏まえて、「佐渡はこれまでも、これからも、一つにまとまった運命共同体である」ということを改めて認識し、これからの佐渡を取り巻く様々な環境の中で「佐渡のそのままとりの力をどう結集し活かしていくか」についての方向と方策を示す必要がある。

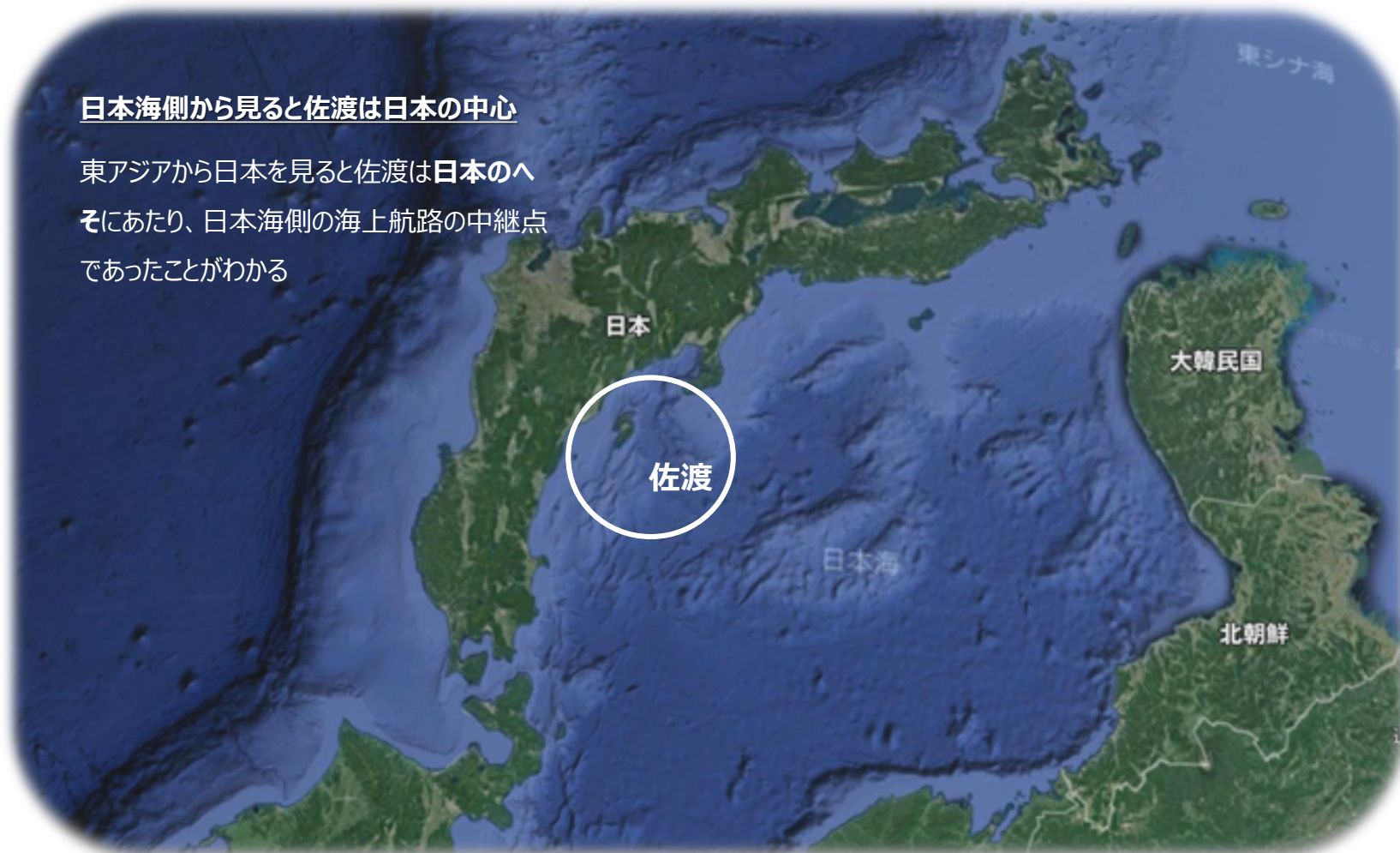
今回の観光地マスタープランにおいては、過去のプランを見直し、その上で佐渡が世界中の観光客を惹きつけ世界のリゾートと競うため、観光関連産業の集積と投資誘導及び観光視点からの地域の政策提言が可能となる観光地マスタープランの策定を行った。

I -1. 背景と目的

- 佐渡に求められることは「日本の離島としての佐渡」、「新潟県の一部としての佐渡」という意識ではなく、小規模ながらも世界でも有数の文化水準・経済水準を有する地域として「島民の意識を統一すること」と、それを支える「佐渡型経済圏を構築すること」であり、本マスタープランにもそのような観点で施策を示している。

日本海側から見ると佐渡は日本の中心

東アジアから日本を見ると佐渡は日本のへそにあたり、日本海側の海上航路の中継点であったことがわかる



I-2. 対象エリア

- 本マスタープランでは、エリアの特性（歴史・文化・農業・漁業）により、「相川エリア」、「国中エリア」、「両津エリア」、「南佐渡」と4つのエリアで区分し、それぞれ施策を記載している。

相川エリア

世界遺産登録を目指している金銀山を中心とした施設を、江戸と明治の歴史・文化の町歩きを味わえるエリア。



両津エリア

冬でも安全な加茂湖の釣りや牡蠣小屋、魚市場のせりや魚加工品の見学、商店街の街歩きなど、港町の魅力を満喫するエリア。



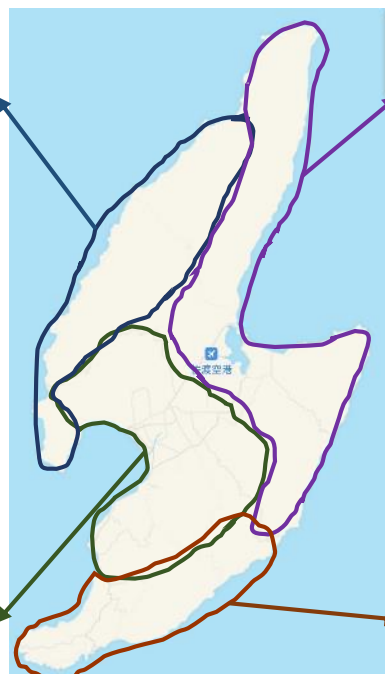
国中エリア

トキを見ながら、能や日蓮ゆかりの寺、日本酒の蔵めぐりなどを行い、農家や寺社で民泊を行うことで地元島民と文化交流できるエリア。



南佐渡エリア

町並みでの街歩きや鼓童、たらい船、アクティビティなど、伝統文化とアクティビティ両方体験できるエリア。



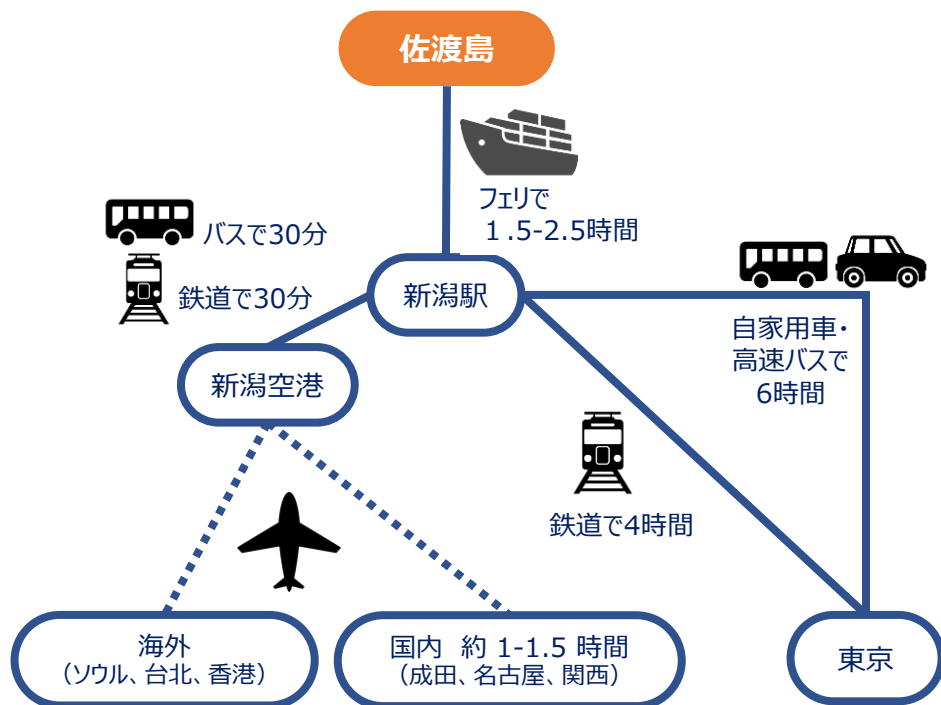
Ⅱ．現状分析

1. 交通アクセス
2. 特徴／地域資源
3. 観光関連データ
4. 地域課題
5. 地域づくりの考え方

Ⅱ-1. 交通アクセス

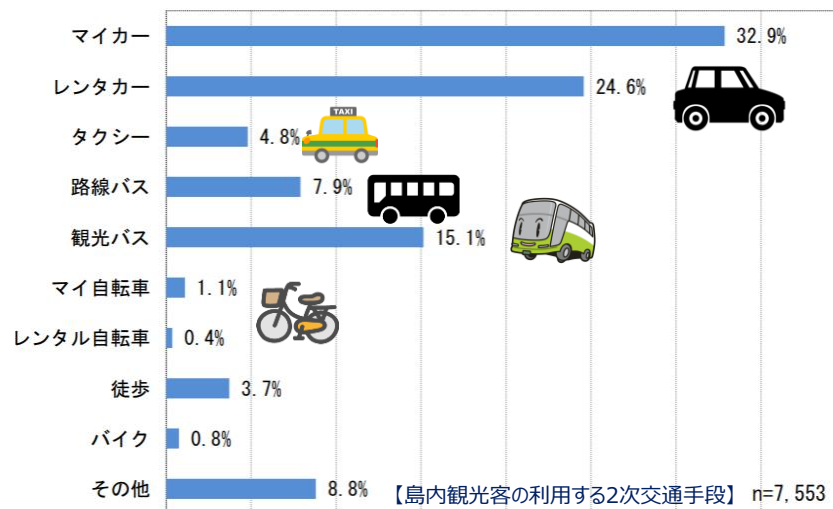
- 佐渡へのアクセスは、本土の新潟港からフェリーやジェットfoilでの移動となり1.5～2.5時間程度。それぞれ2～3時間に1本程度運航している。近郊都市新潟までは新幹線・飛行機等様々な手段がある。
- 島内での交通においては、主にマイカー、レンタカーが中心となっている。

佐渡までの1次交通



- ✓ 島外から両津港及び小木港までは最低2回は乗り換えが必要
- ✓ 佐渡空港は滑走路が890mしかなく、営業休止状態

島内での2次交通



- ✓ 主に島民の足は自家用車であり、人口減に従って、路線バスの本数が減っているため、個人観光客にとって移動しにくい環境になっている

Ⅱ-2. 特徴／地域資源①

- 日本の縮図とも言われる佐渡は、四季の異なる風景や自然を通じた様々な体験を楽しむことが可能。
- 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も整っている。

自然・環境

離島の四季



佐渡沖で寒流と暖流がぶつかる地域であるため、四季がはっきりと分かれる。

生物多様性



佐渡はトキと暮らすまちとしてエサ場となる棚田の田園風景が美しく残っている。また熊・猪など大型動物がいない為、本土ではなくなりつつある山野草が群生している。

ジオパーク



日本ジオパークに登録される地形。透明度が高く、魚群が多い海と、日本海の風雪と地殻変動によって作られた海岸線はインスタ映えするものが揃っている。

自然に囲まれるアクティビティ



「たらい船」体験、ハイキング、フットパス、ダイビング、マラソンなど、自然を満喫できるアクティビティが多数開催。

Ⅱ-2. 特徴／地域資源②

- 環境や気候に恵まれ、南限と北限の作物や魚が同時に取れ、露地野菜など多様な栽培が取り組まれている。
- さらにトキをはじめ多種多様な生きものとの共生をしながら安心安全な米作りを行っている。

食・食文化

海の幸



四方を海に囲まれ、様々な種類の魚介類が水揚げされるほか、加茂湖や真野湾で育てられる牡蠣や、日本海の荒波が育んだ海鮮など、海産物の宝庫になっている。

農産物の多様性



過ごしやすい気候であり、自然災害による被害も少なく、農業に適した土地柄で様々な露地野菜など多様な栽培が取り組まれている。

生き物との共生



環境保全の全島の取組で世界農業遺産に認定された「トキと共生する佐渡の里山」に、化学肥料や農薬を減らした農法の田んぼには生き物が根付き、島内では約300羽のトキが野生している。

安心な食づくり



多種多様な生きものとの共生をしながら安心安全な米作り、その米で醸す日本酒、また佐渡で収集した稲わらを飼料とした安全・安心で佐渡牛を飼育している。

Ⅱ-2. 特徴／地域資源③

- 能楽、佐渡おけさ、鬼太鼓など、佐渡ならではの歴史と伝統を後世に伝える取り組みが行われている。
- また、佐渡では陶器づくりなども体験できる。

歴史・伝統

能楽



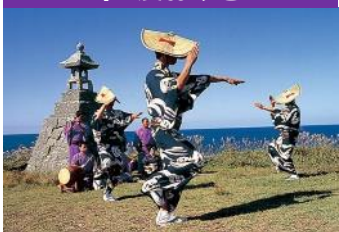
日本の能舞台 3 分の 1 に相当する 30 以上の能舞台が残されている。「佐渡の人形芝居」として国の重要無形民俗文化財に指定。

鬼太鼓



島内には約120地区に厄を払うための鬼太鼓がある。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つもない。

佐渡おけさ



元唄は座敷唄から盆踊唄化し、金山の選鉱場で唄われる。哀調を帯びた節と洗練された優雅な踊りは、日本を代表する民謡となっている。

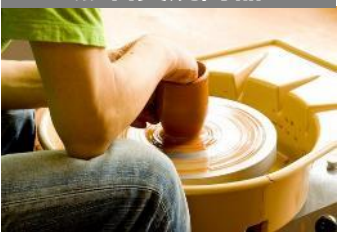
パワースポット



パワースポットと呼ばれる寺社仏閣が多く存在する。精神的ツーリズムとして再度掘り起こしを図り、団体巡礼事業を推進している。

工芸

無名異焼陶器



佐渡金山の鉱脈近くで採集される赤土を陶土とすることで、赤色をおびた美しい器が生まれる。5代目伊藤赤水は人間国宝に認定された。

裂き織り



着古した衣服などをといて細かく裂いたものを横糸として織った厚手で丈夫な織物で、鉱山労働者の保護着として愛用されている。

Ⅱ-2. 特徴／地域資源④

- 400年の歴史のある佐渡金銀山では、鉱山や当時の採掘り作業を見学できる。
- 国の「重要伝統的建造物群保存地区」に選定された町並みは、昔ながらのレトロは感覚を味わえる。

史跡・旧跡

金銀山



1989年の操業停止まで400年近く採掘が続いた金山。江戸時代の採掘坑には人形を使って当時の採掘作業を忠実に再現している。銅の製造過程の技術であった浮遊選鉱法を金銀の採取に応用し、世界で初めて実用化に成功した北沢浮遊選鉱場は映画「天空の城ラピュタ」を想起させる。現在、佐渡金銀山はユネスコの世界文化遺産への登録を目指している。

宿根木 町並み



小さな入り江に面して、船板などを利用した板壁の民家100余棟が密集する町並みは、国の「重要伝統的建造物群保存地区」に選定。集落全体が船の仕事に従事した歴史を今に伝える。

Ⅱ-2. 特徴／地域資源⑥

- 「さかな祭り」や「素人セリ市」など様々なイベントを行っており、来訪者も体験できる。
- 民泊も進んでおり、その土地ならではの体験や地域の人々との交流は、旅行者にとって大きな魅力である。

地域生活

魚市場・港町



佐渡沖合いは、暖流・寒流に乗って、様々な魚が集まる、豊かな漁場に恵まれている。
より地域住民の生活を体験してもらうために、さかな祭りをを行い、佐渡沖で水揚げされた新鮮な魚介類の格安販売、歌謡ショー、一般の方も参加出来る「素人セリ市」マグロ即売、なども体験できる。

古民家



古民家を再生して民泊できるようになった。島民とともにオーガニック野菜・ハーブ農園に囲まれて、時間が止まるような空間でお過ごすことができる。

Ⅱ-3. 観光関連データ①

- 平成30年度における佐渡の入島者数は148万人となり、平成28年から比較すると横ばい傾向にある。
- 月別の来訪者は春～夏にかけてピークを向かえ、秋～冬にかけてローシーズンとなる。
- 来訪者の属性としては、50～60歳代を中心としたシニア層の割合が高い。

入島者数の推移（人）

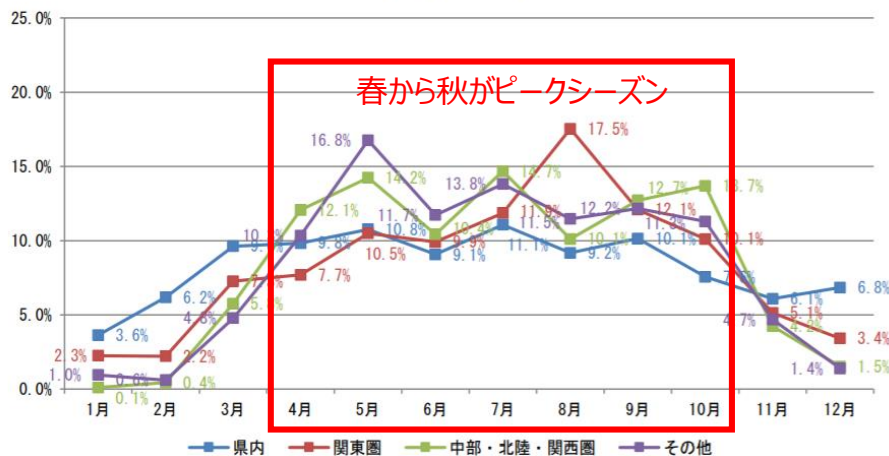
部 門	第 155 期 (平成28年度)		第 156 期 (平成29年度)		第 157 期 (平成30年度・当事業年度)	
	輸 送 量	前事業年度比	輸 送 量	前事業年度比	輸 送 量	前事業年度比
旅 客 部 門 (旅客輸送人員)	人	%	人	%	人	%
	1,505,836	△3.3	1,472,144	△2.2	1,480,352	0.6
自動車航送部門 (航送換算台数)	台	%	台	%	台	%
	209,678	△1.4	209,778	0.1	224,431	7.0
貨 物 部 門 (貨物輸送トン数)	トン	%	トン	%	トン	%
	159,710	△5.4	159,261	△0.3	159,073	△0.1

(注) 自動車航送部門の航送換算台数は乗用車換算です。

出典：佐渡汽船株式会社、<https://reurl.cc/jWdvD>

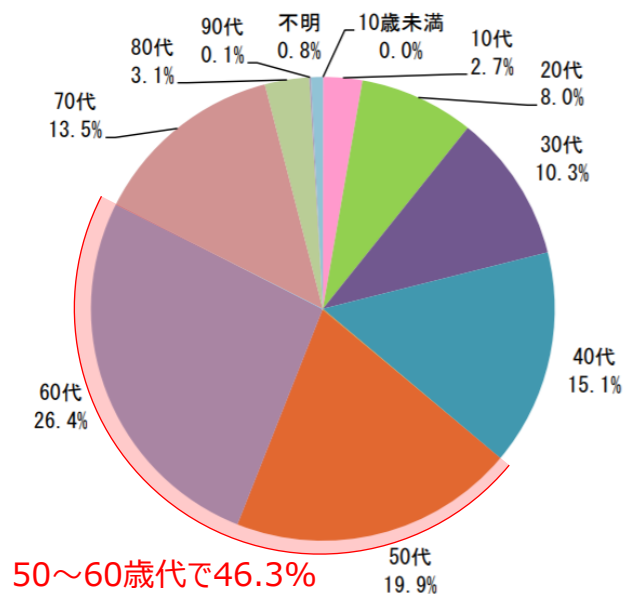
月別来訪者割合（地方別）

地方別×月別



出典：平成28年佐渡観光アンケート調査報告書

来訪者属性



n=11,888

出典：平成28年佐渡観光アンケート調査報告書

Ⅱ-3. 観光関連データ②

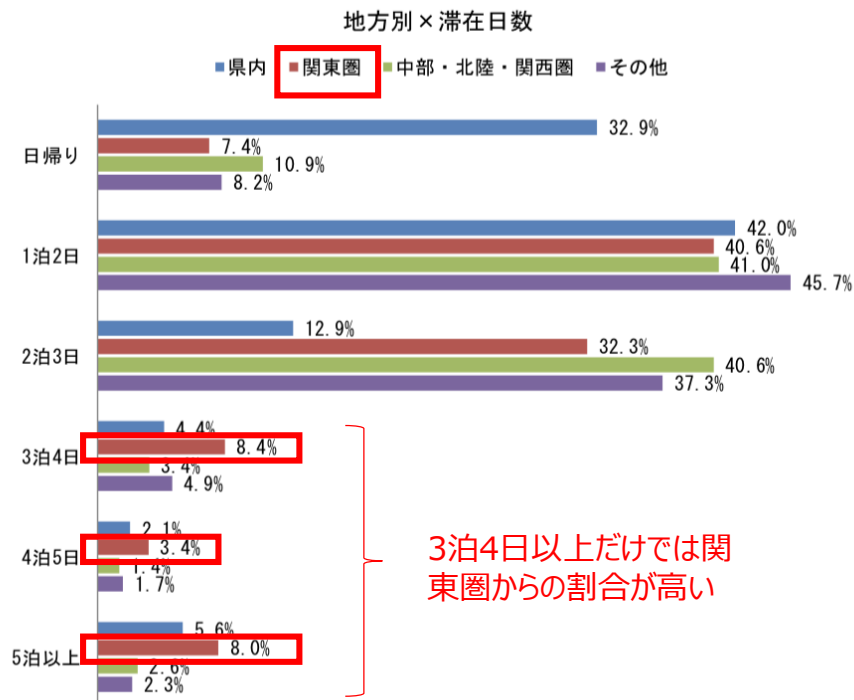
- 佐渡における旅行消費額は、他の観光地と比較して、沖縄・北海道に次いで大きい地域。
- 来訪者における宿泊者の滞在日数の傾向を比較すると、3泊4日以上だけで比較した場合に、関東圏からの割合が高くなっている。

各観光地と宿泊旅行消費額比較

	佐渡	日本	北海道	徳島	鹿児島	沖縄
旅行消費額	¥56,287	¥49,625	¥68,047	¥49,304	¥49,689	¥92,223
平均宿泊数	1.82	1.85	2.33	1.93	1.93	2.8
	韓国	香港 マカオ	台湾	シンガ ポール	グアム サイパン	中国
旅行消費額	¥105,802	¥190,939	¥114,168	¥219,754	¥204,991	¥157,301
平均宿泊数	2.66	2.94	3.23	3.39	3.83	4.17

出典：平成28年佐渡観光アンケート調査報告書、旅行年報2017
※佐渡は日帰り含む

滞在日数（地方別）

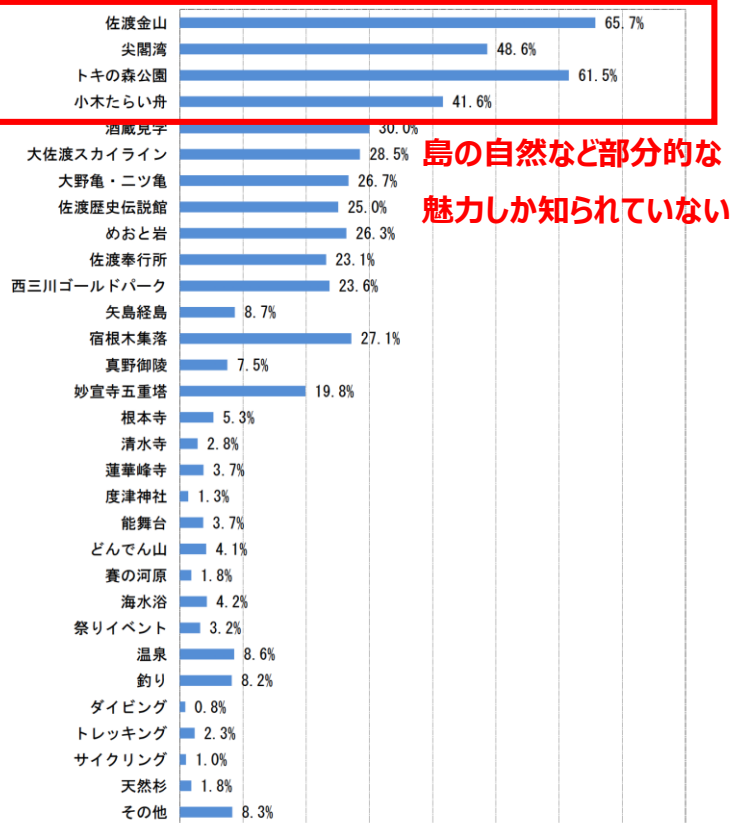


出典：平成28年佐渡観光アンケート調査報告書

Ⅱ-4. 地域課題

- 日本の縮図と言われるほど「多様な地域資源」に恵まれる佐渡だが、島の自然など部分的な魅力しか知られておらず、佐渡全体的な深い魅力が伝わっていない。
- 観光を活用した地域づくりとして展開していくためには、「観光客に感じてほしい価値」=「コンセプト」を明確にし、地域づくりを進める必要がある。

佐渡島内での訪問箇所



島の自然など部分的な
魅力しか知られていない

佐渡の深い魅力を
「観光客に伝える価値と
して作りだし」
「伝えること」が必要

出典：平成28年佐渡観光アンケート調査報告書

Ⅱ-5. 地域づくりの考え方

- 地域の現状や課題を踏まえ、地域づくりの考え方としては下記の3つを論点とした取り組みを促進する。
- そのために、地域DMOとして佐渡観光交流機構を中心に、地域住民の意見を積極的に取り入れながら戦略を構築し、地域での消費促進・販売拡大を目指したマーケティングおよび施策の実行を展開する。

コンセプトの構築

誰にどんな価値を届けるのか

多様な資源



離島の環境



資源の活用

どう商品化するか

歴史活用 (寺泊体験など)



食活用 (グルメ開発など)



稼ぐ仕組みづくり

どう売っていくか

関係人口



地域サポーターの構築



Ⅲ. 地域のビジネスモデル

1. コンセプトの構築（有効性）
2. 資源の活用（実現可能性）
3. 稼ぐ仕組みづくり（継続性）

Ⅲ-1. コンセプトの構築（有効性）

誰にどのような価値を提供するか

Ⅲ-1. コンセプトの構築（有効性） 来訪者に与える価値

- 佐渡の強みである「多様な地域資源」「ちょうどいい利便性」「島ならではのおもてなし」「ゆったりとした島時間」から、豊かな時間が過ごせる佐渡島の魅力を価値として提供し、長期滞在型のリゾートを目指す。



多様な地域資源

多様な観光資源を活用し、
自分にあったオリジナルの観光スタイルを体験

強みを活かした

長期で楽しめる場づくり



ちょうどいい利便性

離島だけれども、適度に便利さと不自由さの調和し、
日常からの開放とくつろぎを感じる



ゆっくり時間が流れる

ゆっくりと流れる佐渡の島時間の中に身を置き、
ストレスから開放する



島ならではのおもてなし

都会や外国では感じられない
「日本の島」ならではのおもてなしを感じる

「豊かな時間が過ごせる」＝
時間にとらわれないゆっくりとした時間の中での楽しみを価値として提供

Ⅲ-1. コンセプトの構築（有効性） ターゲット層

- ターゲットは消費単価をあげていくため、「口コミ力があり、海外旅行に行くことができるゆとりある層」に設定。

ターゲット層

口コミ力があり、海外旅行に行く ことができるゆとりある層

富裕層

佐渡の歴史や自然、文化に興味を持つ外国人や日本人の富裕層（景気の変動や値段だけに左右されない、佐渡の価値を認知・理解しやすい余裕を持った層）

意識の 高い 若年層

歴史や文化などに意識の高い、自己実現を望むアーティスティックな気持ちを持つ若年層（企業人や若者）

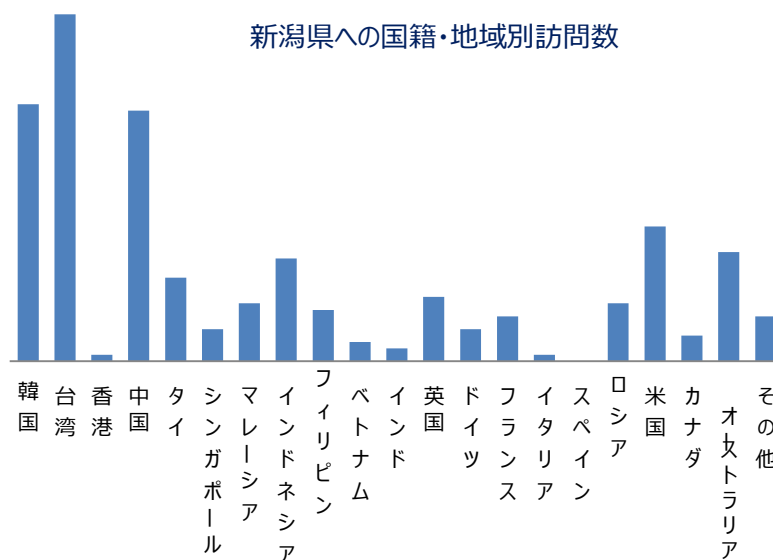
団塊シニア 団体旅行者

日本の現在のアクティブ旅行者はアクティブシニアであるため、団塊シニア層及び団体旅行者

（参考）新潟県への国籍・地域別訪問数

新潟県への国籍別訪問数を見ると、新潟空港への直行便がある台湾、韓国、中国が多く、次いで米国、オーストラリア、イギリス、フランスといった欧米豪地域。また、インドネシア、タイなどの東南アジアからの訪問客も増えている。

新潟県への国籍・地域別訪問数



出典：観光庁 平成29年（2017年）訪日外国人消費動向調査

Ⅲ-1. コンセプトの構築（有効性） ターゲット層

- 外国人旅行者については、「台湾」、「香港」、「欧米（フランス）」を戦略的ターゲット国として設定。

ターゲット国籍

戦略的国籍の選択と集中・・・佐渡の観光資源を好む国籍に絞る

① 佐渡へのアクセス・距離によるターゲット国

台湾
・
香港

<短期滞在客：アジアからの団体旅行客誘致>

一般的に観光客は、アクセスの良い近隣地域から訪問するので、新潟空港と直行便のある地域から誘客する。

▶ 中国（上海・ハルビン）、韓国、台湾】

※ただし、韓国の旅行者はLCCを利用する傾向があるため、ターゲットからは除外する。

② 佐渡の観光資源を好む傾向のあるターゲット国

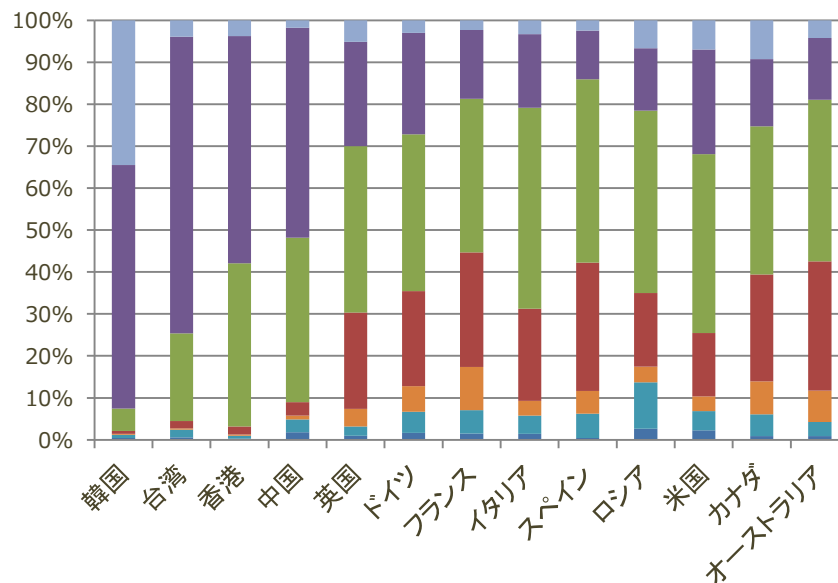
欧米
(フランス)

<長期滞在客：欧米の個人旅行客誘致>

「日本の歴史・伝統文化体験」や「日本の日常生活体験」は欧米に人気。佐渡は、旅行ガイドブック「ロンリープラネット」「ミシュラングリーンガイド」にも掲載されており、今後、個人旅行者を誘致する観光案内所でもフランス人からの問合せが増えている。

国籍別の訪日滞在日数

訪日観光客の国籍別滞在日数では、アジア圏に比べ、欧米圏の滞在日数が長い。滞在期間20日以上が最も多い国籍はフランス。



■ 滞在日数 91日以上1年未満 ■ 滞在日数 28～90日間
■ 滞在日数 21～27日間 ■ 滞在日数 14～20日間
■ 滞在日数 7～13日間 ■ 滞在日数 4～6日間
■ 滞在日数 3日間以内
出典：観光庁 平成29年（2017年）訪日外国人消費動向調査

Ⅲ-1. コンセプトの構築（有効性） ターゲット層

■ 欧米人はアジア人に比べ、「日本の歴史・伝統文化体験」、「日常生活体験」、「お酒を飲むこと」に関心が高い。

（単位）選択率：％

		アジア圏				欧米豪圏									
調査項目		中国	韓国	台湾	香港	米国	カナダ	オーストラリア	英国	ドイツ	フランス	イタリア	スペイン	ロシア	その他
次回したいこと	日本食を食べること	45.4	51.4	52.3	61.4	72.9	73.5	69.3	61.6	75.8	72.6	74.5	75.7	68.8	73.6
（複数回答）	日本の酒を飲むこと（日本酒・焼酎等）	13.7	26.9	16.0	18.2	40.9	47.2	42.8	36.6	44.1	44.5	43.1	39.9	30.5	42.7
	旅館に宿泊	23.8	20.6	26.4	31.2	33.9	36.2	36.8	30.1	26.9	41.0	50.6	49.7	29.8	33.9
	温泉入浴	36.7	51.2	33.5	45.3	40.4	49.2	44.6	36.2	44.0	42.9	49.1	44.8	44.3	44.2
	自然・景勝地観光	44.2	32.0	43.8	43.3	53.6	53.2	52.8	48.7	50.9	49.5	61.0	62.7	44.5	59.2
	繁華街の街歩き	28.8	25.2	31.6	31.5	35.8	39.8	36.6	25.7	35.6	37.5	39.5	41.8	34.2	36.8
	ショッピング	42.6	40.5	44.4	48.0	39.1	44.6	41.9	29.2	35.8	37.3	43.3	43.0	41.6	43.3
	美術館・博物館	12.7	11.1	13.6	17.7	37.3	36.1	34.9	30.8	31.7	36.8	47.0	40.3	36.0	35.6
	テーマパーク	20.8	27.2	23.3	23.5	18.8	20.6	22.2	13.1	13.1	14.0	21.3	19.8	32.6	18.9
	スキー・スノーボード	16.0	7.0	21.0	24.5	17.0	19.6	35.0	17.5	7.5	12.4	14.1	9.7	20.3	14.2
	その他スポーツ（ゴルフ等）	3.9	7.3	7.3	9.9	10.2	10.3	10.9	9.4	6.3	8.1	11.6	9.5	14.9	7.0
	舞台鑑賞（歌舞伎・演劇・音楽等）	8.5	9.4	8.6	11.3	27.1	29.2	24.5	21.3	17.8	27.1	37.5	30.8	25.0	23.9
	スポーツ観戦（相撲・サッカー等）	5.1	6.3	8.4	8.5	21.9	24.0	26.8	21.8	13.6	18.8	25.1	25.4	17.9	15.7
	自然体験ツアー・農漁村体験	15.2	6.5	16.7	19.5	24.5	27.7	26.1	18.6	19.9	28.5	31.1	23.6	23.0	22.3
	四季の体感（花見・紅葉・雪等）	27.8	17.3	31.7	36.0	41.7	45.1	40.6	33.2	28.2	39.7	47.2	45.9	39.3	38.3
	映画・アニメ縁の地を訪問	9.4	10.3	8.9	10.8	14.0	15.1	16.5	11.2	8.2	15.0	17.7	20.0	20.3	13.5
	日本の歴史・伝統文化体験	23.1	15.7	23.1	24.3	49.8	50.2	45.5	47.3	47.7	47.7	50.4	47.7	40.8	49.7
	日本の日常生活体験	17.0	15.7	20.9	21.7	37.6	40.3	37.5	31.5	37.1	40.3	44.7	42.3	32.4	37.7
	日本のポップカルチャーを楽しむ	12.0	12.1	13.7	17.0	21.5	22.6	20.8	16.1	11.6	20.8	23.5	31.0	19.4	22.4
	治療・健診	4.3	2.0	3.9	5.9	3.5	3.0	3.7	2.0	1.1	2.0	4.8	3.1	8.5	3.2
	上記には当てはまるものがない	3.1	1.7	2.7	2.5	1.7	2.0	0.5	2.7	2.6	1.1	1.0	0.0	1.8	0.3
回答者数および選択率延べ合計		414.1	397.4	451.7	511.9	643.2	689.5	670.2	544.6	559.5	637.6	738.1	706.7	625.9	636.4

出典：観光庁 平成29年（2017年）訪日外国人消費動向調査

Ⅲ-2. 資源の活用（実現性）

どう商品化するか、そのための必要なヒト、モノ、カネ

Ⅲ-2. 資源の活用（実現性） 商品化・価値化に向けた考え方

- 前項で示したコンセプトを実現するために、「情報発信・プロモーション頼り」や「素材のつなぎ合わせのPR」ではなく、資源を「商品・サービスとして磨き上げ、魅力を高める」視点から価値化を図る。

観光客（訪日外国人含む）

- ・ コンセプトに基づき商品化した地域資源を、顧客ニーズ・ウォンツを徹底的に追及して販売

- ・ 磨かれたコンテンツ体験により消費促進・消費拡大
- ・ 地域体験に対する満足度向上

「豊かな時間を過ごせる」という佐渡のコンセプトを体現する商品

「既存資源を商品価値を持たせること」、「新たな商品価値を生み出すこと」含め、
コンセプトを実現するためのコンテンツを創る

<文化財の商品化>

- ・ 世界文化遺産を目指す佐渡金銀山を活用した商品・サービスの創出（参考P30～33）
- ・ 質の高い文化財の活用を行える人材の養成・配置 等

<未利用資源の商品化>

- ・ 魚市場の活用・開発（参考P27～29）
－ 市場の見学、海鮮BBQ場の設置 等

<自然資源の商品化>

- ・ 加茂湖周辺の自然資源の活用（参考P27～29）
－ 釣り、サイクリング、牡蠣小屋で食べ放題 等
- ・ 質の高い専門家によるガイドツアー 等

<食の商品化>

- ・ ガストロミーツーリズムの推進（参考P33～35）
－ 日本酒と地域食、食文化を伝える体制づくり 等



棚田などの自然資源



海産物やお酒などの食



昔ながらの街並み



長く続く歴史・伝統文化や
その他、未利用資源

Ⅲ-2. 資源の活用（実現性） 展開方針（4エリア全体）

- エリアによって特色が異なるため、それぞれのエリアでの展開方針を示す。

相川エリア

【目指す姿】

佐渡金銀山を中心とした江戸および近代の鉱山文化と近未来のスマートシティ

【展開方針】

- ① 金山とともに育まれた歴史・文化を活かすまち
- ② 地域の支え合いと安全・安心なまち
- ③ 風光明媚な自然の中でゆったりと暮らせるまち

両津エリア

【目指す姿】

開港150年を誇る佐渡の玄関口として共通のデザインで統一された歴史ある昭和の港町

【展開方針】

- ① 加茂湖と港の活気あるまち
- ② 人・自然・経済がつながり持続的に発展するまち
- ③ 安全、快適に暮らせるまち

国中エリア

【目指す姿】

トキと共生する農村・日本酒・寺社と自然をめぐる癒されるガストロノミーツーリズムエリア

【展開方針】

- ① 佐渡の中核機能を担う暮らしのまち
- ② トキと共に安心して暮らし続けられるまち
- ③ 子どもが健全に育ち、若者が定着するまち

南佐渡エリア

【目指す姿】

伝統太鼓芸能とインバウンドに支持される、北前船に由来する歴史的な街並みエリアと豊富な食材活用エリア

【展開方針】

- ① 宿根木など歴史的遺産と自然の風情あるまち
- ② トキと共に安心して暮らし続けられるまち
- ③ 子どもが健全に育ち、若者が定着するまち



Ⅲ-2. 資源の活用（実現性） 両津エリア／未来像

- 開港150年を誇る佐渡の玄関口として共通のデザインで統一された歴史ある昭和の港町。
- 佐渡のゲートウェイとして情報を、佐渡汽船に乗るまでの時間を楽しく過ごせるにぎわいづくり。

加茂湖と港の
活気あるまち



加茂湖
交流の場



魚市場
見学

歴史のある港町に潜める
離島ならではの
豊かな時間を体験する

豊富な資源や歴史の中、
島民と共に、豊かな時間を過ごせる
昭和の港町



牡蠣小屋

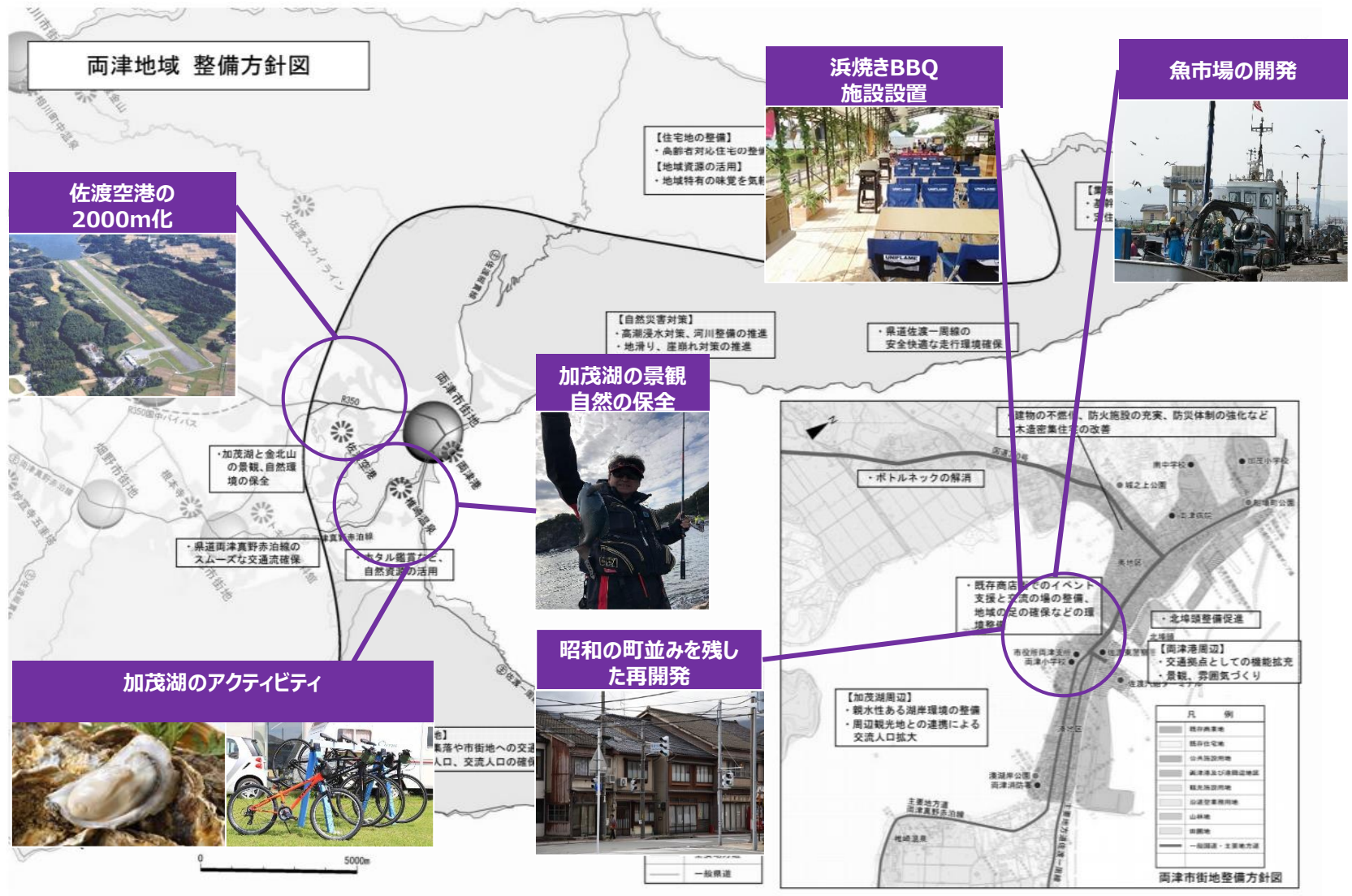
Ⅲ-2. 資源の活用（実現性） 両津エリア／取組内容

- 両津エリアにおける未来像に向けて、具体的に取り組む内容は下記の通り。

取組内容	今後の具体的取組内容
①佐渡の玄関口としての魅力の向上	- 魚市場の活用： 市場の見学、海鮮BBQ場の設置により市場からの魚の直送 - 魚市場の開発： フェリー乗り場から魚市場へのルートを街歩きゾーンと位置付け、魚市場でのCAS 冷凍施設の設置 - 古き良き昭和の街歩き： 昭和の町並みの散策、空き店舗再開発、到着時と出発時のと出入国の拠点と してのコンシェルジュサービス
②自然環境の保全と経済発展の共生	- 加茂湖の景観を活かした交流の場の創出と親水性の向上： 加茂湖での釣り、周遊サイクリング、牡蠣小屋で食べ放題 - 山林、水面の保全とホタル飼育など環境に優しい環境の形成
③安全・快適・便利な居住環境整備	- 災害時の代替道路確保など安全安心な道路網整備 - 密集市街地や狭小道路等の解消など、災害に強い地域づくり - 佐渡空港の滑走路延長によりジェット乗り入れ

Ⅲ-2. 資源の活用（実現性） 両津エリア／整備方針

- 佐渡市の整備計画等とも連携し、両津エリアは下図のように整備を進めていく。



Ⅲ-2. 資源の活用（実現性） 相川エリア／未来像

- 鉱山町を中心に、農業、漁業、自然が広がるエリア。
- 世界文化遺産を目指す佐渡金銀山の歴史・文化と近未来のスマートシティの融合を図る。

スマートシティ

伝統 & 未来

金山とともに育まれた歴史・文化を活かす
新要素を導入することで
近未来のスマートシティへ融合

世界文化遺産を目指す
金銀山

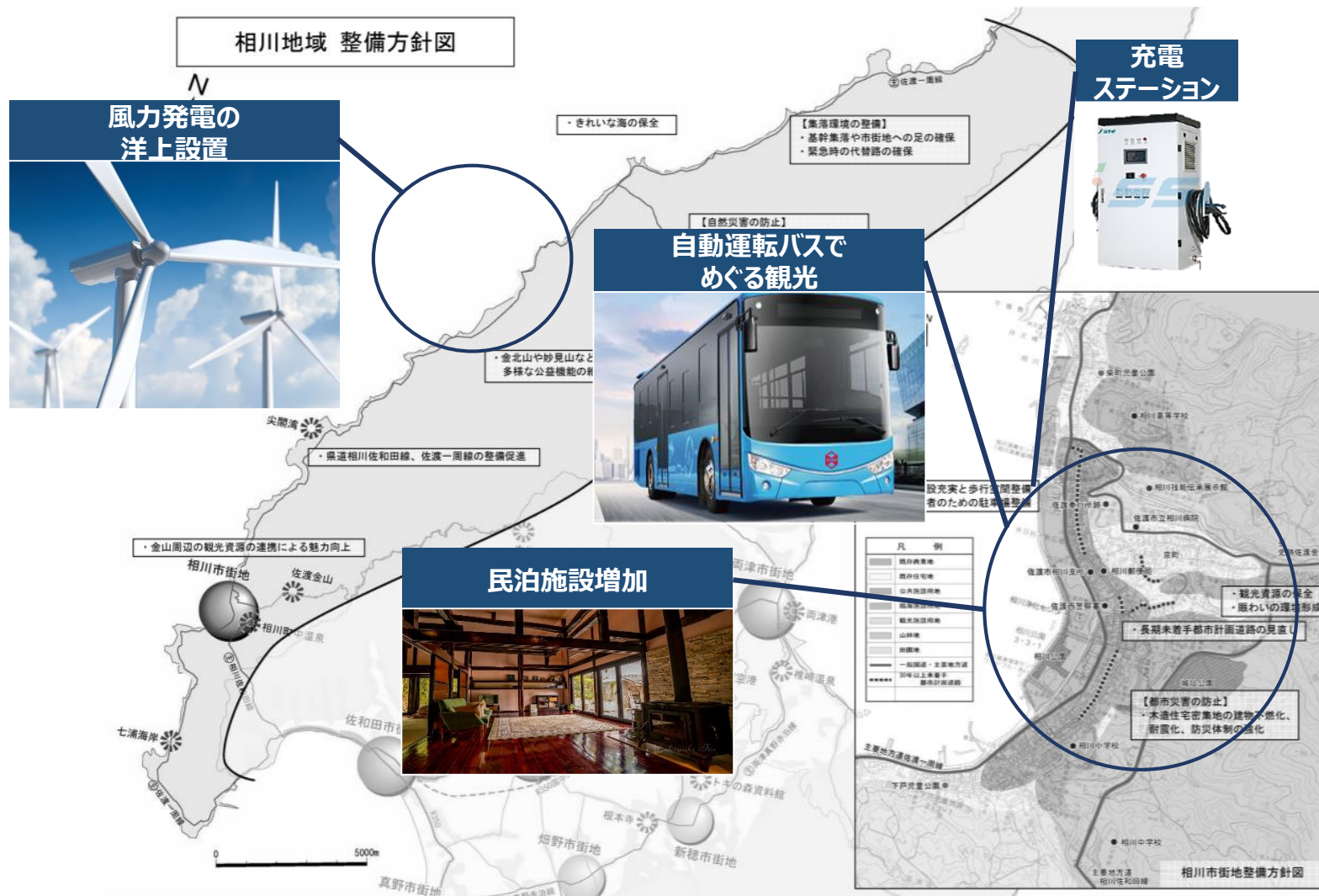
Ⅲ-2. 資源の活用（実現性） 相川エリア／取組内容

■ 相川エリアにおける未来像に向けて、具体的に取り組む内容は下記の通り。

取組内容	今後の具体的取組内容
①歴史文化資源の活用	・ ひなまつりなど、新たな交流資源の発掘と相互連携 ・ 町並み保全と周辺農村漁村への民泊受け入れ施設の増加 ・ ガイドセンターきらりうむを中心とした街歩きやイベントの開催 ・ 金銀山2022年の世界遺産登録へ
②特徴的な自然条件の活用と保全	・ 外海府海岸、七浦海岸など、美しい海浜景観の保全 ・ 山と海に挟まれた限られた制約の中での有効な土地利用推進 ・ 佐渡牛、とれたての海産物など佐渡産ブランドの確立と活用 ・ 2030年までに現状の相川火力発電から沖合の風力発電への転換
③コミュニティ維持と安全・便利な地域づくり	・ 海岸沿いの小規模集落のコミュニティ維持と生活基盤の整備 ・ 災害時や緊急時における集落地の孤立化の防止 ・ 既存商店街における都市機能の連携強化による利便性向上と賑わい創出 ・ SPCによる自動運転EVバスの2020年までの営業運転、2025年までのEV車向け充電ステーションの整備 ・ シェアサイクルの導入

Ⅲ-2. 資源の活用（実現性） 相川エリア／整備方針

- 佐渡市の整備計画等とも連携し、相川エリアは下図のように整備を進めていく。



Ⅲ-2. 資源の活用（実現性） 国中エリア／未来像

- トキを見ながら、能や日蓮ゆかりの寺、日本酒の蔵めぐりなどを行い、農家や寺社で民泊を行うことで地元島民と文化交流する。



島民との文化交流



農家との文化交流



商品の加工現場にふれる



生産現場にふれる

郷土料理等の地域の食と、その食文化を楽しむガストロノミーツーリズムを展開

佐渡の食文化資源をベースに 郷土料理等の美食を味わう

農家（生産者）、料理人、飲食店、消費者をつなぎ、
佐渡の土地の気候風土が生んだ食材・習慣・伝統・歴史などによって
育まれた食の体験を、農業を活性化させ、新しい仕事や雇用を生み、環境や文化遺産の保全、
地域コミュニティの意識やアイデンティティ強化を促す

Ⅲ-2. 資源の活用（実現性） 国中エリア／取組内容

■ 国中エリアにおける未来像に向けて、具体的に取り組む内容は下記の通り。

取組内容	今後の具体的取組内容
①都市機能の充実とアクセス向上	・ 佐渡総合病院や市役所等の公共施設の機能強化とアクセス・歩行環境の改善 ・ 既存観光資源の連携とネットワーク化による魅力向上： 佐渡の5つの蔵とのガストロノミー日本酒と佐渡の食材をマリアージュさせる ・ 中心商業地の再生、賑わい回復（既存商業と大規模店舗の棲み分け） ・ 周辺地域へのアクセス向上のための放射状の道路網整備
②自然環境保全・循環型社会の形成	・ 市街地外縁部への無秩序な拡大の抑制 ・ トキとの共生を前提とした自然環境・農業環境の保全と改善： 朱鷺の群れを自然に見れる朱鷺テラスを作り ・ 国中平野と大佐渡、小佐渡山地の景観の保全 ・ 大型動物がいない安心なトレッキング【FootPath】
③若者定着と安心快適な地域	・ 人口減少集落のコミュニティ維持 ・ 若者が働き、暮らし続けるための環境整備 ・ 多世代が交流できる場の整備、創出： トキと一緒に暮らせる農家で民泊経験によってコミュニティ交流 ・ 寺社仏閣を利用した民泊

Ⅲ-2. 資源の活用（実現性） 国中エリア／整備方針

- 佐渡市の整備計画等とも連携し、国中エリアは下図のように整備を進めていく。



Ⅲ-2. 資源の活用（実現性） 南佐渡エリア／未来像

- 伝統太鼓芸能とインバウンドに支持される歴史的な街並み（重伝建）エリアと豊富な食材活用のエリア。



歴史的遺産と
豊富現地食材に
心を満たす



佐渡が最も大事にする伝統を後世に残るだけではなく、伝統と歴史による町並みや、豊富な現地食材を活かした場所を作ることが一番の価値となり、インバウンドにとって人気なスポットとなる

Ⅲ-2. 資源の活用（実現性） 南佐渡エリア／取組内容

- 今後南佐渡エリアにおける未来像に向けて、具体的に取り組む内容は下記の通り。

取組内容	今後の具体的取組内容
①歴史・自然環境など地域資源の保全と活用	・ 小木港、赤泊港、羽茂港の周辺整備と利便性の向上 ・ 小木重伝建登録にむけての街づくり ・ 素浜、沢崎灯台、松ヶ崎などの美しい海浜景観の保全 ・ ジオパーク：グリーンツーリズム、エコツーリズム
②南佐渡独自の資源の活用	・ けさ柿、みかん、洋なし、海産物などの保全と地域づくりへの活用 ・ アースセレブレーション、海上相撲、つぶろさしなどの活用と交流促進 ・ 海洋レジャーの拠点整備と活性化
③安全安心な暮らしと集落活性化	・ SPCによる日本初の自動運転バスにより営業運営 ・ シェアサイクルの導入 ・ 小規模集落におけるコミュニティの維持と交流の促進・多世代が交流できる場の整備 ・ 富裕層向けの街中ホテル

Ⅲ-2. 資源の活用（実現性） 南佐渡エリア／整備方針

■ 佐渡市の整備計画等とも連携し、南佐渡エリアは下図のように整備を進めていく。



Ⅲ-2. 資源の活用（実現性） その他／ようま観光（ナイトツーリズム）①

- 既に実施しているナイトツーリズム「ようま観光」の商品価値として高め、ブランド化していくよう事業を展開する。

ようま観光とは？

- ・ 「ようま」とは、佐渡の方言で「夜」という意味。
- ・ 佐渡に1200あると言われる、民話や伝承にゆかりのある土地を巡り、地産の食材やお酒、最先端の映像や演出を味わう、夜のバスツアー。

夜の遺産へ、お連れします。
**ようま観光
バスツアー**



- ・ 新能
- ・ ミステリーナイトツアー
- ・ 各宿泊施設にて、手持ち提灯を貸し出し、付近の田んぼ道、海沿いを通り、星空や海の声、山の声、動物の声を聴きながら、散策するコースを作る
- ・ 佐渡のスナック回りツアー

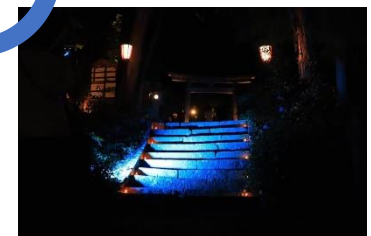
突如現れる
バス停から

古びたバスに
乗って

秘密の場所
に行く



古びたバスに乗って出発

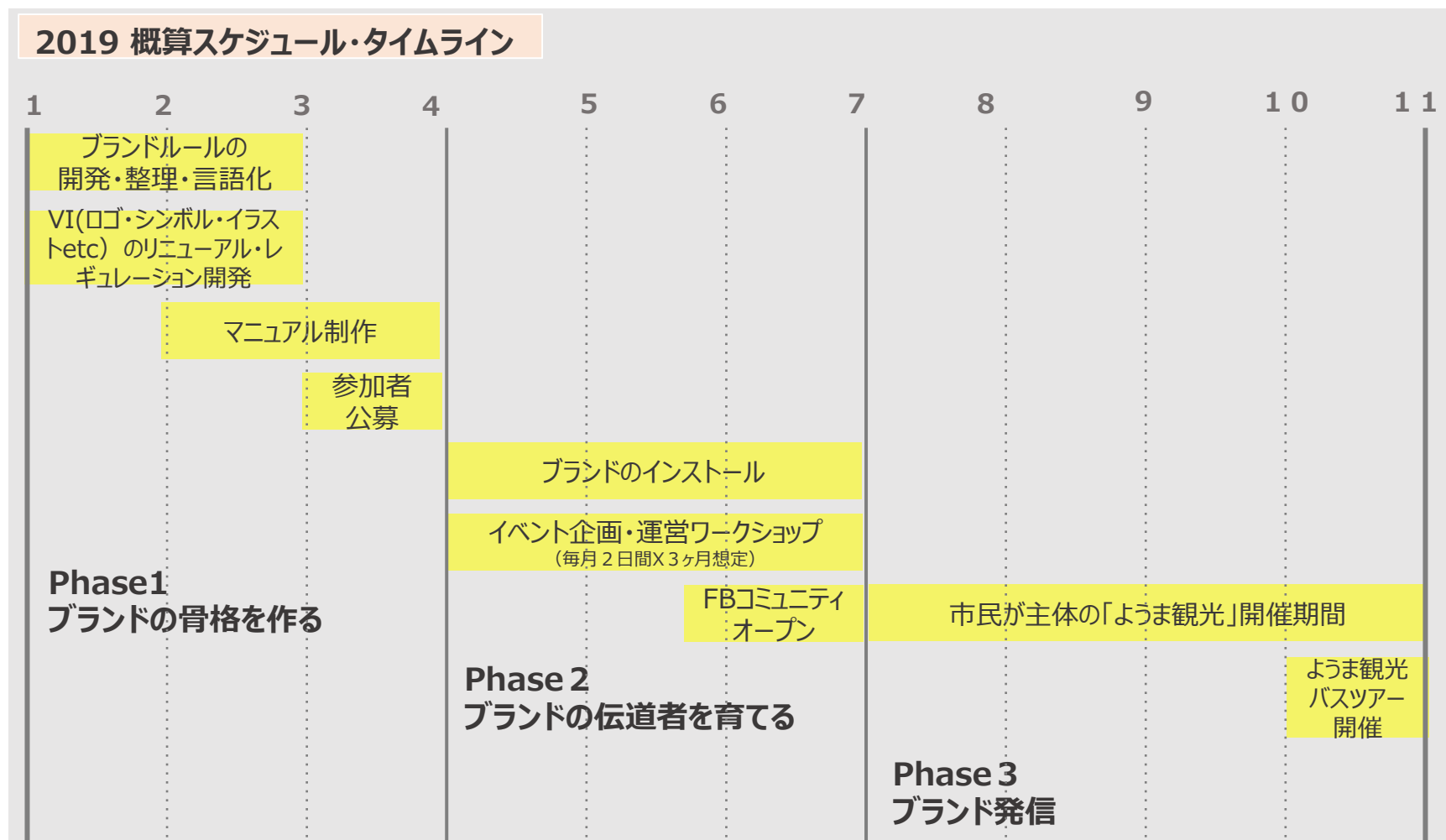


ミステリーツアーとして地域の魅力を体験できる施設をめぐる

ツアーの内容にも磨き上げを図りながら、商品価値をさらに高め、「ようま観光」をブランド化していく

Ⅲ-2. 資源の活用（実現性） その他／ようま観光（ナイトツーリズム） ②

■ 「ようま観光」のブランド化に向けたスケジュールは、以下を想定している。



Ⅲ-2. 資源の活用（実現性） その他／お寺を活用した取り組み

- 佐渡には歴史を感じさせる寺社仏閣が多数あり、パワースポットと呼ばれるところも多く存在する。
- 新たに「スピリチュアルツーリズム」として寺社仏閣の掘り起こしを図り、回遊させることで島内の活性化を図る。

歴史施設巡礼事業

- ・ 日蓮上人佐渡法難750周年を2021年に控え、団体巡礼事業を推進する
- ・ 2019年～2021年にかけて、約3万人の団体参拝を見込む
- ・ 東京、大阪、九州発および東南アジア・ブラジル発ツアーを催行
- ・ 現地を佐渡の住職が案内する



「日蓮聖人ゆかりの地を訪ねる」モデルコース

東京出発 1泊2日	
1日目	東京駅 → MAXバス → 新潟駅 → 新潟港（シロネフェリス） → 食事処（昼食） → 日蓮聖人銅像（見学） → 根本寺（拝観） → 妙宝寺（拝観） → 妙照寺（拝観） → 佐和田（泊）
2日目	佐和田 → 松ヶ崎（日蓮聖人足跡コース）（見学） → 佐渡歴史伝説館（昼食） → カフェリー → 新潟港 → 新潟駅 → MAXバス → 東京駅
東京出発 2泊3日	
1日目	東京駅 → MAXバス → 新潟駅 → 新潟港（カフェリー） → 日朗山本光寺（拝観） → 佐和田（泊）
2日目	佐和田 → 妙照寺（拝観） → 実相寺（拝観） → 塩屋ヶ崎（見学） → 経島（見学） → 真満堂跡（見学） → サンライズ城が浜（観光） → 本行寺（拝観） → おげやき（見学） → 御唹堂（拝観） → 妙宝寺（拝観） → 御井戸庵（見学） → 金井（泊）
3日目	金井 → 根本寺（拝観） → 日蓮聖人佐渡大銅像（見学） → 新潟港（シロネフェリス） → 新潟駅 → MAXバス → 東京駅

寺社を利用した 寺泊体験の活用



佐渡にある多彩な寺社を利用した寺泊と体験の活用

Ⅲ-2. 資源の活用（実現性） その他／民泊の推進

- 既存にある農村ホームステイを活用し、インバウンド・高齢者の需要開拓を行う。
- 民泊推進により夏場のキャパシティ不足解消にもつなげる。

民泊運営支援事業

1. 島内民泊の受け入れ事業
2. 民泊家庭の支援
 - ・鍵の貸し出しと体験の案内
 - ・島内でのマナーアナウンス
3. 宣伝事業：民泊支援会社と連携
4. イベント事業・DINIG OUT 能 佐渡おけさ派遣
5. レンタル事業・ TENTやレンタカー会社へのガイド派遣
6. 民泊法説明会の実施
7. 提携事業
 - ・ケータリング事業：島内のシェフ
 - ・清掃事業：地元の住民
 - ・空き家リフォーム：地元不動産
 - ・古民家再生ローン：銀行・地方創生ファンド
 - ・レンタカー・シェアリングサービス
 - ・地元の女性による、飲食提供
 - ・布団等の手配：地元の住民
 - ・チェックインチェックアウトは観光案内所で

農泊の取り組みによる 将来展望



Ⅲ-2. 資源の活用（実現性） その他／交通政策

■ 豊かな自然環境を維持するため、エリア間及びエリア内に多様な交通手段を補完する。

豊かな自然環境の維持

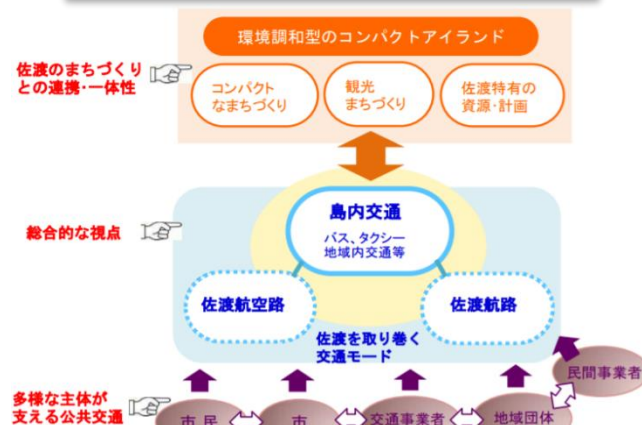
コンパクトアイランド

エリア間は公共バスおよび佐渡型Uberで繋ぎ、
エリア内はコンパクトな交通でさらにつながる。また、
タクシーを含めた、配車システムの確立。

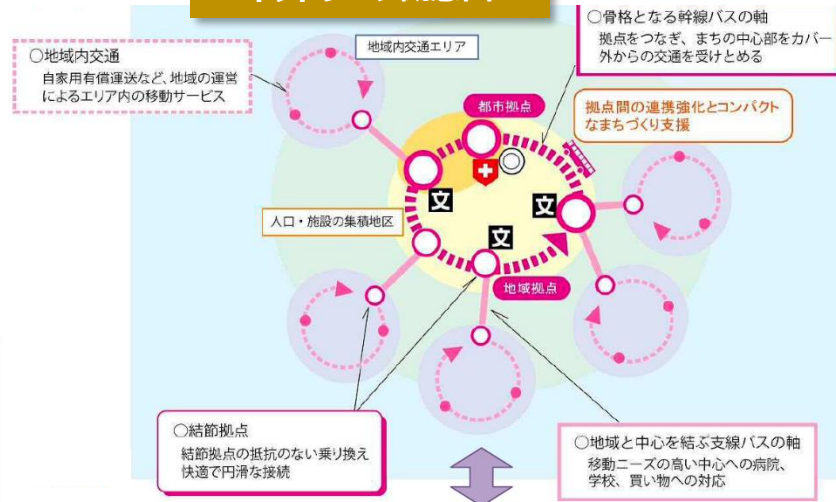
方針図



佐渡市地域公共交通網形成計画



ネットワーク概念図



Ⅲ-2. 資源の活用（実現性） その他／交通政策－相川エリア①

- 相川エリアにおいて世界文化遺産登録時の混雑防止、小木エリアにおいて、アースセレブレーション時の外国人向けのアピール、高齢者向けのグリーンスモールモビリティの導入ため、自動運転運用を2020年随時開始。

世界文化遺産とMaas &スマートシティの融合

【課題】

2020年に、佐渡金山が世界遺産登録されるべく国をあげて推進中だが、世界遺産登録後、フェリーによる自動車流入を制限せざるをえない可能性がある。

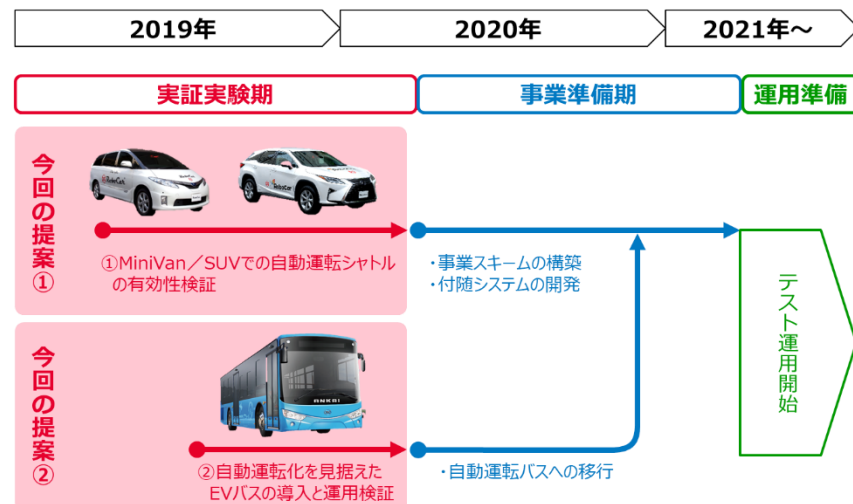
一方で、新潟交通佐渡のバスドライバーは高齢化が進み、その確保が課題とし、タクシーも台数・ドライバーも十分に確保出来ていない。

上記状況により、来島客へ十分な交通手段を提供出来ない恐れがあり、自動運転による交通手段検討の必要がある。

【目的】

自動運転の社会受容性と事業性検証し、実験地域や住民の抱える課題の確認。また自動運転の技術課題の抽出。

全体像



【対象イベントと期間】

- ・ JR東日本主催の「Destination Campaign」における「めぐりん」のシャトル
- ・ 2019/10～12月末の内、11月中旬～下旬の2週間程度を想定。

【実施内容】

- ・ 来島客から1日数組を抽選で選び、相川の拠点～金山への片道シャトルを運行。
- ・ その際の状況アンケートなどを取得し、受容性を確認。
- ・ 自動運転を2台シャトル運行し、走行ログを収集、実用化への課題を抽出する。

Ⅲ-2. 資源の活用（実現性） その他／交通政策－相川エリア②

■ 2019年の実証実験 2020～2021年のテスト及び本格運用を目指す。

実験に利用する車両について

車種の異なる2台を同時運用することを想定

■ RoboCar® MiniVan

- ・エスティマハイブリッドベース
- ・2015年販売開始
- ・実証実験での実績多数
- ・愛知県、日本郵便、九州他
- ・東京都PJで世界初自動運転タクシー実験

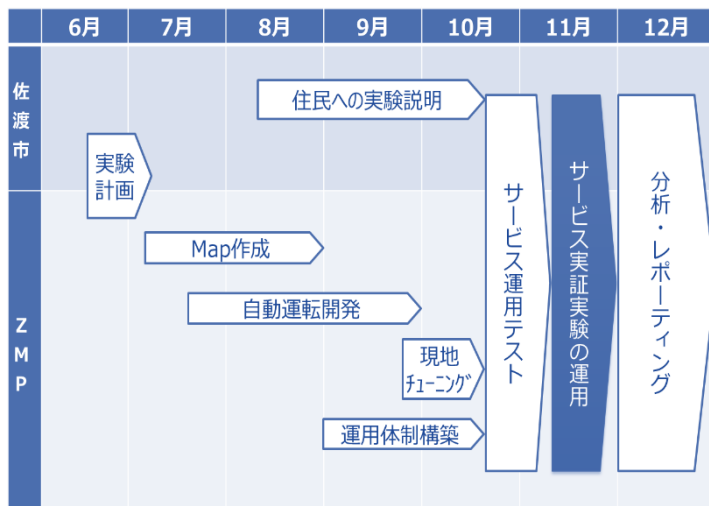


■ RoboCar® SUV

- ・レクサスハイブリッドベース
- ・2018年販売開始
- ・ハイヤー等のラグジュアリー車両へ活用
- ・世界での自動運転ベース車両へ利用
- ・今後のZMPの主要実験車両へ



自動運転実証実験のフロー



想定コースにおける自動運転の適用及び運転方式



■ 自律走行型

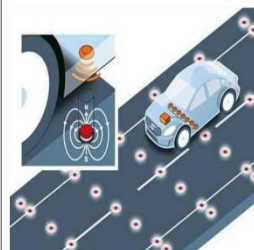
レーザーや電波レーダー、カメラ、GNSS(GPS)を組み合わせて、車両単独で周囲の環境を認識し、自律的に走行する方式

今回の提案では本方式の自動運転を採用します。道路環境へは特に手を入れない想定です

■ 路車連携型

道路に磁気マーカなどを埋設し、自己位置の推定を行いながら走行を行う方式

位置精度は良いが、埋設コストや時間がかかるなどのデメリットが多く、ゴルフコース等のプライベートエリア以外は普及しにくいとされる。自律型と補助的に活用されるケースもある



Ⅲ-2. 資源の活用（実現性） その他／交通政策－相川エリア③

- CO2削減や省エネ対応のため、EVバスを導入。
- 自動運転事業運営特別目的会社を設置し、商社により出資。

クリーンエナジーバス導入 (EV バス)

【導入の背景】

CO2削減や省エネ対応の御旗の元、インフラ整備、拡大と共に、次世代環境対応車であるEVバスはさらなる普及が見込まれる。

【課題】

既存バス『めぐりんバス』からの代替が出来、比較的導入は可能が、システムおよび自動運転バスが高価格であり、予算化に向けハードルが高い



EVバス

車両サイズ：長さ 10.45m、幅 2.5m、高さ 3.25m
走行可能距離：420km(40km/h定速走行の場合)
最高速度：69km/h
24～28人シート

※イメージは左ハンドルですが、実際は右ハンドルとなります。また上記はあくまでも参考情報です。

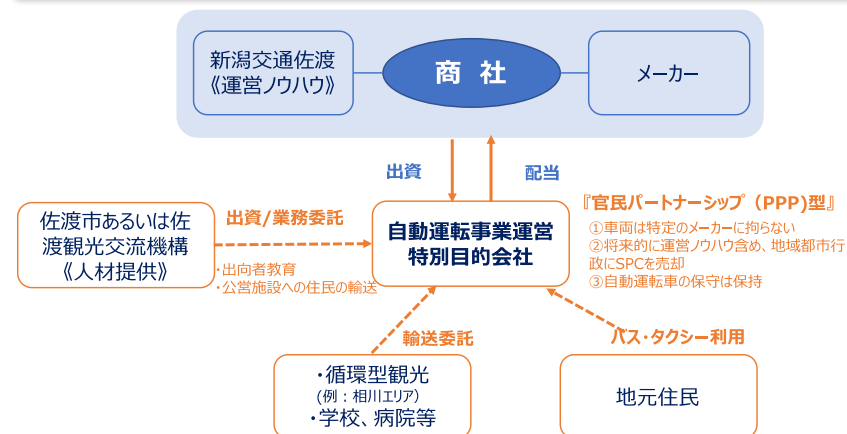


充電ステーション

スケジュール

	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
新潟交通					急速充電器据付工事・試運転・引渡	EVバス納入・試運転・引渡	EVバス運行
双日／ZMP	EVバス・急速充電器発注			EVバス・急速充電器船積・輸入通関・国内輸送			

導入費用と導入スキーム



Ⅲ-2. 資源の活用（実現性） その他／交通政策－小木エリア

- 小木町づくり協議会からの希望で、重伝建の町同士（宿根木～小木港）を結ぶよう、グリーンスローモビリティを導入。
- 高齢者の移動手段を確保ができ、アースセレブレーション時のインバウンド対応もできる。

クリーンエナジーバス（EV バス）

導入概要とスキーム

【事業概要】

- ①グリーンスローモビリティの車両購入費補助
- ②先進技術を活用したグリーンスローモビリティの導入実証事業

【実施時間】

平成31年度(2019年度) ～平成35年度(2023年度)

【事業スキーム】

既存バス『めぐりんバス』からの代替が出来、比較的導入は可能が、システムおよび自動運転バスが高価格であり、予算化に向けハードルが高い

※公道への加工が必要であり、運輸局や市行政との打ち合わせが必要



【重伝建の町同士（宿根木～小木港）を結ぶ】



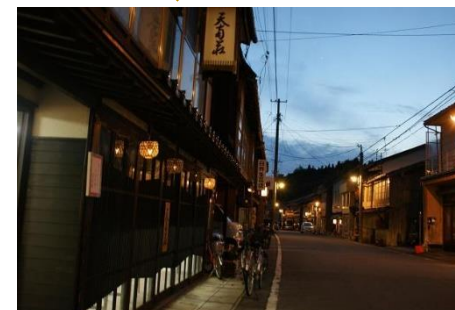
特徴と期待される効果

【特徴】

- ①電動で時速20km未満で、公道を走ることができる4人乗り以上のモビリティ
- ②Green, Slow, Safety, Small, Open

【期待される効果】

- ・ 低炭素な移動手段への転換による、CO2 排出量の削減
- ・ 様々な地域における活用方法確立により、多くの地域へ導入が波及
- ・ 導入台数の増加によるグリーンスローモビリティの価格低減
- ・ 先端技術の活用方法の実証による、より省エネ効果の高い導入方法の確立



Ⅲ-2. 資源の活用（実現性） ヒトづくり／地域住民の巻き込み

- 地域を持続させていくためには、島内の人材を育成していくことが必要。
- そのために、島内外の力を結集し、地域課題を解決するためのヒトづくりの仕組みを作り上げる。

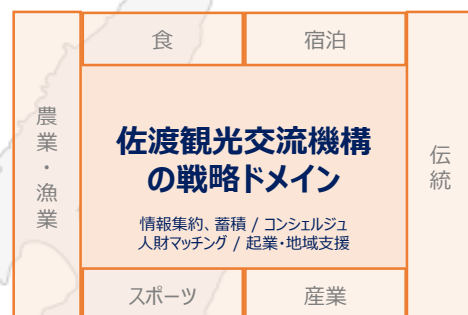
現状

- ・ 企業の人材研修や観光で多数来島されている
- ・ 大学の研究およびボランティア数は、2017年52件、2018年72件
 - ①地域へのボランティア
 - ②伝統品・伝統建築物の修繕ボランティア
- ・ 地方創生解決型の研究やフィールドワークの開催

今後の方針

島内外の力を結集

島内



島外企業

- ・ オフィス立地の促進
- ・ 宿泊施設の誘致
- ・ 人材活用（ダブルワーク）
- ・ ジョイントベンチャー
- ・ 人事研修

島外大学

- ・ 研究
- ・ ボランティア
- ・ 人材教育
- ・ 企業とのマッチング

企業と大学・地元高校生との課題解決連携プロジェクト

（一社）ALIVEとの連携

- 眠っている50代の人材リソース活用
- 人生の岐路に立つ30～40代の次世代リーダーのリソース活用
- 地域おこし企業人の活用
- 大学生とのマッチング、地元学生との連携



- ① 共同地域課題解決ビジネスコンテストの実施
- ② コワーキングスペースの設置

Ⅲ-2. 資源の活用（実現性） スケジュール

- それぞれの取り組みについて、下記の通り進める。

	2019年 4月	10月	2020年 1月	6月	12月	2022～30年
自動運転導入		★ 相川で実証実験	★ 小川で実証実験	★ SPC設立	小川・相川にて 自動運転営業運転開始	
シェア自転車	シェア自転車の導入・入替			シェア自転車の入替		シェア自転車入替
佐渡版Uberの 開始	調査・調整				運用開始	
ATR機就航による 佐渡空港の再開	ATR機による新潟～佐渡間の就航					
DMO・DMC 起業支援・地域支 援会社の設立	設立準備 ★ 会社設立	人財リソース確保・島外企業との連携				
入島税の開始			★ 民泊支援開始	★ 古民家再生ローン組成	2025年の導入検討	
富裕層向け宿泊施 設の開業	資金調達	物件・改築リフォーム・宣伝			物件・改築リフォーム・宣伝	
さどまる会員DB化 会員証など	★ 募集HP開始	★ 顧客管理・優良顧客のMA化	★ 1件目小川地区			★ 2件目相川地区
		★ 電子会員証アプリ化	会員数5万人 日本一の会員数へ			会員数10万人へ
			★ 会員制通販サイト			
地域通貨導入	加盟店増	★ 取り扱い開始	加盟店増と取扱量の増加施策やキャンペーン			

Ⅲ-3. 稼ぐ仕組みづくり（継続性）

どう売っていくか

Ⅲ-2. 稼ぐ仕組みづくり（継続性） 運営組織

- 佐渡DMOを中心に行政とも連携しながら施策の実行を行う。
- 将来的には収益事業化を推進しながら、地域運営を行う。



地域の総生産拡大＝2025年に佐渡観光70万人の達成

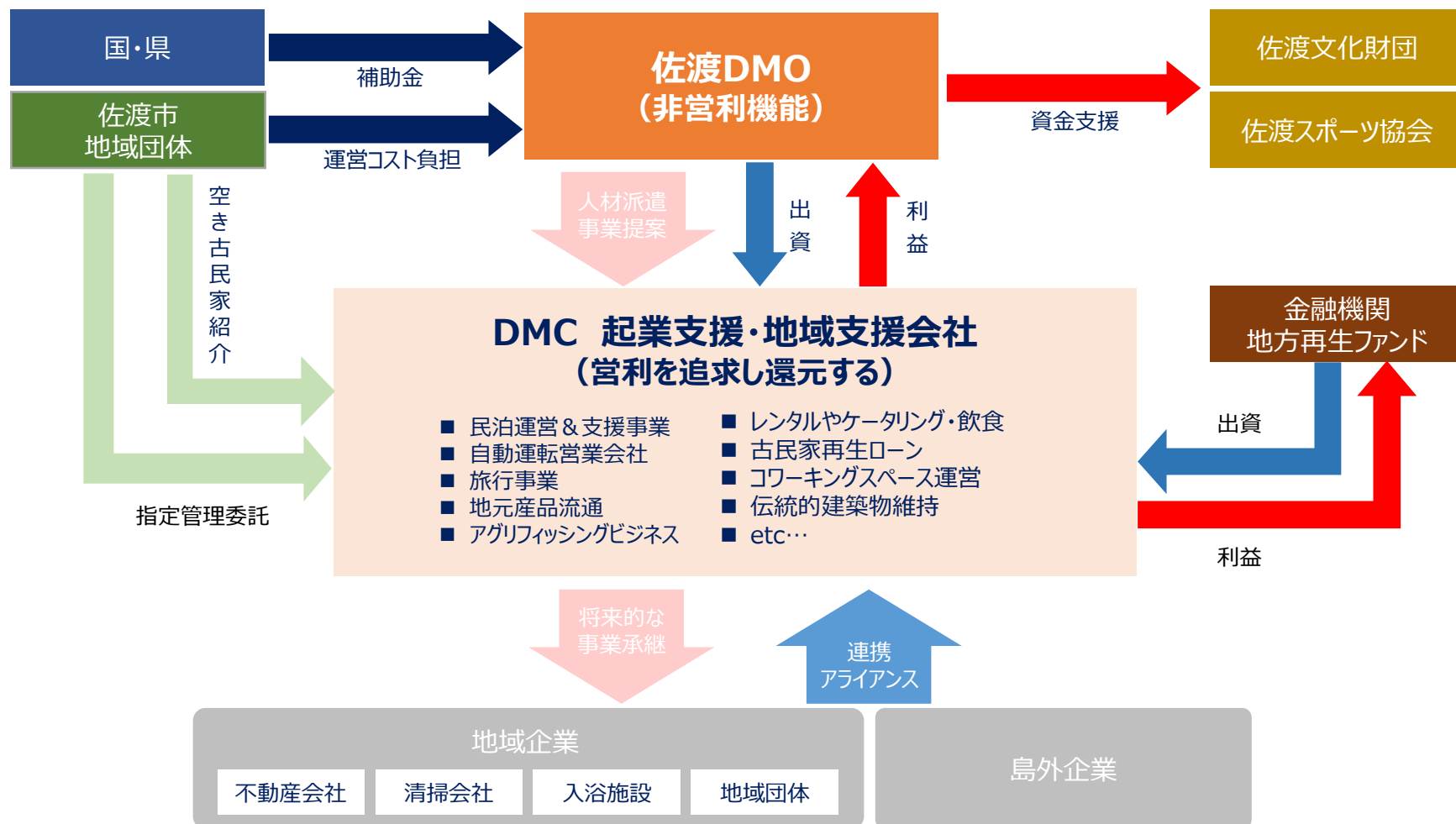
目標

2025年に10万人のさどまる倶楽部

2030年に100万人の関係人口

Ⅲ-2. 稼ぐ仕組みづくり（継続性） 稼ぐ仕組み

- 海・山・平野という生産基盤を相互に結び付け、第1次産業、第2次産業、第3次産業を経営的観点から、人財育成、資金のサイクルをマーケティング志向により組織的・計画的に行う。



Ⅲ-3. 稼ぐ仕組みづくり（継続性） 事業展開

- 初期段階では既存事業の活性化を実施し、収入源の増額を図る。
- 新規事業を開始し、各事業における収入を確保しつつ、2025年には入島税の導入を目指し、県外観光客からの収入を見込む。地域で経済活動を活性化し、自主財源での運営を目指した事業展開を推進する。

佐渡DMOが持続可能な観光施策を行っていくための道筋

■ 行政に頼らない経営基盤の確保

- ・ 佐渡DMOの運営必要経費は40百万円が最低必要（人件費）
- ・ 平成31年までにこの利益を確保することがマイルストーンになる

■ 財源の確保

- ・ 現状、国および市からの補助金収入がほとんど
地域団体からの会費収入は12百万円だが、ほぼ事業費に消える
- ・ 2021年に行政からの補助金の半減→2025年に自立する組織へ

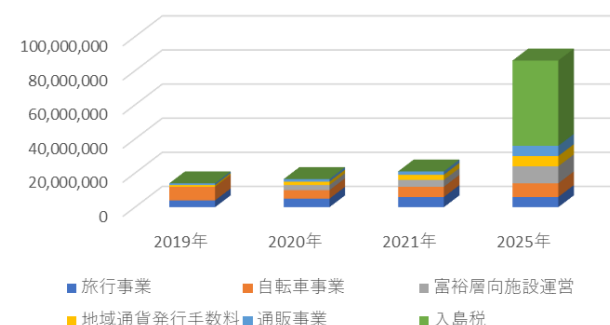
既存事業の 活性化	□ 旅行事業	4百万円の収入⇒6百万円
	□ エコだっチャリ事業	8百万円の収入⇒10百万円

新規事業の 開始	□ 富裕層向け 宿泊施設運営	10百万円（2020年開始予定）
	□ 地域通貨 発行手数料 1 %	2019年 1百万円（取扱高／1億円） 2020年 5百万円（取扱高／5億円） 2021年 10百万円（取扱高／10億円）
	□ さどまる会員への 通販事業	2020年 2百万円

入島税の 検討	～ 2025年の導入を目指して ～ 市民証を用いて、県外からの観光客へアプリを活用した地域通貨で収入化 50百万円（観光客50万人@100円 50万人×100円＝50百万円）	
------------	---	--

		2019年	2020年	2021年	2025年
収益	旅行事業	4,000,000	5,000,000	6,000,000	6,000,000
	自転車事業	8,000,000	5,000,000	6,000,000	8,000,000
	富裕層向け施設運営	0	3,000,000	4,000,000	10,000,000
	地域通貨発行手数料	1,000,000	2,000,000	3,000,000	6,000,000
	通販事業	1,000,000	1,500,000	2,000,000	6,000,000
	入島税	0	0	0	50,000,000
	合計	14,000,000	16,500,000	21,000,000	86,000,000
費用	人件費	39,000,000	40,000,000	42,000,000	45,000,000

佐渡DMO自立化への道筋



Ⅲ-3. 稼ぐ仕組みづくり（継続性） マーケティング戦略①

- 外国人旅行者をどのように誘致するか、アプローチ施策や事業連携の方向性を定めて実施する。
- 将来ビジョン戦略指標で定めた目標値に向け、各施策の効果検証を行いPDCAを回す。

外国人旅行者の誘致施策

将来ビジョン戦略指標（H29年3月変更）

① ターゲット国へのアプローチ

それぞれのターゲット国にあわせたコンテンツ造成と情報発信を行う。
（旅行客が何を求めているのかを追求する）

<外国人宿泊者数目標>

欧米 (フランス)	JNTO・企業・関係者との協業 個人旅行者向けの情報発信（トリプアドバイザーやOLTの活用）
台湾・香港	現地旅行会社との関係づくり

	外国人宿泊者数
2015年度	5,514人泊
2019年度	14,300人泊

② 国内に滞在している外国人旅行者の誘致

国内ないしは新潟県に滞在している外国人観光客を佐渡に呼び込む
例）妙高に滞在するスキー客を佐渡に誘致

③ Visit Japan事業との連携

広域で連携したストーリー性のあるモデルコースを設定する。
例）上越新幹線沿線食文化紹介事業

④ クルーズ船の誘致

日本海側の最大の島という地の利を活かし、急激に増加しているクルーズ
客船による訪日客を誘致

平成28年度実績と訪日客数を基にした試算値

佐渡における外国人旅行客宿泊数	2016年度実績	2019年度目標値	2020年度目標値	2021年度目標値	2022年度目標値
宿泊者数（人泊）					
アメリカ地域	357	562	649	783	867
ヨーロッパ地域	341	638	765	905	959
韓国	58	96	139	178	249
台湾	3,194	9,093	11,785	13,391	14,665
中国	922	2,129	4,407	5,632	6,500
中国（香港）	248	629	1,036	1,250	1,516
ロシア	14	26	22	22	31
オーストラリア	75	139	173	205	228
シンガポール	241	493	667	783	872
タイ	78	353	428	485	531
その他	378	714	897	1,026	1,244
計	5,906	14,872	20,968	24,660	27,662

Ⅲ-3. 稼ぐ仕組みづくり（継続性） マーケティング戦略①

- アジア圏の団体旅行客誘致：現地旅行会社との情報共有及びメニュー提案、また受け入れ施設の把握。
- 欧米圏の個人旅行客誘致：情報発信プラットフォームの構築、滞在型観光コンテンツの造成⇒販売。

～ターゲットの外国人旅行客を誘致するための具体的な取り組み～

アジアからの団体旅行客誘致の取り組み

□ 送客実績のある旅行会社の把握

送客月、人数、回数を継続的に把握する

- 送客実績のある旅行会社へ情報を定期的に発信
⇒季節に応じた見どころ、イベントを定期的に発信
- テイラーメイド型団体旅行・企業のインセンティブ旅行の誘致
⇒富裕層向けのメニュー開発（薪能、釣り体験など特別な体験を組み込んだツアーを提案）

□ 受け入れ施設の把握

外国人観光客の受け入れや、言語、ベジタリアン、ハラル等の食への対応の可否について、受け入れ施設の状況を把握し、旅行会社に情報提供する。

□ ツアー造成のためのインセンティブを実施

欧米を中心とした個人旅行客誘致の取り組み

□ 情報発信プラットフォームの構築

佐渡観光ナビでの英語・仏語での情報発信

- 平成30年度 佐渡観光ナビの基本情報に仏語を掲載
- 平成31年度 基本情報に加え、仏語のコンテンツを追加

□ 滞在型観光コンテンツの造成

受け入れ地域づくりを含む観光コンテンツづくり

- 平成30年度 既存の体験コンテンツで外国人旅行者が利用できるものをピックアップ
- 平成31年度 外国人目線で滞在型観光コンテンツを造成

□ 外国人旅行者が予約・決済できる仕組みを構築

□ オンライントラベルエージェントを活用した販売

- 平成31年度 オンライントラベルエージェントに掲載

□ 滞在型観光コンテンツの評価・満足度の把握

□ JNTOとの連動

Ⅲ-3. 稼ぐ仕組みづくり（継続性） マーケティング戦略②

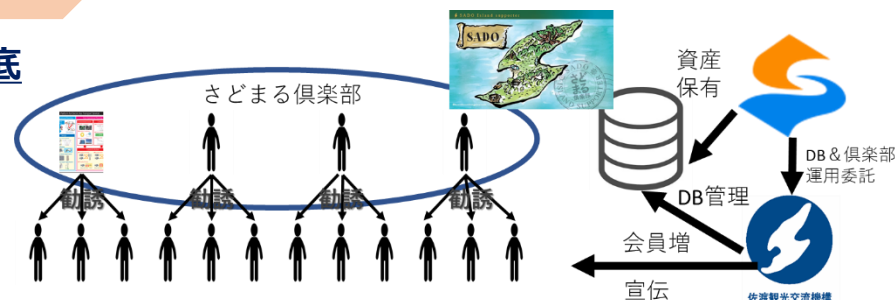
- さどまる倶楽部会員に対するCRMを徹底し、ダイレクトアプローチを実施することで会員増を図る。
- 島外企業との連携を強化し、会員情報を活用したデータマーケティングで販促チャネルを確保する。

島外市民の把握 ～海外住民の関係人口化（日本人＆外国人）～

個人情報を集め、活用し、ダイレクトアプローチする

Phase1 さどまる倶楽部会員の増加 CRMの徹底

- ・ 佐渡市よりさどまる倶楽部事業の委託
（テスト運用2019年3月、正式運用2019年4月）
- ・ 現状 さどまる倶楽部会員の宿や汽船の手配
→データベース化および会員証の電子化
→会員募集をすることで佐渡の見込み客を増加させる
現在1.6万人→2019年3万人→2020年5万人→2025年10万人
- ・ 3万人の会員に対してインセンティブをつけて、
別の人を佐渡に誘える環境を作る
→一人あたりの誘客するための費用を限定化し、費用を低廉化する



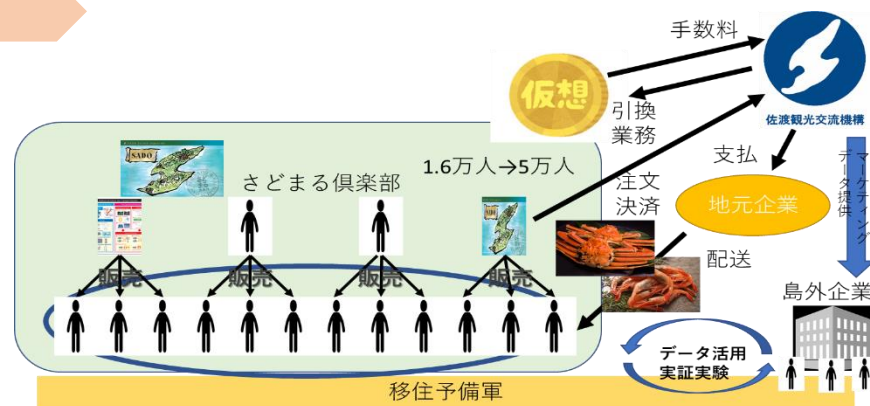
会員募集LP



会員を軸に物流や企業連携を促進する

Phase2 マーケティングデータの取得と活用 （日本一顧客情報を持っている観光地を目指す）

- ・ 地域通貨の連動によるビックデータの取得
→決済データ・シェア自転車によるビックデータの取得
- ・ ビックデータを活用した企業連携
→企業人の佐渡への関係性強化、投資促進
- ・ 佐渡産品のお歳暮やお中元などの販促チャネル



Ⅲ-3. 稼ぐ仕組みづくり（継続性） 地域通貨による経済内製化

- 電子地域通貨を活用し、キャッシュレスを推進して域外支出の抑制・地域内流通額の増加による地域活性化を図る。付随効果として、訪日外国人観光客のインバウンド消費にもつながる。
- 2019年10月から加盟店40店舗程度で地域通貨「佐渡國通貨」の通用を開始。さどまる倶楽部会員CRMと連動させてビックデータの活用を実施する。

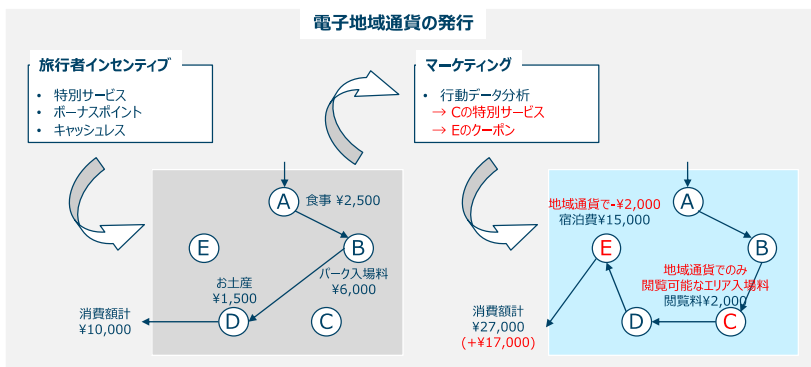
地域通貨の活用案

■ エネルギー地産地消

域内収支の最大マイナス要因はエネルギーコスト。2019年に買取制度が終わり始める余剰電力の引取りを地域通貨で行う事で、お金とエネルギーの地産地消を促進する。

■ データ分析

旅行者に特別な価値を提供する事で、地域通貨を利用するインセンティブを与える。また取得できるデータを分析し、より魅力的な回遊ルートの提案などに繋げる。



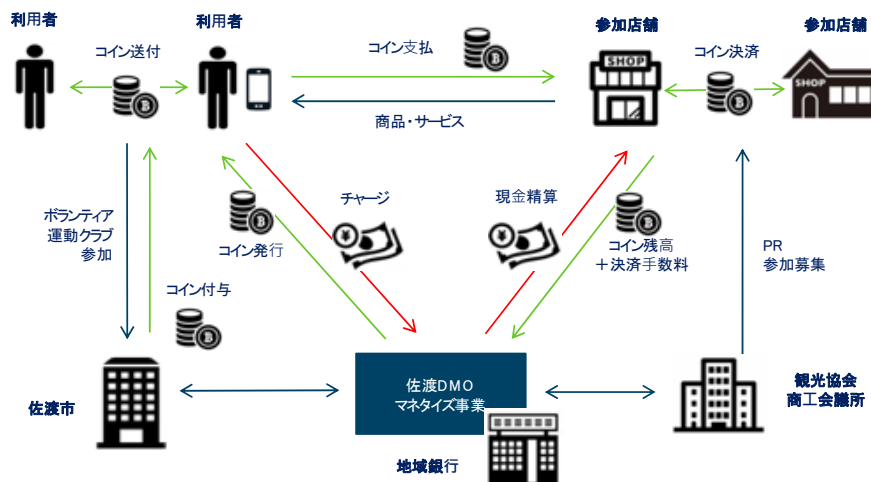
佐渡國通貨 2019年10月からの運用開始

加盟店は当初40店舗程度から。商工会と連動

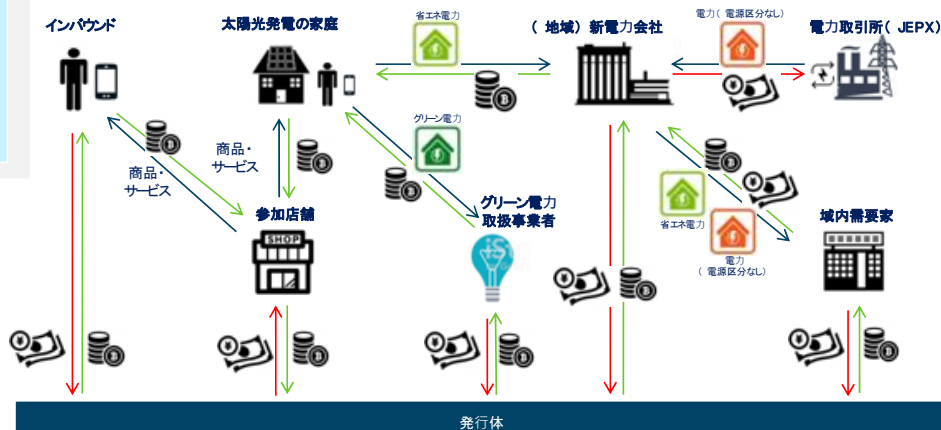
ビックデータ活用

日本一の地域外会員制度さどまる倶楽部会員CRMと連動する

地域通貨の運用

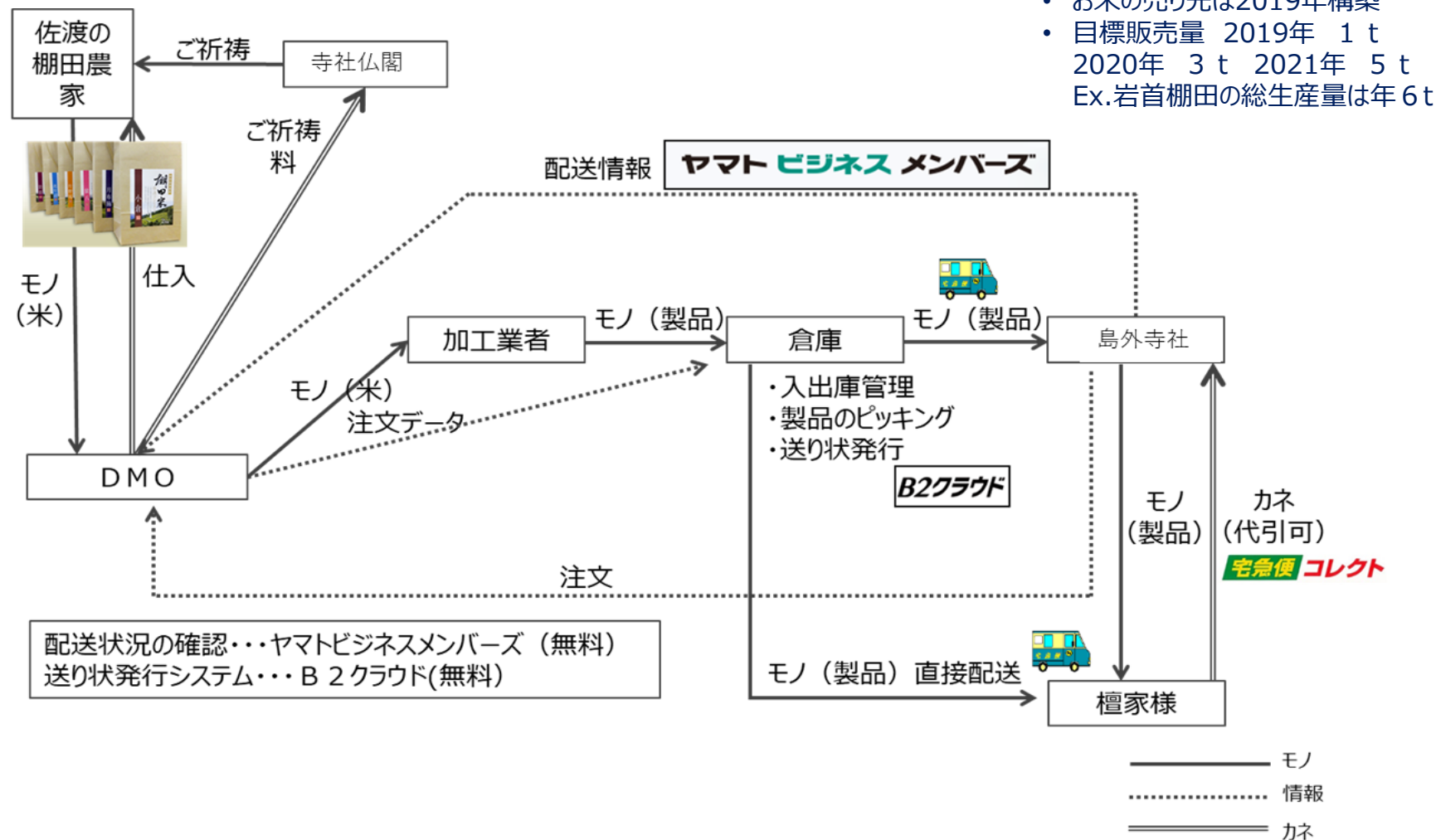


エネルギーの地産地消



Ⅲ-3. 稼ぐ仕組みづくり（継続性） 継続できるコメ売り先の構築

- 地域の棚田農家とお寺をつなぐ役割をDMOが担い、ブランド認証米に比べ安くなってしまう棚田米をDMOが高単価で仕入れることにより、継続的に売れる仕組みを構築する。
- また、棚田の維持整備等で人件費に悩む棚田農家の安定雇用を生み出す。



IV. 目標と評価

1. 目標設定
2. 施策の進捗状況の点検・評価方法

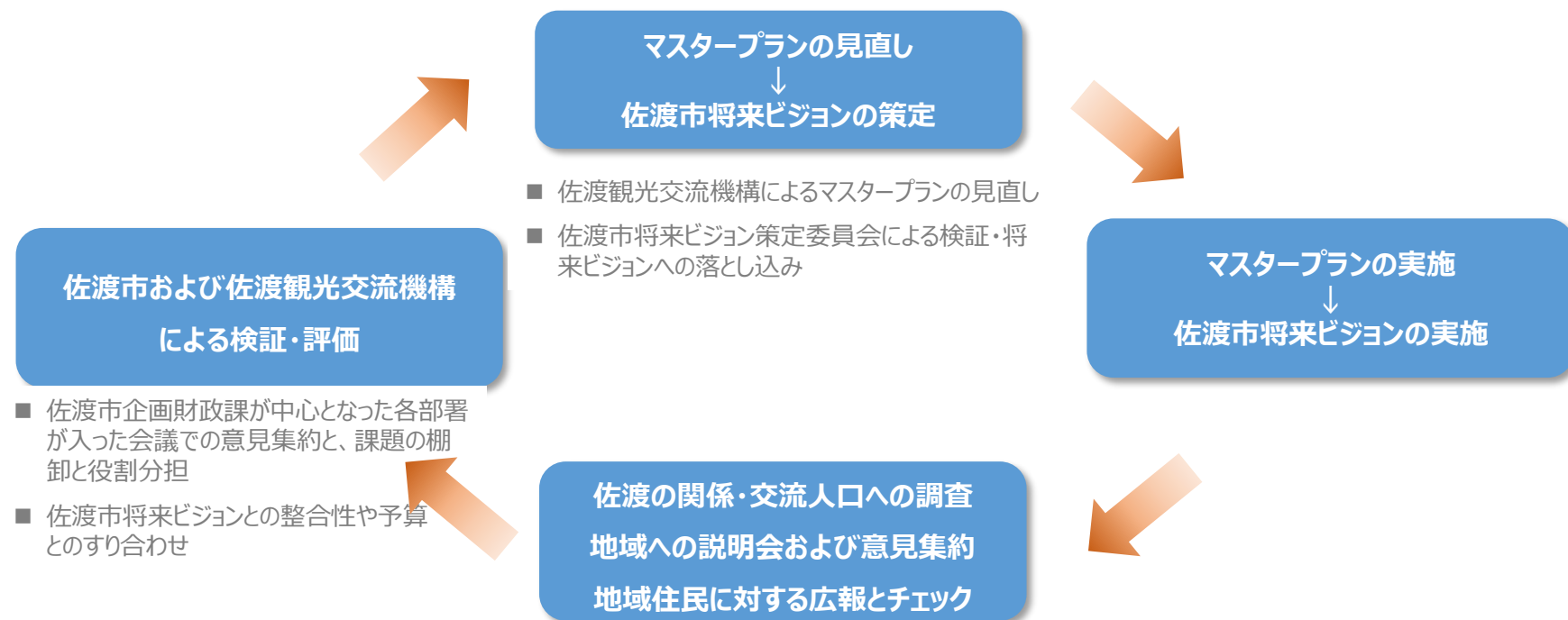
IV-1. 目標設定

- 観光マスタープランにおける観光施策、人づくりの取組を通じて、佐渡の各種施策の目標達成に資する活動を産学官民連携で進めいく。

エリア	主な取組	現状	方策	数値目標
両津リア	魚市場を活用した海鮮BBQ場の稼働	－	魚市場脇の敷地での稼働	2020年の開業
	CAS冷凍施設の設置	－	魚市場脇の敷地にて設置	2020年の設置
	昭和の町並み散策・空き店舗再開発	－	空き店舗を活用した産学連携店舗の開業	5店舗
	佐渡空港の活用	－	ATR社製ATR42就航	2020年就航
	ナイトツーリズム	バスツアー1コース	ようま観光のコンセプト実施およびツアー開催	2019年5コース
	加茂湖での釣り振興と牡蠣小屋の活用	牡蠣小屋での飲食店1軒		
	加茂湖でのサイクリング	1コース2018年開催	一周サイクリングコースのツアー開催	2019年2コース
相川エリア	自動運転EVバスの営業運転	－	きらりうむ～相川佐渡金山間の 実証実験・営業運転	2019年実証実験 2021年営業運転
	レンタル自転車→シェアサイクルの導入		レンタル自転車→シェア自転車への切替	2021年までに全台入替
	風力発電の設置	－		2030年設置
国中エリア	農家民泊の実施受け入れ家庭数増	43軒	新民泊法に合わせた説明会の実施 (現状年1回→年3回)	50軒
	トレッキングツアーの実施【FootPath】	4コース	富裕者層向けのロングトレッキングツアーの開催	2021年7コース
	ガストロノミーツーリズムの開催	－	日本酒と佐渡の食材を使った ガストロノミーツアーの開催	2020年1コース
南佐渡 エリア	小木ー宿根木間のGSMの実施	－	重伝建同士を結ぶグリーンスローモビリティの実施	2020年実証実験 2021年営業
	小木の重要伝統的建築物認定	－		2025年認定

IV-2. 施策の進捗状況の点検・評価方法

- マスタープランの実施を進めるにあたり、マスタープランの実行目標における進捗確認・評価を行う。



来島者およびさどまる倶楽部会員 への定期的な調査

- 来島履歴およびロイヤルカスタマーへの行動分析
- 3つの観光案内所で現在行っているヒアリング調査の継続
- 宿泊施設および観光施設へのアンケート調査

各街づくり委員会での意見集約 宿泊組合・商工会での定期的な説明会 の実施

- 各地域での街づくり委員会での定期的な説明会実施
- 各団体との意見交換会および定期的な説明会の実施

島内への広報

- 佐渡市市報および広報誌による周知徹底と島民への理解
- 島内ケーブルテレビによる定期的な発信

付録

両津

【地域の声】～地域ワークショップ（全2回で出された意見）～

■ 改善すべき環境（第1回より）

- ・表玄関としての賑わい不足
- ・狭隘道路（県道・市道・横宿線）、渋滞
- ・人工的な海岸整備、山林・水田の荒廃
- ・商店街（両津）・飲食店の衰退
- ・過疎化の進行（大川地区～岩首地区、馬首地区～鷺崎地区）
- ・高度医療の欠如
- ・まちづくりのアイデア不足

■ 守りのばすべき環境（第1回より）

- ・港町の風情（玄関口、団結力）
- ・豊かな自然（海・山・温泉・食）、景観（加茂湖）
- ・のんびりした生活リズム
- ・両津湊の団結力とエネルギー

■ まちづくりの取り組み（第2回より）

- 加茂湖を中心とした自然と食の活用
 - ・加茂湖周辺の整備、加茂湖の味覚のPR
- 安全・快適で観光客にも魅力的な商店街
 - ・日用品の充実、定期市PR、防災対策、国県道利用の柔軟性、空き家対策
- 車・バス・歩行者それぞれの利便性の確保
 - ・渋滞の解消と拡張、バス利便性向上
- 自然を守り、誰もがのびのび暮らせる地域
 - ・子ども向け公園整備、きれいな海、地産地消の実現、まちのコンパクト化とバスの連携

相川

【地域の声】～地域ワークショップ（全2回で出された意見）～

■ 改善すべき環境（第1回より）

- ・限られた土地、空き家の崩壊
- ・道路の安全性、両津へのアクセス不備
- ・少ないバス便数
- ・海岸景観破壊、海洋汚染
- ・商店街の賑わい不足、駐車場不足
- ・伝統文化の保全・継承不足
- ・観光宣伝・ホスピタリティ不足
- ・高齢者憩いの場の欠如
- ・若者の働く場の不足
- ・限界集落増加に伴う介護不安
- ・住民の改善・協力意欲の欠如
- ・防災インフラの不足

■ 守りのばすべき環境（第1回より）

- ・豊かな自然、歴史文化、景観
- ・新たなまちづくり行事
- ・佐渡金山の世界遺産としての可能性
- ・豊富な自然エネルギー

■ まちづくりの取り組み（第2回より）

- 海岸環境の保全
 - ・自然環境保全区域指定、シーレーン等の整備
- 地域密着型の居住、交通、福祉、防災体制
 - ・限界集落の孤立抑制、防災・緊急医療、Uターンと空き家活用、緊急時の代替ルート
- 伝統文化の魅力向上
 - ・教育を通じた伝統文化保存、観光客の意向聴取
- 佐渡ブランドの経営力の強化
 - ・佐渡牛、しいたけ、海産物のブランド化、支援
- 観光振興と地域振興の調和
 - ・金山遺跡の保全と観光活性化、住民の生活利便性確保

国中

【地域の声】～地域ワークショップ（全2回で出された意見）～

■ 改善すべき環境（第1回より）

- ・道路整備推進と渋滞解消
- ・生活道路、歩道・自転車専用道路の整備
- ・街灯・案内板（復路）不足
- ・公園のセンスアップ、子どもの遊び場不足
- ・中心市街地の衰退、古施設のリニューアル
- ・人工的な海岸整備、山林・水田の荒廃
- ・古道・街道（相川・小木街道）の活用
- ・河川管理の工夫（活用しながら）
- ・自然エネルギー、環境保全対策の推進
- ・工業誘致、ものづくりのまちづくり
- ・集落コミュニティの崩壊
- ・病院体制の強化、防災対応

■ 守りのばすべき環境（第1回より）

- ・豊かな自然、景観
- ・島内のアクセス拠点
- ・商業地域の利便性（佐和田、国道沿道）
- ・沿道緑化（ポット植栽）
- ・農業若手後継者の出現

■ まちづくりの取り組み（第2回より）

- トキの棲む佐渡の環境づくり
 - ・生態系に配慮した整備、休耕田の利活用…
- 景観に関する規制（沿道広告物、自然景観…）
- 観光資源の一体化、ネットワーク化等
 - ・観光資源のネットワーク化と連携…
- 新たな産業スタイル
 - ・農業多角化、若者定住型産業、広域通勤圏
- 施設の有効利用（中心市街地空店舗活用）
- 生活利便性の充実（地域拠点）
 - ・日用品充実、居場所整備、ボランティア等
- 円滑な交通流確保と歩行環境の充実
 - ・渋滞解消、病院周辺整備、歩道、外灯等
- 自然を活かした活動促進型の施設整備
 - ・体験型公園、スポーツ合宿施設整備
- コミュニティ環境の維持
 - ・地域行事の活性化、ハザードマップ作成

南佐渡

【地域の声】～地域ワークショップ（全2回で出された意見）～

■ 改善すべき環境（第1回より）

- ・道路整備遅延（小木・沢崎地区～佐渡一周線（観光道路）、羽茂の度津線）
- ・高齢者憩いの場、若者向け娯楽施設の欠如
- ・バスの便数不足
- ・駐車場不足（宿根木）
- ・マリンス施設（ヨットハーバー等）の整備を（小木・羽茂）
- ・案内板多設による景観阻害
- ・過疎化・高齢化の進行
- ・若者の働く場の不足
- ・農業担い手不足による耕地荒廃
- ・山間部のごみ不法投棄

■ 守りのばすべき環境（第1回より）

- ・豊かな自然・歴史文化
- ・多様な祭りと、海洋レジャー
- ・温暖な気候による果実の宝庫

■ まちづくりの取り組み（第2回より）

- 純自然と人工的自然との調和
 - ・純自然と人工的自然の調和と俯瞰スポットの保全（徳和）、わに清水の保全と活用
- 既存観光資源の整備/連携/ネットワーク化
 - ・山城羽茂神社、ヨットハーバー、植物園周辺整備、度津神社で全国一の宮サミット、食資源の連携、南佐渡独自の観光ルート設定
- 多世代交流拠点整備の推進と地域再生
 - ・多世代が交流できる施設の整備、空き家空き地の有効活用
- 基幹道路の整備促進
 - ・小木、沢崎～真野椿尾の整備促進（一周線）

付録：地域通貨①

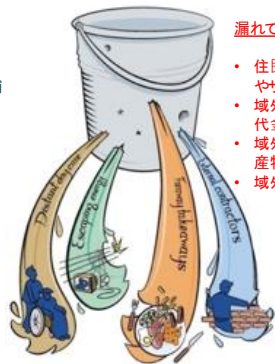
地域経済の課題

- 英国NEFは、地方経済の疲弊は域内への様々な投資をしても多くのお金が域外に流出している事が原因と分析し「漏れバケツ」モデルと表現している。
- 地域経済循環率（＝抜け漏れてない度）は、経済の強い大都市圏はより強くなり、経済の弱い地方はより低くなってしまふ。抜け漏れが大きいと財政破綻すら起こりうる
- 佐渡も同様の道をたどりつつある
- 江戸時代の藩札は、地域通貨として世界的な成功例。地域通貨により、財政出動や地場産業育成などを行い、地域経済の発展と安定を実現した。
- 地域通貨とは、地域（及び期間・用途など）を限定して発行される独自通貨。独自の金融政策とお金の地産地消により地域の独自経済圏の確立を目指す。



呼び込みの懸命な努力

- 観光客の使うお金
- 政府からの交付金・補助金
- 企業誘致
- 域外輸出



漏れてしまうお金

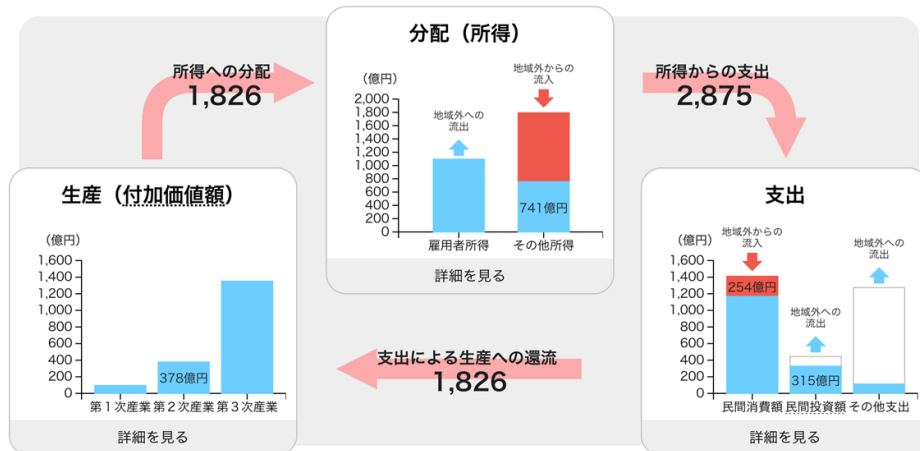
- 住民が域外から購入するモノやサービスの代金
- 域外から購入するエネルギー代金
- 域外で生産している部品や土産物の代金
- 域外の建設業者への支払い

佐渡市 – RESASデータ(1)

地域経済循環率
63.5%

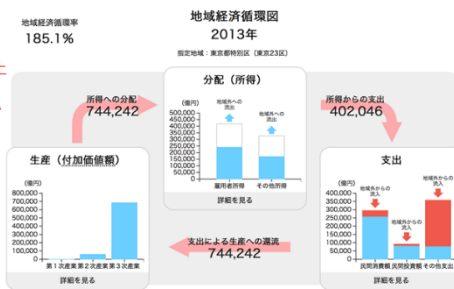
地域経済循環図 2013年

指定地域：新潟県佐渡市

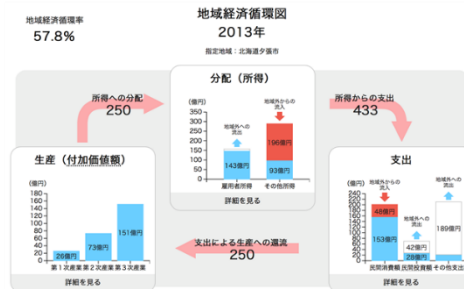


東京23区の地域経済循環率 185.1%

北海道夕張市の地域経済循環率 57.8%



VS.



法定通貨と地域通貨

法定通貨（Centralization）



流通性が高い = 使いやすい
▶ 偏りやすい

＜金利モデル＞
貯蓄（回転率低下）
→ 富が富を生み格差拡大

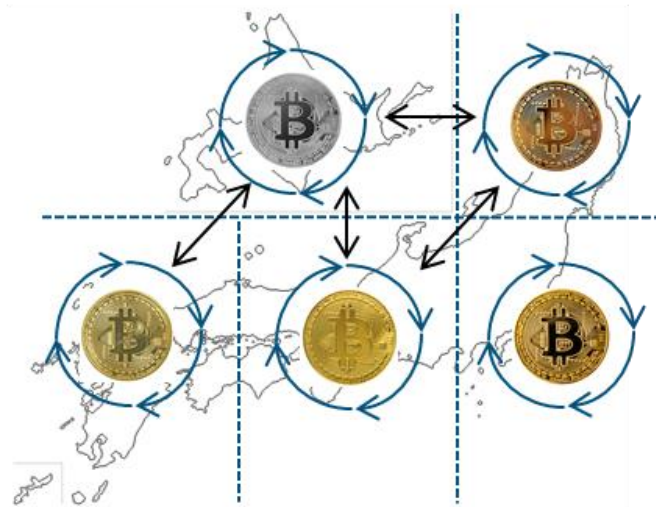
地域通貨の先進例

江戸時代の藩札



地域通貨（Decentralization）

VS.



流通性に制約 = やや使いにくい
▶ 域内にとどまる ▶ インセンティブ設定可

＜減価モデル＞
回転率増加（流通量増加）
→ 富が富を生まず偏在なし

付録：地域通貨③

地域通貨の事例

- 日本は以前は紙であったが、現在は電子化
- ドイツのバイエルン州キームガウアーで使われている通貨はドイツでRegio（レギオ）と呼ばれる地域通貨の一つ
- 減価通貨（3か月毎に2%減価）ユーロと比較して回転率が3倍高い決済通貨に成長している。

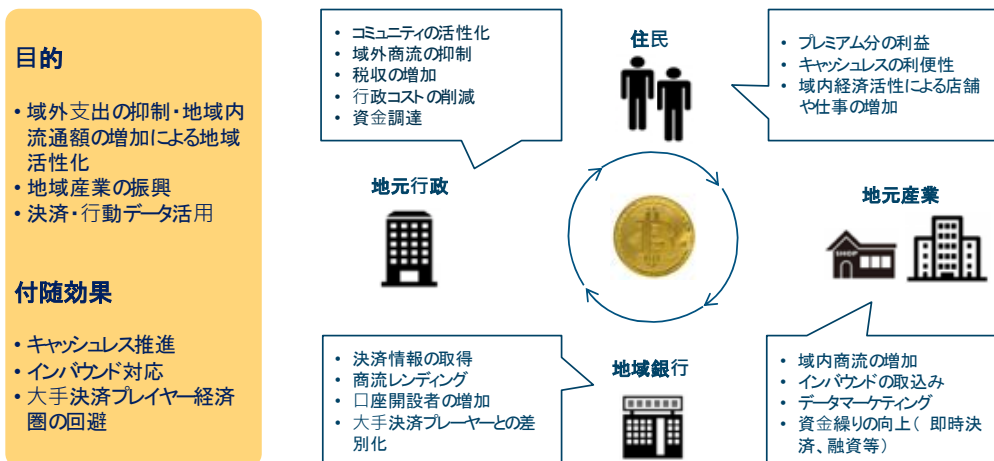
開始年		2003年
発行機関		事務局経由でNPOが販売 (電子化率70%)
対象		キームガウ地方の個人・事業主・法人
その他の特徴	通貨価値	1キームガウアー (C) = 1ユーロ (€)
	換金性	あり (C→€は換金手数料：5%)
	減価機能	3か月毎に2%減価

実績	2003	2007	2010	2013
メンバー数	235	2,126	3,049	3,649
Cによる売上高	10	299	614	935
C年間流通額	1	15	53	73
C回転率 (回)	4.00	8.16	4.84	5.41
€回転率 (回)	2.90	2.41	1.77	1.65
回転倍率 (C/€)	1.38	3.39	2.74	3.29

出典：キームガウアーHP 1ユーロ=130円で換算。金額単位は百万円。

電子地域通貨の目的と効果

- 独自経済圏で独自の産業振興施策を実現し、コミュニティ及び地域内経済の活性化を図る。
- 佐渡のキャッシュレス率は10%を切る。原因は手数料とランニングコスト



<成果指標>

ステークホルダー	目的・メリット	打ち手	事例・具体例・実現方法	成果指標例
発行者	地域経済の活性化	制度設計 安全安価な仕組み	・プレミアム・減価・用途 ・手数料率、換金率 ・チャージ・決済方法 ・安全安価なシステム提供	域内流通総額：+30% 回転数：2.5倍 運営費：+1億円
利用者	プレミアム 利便性	利便性向上	・プレミアム (制度設計) ・アクワイアー提携 (UC) ・より簡易な認証方法	利用者数：10,000 人 利用総額：110億円
加盟店	売上増 資金繰・融資	データ・マーケティング	・観光ルート分析・看板設置による 売上増 ・データ活用方法・KSFの共有・研 修	加盟店数：500 売上増：+20% 手数料減：月△50万円
地域銀行	新規融資 既存事業の維持	商流レンディング	・Jスコア等との提携 ・学生向け新規口座獲得施策 ・金融破産者の動向調査・共有	融資先増：+30 口座数増加：+2,000
行政	税収アップ コスト削減 財源調達	域内流通の促進 外部調達	・税収増減の評価 ・健康ポイント (10万円/人医療 費削減等) ・ボランティアポイント (犯罪率低下、 工数削減等) ・域内流通促進 (給食、工事) ・クラウドファンディング	税収増：+1億円 医療費減：△0.5億円 工数削減：△0.5億円 ファンド：30億円

地域通貨の参考事例

(紙幣式地域通貨)

アトム通貨(2004年4月～)

- ・ 早稲田・高田馬場地域を中心とした地域通貨(今期15期目)
- ・ 商店街・NPO、地元企業などで構成する実行委員会にて運営



- ・ 加盟店 約700店舗
- ・ 利用規模 9万弱(約900万円相当)
- ・ 運営母体が開催する「クリーン大作戦」や「打ち水大作戦」といったイベントの参加や、加盟店への「マイ箸持参」などへの対価として配布
- ・ 早稲田・高田馬場地域のほか、女川地域(宮城県)、新座地域(埼玉県)、新宿地域(東京都)、春日井地域(愛知県)と八重山地域(沖縄県)の6地域で利用可能
- ・ 国内地域通貨の草分けであり、成功モデルとして挙げられる存在

(電子地域通貨)

さるぼぼコイン(2017年12月～)

- ・ 岐阜県飛騨高山地域の地域通貨
- ・ 飛騨信用組合が発行・運営



- ・ 利用者 約5,000人
- ・ 加盟店 約700店舗
- ・ 流通額 約3億5,000万円
- ・ 現金や飛騨信組の預金口座から「コイン」に交換し、スマートフォンアプリにチャージされる仕組み
- ・ チャージ額の1%がポイントとして付与され、利用者は加盟店で1コインを1円相当として買い物に利用することが可能
- ・ 加盟店は、日用品店や飲食店に限らず、ホテル、タクシー、理容室など多様化している

(ICカード式地域通貨)

やなぼ(2015年4月～)

- ・ 福岡県柳川市の地域通貨
- ・ 協同組合柳川おもてなしカード会が発行

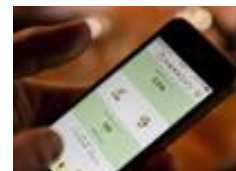


- ・ 利用者 約30,000人(人口の半分)
- ・ 加盟店 約240店舗
- ・ 加盟店の買い物で1%のポイント付与、400Pで¥500
- ・ 行政ポイントが付与(結婚・出生・検診・アンケート・ボランティア・イベント参加、等) 100~1,000P
- ・ 70才以上は希望者に見守り機能(1日1回来店ポイント付与、30日以上未使用だと安否確認)
- ・ 3年間地元若手による勉強会後発足

(電子地域通貨)

シモキタコイン(2018年9月～)

- ・ 東京・下北沢地域の地域通貨
- ・ シモキタコイン社が発行・運営
- ・ ブロックチェーンを使用



- ・ 目標利用者 約8,000人
- ・ 目標流通額 年10億円(商圏は年600億円)
- ・ 目標加盟店 700店舗(エリア内約1000店舗)
- ・ 1P=1円
- ・ ユーザーはチャージ時に+1%、決済時に+1%を得る。
- ・ 加盟店は、決済手数料3.5%
- ・ チャージ金額の有効期限は1年、ポイントは90日
- ・ 将来的には事前決済機能や投げ銭機能を追加予定