日本の全てがここにある

The Pure Japan on Sado Island

～鬼が舞う祭礼の島へ～

Living in harmony with the seasons

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

8 働きがいも経済成長も

9 産業と技術革新の基盤をつくろう

11 住み続けられるまちづくりを

12 つくる責任つかう責任

14 海の豊かさを守ろう

15 陸の豊かさも守ろう

17 パートナーシップで目標を達成しよう

GIAHS 世界農業遺産

佐渡ジオパーク

佐渡を世界遺産に

（一社）佐渡観光交流機構

佐渡市の現状

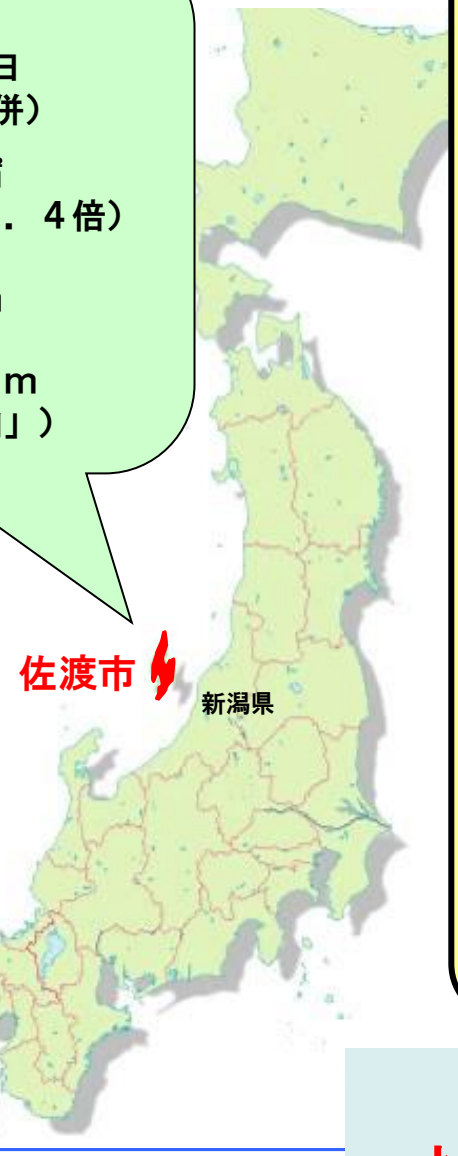
《佐渡市》

平成１６年３月１日
（１市７町２村が合併）

○面積　８５５ｋ㎡
（東京２３区の約１．４倍）

○周囲　２８０ｋｍ

○最高峰　１，１７２ｍ
（島北部の「金北山」）



○過疎化や高齢化が進行

	H16年		H29年3月末
【人　　口】	68,999人(国調)	→	56,852人(住基)

※毎年1,000人程度減少している

【高齢化率】	H16年		H29年
佐 渡 市	３４.４％	→	４０．５％
（全国）	（１９.５％）	→	（２６．７％）

	H16年		H27年
【出 生 数】	４０４人	→	３７１人
【死亡者数】	1,０６２人	→	1,１２７人

【合計特殊出生率】	H16年		H26年
佐 渡 市	１.５４％	→	１.８８％
（全国）	（１.２９％）	→	（１.４３％）

○地域産業の低迷

【市内総生産】	H16年		H26年
	２，２３８億円	→	１，７９６億円

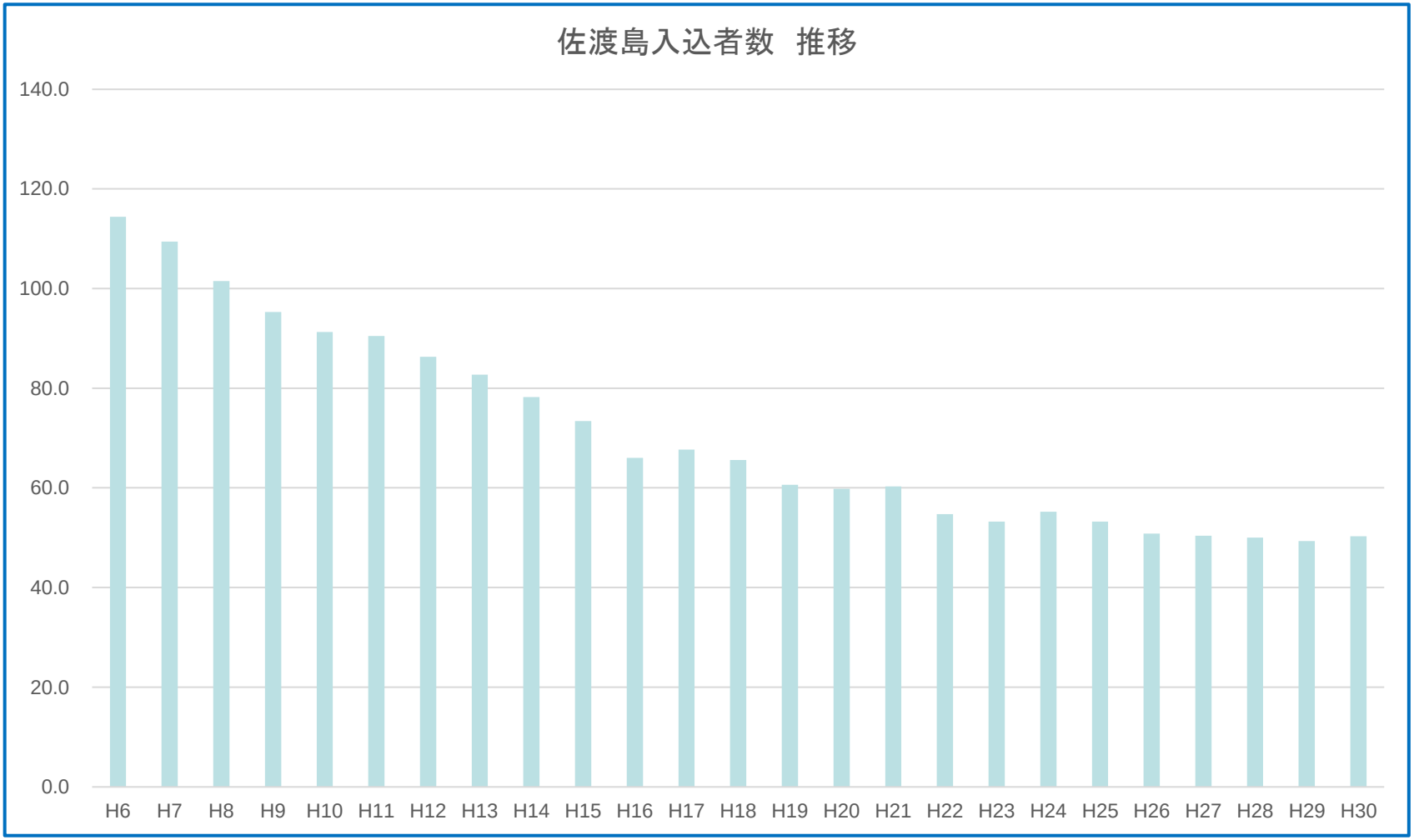
※442億円の減

出典：新潟県市町村民経済計算（平成28年3月31日）

長期的視点で
社会減をどうプラスに転じるか

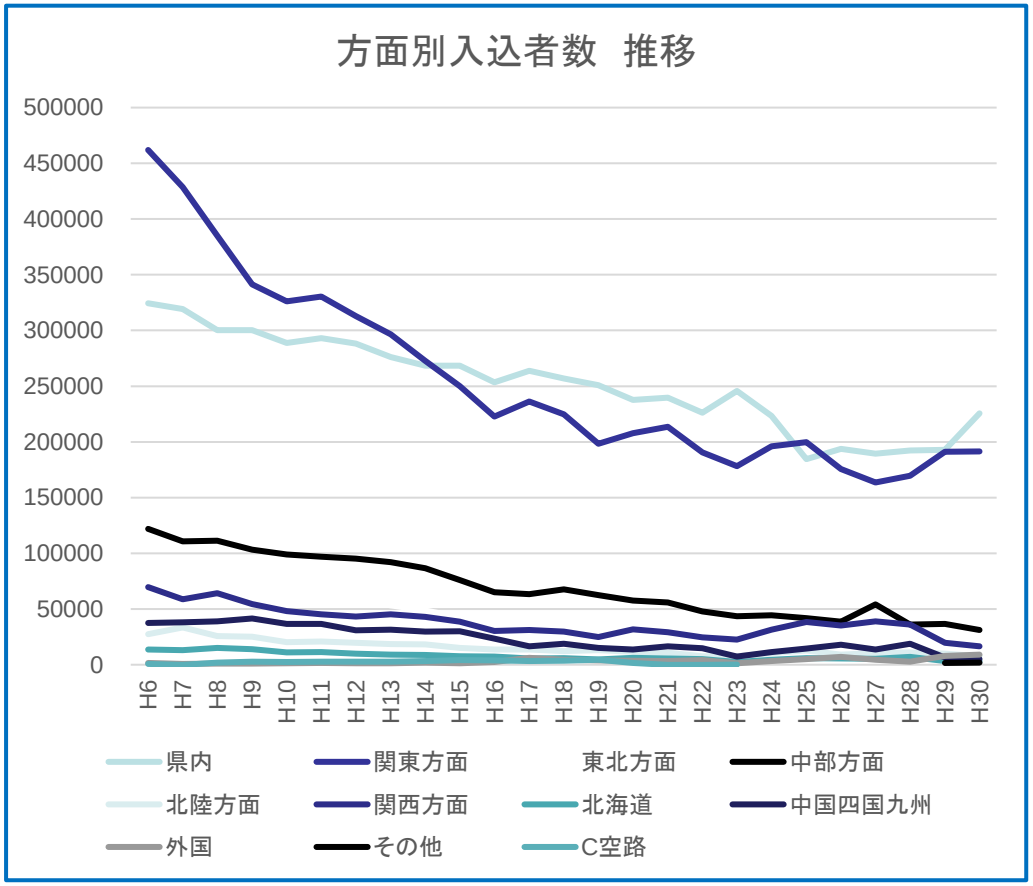
This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of o

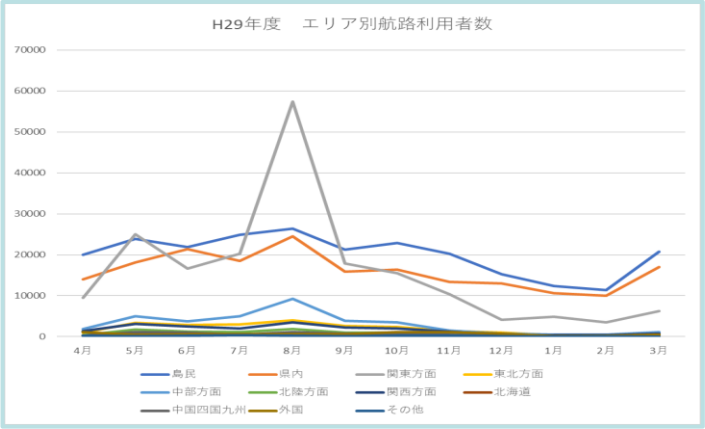
観光客推移

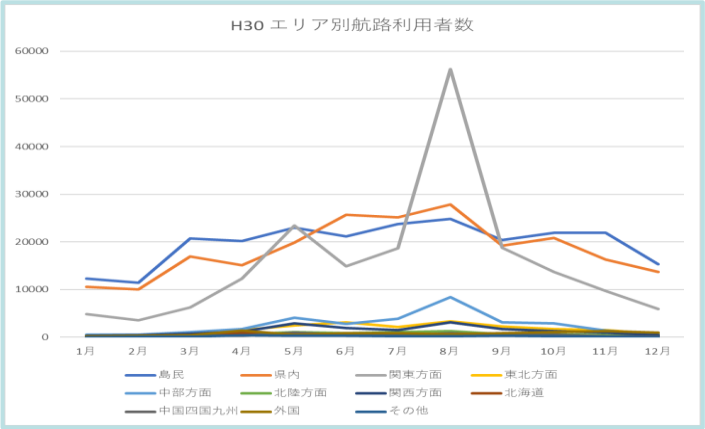


下げ止まっているが、コロナの影響により減、
長期的には世界遺産登録もあり観光客数は必ず増加はする

方面別・月別　入込者数推移

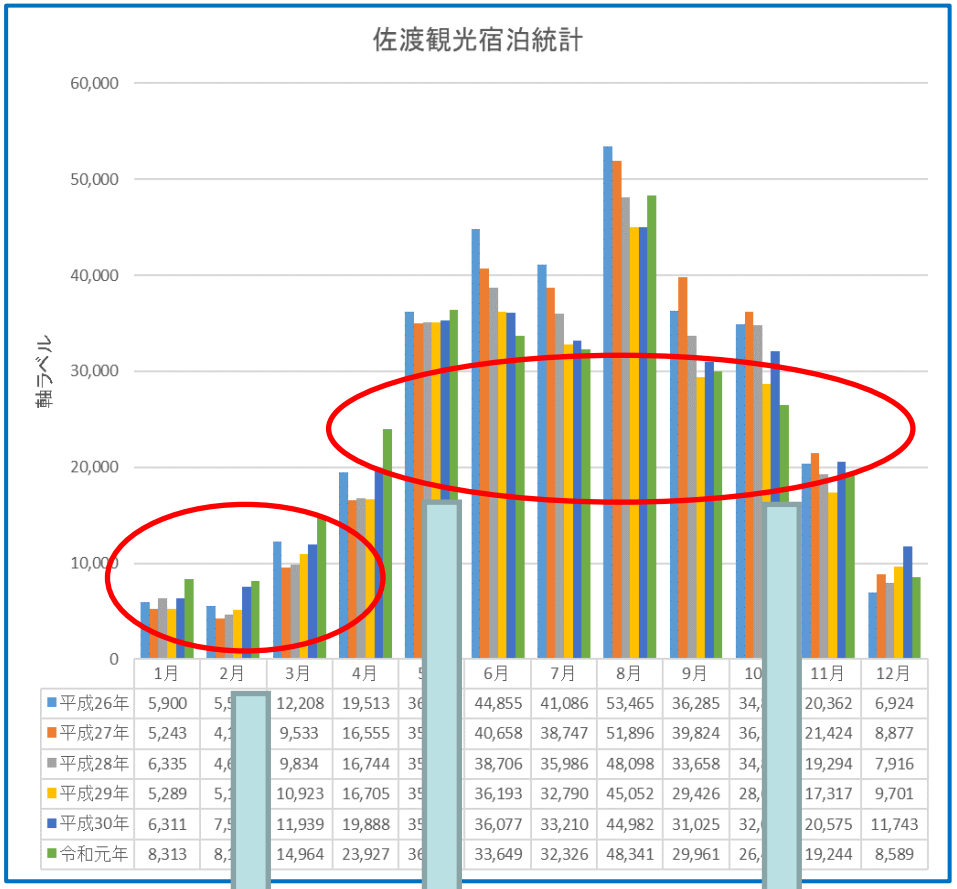






関東圏のお客様が減っている。
佐渡として、全方位戦略をとるのではなく（お金が無尽蔵にあるのであればいいが）適切なターゲットに選択と集中をするべき。

宿泊者数推移



	1月	2月	3月	4月	5	6月	7月	8月	9月	10	11月	12月
平成26年	5,900	5,5	12,208	19,513	36	44,855	41,086	53,465	36,285	34,	20,362	6,924
平成27年	5,243	4,1	9,533	16,555	35	40,658	38,747	51,896	39,824	36,	21,424	8,877
平成28年	6,335	4,6	9,834	16,744	35	38,706	35,986	48,098	33,658	34,	19,294	7,916
平成29年	5,289	5,1	10,923	16,705	35	36,193	32,790	45,052	29,426	28,	17,317	9,701
平成30年	6,311	7,5	11,939	19,888	35	36,077	33,210	44,982	31,025	32,	20,575	11,743
令和元年	8,313	8,1	14,964	23,927	36	33,649	32,326	48,341	29,961	26,	19,244	8,589

冬に金をかけるよりは、ピークを伸ばすほうが費用対効果が見込める

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

- **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。**

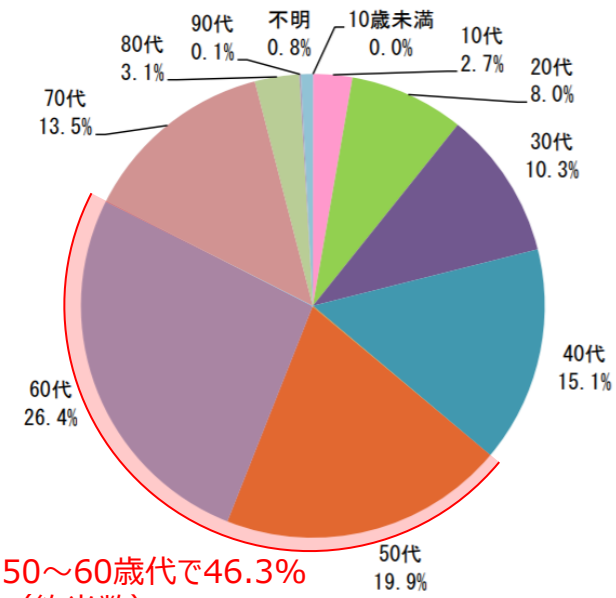
入島者数の推移（人）

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 1,505,836	% △3.3	人 1,472,144	% △2.2	人 1,480,352	% 0.6
自動車航送部門（航送換算台数）	台 209,678	% △1.4	台 209,778	% 0.1	台 224,431	% 7.0
貨　物　部　門（貨物輸送トン数）	トン 159,710	% △5.4	トン 159,261	% △0.3	トン 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

来訪者属性

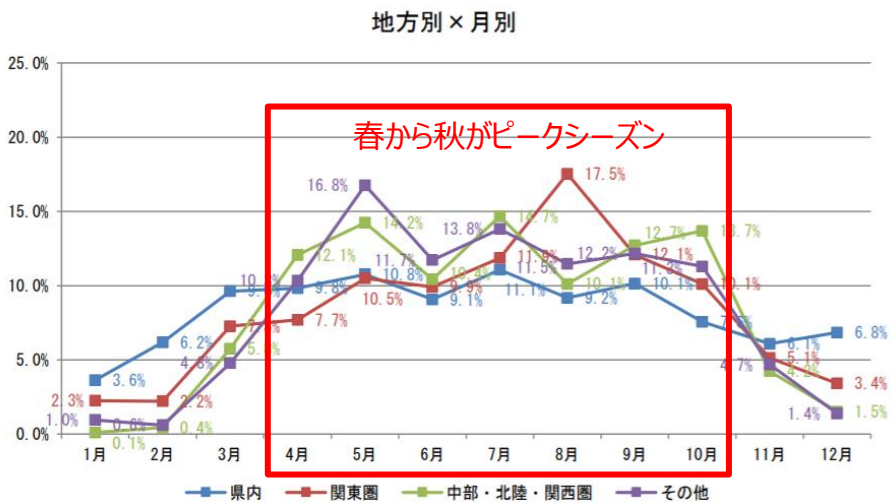


50～60歳代で46.3%（約半数）

n=11,888

出典：平成28年佐渡観光アンケート調査報告書

月別来訪者割合（地方別）



出典：平成28年佐渡観光アンケート調査報告書

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

競合はどこ？

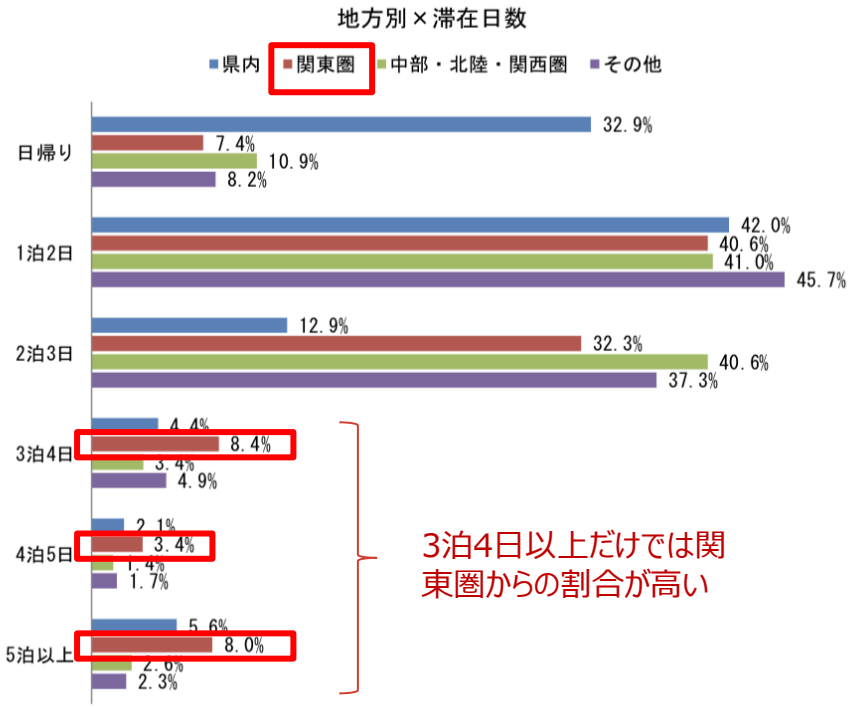
- 佐渡における旅行消費額は、他の観光地と比較して、沖縄・北海道に次いで大きい地域。
- 来訪者における宿泊者の滞在日数の傾向を比較すると、3泊4日以上だけで比較した場合に、関東圏からの割合が高くなっている。

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

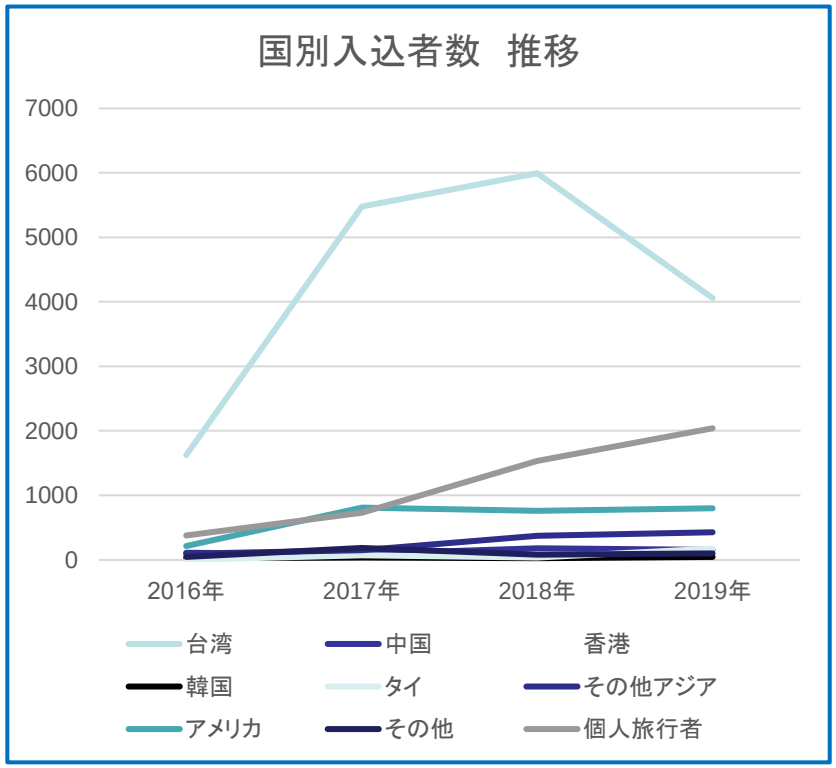
出典：平成28年佐渡観光アンケート調査報告書、旅行年報2017　※佐渡は日帰り含む

滞在日数（地方別）



This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

外国人　入込者数推移



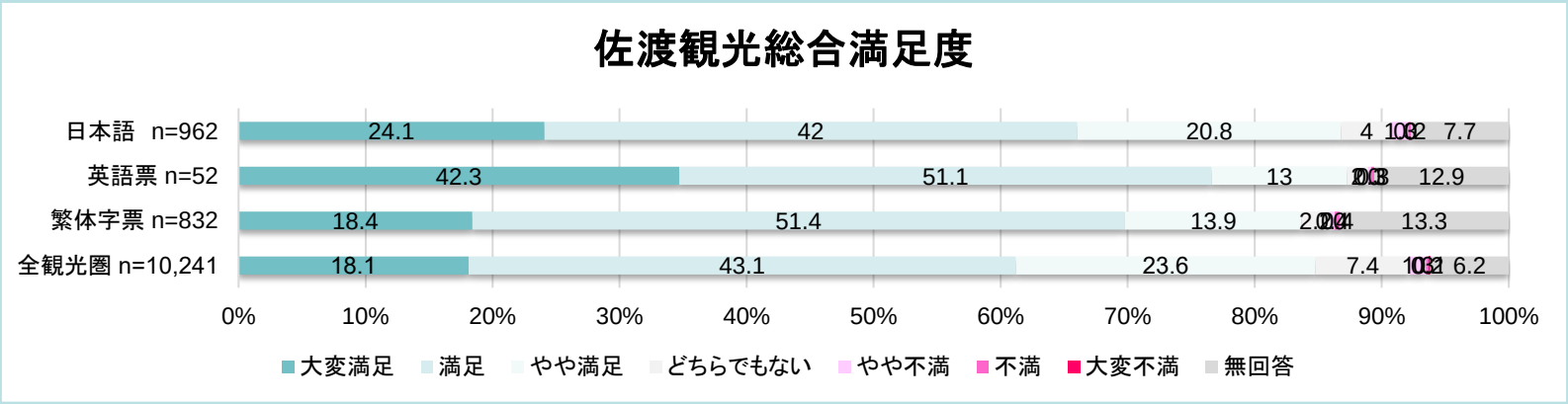
台湾が増えている。
佐渡として、全方位戦略をとるのではなく、適切なターゲットに選択と集中をするべき。
観光の展示会や商談会はコロナ後は意味がなくなる。

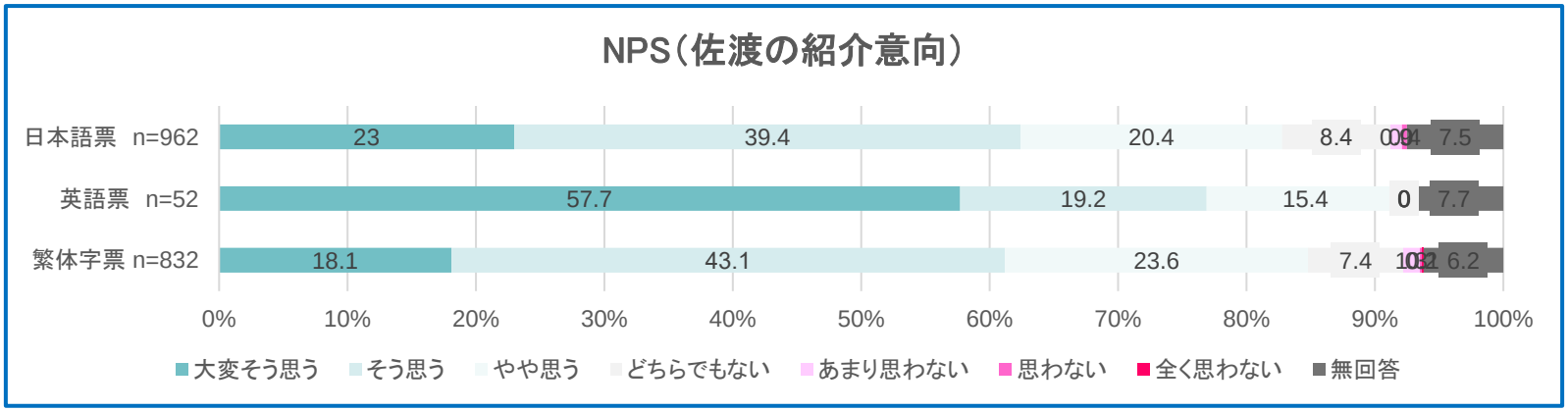
	総合計	2019年1月	2019年2月	2019年3月	2019年4月	2019年5月	2019年6月	2019年7月	2019年8月	2019年9月	2019年10月	2019年11月	2019年12月	2019年 年間計
地域	国・地域	延べ人数	延べ人数	延べ人数	延べ人数	延べ人数	延べ人数	延べ人数	延べ人数	延べ人数	延べ人数	延べ人数	延べ人数	延べ人数
日本	日本	9,703	10,125	16,383	27,462	42,750	38,285	37,681	59,812	34,906	30,225	21,251	10,150	338,733
アジア	台湾	735	82	1,063	1,043	774	434	438	470	625	432	667	127	6,890
	韓国	2	2	43	12	21	0	20	0	9	0	2	4	115
	中国（香港を除く）	8	33	16	71	89	136	479	176	49	25	130	42	1,254
	香港	2	2	22	44	28	16	43	25	11	48	61	46	348
	シンガポール	0	2	36	40	41	43	22	19	17	26	42	25	313
	タイ	9	0	12	46	28	32	28	0	14	10	28	22	229
	マレーシア	0	87	0	11	4	15	6	0	1	17	6	0	147
	インドネシア	0	0	5	0	2	0	0	193	5	0	6	0	211
	ベトナム	0	0	0	30	0	2	1	11	4	2	2	0	52
	フィリピン	7	0	0	6	0	2	0	0	0	2	0	0	17
	インド	9	0	0	0	0	1	0	0	7	17	0	0	34
	その他	0	84	90	0	1	0	0	29	8	0	0	0	212
	小計	772	292	1,287	1,303	988	681	1,037	923	750	579	944	266	9,822
ヨーロッパ	フランス	2	0	19	65	24	32	23	132	37	24	47	24	429
	イタリア	4	0	0	0	5	0	15	14	2	7	1	0	48
	スペイン	0	0	0	0	0	3	5	0	2	10	0	0	20
	イギリス	2	0	0	0	1	44	6	8	15	11	7	2	96
	ロシア	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	10	0	15
	ドイツ	5	1	6	14	5	11	6	21	0	0	5	0	74
	その他	2	4	4	18	13	11	71	45	14	41	3	0	226
	小計	15	5	29	97	48	101	126	225	70	93	73	26	908
北米・中南米	アメリカ	18	16	254	363	176	81	53	37	105	211	307	13	1,634
	カナダ	0	0	5	19	8	4	5	20	4	0	16	2	83
	ブラジル	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	2	0	5
	その他	6	0	0	2	9	4	21	6	12	10	55	0	125
	小計	24	16	259	384	196	89	79	63	121	221	380	15	1,847
オーストラリア		0	14	14	18	10	27	3	14	26	37	3	11	177
その他		34	39	192	11	26	221	146	425	337	328	1	70	1,830
合計		10,548	10,491	18,164	29,275	44,018	39,404	39,072	61,462	36,210	31,483	22,652	10,538	353,317
うち外国人計		845	366	1,781	1,813	1,268	1,119	1,391	1,650	1,304	1,258	1,401	388	14,584

旅行会社中心のデータだと台湾しか見えていなかったが、フランス人アメリカ人が多いことがわかる。（延べ人数が多くなるのは延泊が多いため）

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

満足度・NPS（紹介意向）





欧米人のほうが、佐渡のことを薦める率が高い
⇒客単価の高い観光客は、口コミがすべて

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

佐渡の資源

歴史的に佐渡はいろんな日本の國・文化が集まってきた場所
地理的に東アジアの中心としていろんな国・文化を集約できる場所になりうる

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

■ 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、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。

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

■ 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。

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

■ 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。

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

■ 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。

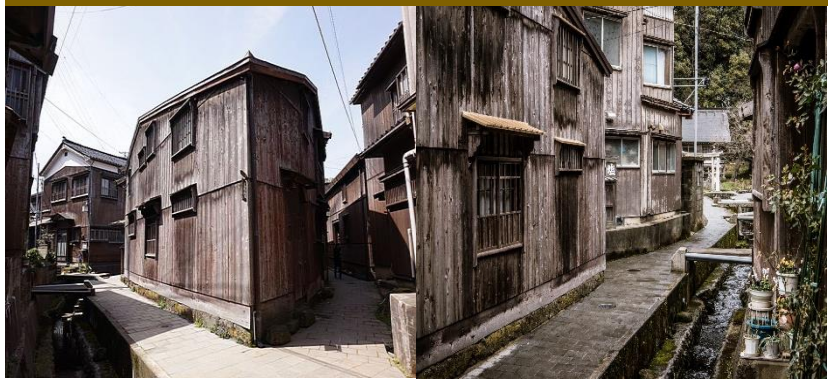
■ 国の「重要伝統的建造物群保存地区」に選定された町並みは、昔ながらのレトロは感覚を味わえる。

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。

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

■ 「さかな祭り」や「素人セリ市」など様々なイベントを行なっており、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。

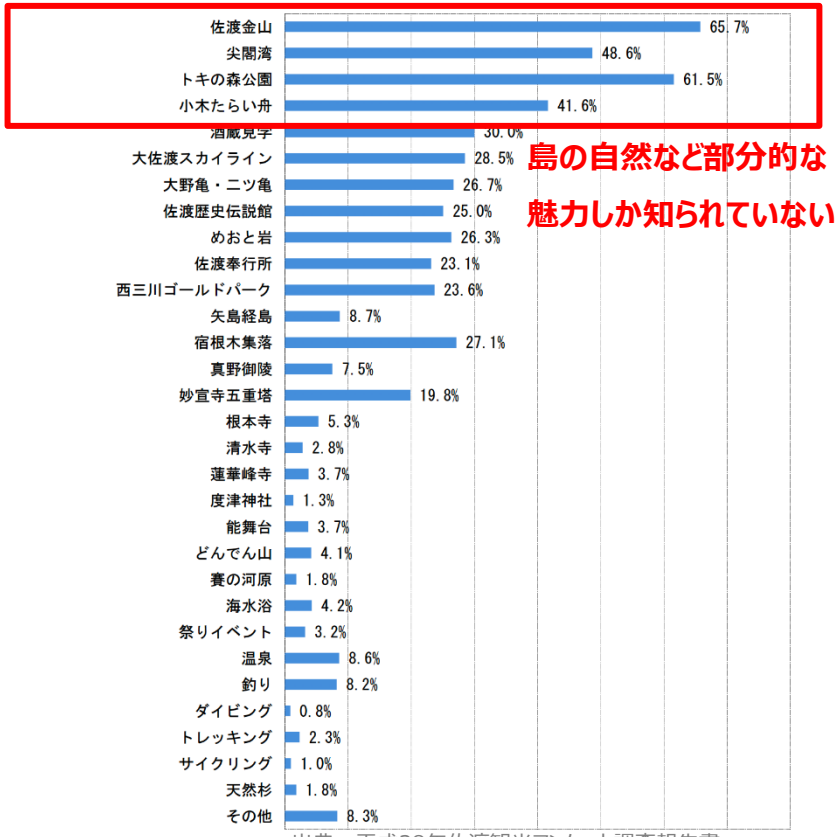
This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

- 佐渡の温泉は全国の中の温泉としては一般に認識されていない（百選に入らない）
  - 温泉百選に入れるように働きかけをしていく
  - 温泉協議会と連携しながら島内の利用促進と島外への告知を行っていく

佐渡は多様性の島
文化・歴史・食・人、、、、、
歴史的にも多様な資源と多様な人々が
混在した島
佐渡は日本の
DIVERSITYだった

- 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



出典：平成28年佐渡観光アンケート調査報告書

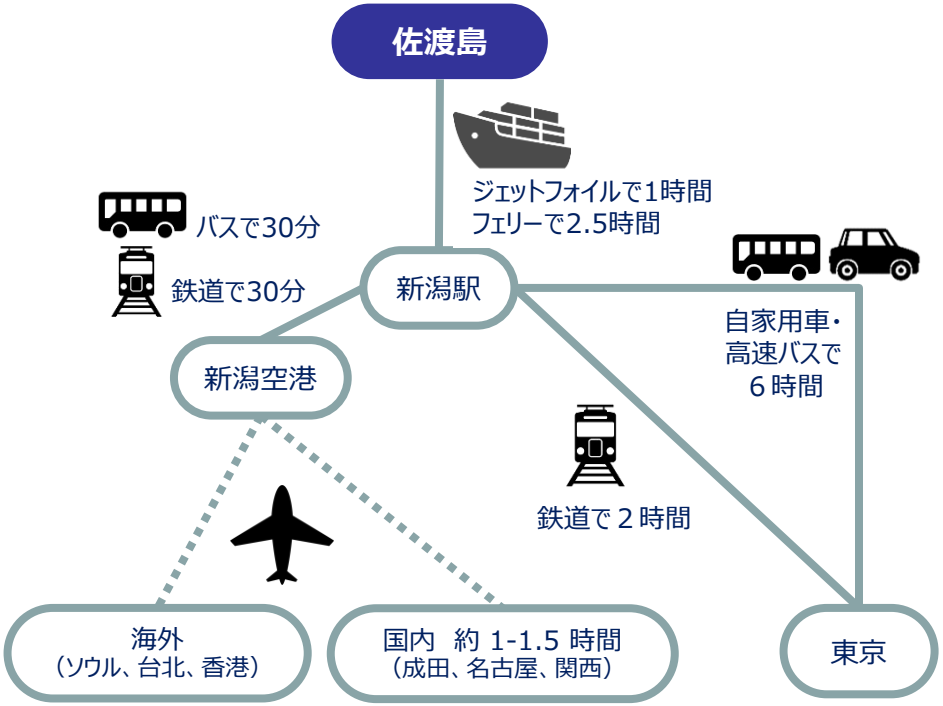
佐渡の深い魅力を「観光客に伝える価値として作りだし」「伝えること」が必要

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

交通アクセス

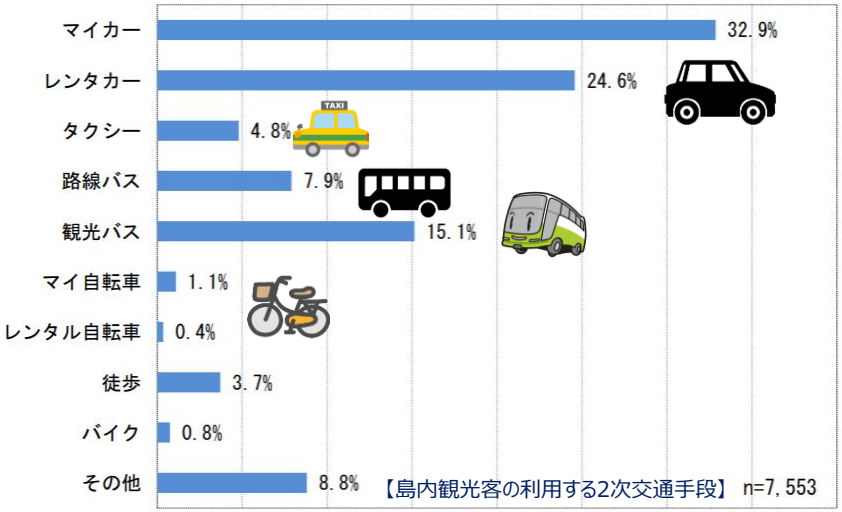
- 佐渡へのアクセスは、本土の新潟港からフェリーやジェットフォイルでの移動となり1.5～2.5時間程度。それぞれ2～3時間に1本程度運航している。近郊都市新潟までは新幹線・飛行機等様々な手段がある。
- 島内での交通においては、主にマイカー、レンタカーが中心となっている。

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

乗り換え頻度の多さが課題
距離や時間ではない
2023年トキエアー　佐渡ー羽田？

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

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。

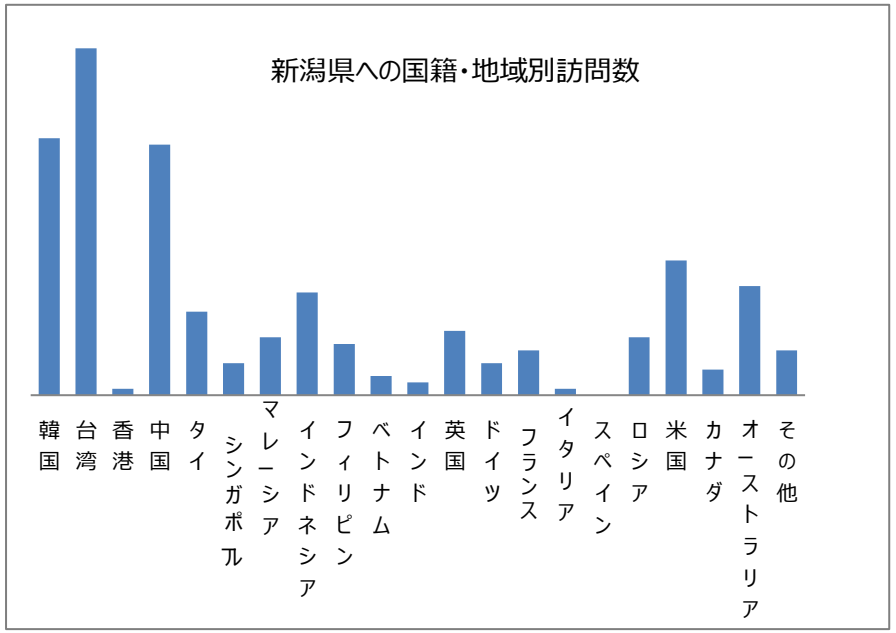
ターゲット層

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 団体旅行客	日本の現在のアクティブ旅行客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客

（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。



出典：観光庁　平成29年（2017年）訪日外国人消費動向調査

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

インバウンドのターゲット層

■ 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

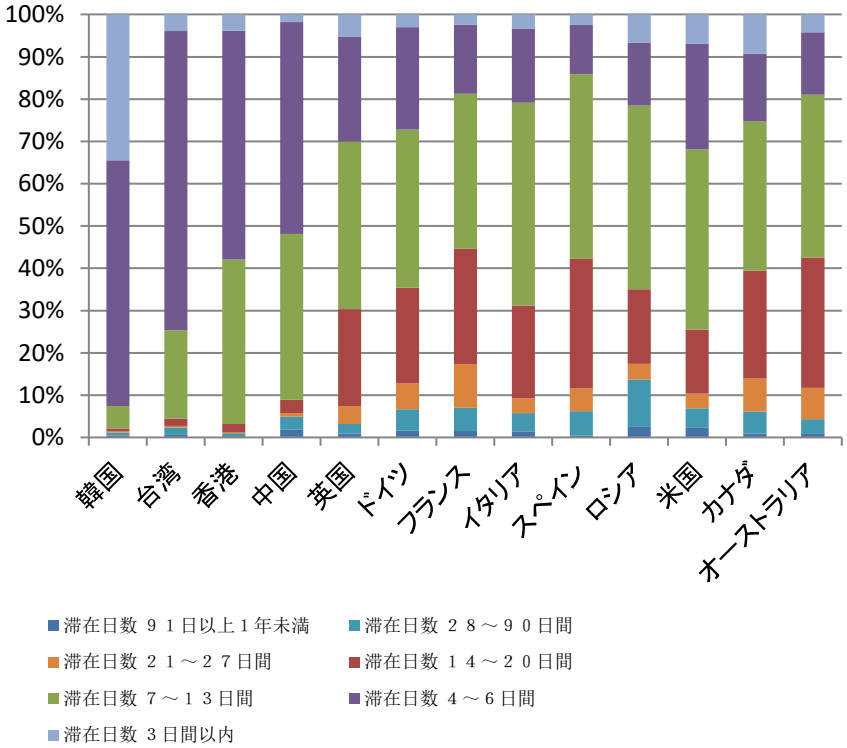
欧米
（フランス）

＜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、個人旅行客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。



出典：観光庁 平成29年（2017年）訪日外国人消費動向調査

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

インバウンドのターゲット層

■ 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：%

調査項目		アジア圏				欧米豪圏									
		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（複数回答）	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
	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

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

観光とは？

・観光＝Sightseeing ≠　Tourism→Journey
　- Sight（風景）をseeing（観る）
　⇒これまでの佐渡　これまでの日本の観光業界

◆Tourism　観光事業　観光旅行　周遊
　　＝受け入れ側の観点からすると
　　受入の環境を整えるための経済的な意味合い
⇒Journey　長期に回る旅　心が豊かになる旅
　　＝お客様がその土地の文化や人を知る旅

佐渡の旅は
地域でのTripを合わせてTravel
Sightseeingではなく、Journey

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

日本版DMOとは？ Destination Management／Marketing Organizat

.地域の「稼ぐ力」を引き出す
・「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役
・明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定
・戦略を着実に実施するための調整機能

(1) 日本版ＤＭＯを中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成
(2) 各種データ等の継続的な収集･分析、データに基づく明確なコンセプトに基づいた戦略（ブランディング）の策定、ＫＰＩの設定･ＰＤＣＡサイクルの確立
(3) 関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整･仕組み作り、プロモーション

（観光庁資料より）

佐渡の観光経営資源を活用して、観光地の経営をする
Mは経営戦略を企画立案し、実行すること。
佐渡の経営資源はすべてが観光資源になりうる
地域の上がっている声を行政の区分けにこだわらず、実現に向けて動き、

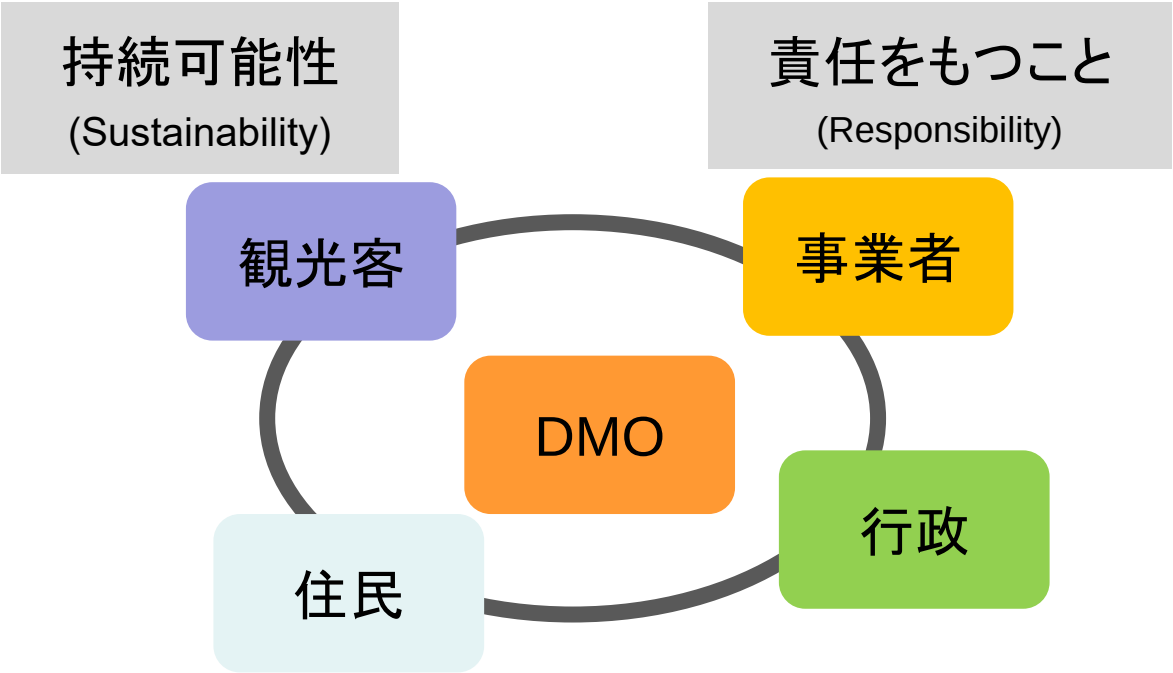
地域に儲けてもらう組織

地域活性化

地域の資源＝観光資源　資源が活性化するとお金が落ちて、カネが回るようになる。
カネが回ると人が集まり、魅力的な観光地になる

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

観光産業で今、世界的に重要なこと



経済(Economy)、社会(Society)、環境(Environment)の3視点でバランスをとらなくてはならない

観光は、ツーリズム→マーケティング
→地元との共創・起業支援（インベストメント）
世界の観光地との競争

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

一般の地域で観光に興味を持っている地元民は約三割

マケプランの方針からブレずに熱意をあらゆる手段を使って伝える

■メリットを感じていない、もしくは聞こうとしない人には
寄り添うしかない

■観光協会（DMO）という地元からリスペクトされていない組織がリスペクトされるチャンス
存在意義

■家にいる今こそ、広報（動画）や経済効果で熱意を伝える

With　コロナに関してのDMOの役割

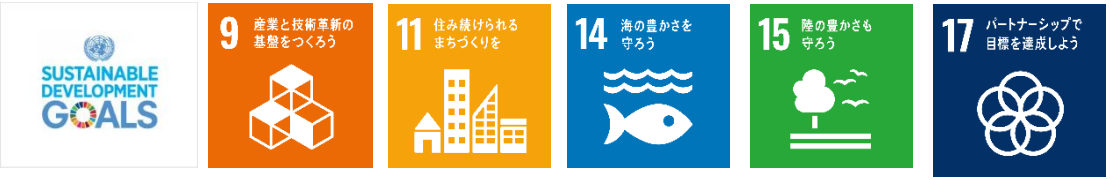
やることは変わらない

- マーケティング（観光地経営）≠調査や広告
  - 方針作って、他をベンチマークして、ヒトを育てる
  - 地域でリスペクトされるチャンス
  - バランスの取れたブランディング
    - 対お客様に対して安心安全じゃないと選ばれない
    - 対地元に対して佐渡はオーバーツーリズムを経験してきた
      観光客に対するヘイトを起こさない
- 行政と民間事業者を繋ぎ、仲間を作って同じベクトルで消費額を増やす

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

Tourism and the SDGs Journey to 2030

- 第70回国連総会において、154名の国家元首または政府首脳により、17の持続可能な開発目標（SDGs）とともに、大胆かつ野心的な「持続可能な開発のための2030アジェンダ」が採択されました。とりわけ、貧困の撲滅、地球環境の保護、万人の繁栄を目指しています。
- この世界共通の統合的かつ変革的なビジョンに基づき、UNWTOでは、技術支援と能力開発によりこれらの国際的な目標の達成に貢献するよう、取り組みを進め精力的に活動しています。UNWTOは各国政府、官民のパートナー、開発銀行、国際および地域の金融機関、国連機関、そして国際組織と協力してSDGsの達成を支援しており、観光が主要テーマとなる目標8、12、14に重点を置いています。
- UNWTOでは、スイス経済事務局の支援を受け、「SDGのための観光のプラットフォーム」（www.tourism4sdgs.org）を策定しました。政策立案者、国際組織、学術関係者、寄贈者、企業、観光に関する全てのステークホルダーを対象としており、SDGの実施戦略への参画を促しています。このプラットフォームの3つの主要テーマである、「学ぶ」、「共有する」、「行動する」は、観光が持続可能な分野となるための活動、対話、協力の要請でもあるのです。

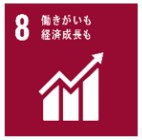


雇用を創出し、地域の文化や産品を活かす持続可能な観光

- 持続可能な消費生産形態を確保する。「持続可能な消費と生産（SCP）」の実践を採択している観光分野は、持続可能性に向けた世界的な転換を加速するための重要な役割を果たすことができます。そのためには、目標12のターゲット12.bにあるように、「雇用を創出し、地域の文化や産品を活かす持続可能な観光のための、持続可能な開発の効果を測定するツールを開発し、実践すること」が非常に重要です。持続可能な消費と生産の仕組みに関する10年計画（10YFP）の中の持続可能な開発プログラム（STP）は、このようなSCPの実践の推進を目的としており、それには経済的・社会的そして環境面での成果をより高めるための資源効率のよい取り組みが含まれています。

なぜ観光が重要なのか

観光分野における雇用創出への貢献



すべての人々のための持続的、包摂的かつ持続可能な経済成長、生産的な完全雇用およびディーセント・ワーク（働きがいのある人間らしい仕事）を推進する。観光は、世界の経済成長の原動力の一つであり、現在では、世界で11人に1人が観光分野で働いています。観光が働きがいのある雇用機会を提供することにより、技能と専門性が向上し、社会（特に若者と女性）に恩恵をもたらします。観光分野における雇用創出への貢献は、ターゲット8.9「2030年までに、雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業を促進するための政策を立案し実施する」に明記されています。

・すべての人々の為の持続的、包括的かつ持続可能な経済成長、生産的な完全雇用および働き甲斐のある人間らしい仕事を促進する

・持続可能な消費生産形態を確保する

佐渡の豊かな海洋資源を維持する

- 持続可能な開発のために、海洋・海洋資源を保全し持続可能な形で利用する。観光の最大の分野である海岸と海洋での観光は、特に小島嶼国（SIDs）において、健全な海洋生態系に依存しています。観光開発は、破壊されやすい海洋性体系の保全保護を進め、ブルー・エコノミー（環境を損なわない海洋経済）を促進する手段となるように、「総合的沿岸域管理（ICZM）」の一部に組み込まれなければなりません。このことは、「2030年までに、海洋資源の持続可能な活用によって、また、漁業、水産養殖業、観光の持続可能な管理を通じて、SIDsやLDCsへの経済的恩恵を増進する」というターゲット14.7に則しています。

・持続可能な開発のために、海洋・海洋資源を保全し、持続可能な形で利用する

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

・経営理念

- 私たちは、佐渡の文化、歴史、その風土から生まれた先人の知恵や地域の声を活かし、佐渡全体を観光地として経営する視点を持って、佐渡の明るい未来を創造し、
地域の利益のためのプラットフォームとなる活動をしてまいります。
- We strive to sustain Sado`s culture, history, and scenery born from our ancestors` wisdom and the voices of the locals. From the perspective of managing Sado Island as a tourist destination,
Our responsibility is to function as a platform for the region`s benefit and to create a bright future for it.

・経営方針

- 佐渡の資源を掘り起こし、
地域にとっての価値を高める結果に対して約束します。
- Employing Sado`s rich resources, we are committed to promote its value.

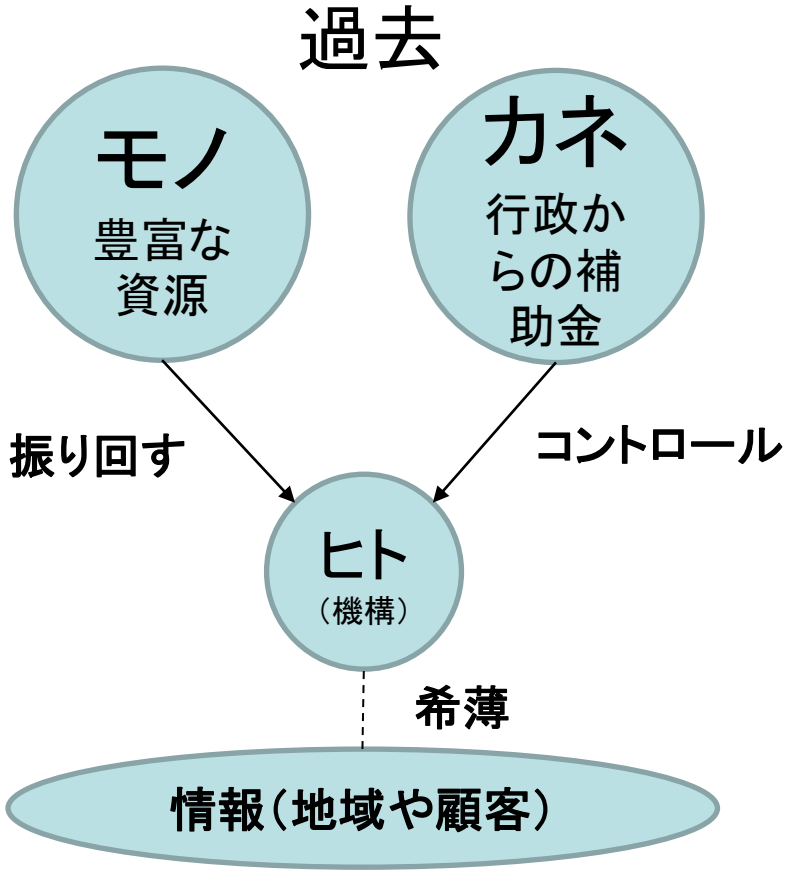
This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

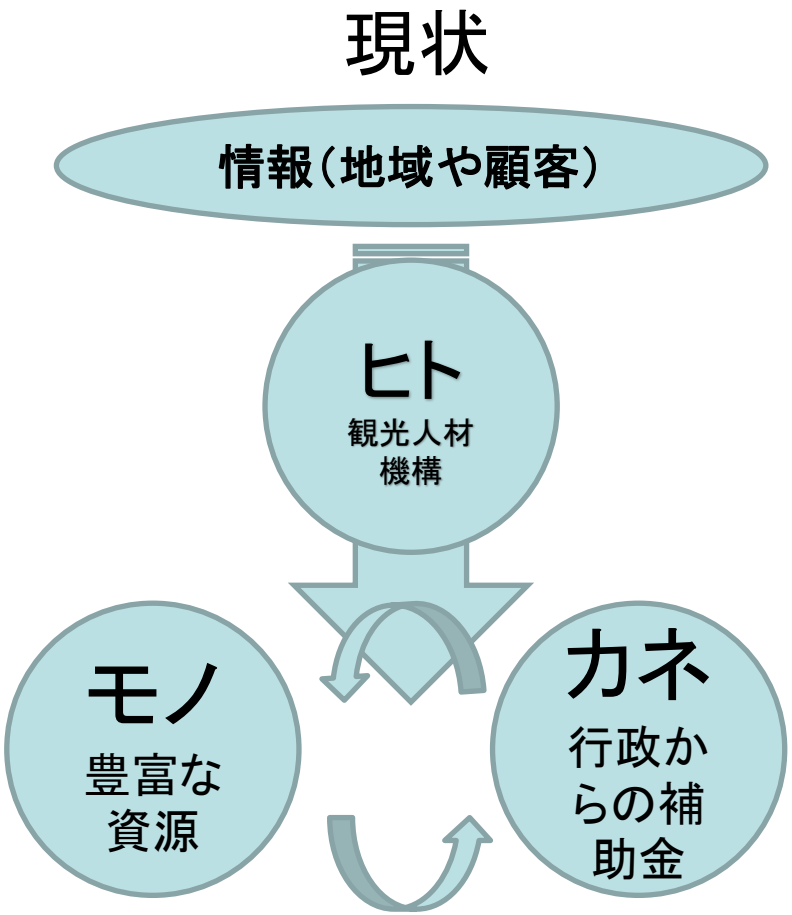
現状の課題

- 観光は集客から長期滞在へ
  - いまだに昔のマスツーリズムが中心
  - 客単価×人数＝経済効果である。
  - 観光は雇用と定住である
    ＝経済効果⇒雇用増⇒社会人口増
- 行政との役割分担
  - 現在は国からの直接事業も多い
  - 行政機能の一部民営化がDMOの役割と整理すると棚卸が必要
- 日本の他の観光地をベンチマーク
  - 経済効果は日本の人口が減っている段階では、分捕り合戦である。⇒コロナ禍でマーケットが変化
- 資源が多すぎる
  - コンセプトが単品商売で連結していない、
  - 継続していないから佐渡ブランドが資産化しない
  - ばらばらな発信
  - 縦割りからの脱却→面的な連携を図ることでニーズに対応

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

モノやカネからヒトと情報へ





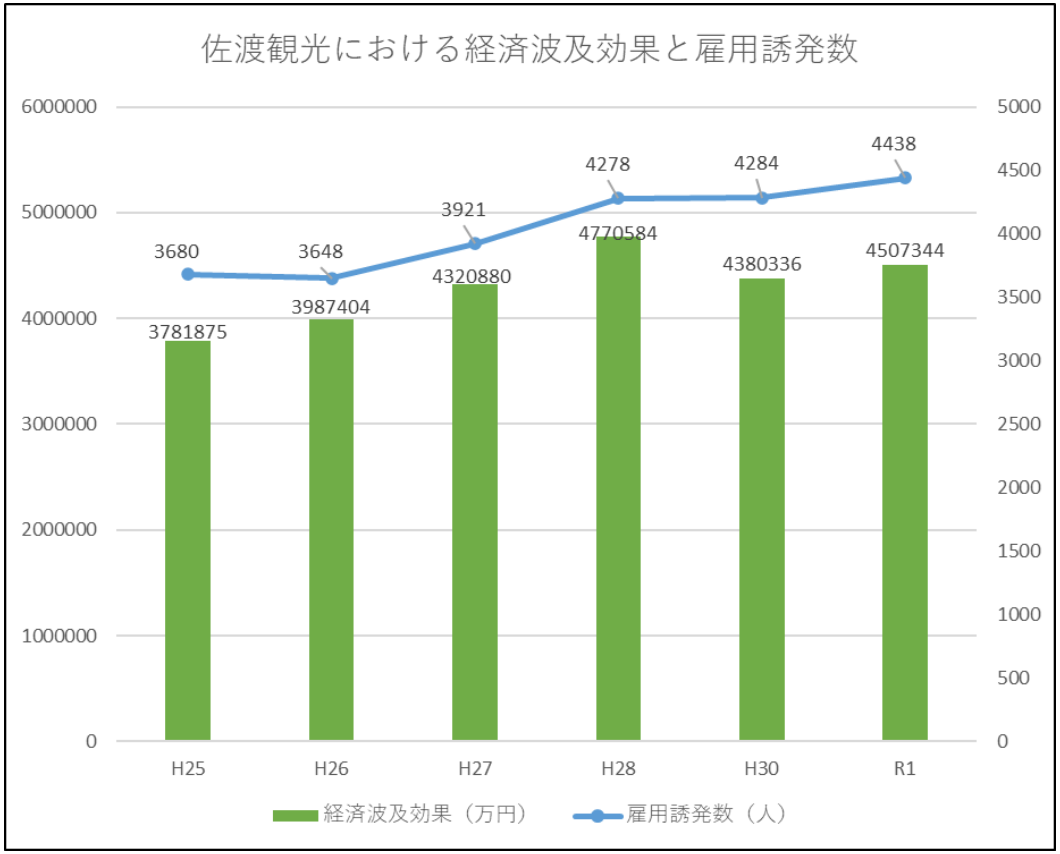
・ モノやカネありきの組織から
<u>ヒトや情報でモノやカネをコントロールする組織へ</u>
・ 行政（国・県・市）からの自立
・ 佐渡市民の税金を使わない⇒出島手数料も視野に

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

佐渡における観光の経済効果

世界文化遺産登録2022年（令和４年）にむけて

- 雇用誘発者数　5000人　1.2倍増
- 経済波及効果　500億　　1.1倍増

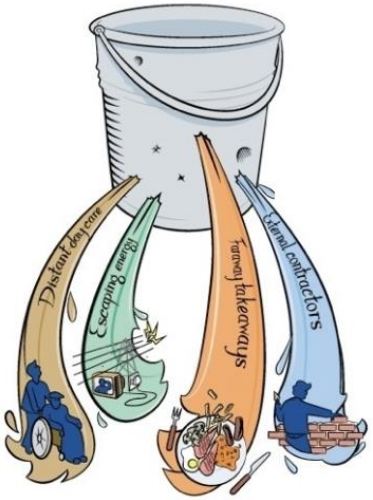


This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

地域経済の課題「漏れバケツ」

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。

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

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

佐渡市 - RESASデータ

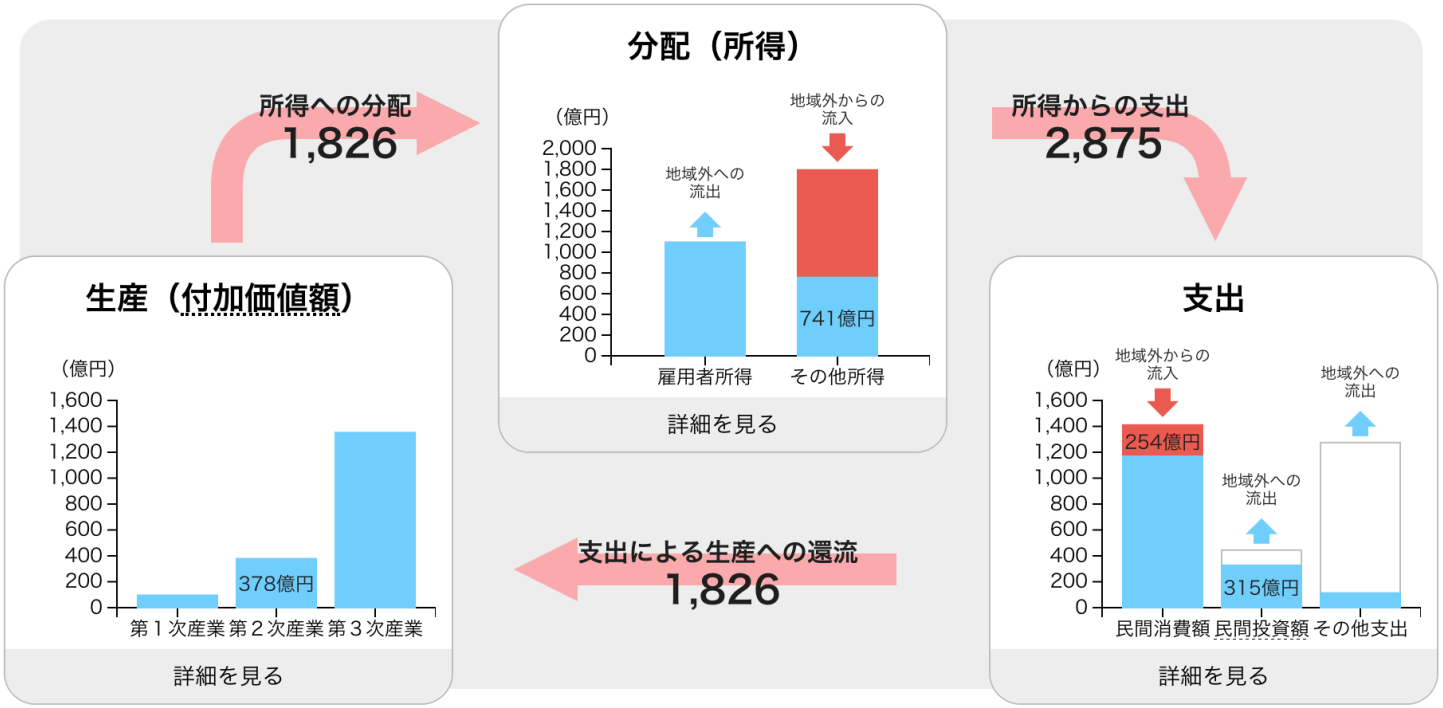
地域経済循環率

63.5%

地域経済循環図

2013年

指定地域：新潟県佐渡市

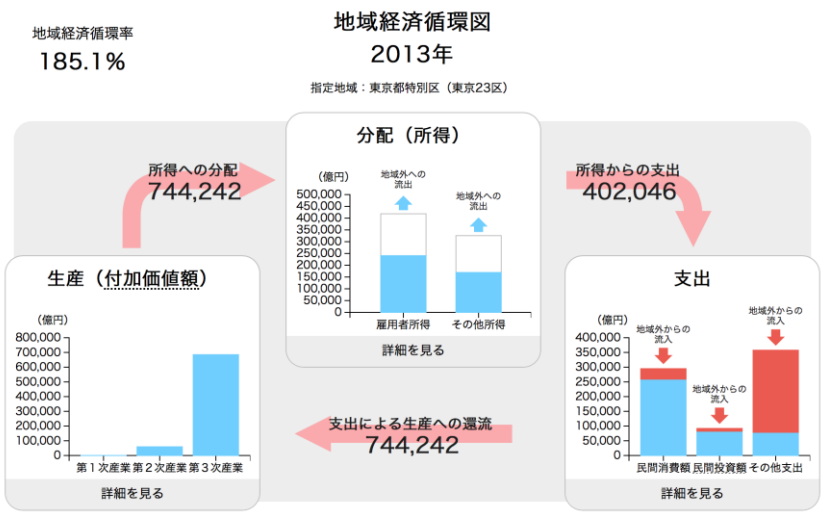


This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

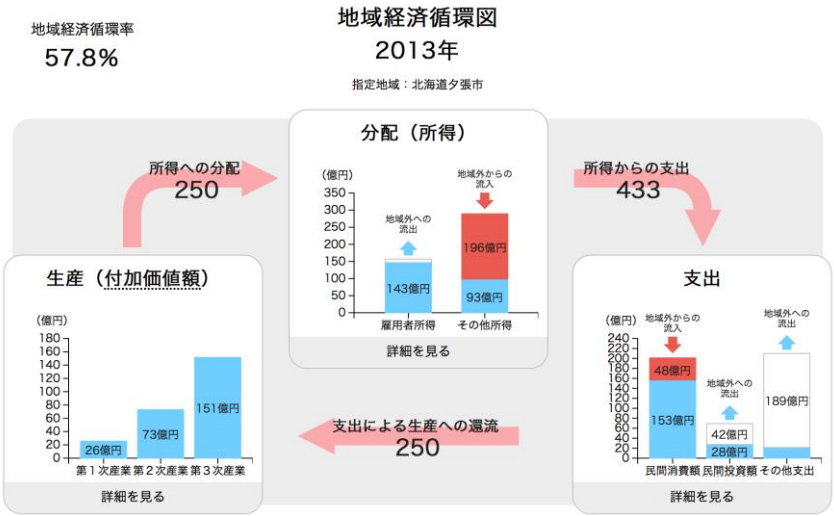
地域経済の課題

- 地域経済循環率（＝抜け漏れしてない度）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う。抜け漏れが大きいと財政破綻すら起こりうる。

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%

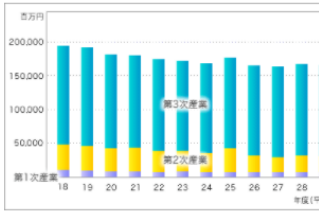


This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

平成24年度～平成29年度

（単位：百万円）

年度（平成）		24	25	26	27	28	29
市町村内総生産（①+②－③）		170,670	178,630	167,259	165,553	168,416	167,781
第1次産業	農業	5,546	4,868	3,945	4,231	5,118	5,107
	林業	273	254	275	261	256	259
	水産業	2,224	2,338	2,529	2,687	2,732	2,601
	小計	8,043	7,460	6,749	7,179	8,106	7,967
第2次産業	鉱業	406	597	745	899	953	1,215
	製造業	8,246	7,418	7,573	8,219	6,605	6,715
	建設業	19,353	27,577	17,615	14,001	17,216	15,003
	小計	28,005	35,592	25,933	23,119	24,774	22,933
第3次産業	電気・ガス・水道・廃棄物処理業	5,346	5,454	5,396	5,322	5,353	5,431
	卸売・小売業	15,131	16,283	15,530	15,365	15,423	15,769
	運輸・郵便業	8,828	8,655	8,948	8,949	8,811	8,897
	宿泊・飲食サービス業	6,639	7,035	6,644	6,956	7,819	7,886
	情報通信業	4,577	4,514	4,476	4,470	4,409	4,315
	金融・保険業	7,029	7,459	7,601	7,804	7,470	7,273
	不動産業	20,388	20,589	21,045	21,234	21,465	21,719
	専門・科学技術、業務支援サービス業	7,582	7,790	7,529	7,578	7,801	7,698
	公務	16,049	15,324	15,371	15,198	14,857	15,114
	教育	10,480	9,889	9,575	9,682	9,668	9,583
	保健衛生・社会事業	20,133	20,103	19,742	20,126	20,584	20,673
	その他のサービス	11,391	11,215	11,293	11,387	11,174	11,583
	小計	133,573	134,310	133,150	134,071	134,834	135,941
小計（①）		169,621	177,362	165,832	164,369	167,714	166,841
輸入品に課される税・関税（②）		1,965	2,262	2,825	2,724	2,415	2,638
（控除）総資本形成に係る消費税（③）		916	994	1,398	1,540	1,713	1,698



一人当たり市町村民所得

（単位：千円）

年度（平成）	市町村民所得（一人当たり）
18	2,059
19	1,982
20	1,906
21	1,887
22	1,918
23	1,956
24	1,982
25	2,018
26	1,978
27	2,025
28	2,040
29	2,087

16位	サンマリノ	48,948.13	↑ +1	ヨーロッパ	
17位	香港	48,450.61	↓ -2	アジア	
18位	ドイツ	47,662.49	↑ +1	ヨーロッパ	
19位	ベルギー	46,695.99	↑ +1	ヨーロッパ	
20位	カナダ	46,290.22	↓ -2	北米	
21位	フランス	42,953.27	↑ +2	ヨーロッパ	
22位	イギリス	42,579.82	↑ +2	ヨーロッパ	
23位	イスラエル	41,728.19	↓ -1	中東	
24位	ニュージーランド	41,204.71	↓ -3	オセアニア	
25位	アラブ首長国連邦	39,709.01	↑ +1	中東	
26位	日本	39,303.96	↓ -1	アジア	
27位	イタリア	34,320.75	↑ +1	ヨーロッパ	
28位	韓国	33,319.99	↑ +1	アジア	
29位	バハマ	32,996.80	↓ -2	中南米	
[illegible]	[illegible]	30,969.44	[illegible]	[illegible]	

- 日本の一人当たり所得
  - 471万円
- 佐渡の一人当たり所得
  - 208万円
- 差は263万円

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

目標と投資効果

- 地域活性化に向けては
  - 経済効果
  - 社会人口の増加
    - →関係人口の増加　会員増に対する費用効果
  - 雇用の拡大
    - 住むためにはお金を稼げる環境
    - 投資の誘致
    - ブロックチェーンをおこなったうえでの
      - 外貨獲得・・・ECやふるさと納税→費用対効果
      - クレジットカードの消費額
      - 内需拡大・・・インセンティブしかない

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

佐渡の10年後の未来

佐渡島外の関係人口が100万人の島

島外に佐渡のことを思い、毎年1回は佐渡に来る、他人に薦められる顔が見える人

- ダイバーシティな島
  - 多様な企業・国の人たちを受け入れ、佐渡の古き良き文化をコアとして、新しい文化を創っている
- 住む人が佐渡人としての誇りを持っている島
  - 一度島外に出ても帰ってこれる島
  - 地域毎に違ってよいのでは？
- お客様をしっかり見ることができる島
  - お客様のことを分かっていればホスピタリティのレベルが上がるのでは？

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

沖縄・北海道に並ぶ長期滞在型観光地

各エリアを最低でも1日ずつ、
佐渡島内を5日以上満喫する長期滞在型観光
一人当たりの旅行消費金額を上昇させる

・各エリアをめぐる旅行形態
- さまざまなまちを暮らすように旅する佐渡をお勧めする

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

コロナへの観光としての戦い

コロナは収束はしても付き合っていかないといけない

- Stage１　コロナ収束前
  - ・佐渡は感染者がいない＝感染者がいないことが強み
  - ・今は我慢する
    ＝行政と情報を共有して、事業者に寄り添って、観光事業者の不安を軽減する窓口になる。
  - ・今やること
    - 終息後に向けた環境整備
      （利便性やコロナを前提としたコンテンツの造成）
    - 反転攻勢にむけたブランド力のアップ
      （佐渡の資源をとにかくデジタルで魅せる）
    - （安心安全な島のブランディング）
- Stage2 コロナ収束後
  - ・観光客へのヘイトをなくすために＝観光立島として地域の利益を上げるために
  - ・島内および島外へのファン創り
    - 島民は観光に関心がない？＝佐渡を好きであること
      佐渡の人に島の魅力を再認識してもらう＝《佐渡がすきキャンペーン》
    - 島外のファンを作る＝島外の営業マンがいること
      ＝さどまる倶楽部会員をとにかく増やし、ダイレクトに顧客にマーケティングできるようにする

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

まず何をしたか

- コロナ危機が叫ばれたタイミング　２月中旬～末
  - 旅館ホテル向けにお客様向けの感染症マニュアルを作成
  - 誰向けに
    - 地元島民向けに
      - 中国人を泊めているところにはいかない！
      - ３月の宴会もキャンセルする
    - 旅館からも「できないよ　そんなの、、、、」
- このままだとコロナ後に観光客に対するヘイトが起きる、、、、

令和２年２月27日

市民の皆様へ

佐渡市観光振興課
（一社）佐渡観光交流機構

このたびの新型コロナウイルス感染拡大を受け、佐渡観光旅館連盟に加盟する宿泊施設においては、つぎの感染対策を行っていることをお知らせいたします。

宿泊施設における新型コロナウイルスの対応について

【チェックインのとき】
- 宿泊者に対し、咳や発熱等の自覚症状をチェックシートで確認するなど聞き取りを行う。
- 体調不良などの自覚症状がある場合は、これまでの立ち寄り先や移動手段、経路等の聞き取りを行う。

【滞在中の対応】
- 館内では、アルコール消毒液を配置の配置や咳エチケットや手洗い励行の掲示を行い、感染対策を呼び掛ける。
- 宿泊者が体調不良の自覚症状や感染が疑われる場合は、できるだけ他の宿泊客から離れた部屋に移動していただき、保健所等の指定機関へ連絡し指示を求める。

【チェックアウトのとき】
- 宿泊者に対し体調不調など自覚症状はないかの聞き取りを行う。
- 体調不良を訴えた場合、感染拡大防止のため所持している場合は、極力マスクの着用をお願いする。また、今後の行先や移動経路等を聞き取りし、次の移動先への情報提供を行う。
- 宿泊者が滞在したすべて部屋については、通常清掃のほか、アルコール等で消毒を行う。

【従業員に対する指導】
- 従業員には咳エチケットや手洗いの励行等、通常の感染対策を徹底させる。
- 従業員が体調不良の宿泊者に対応することになった場合は、マスク着用を徹底させ、その後に発症がないか留意すること。

お問い合わせ先
佐渡市観光振興課　67-7944

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

クライシスマネジメント
拙速であってもスピードが大事

- 公衆衛生の働きかけを行政に
  - 予算執行前で、国も方針ないのでカネがない、、、、、。
  - 選挙前で稼働しない、、、、本番は４月中旬から
- やるべきことは
  - 普通に行政任せだと１か月後。とにかくスピードで５日で実行に移す
  - 観光協会に対する無力感、、、→行政と同じにみられている
  - とにかくリスペクトしてもらうために、地域に寄り添う
    - ・３月中旬　宿泊キャンセル相次ぐ　（佐渡は３月までは予約少ない）
    - ・お土産屋さんや物流滞る見込み→通販を活性化させよう

  →さどバーチャル物産展開催（3/16）３日で。好反応事例ができた
    - ・佐渡物産ポータルサイト「さどおしな～おうちで佐渡を」4/27オープン
    - ・出前・テイクアウトリスト　4/22作成　4/27　新聞折り込み
    - ・広報をとにかく行う　　→２年前から比べると佐渡で一番の広報力
    - ・地元の情報をひろう

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

Stage1　コロナ自粛～回復準備期

我慢する

～行政と情報を共有して、事業者に寄り添って、観光事業者の不安を軽減する窓口となる～

- まずは感染者を出さない
  - 医療破綻と高齢化率42％の島
  - 死の恐怖がマスコミによって増幅
  - すべての観光ツアーを中止
  - 来島中止の動画を発信
- 事業者をつぶさない
  - 地元向けのコロナ支援関連情報の発信（ケーブルテレビ活用）
  - 佐渡観光情報案内所の移転に伴い、観光事業者向けコロナ関連相談窓口を設置
  - 4/27　サクラクオリティWEBセミナー開催

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

Stage1 耐えつつまだ来ないで待ってます

- 4/17　マーケティング方針説明会　コロナへの決意
- タイ観光局　4/22
  - タイ国政府観光庁、観光業向け衛生安全基準を策定へ、保健省など連携で、ポストコロナの早期需要回復の加速を目指して
  - 受入だけでいいのか？　業界ごとでいいのか？のヒン
  - タイやシンガポールの事例の翻訳
- 4/22　市長へ商工会と連名で要望書提出
  - 今後の行政のコロナ対策会議に出させてもらう
  - SNSでの活動事例の発信
  - GW前半、テイクアウト出前協力店を自分で回る
    →結果を基に、公衆衛生の補助金をお願いする
  - 5/1　コロナ対策会議　で公衆衛生認証をやると
    お願い　協力しないといわれる
- 5/1　メッセージ from 佐渡
- 来ないでだけど、待っているよというメッセージ
  来ないで　はブランディングとしては　BAD　Message
  - 英語版、繁体字版を作成　SNS広告
    とても費用対効果あり

一般社団法人佐渡観光交流機構　youtube
合わせて1万回以上再生　いいね

#stayhome　#traveltomrrow

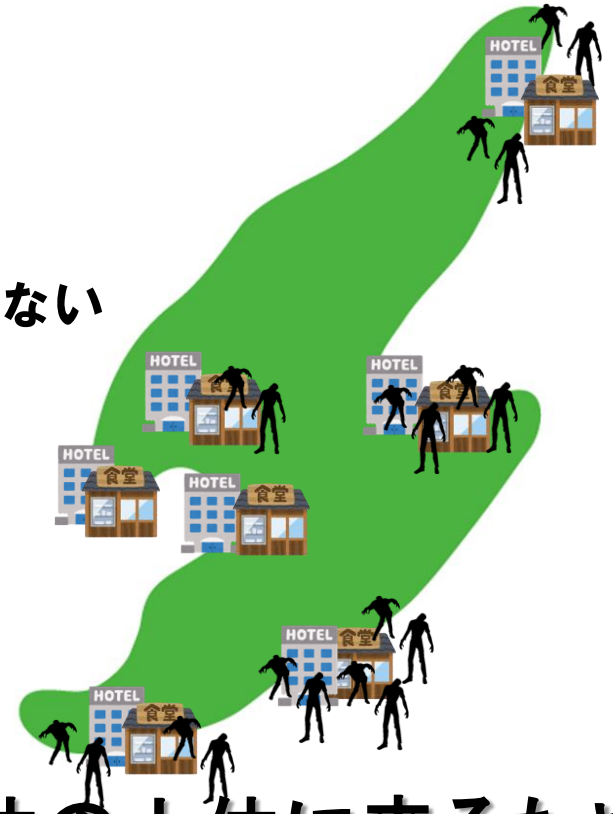
This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

地域のブランディング

観光客にとっても地元にとっても

来る人もいる人もゾンビだらけの島に

聖なる教会があっても暮らしたいとは思わない



旅行のスイッチングの優先順位の上位に来るために

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

佐渡クリーン認証

- やってもらうには権威と地域の後押しのデータが必要
  - ４月から識者に依頼
    →５/１３　最終打ち合わせ
  - 行政のお金
    →５/２０　コロナ対策会議で承諾
- ５/１４　リリース　５/２７開始
- クリーン認証を受けないと、、、、、
  - <u>補助金が受けられない</u>
  - <u>キャンペーンに参加できない</u>
- サクラクオリティの防疫クリーンマークと同等

A Clean Practice

S-Clean
佐渡衛生認証

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

住む人も来る人も安心安全

#stayhome→#traveltomorrow→#newnormal→#livetogether

- デジタルマーケティングに移行するチャンス
  - 観光案内所の役割の変化？
  - パンフレットやチラシの作成の意味が低下
- 6/1　LIVE　TOGETHER　on Sado Island
  - 繁体字版も作成
- 5/27　佐渡汽船新潟港にて検温・１万枚マスク配布

佐渡へ来島を予定されているみなさまへ

感染症予防策へご協力のお願い

佐渡への来島を予定されている方におかれましては、体調が悪い時は来島を控えていただき、マスクの着用や手洗いの徹底など「新しい生活様式」の実践に取組んでいただきますようお願いいたします。

1 マスクの着用

マスクを着用し、みんなで飛沫感染を予防しましょう。現在、**佐渡汽船の新潟港では無料でマスクを配布しています**ので、マスクを忘れた場合は係員までお申し付けください。

2 手洗い または 手の消毒

こまめに**手を洗いましょう**。
また、多くの公共の場には、**アルコールなどの消毒液**が設置されていますので、ご利用ください。

3 体温チェックへのご協力

佐渡汽船の乗船時に体温の計測をお願いしております。**熱があったり、体調がよくない**と感じた時は、旅行の中止・延期を検討くださいますようお願いいたします。

4 佐渡クリーン認証の活用

一定の感染症対策を実施するお宿・飲食店・小売店などを認証する制度です。
認証店には**ステッカー**が交付されていますので、安心の目印としてご活用ください。
一覧は、下記のURLからご覧いただけます。

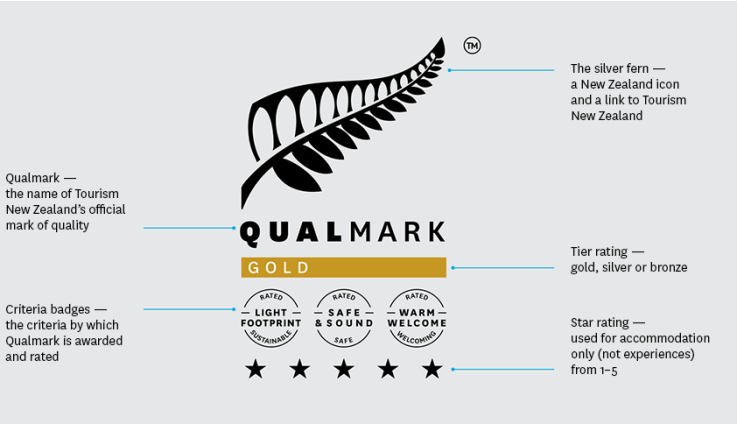
S-Clean

https://www.visitsado.com/feature/sclean/

This information was prepared by Sado Touris
arty without prior written consent of Sado Tourism Association.

ブランディングはNZ

クォールマー



100% PURE
NEW ZEALAND

佐渡クリーン認証の【クリーン】を取ると、、、、、

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

With　コロナに関してのDMOの役割

やることは変わらない

- マーケティング（観光地経営）≠調査や広告
  - 方針作って、他をベンチマークして、ヒトを育てる
  - 地域でリスペクトされるチャンス
  - バランスの取れたブランディング
    - 対お客様に対して安心安全じゃないと選ばれない
    - 対地元に対して佐渡はオーバーツーリズムを経験してきた
      観光客に対するヘイトを起こさない
- 行政と民間事業者を繋ぎ、仲間を作って同じベクトルで消費額を増やす

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

SADO-DMO　戦略の柱

経済効果創出

- 旅行消費額の拡大KPI
- 雇用と定住　起業支援
- 企業誘致・パートナーシップ

地域づくり・受け入れ環境の整備

- 地域の誇りを創出する（No-N0キャンペーン）
- 世界遺産に向けた対応
- 国内外の顧客への体験の創出
- 宿泊施設の受け入れ整備
- 多言語表記
- エコアイランド

顧客管理・知識の共有

- さどまる倶楽部の会員数増
- 島内企業へのマーケティング勉強会の実施
- リーダーシップの育成

組織としての自立

・ブランディング
・本部支部会費の課題の解決

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

SADO-DMO　戦略の柱

経済効果創出

- 旅行消費額の拡大KPI
- 雇用と定住　起業支援
- 企業誘致・パートナーシップ

地域づくり・受け入れ環境の整備

- 地域の誇りを創出する（No-N0キャンペーン）
- 世界遺産に向けた対応
- 国内外の顧客への体験の創出
- 宿泊施設の受け入れ整備
- 多言語表記
- エコアイランド

顧客管理・知識の共有

- さどまる倶楽部の会員数増
- 島内企業へのマーケティング勉強会の実施
- リーダーシップの育成

組織としての自立

・ブランディング
・本部支部会費の課題の解決

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

地域において誇りを持てるようにする

- 【佐渡が好き】キャンペーンの実施
  - 島内の人々に対して佐渡の良さを伝えてもらう
  - 佐渡のことを悪く言わないようにしようキャンペーンを行う
    - 観光客が来なくていいではなく、一緒に暮らす、いいところを発信する
- We　live here
- Live Like a Sado-islander
- オリンピックの時は佐渡で暮らす

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

長期滞在型観光に向けて

■これまで佐渡は単品商売だった
⇒ゆっくり地域を回る5日は滞在される長期滞在型リゾートへ

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

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

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。

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

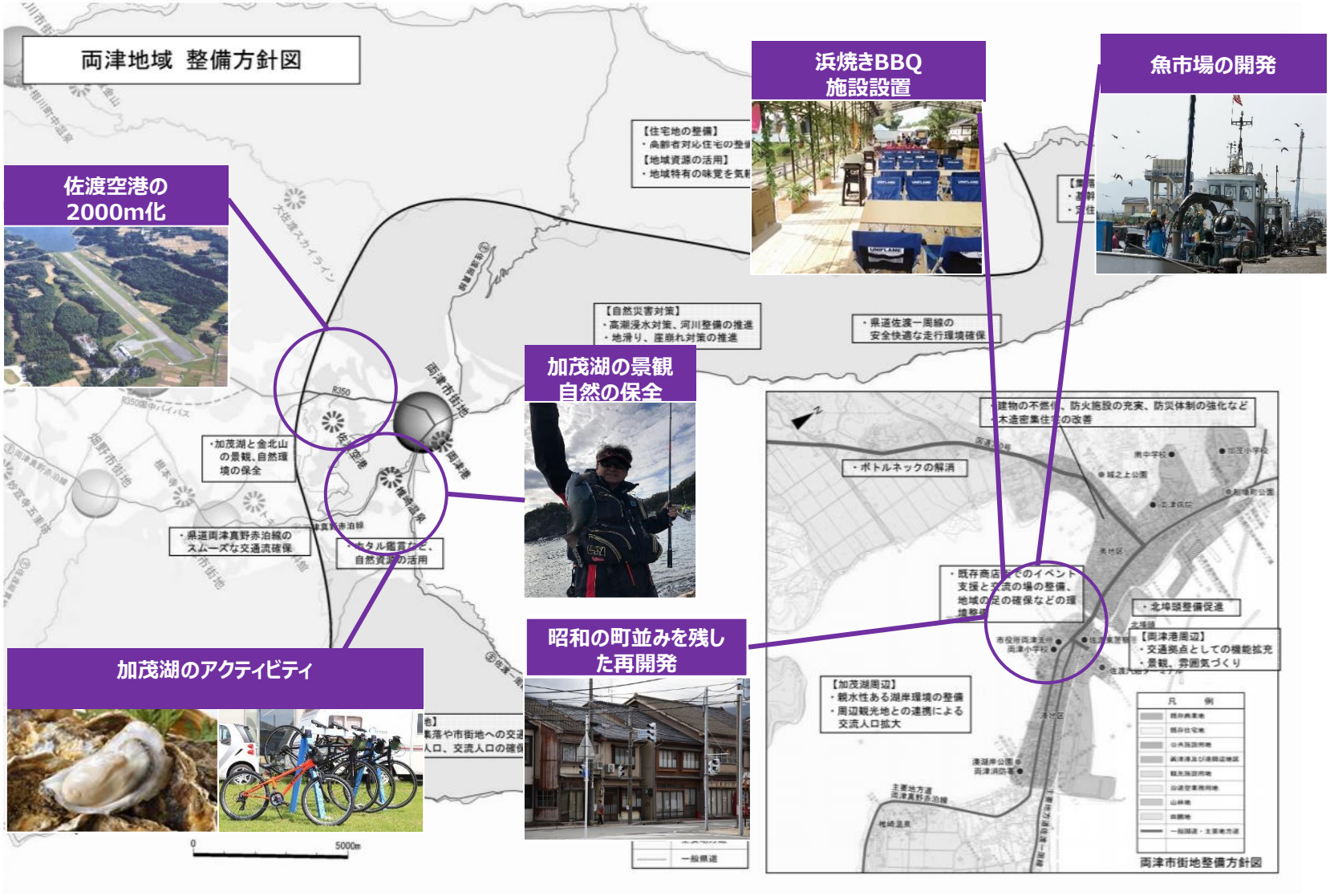
豊富な資源や歴史の中、
島民と共に、豊かな時間を過ごせる
昭和の港町

写真提供：佐渡の旅館 ご縁の宿伊藤屋、http://itouyaryokan.com
佐渡交流ネット https://twitter.com/sadonpo/status/887164266373140480ト

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

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。



This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

佐渡アウトドアセンター事業案

あいぽーと

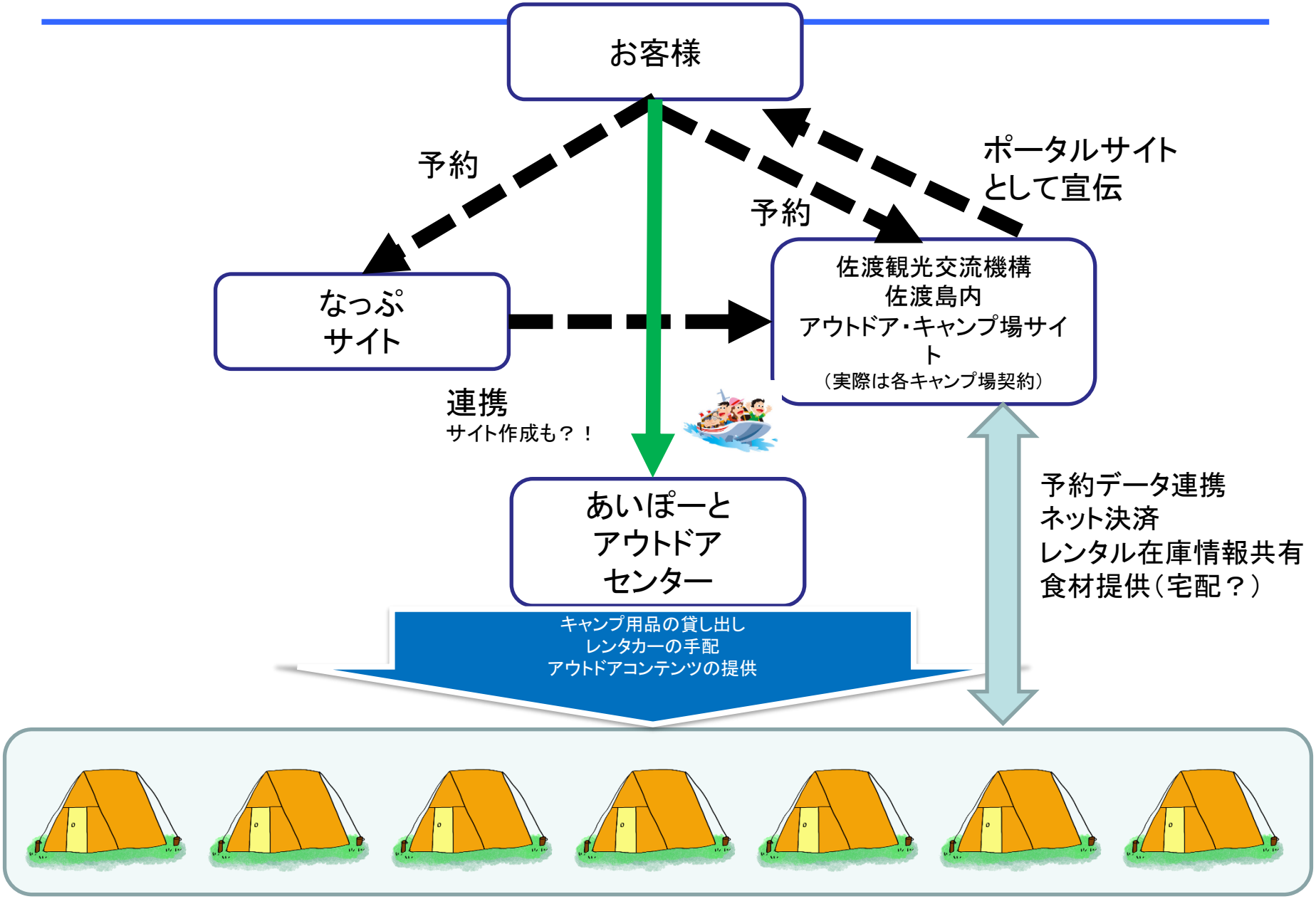
NZのアウトドアセンター

・あいぽーとが道の駅に
・佐渡全体のアウトドア情報を発信およびレンタルや販売を行う
・佐渡全体をキャンプ場と見立てて、予約センターとして、特殊な場所等をキャンプ場の場所として貸し出す
・魚市場と連携して、BBQ場を作る

NZでは指定の場所でキャンピングカーを貸し出している

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

佐渡のキャンプ場の活用



This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

観光庁

佐渡DMO

観光庁
DMO形成事業で
コーディネーター雇用

＊
snow peak

コラボ
人材派遣

CAPTAIN STAG

運営？
運営委託？

佐渡アウトドアセンター

- キャンプできる場所の予約
- キャンプ用品のレンタル
- アウトドアコンテンツの販売
  - トレッキング
  - 釣り
  - サイクリング
  - ダイビング
- キャンピングカーの貸し出し
- BBQ場の経営

コラボ

？メーカー
釣り
自転車
カヤック

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

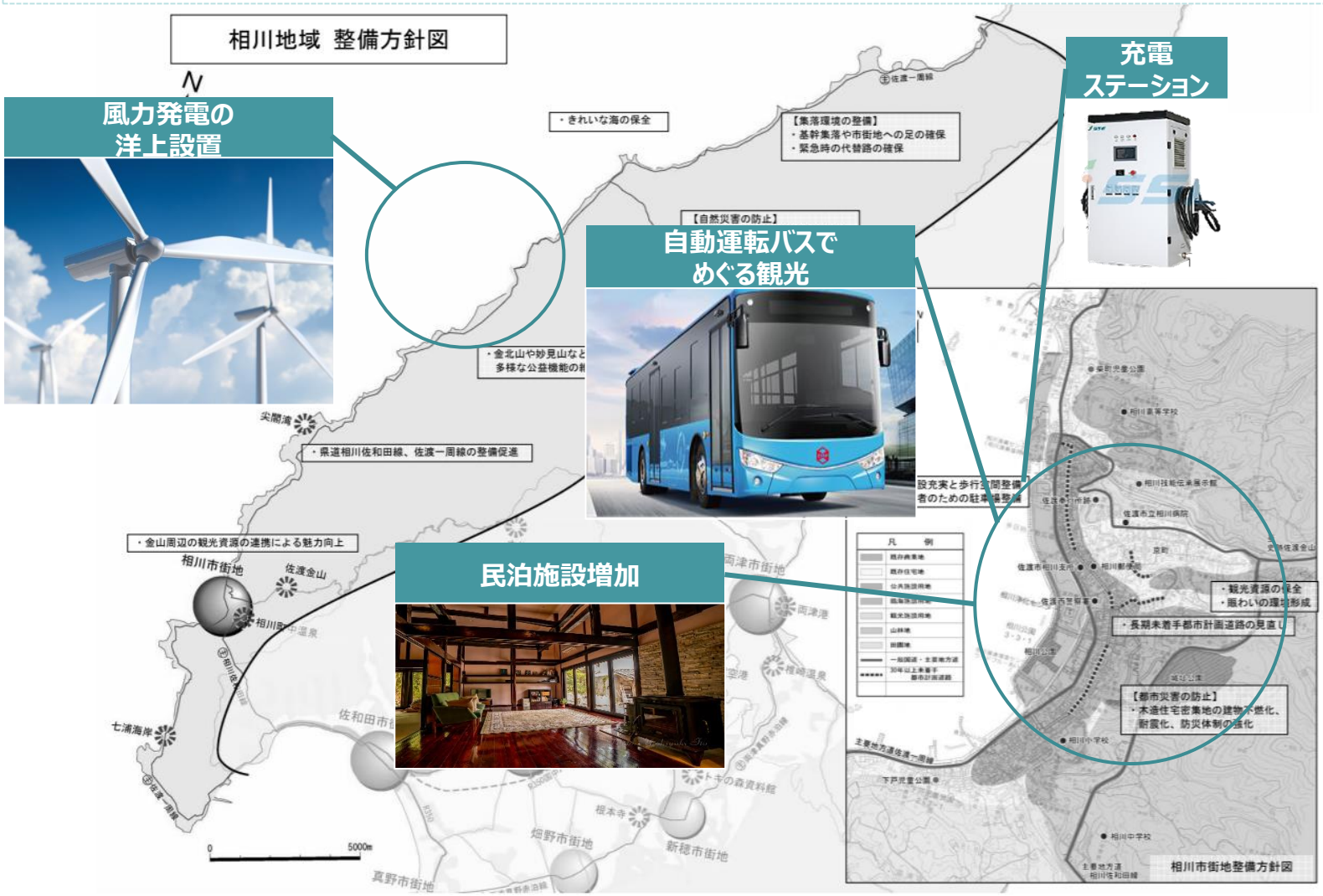
資源の活用（実現性）相川エリア／未来像

- 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。

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

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。



きらりうむと京町通、金山を繋ぐ、まち歩きを促進する街づくりが重要

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

推薦では増えず、登録で一気に増えるが減る

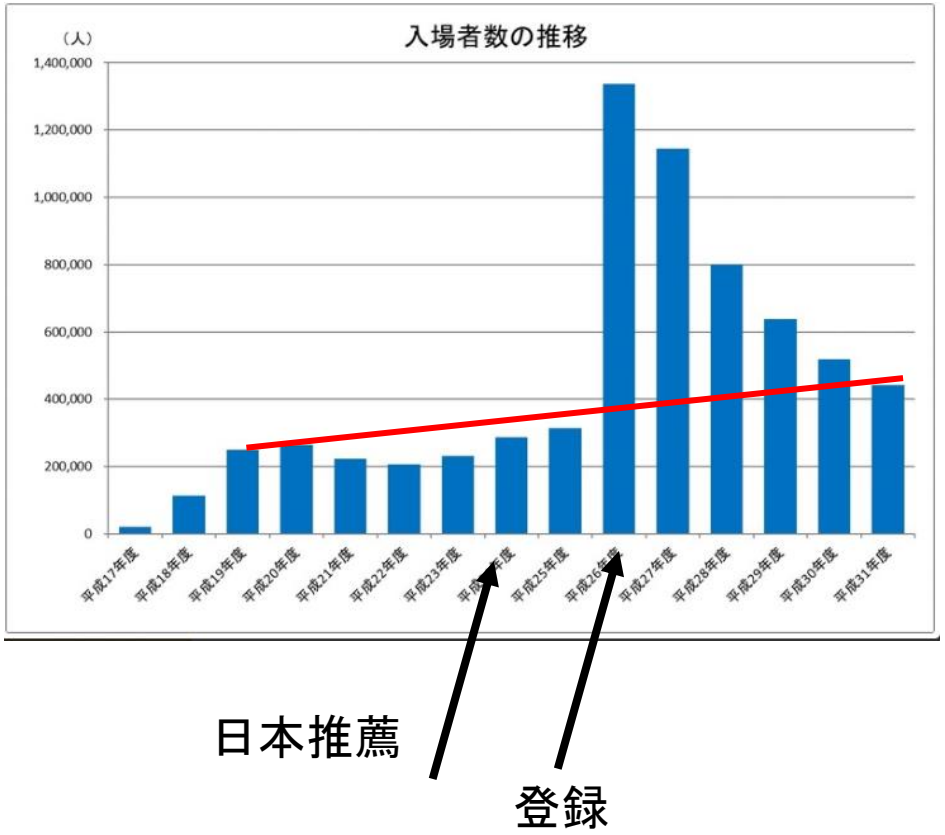
社会・その他

世界遺産に「殺された」富岡製糸場の教訓　観光客殺到で「本来の姿」失う (1/4ページ)

PRESIDENT Online
2019.4.20 09:05

世界遺産登録を「地方再生の妙薬」だと思ったら大間違いだ。富岡製糸場は世界遺産に登録された2014年には年間133万人以上の来場者がいたが、2017年にはその半数以下に落ち込んでいる。東洋文化研究者アレックス・カー氏とジャーナリストの清野由美氏は「自分たちの町や地域の遺産をいかに観光のために整備するか、統括的に考える必要があった」と指摘する――。

2016年06月17日、観光客が訪れる旧富岡製糸場（群馬県富岡市写真＝時事通信フォ



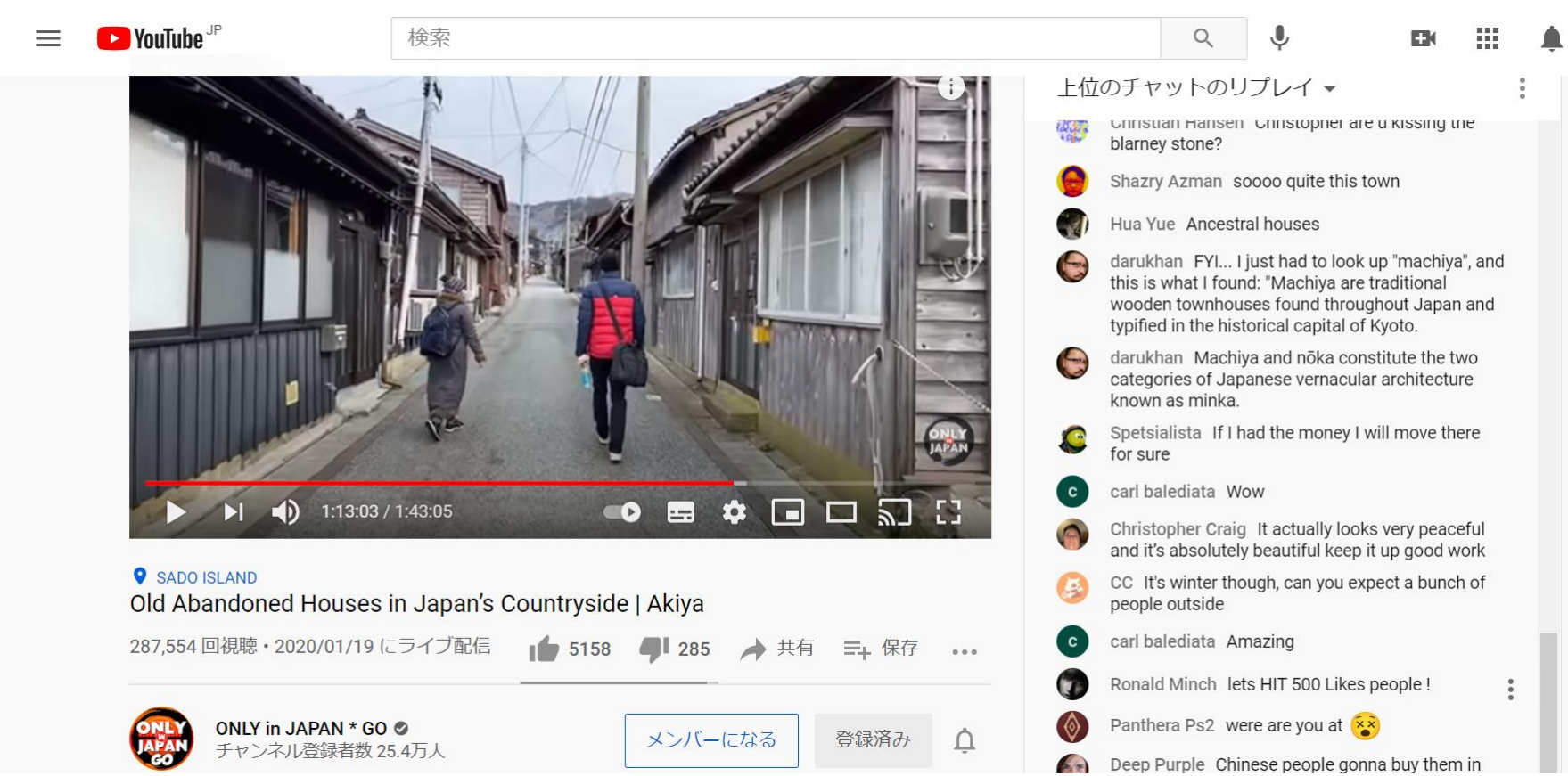
バランスが取れ、かつ地域に根差した、しっかりしたビジョンと計画**を立てないと富岡製糸場のようになってしまう**
観光客をウェルカムの時代ではない→観光客も求めていない
あるべき姿を観光客に提示することが、一番大事

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

歴史的風致地区の重点地域

- 認定されているがそれぞれが各行政の部署で縦割りで連動性がない
- 観光客にとってよりも地元の住民にとって相川の街は住みやすい場所になるのか

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

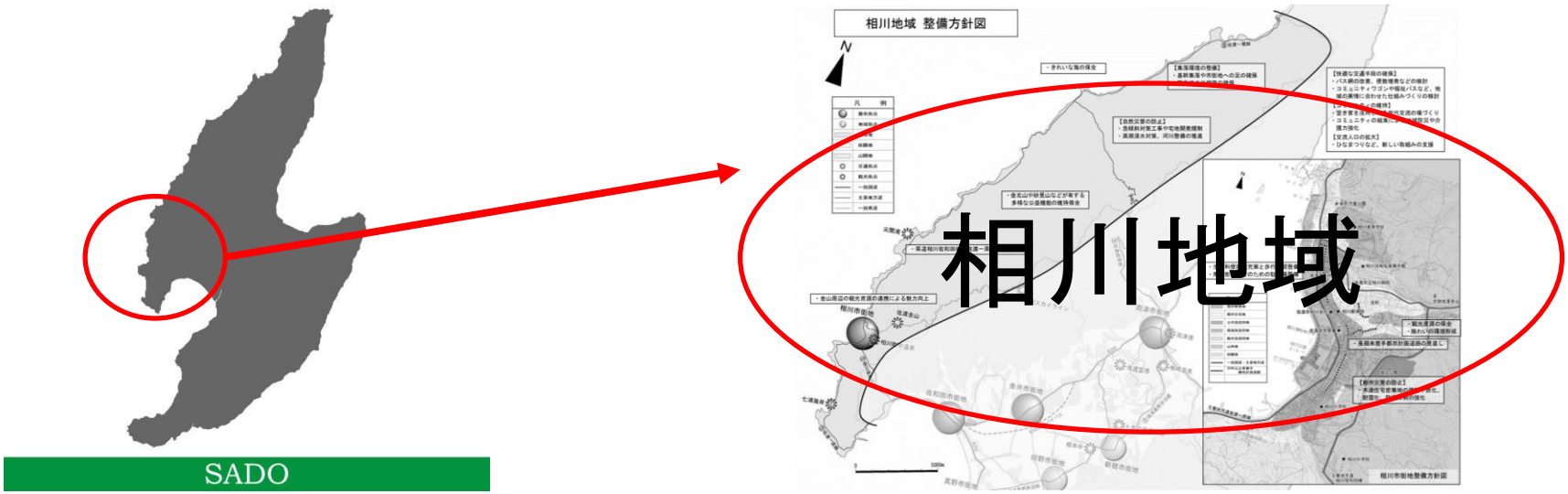


- 佐渡の空き家をライブ中継したところ28万回再生
- 確実に海外からの移住ニーズがある

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

佐渡DMOとノオト様　新潟日報社様

- 佐渡全体の古民家や活性化
- このままでは世界文化遺産に殺される



力を結集

新潟日報社

佐渡観光交流機構

NOTE

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

３社の役割と提供価値

新潟日報社

広報力
信頼

佐渡観光交流機構

地域づくり
実行

NOTE

地域プラン策定
スキーム構築･設計

	提供価値	役割
NOTE	立上げノウハウ、スキームを持っている 全国での実績 NIPPONIAブランド	NIPPONIAネットワーク スキーム構築、コンサルティング 施設のコンセプト構築、デザイン 施設の設計、改装 事業主体としての物件開発
佐渡観光交流機構	地域での活動体、プレイヤー 地域ネットワーク 情報発信の役割 地域での観光分野のその他の活動との連携	佐渡地域の活動プレイヤー 地域内外への広報 地域事業者とのコネクション、連携、マッチング 事業主体としての物件開発
新潟日報	広報力、発信力 信頼力が、融資や助成金獲得に寄与 地域の企業や個人に受け入れやすい	地域での発信、広報（セミナーや媒体活用‥） 新潟日報ブランド・信頼 活動拠点の企画、活用、運営

地域と話し合いながら、必要なことを行ってまいります

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

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

商品の加工現場にふれる

農家との文化交流

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

写真提供：佐渡の旅館と縁の酒や郷土料理（http://kodayari-yokan.com）

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

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。

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

KODO

Kodō is a professional taiko drumming group. Based on Sado Island. They have had a role in popularizing taiko drumming, both in japan and abroad. They regularly tour Japan, Europe, and the United States.

From ¥1,000,000 JPY

Noh Theater

Noh is a major form of classical Japanese dance drama that has been performed since the 14th century. Developed by Kan'ami and his son Zeami, it is the oldest major theatre art that is still regularly performed today.
Most of the remaining Noh stages in Japan are on Sado.

From ¥700,000 JPY

Catering

Umami Lab is a group organized by several restaurants on sado. You can choose Japanese food, French, etc. from the menu that makes use of Sado's ingredients.

From ¥25,000 JPY per person
+ Chef ¥15,000 JPY

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

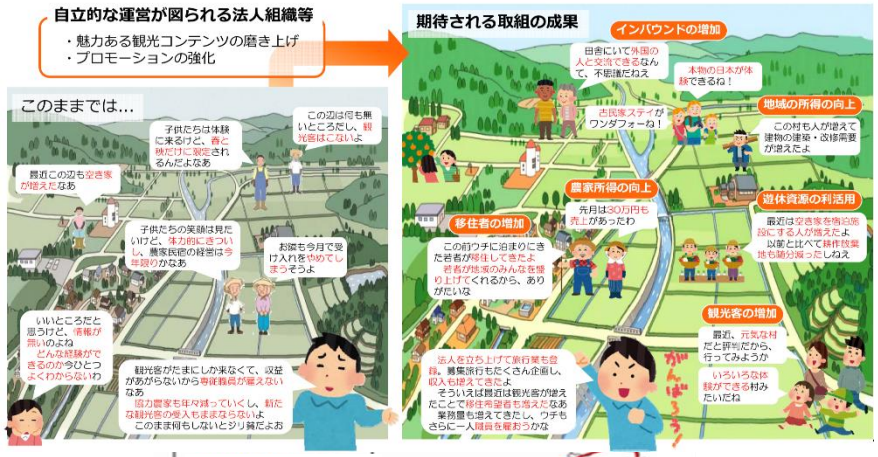
民泊の推進

- ■ 既存にある農村ホームスティを活用し、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・テント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



出典：農林水産省農村振興局、「農泊の推進について」、
http://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/kaisai/pdf/170623-4.pdf

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

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

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

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。

西三川の フルーツ振興

大崎そばの会

ジオパークの活用

赤泊港の海産物を使った産業観光

太鼓芸能鼓童 とのPR連動

重伝建の町同士を GSMで結ぶ

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

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とき)━━━ 新潟駅 ＝＝＝ 新潟港 ～～～～～(ジェットフォイル)～～～～～ 両津港 ＝＝＝＝ 食事処（昼食） ＝＝＝ ＝＝＝ 日蓮聖人銅像（見学） ＝＝＝＝ 根本寺（拝観） ＝＝＝＝ 妙宣寺（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）（見学） ＝＝＝＝ ＝＝＝ 両津港～～～～～～(カーフェリー)～～～～～ 新潟港 ＝＝＝ 新潟駅 ━━━(MAXとき)━━━ 東京駅
東京出発 2泊3日	
1日目	東京駅 ━━━(MAXとき)━━━ 新潟駅 ＝＝＝＝ 新潟港 ～～～～～～(カーフェリー)～～～～～～ 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） ＝＝＝ 真浦霊跡（見学） ＝＝＝ サンライズ城が浜（昼食） ＝＝＝ 本行寺（拝観） ＝＝＝ おけやき（見学） ＝＝＝ 御梅堂（見学） ＝＝＝ 妙宣寺（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） ＝＝＝＝ 両津港 ～～～～～～(ジェットフォイル)～～～～～～ 新潟港 ＝＝＝＝ ＝＝＝ 新潟駅 ━━━(MAXとき)━━━ 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

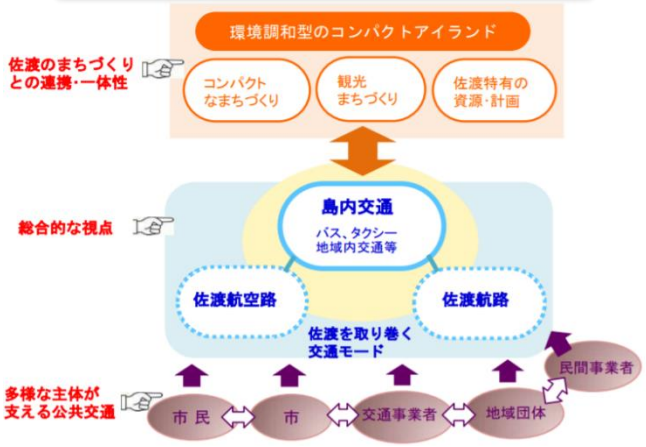
This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

■ 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。

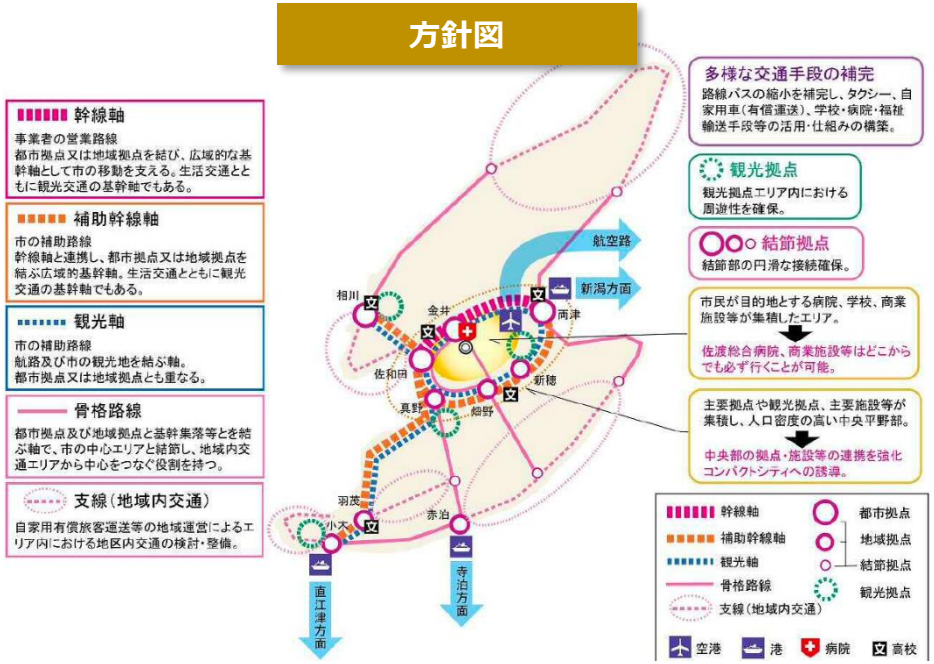
豊かな自然環境の維持
コンパクトアイランド

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。

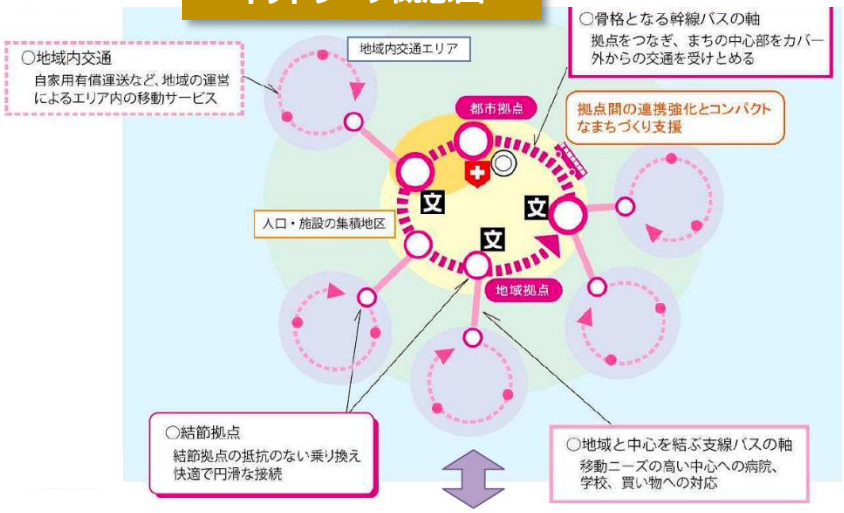
佐渡市地域公共交通網形成計画



方針図



ネットワーク概念図



出典：佐渡市、「佐渡市地域公共交通網形成計画」、https://www.city.sado.niigata.jp/admin/vision/p_tra2015/pdf2015.shtml

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

■ 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。

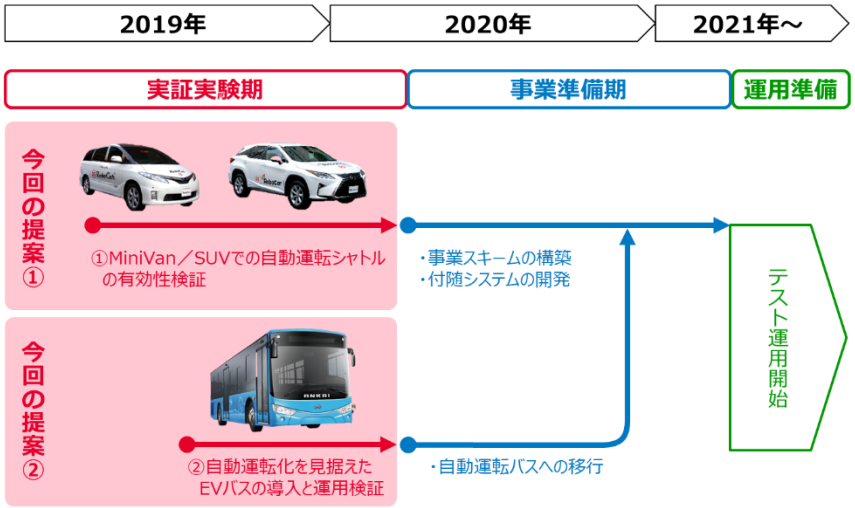
一方で、新潟交通佐渡のバスドライバーは高齢化が進み、その確保が課題とし、タクシーも台数・ドライバーも十分に確保出来ていない。

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。

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

■ 小木町つ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

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

プロジェクトの名称：離島地域おける観光二次交通活性化プロジェクト

様式8

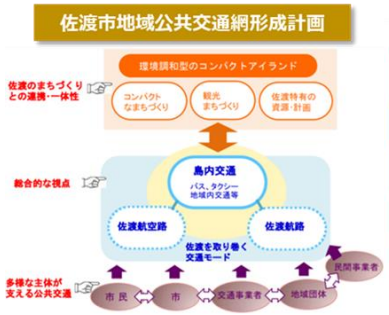
団体名：南佐渡まちつくり協議会 【（一社）佐渡観光交流機構、佐渡市、㈱電脳交通、他GSM購入事業者】

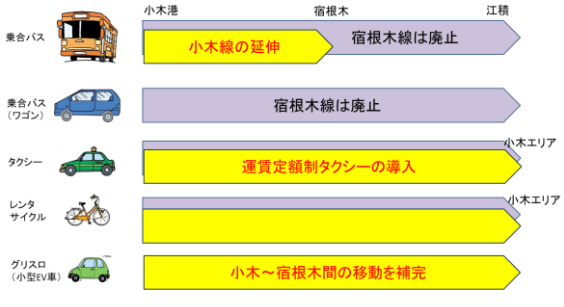
■ 事業の目的、目標、着眼点

【ビジョン】
日本の縮図「Pure Japan」である佐渡島をMaas＆スマートシティの融合により、Sustainable(持続可能）かつResponsible（地元への責任）な社会を目指す。
【目標】
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や高齢者向けのオンデマンド交通を視野に入れ、当初はグリーンスモールモビリティの導入をきっかけに、ICTなどを活用し、地元住民と観光客双方にとって価値のある仕組みづくり。
【目的】
新しいモビリティの社会受容性と事業性を検証し、持続的かつ地元に責任が持てる、実験地域や住民の抱える課題の確認。またニューモビリティの技術課題の抽出。観光客がわかりにくい、タクシーなどの配車の仕組みの改善し観光客および地元住民にとってわかりやすい、ICTを活用した、GSM、シェア自転車、タクシーの手配を一括で手配できる、日本で初めての統合手配システムの構築を行う。

■ 具体的な取組内容

■様々な交通手段を統合手配する日本初の仕組みを作り上げる最初の取組みとして令和2年度はGSMの導入を行う
①GSMの交通状況や予約状況の確認（動態管理）
②地元事業者にとってのICTを活用したタクシーの手配やコールセンターなどのオンデマンド交通の手配
③シェア自転車の状況管理
④観光通貨だっちゃコインによるブロックチェーンの仕組みおよびCRMとしてのさどまる倶楽部を活用したデータベース管理
①～④を統合してお客様に使いやすくする仕組みの構築





今回の取組みを契機に成功事例を作り、世界文化遺産の登録が見込まれる相川地域、両津地域、国中地域などへ、持続的に成長できる事業として、実験に終わらない、仕組みを作っていく端緒としたい。
【感染症対策】
CRMを活用した顧客管理により、
感染症の予防のアンケートなどを実施することができるため、
クラスターの把握ができるようになる。

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

SADO-DMO　戦略の柱

経済効果創出

- 旅行消費額の拡大KPI
- 雇用と定住　起業支援
- 企業誘致・パートナーシップ

地域づくり・受け入れ環境の整備

- 地域の誇りを創出する（No-N0キャンペーン）
- 世界遺産に向けた対応
- 国内外の顧客への体験の創出
- 宿泊施設の受け入れ整備
- 多言語表記
- エコアイランド

顧客管理・知識の共有

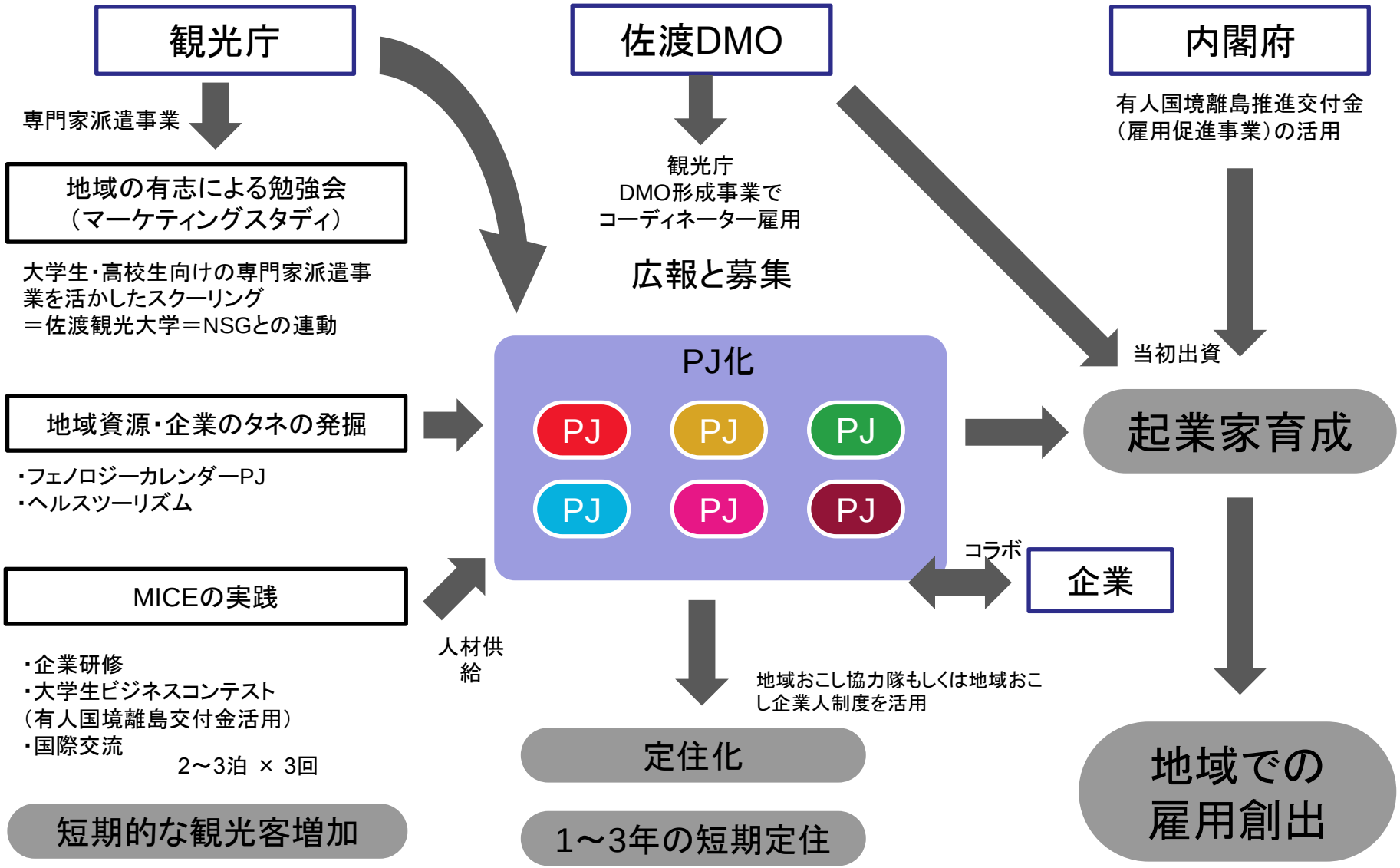
- さどまる倶楽部の会員数増
- 島内企業へのマーケティング勉強会の実施
- リーダーシップの育成

組織としての自立

・ブランディング
・本部支部会費の課題の解決

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

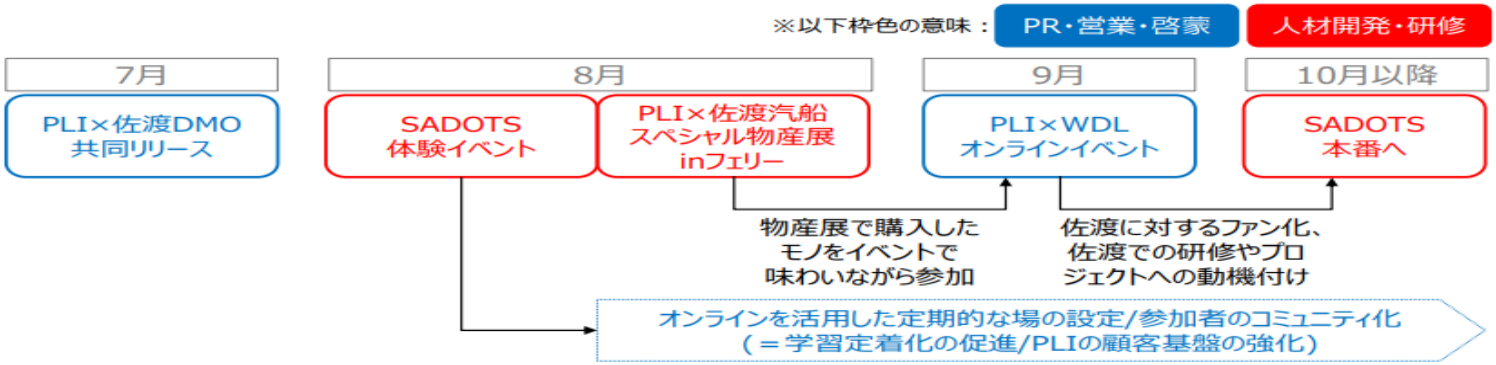
佐渡での起業　雇用と定住の取り組み



This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

企業とのパートナーシップ

- パーソルキャリアとのワーケーション呼び込みの連携
  1. 7月に共同リリースを実施
  2. 8月中に企業担当者を招いた研修体験イベントの実施
  3. 10月以降企業研修プログラムを実施
  4. 10月以降に実施するSADOTS研修プログラムではオンライン要素を盛り込む
  5. Work Design Lab.(以下WDL)オンラインイベントの定期実施



- NOTE＆新潟日報との古民家・空き家活用
- NTTドコモとのシェア自転車
- 電脳交通とのオンデマンド統合手配
- 三井物産やヤマハとのGSM連携

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

SADO-DMO　戦略の柱

経済効果創出

- 旅行消費額の拡大KPI
- 雇用と定住　起業支援
- 企業誘致・パートナーシップ

地域づくり・受け入れ環境の整備

- 地域の誇りを創出する（No-N0キャンペーン）
- 世界遺産に向けた対応
- 国内外の顧客への体験の創出
- 宿泊施設の受け入れ整備
- 多言語表記
- エコアイランド

顧客管理・知識の共有

- さどまる倶楽部の会員数増
- 島内企業へのマーケティング勉強会の実施
- リーダーシップの育成

組織としての自立

・ブランディング
・本部支部会費の課題の解決

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

なぜ佐渡でCRMか（顧客をつかむ）

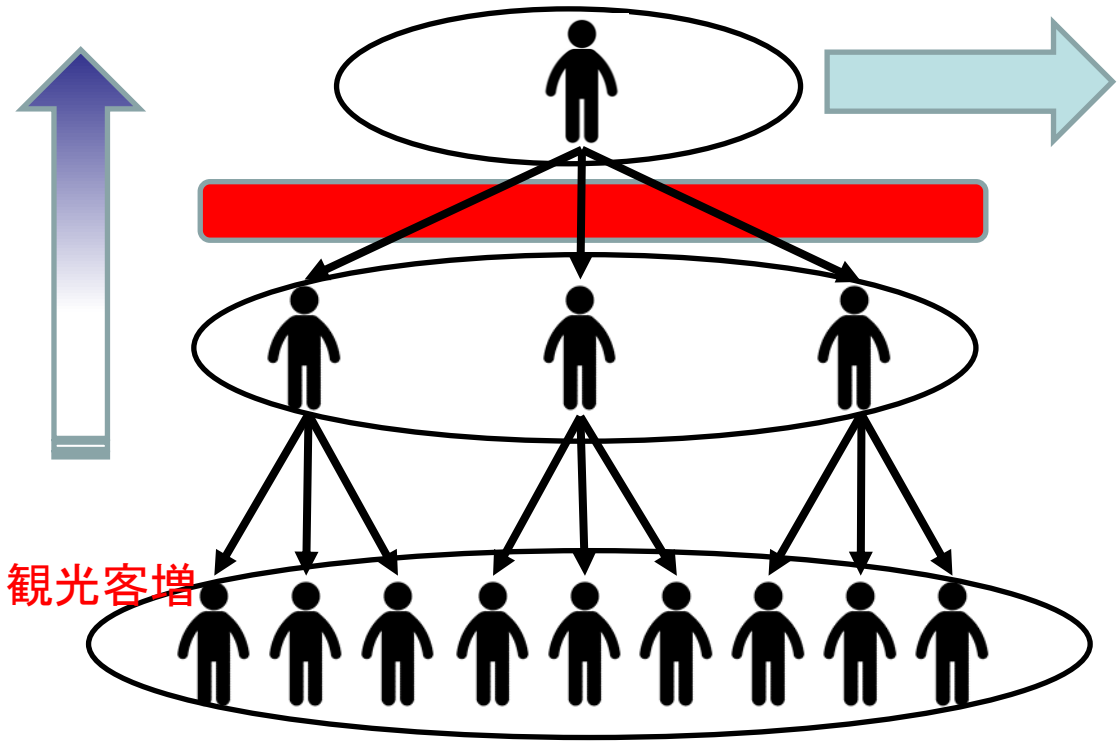
- 流入経路が２か所で船のみ
- 来島履歴が取りやすい（一部取っていた）
- 商品造成の手段
  - より早くより個人の履歴書を作る
- 販売力や単価の向上
- 販促費の削減
  - 佐渡は単価が高い⇒マスコミュニケーションするには金がない
  - 人口減で今後税収や地域の会費では成り立たない
  - アンケート調査などの顧客把握費用の軽減
- ホスピタリティの向上
- 財源の確保（個人の特定）

佐渡は始まったばかり(昨年12月にだっちゃコインローンチ)
目標は2023年の世界遺産
　佐渡の来島するドレスコードを作る⇒今後の安心安全な島であるために

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

100万人の島外関係人口を増やすために

島外準市民の会員化とコミュニティを繋げる



インフルエンサー
＆ロイヤルカスタマー

★佐渡に来たことがある
★友達が多い
★大企業の有力者
★旅行消費額が多い

彼らにとって
・薦めやすい島にする
・コミュニティを作り
コミュニティを繋げる
1年間の目標＝5人連れてこれる人を2,000人作る

1年で2000人のロイヤルカスタマーを増やし
5年間で10万人の個人情報を集める

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

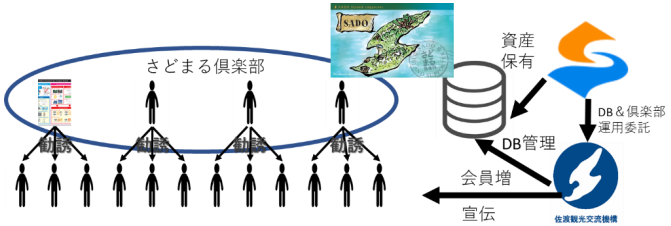
CRMの方針（2018年8月策定）

■ 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

これまで行っていたマスコミュニケーションを辞めて、ダイレクトにロイヤルカスタマーを作る

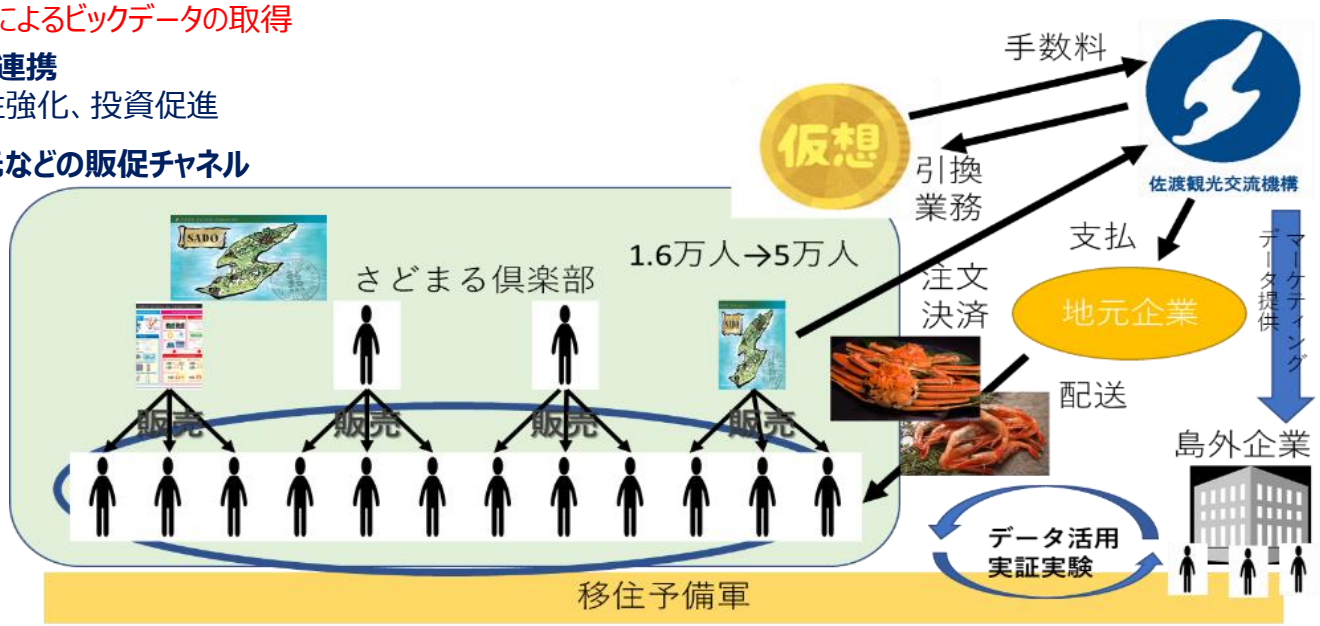
This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

会員を軸にネットワークビジネスを行う

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** （日本一域外顧客情報を持っている観光地を目指す）

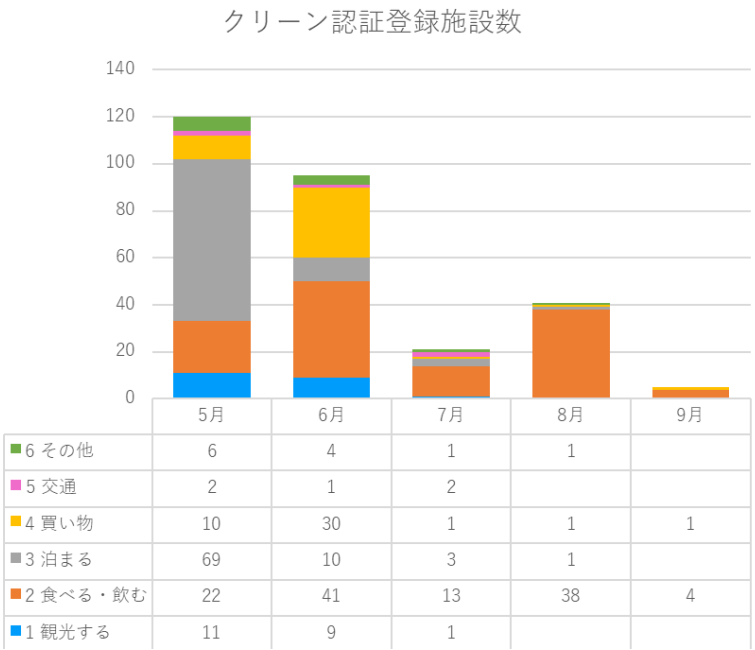
- **地域通貨の連動によるビックデータの取得**
  →決済データ・シェア自転車によるビックデータの取得
- **ビックデータを活用した企業連携**
  →企業人の佐渡への関係性強化、投資促進
- **佐渡産品のお歳暮やお中元などの販促チャネル**



This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

事業者の内訳

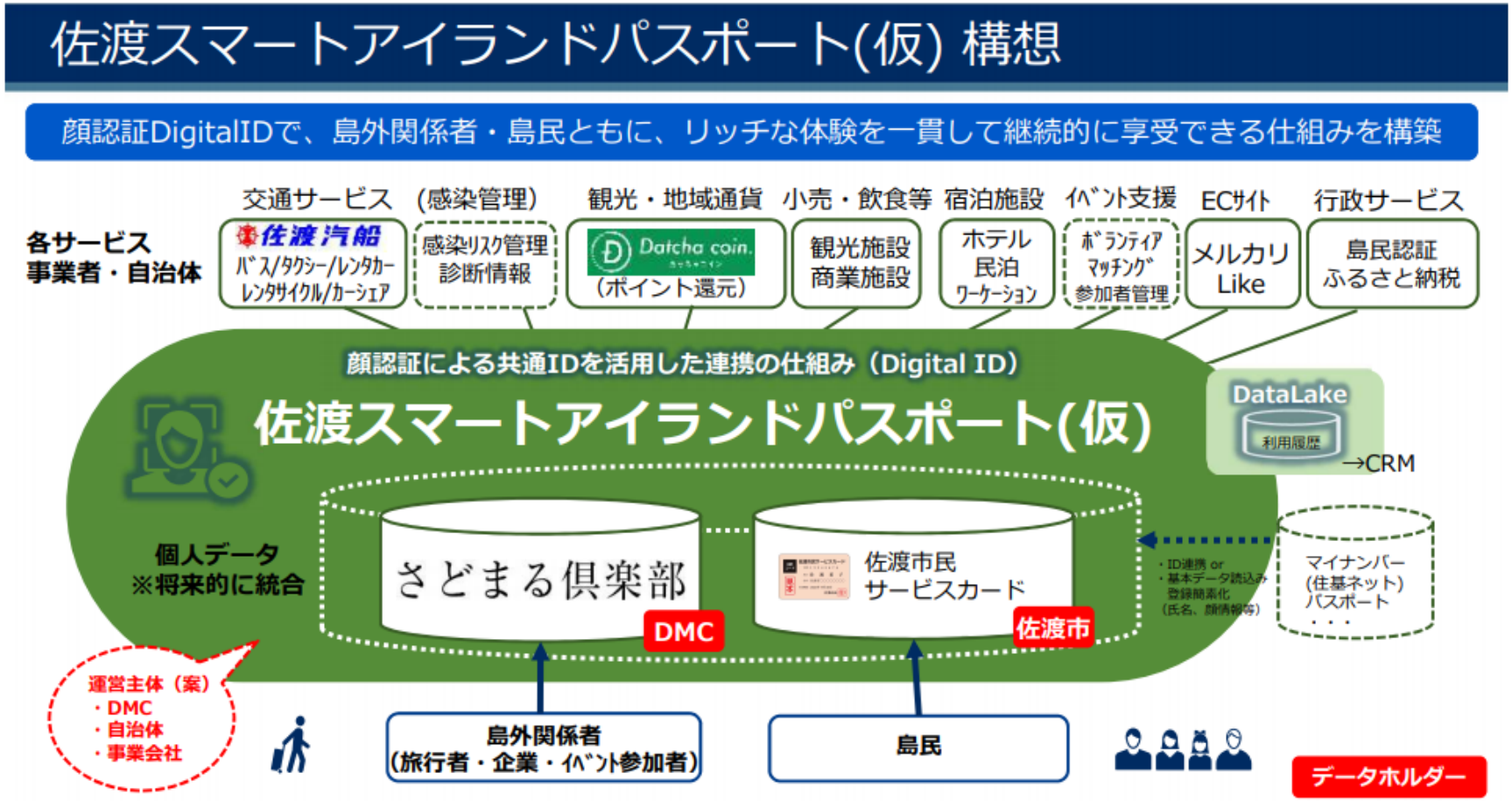
現在島内で２８２店舗
最初は宿泊施設だったが、飲食店や物販店が多くなってきた



行ラベル	1 観光する	2 食べる・飲む	3 泊まる	4 買い物	5 交通	6 その他	総計
5月	11	22	69	10	2	6	120
6月	9	41	10	30	1	4	95
7月	1	13	3	1	2	1	21
8月		38	1	1		1	41
9月		4		1			5
総計	**21**	**118**	**83**	**43**	**5**	**12**	**282**

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

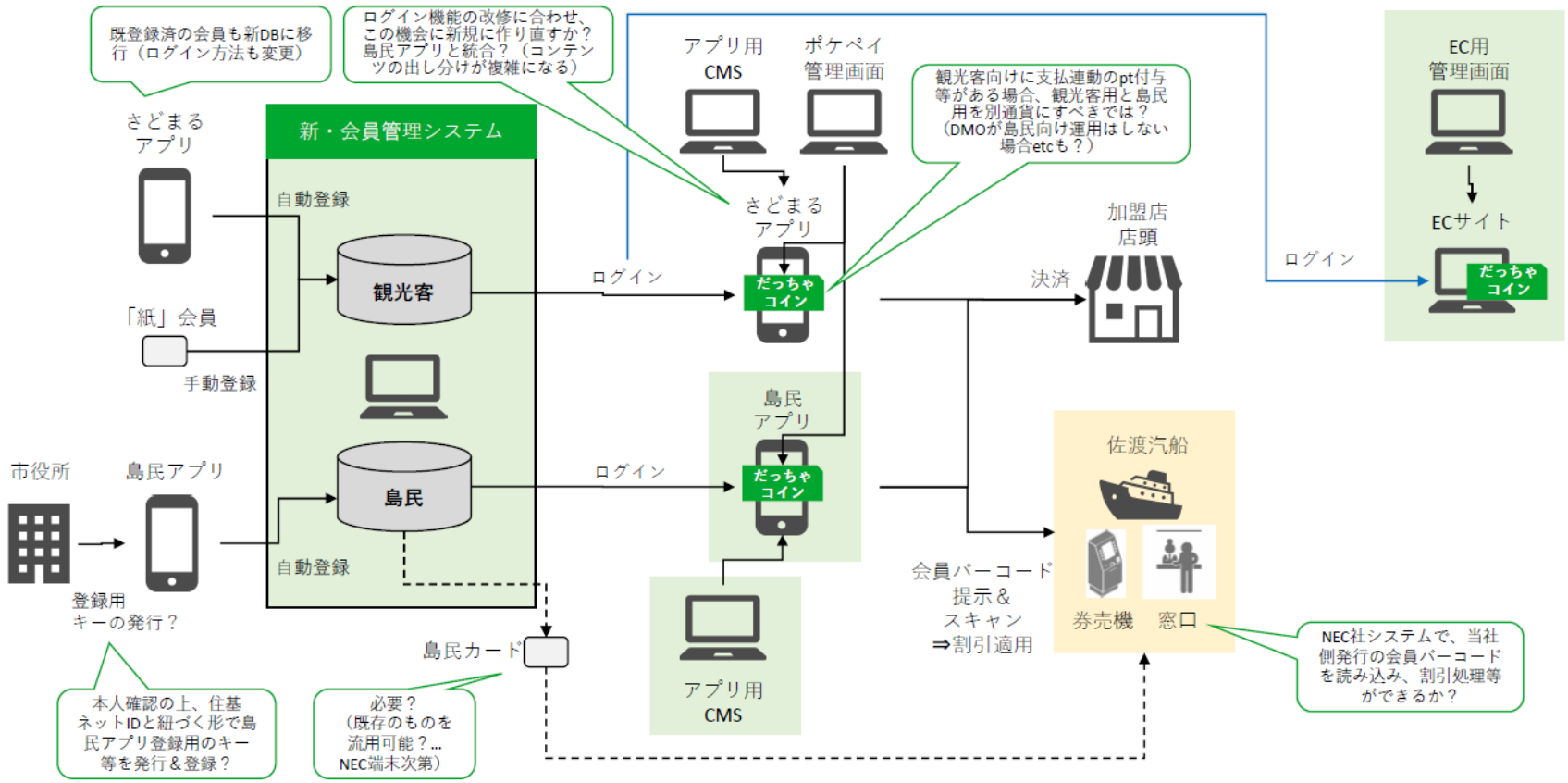
ICTの活用とCRM



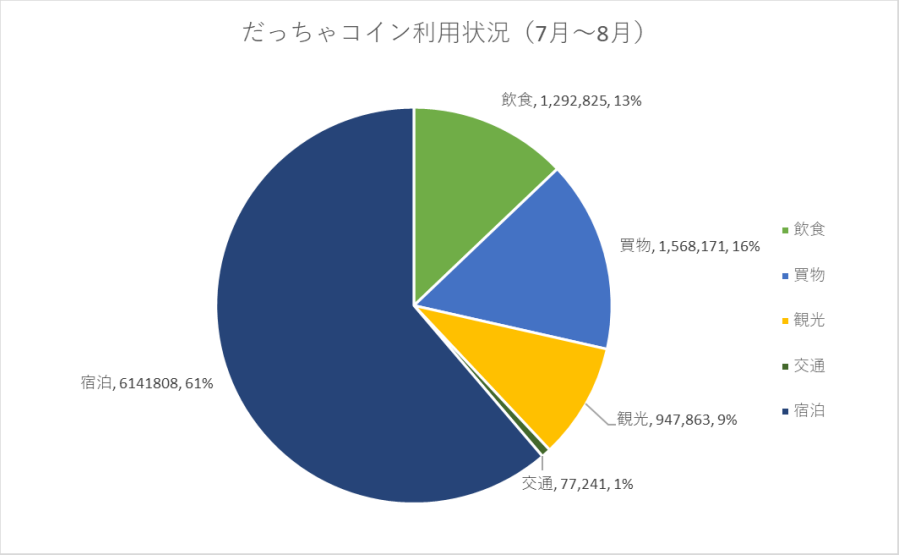
This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

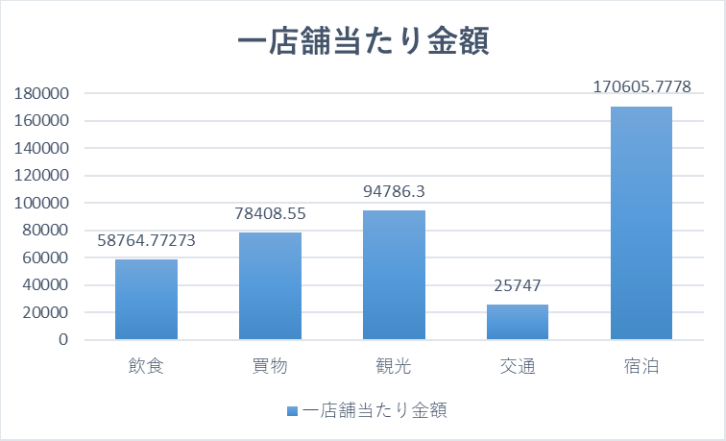
観光客向け会員・決済サービスおよび島民向けサービス構成図（案）

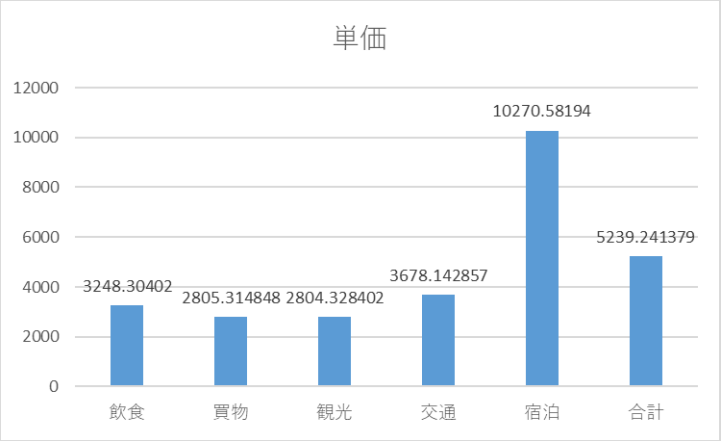
当社新規開発の対象
他社新規開発の対象



フィードバックすることで意思が育つ





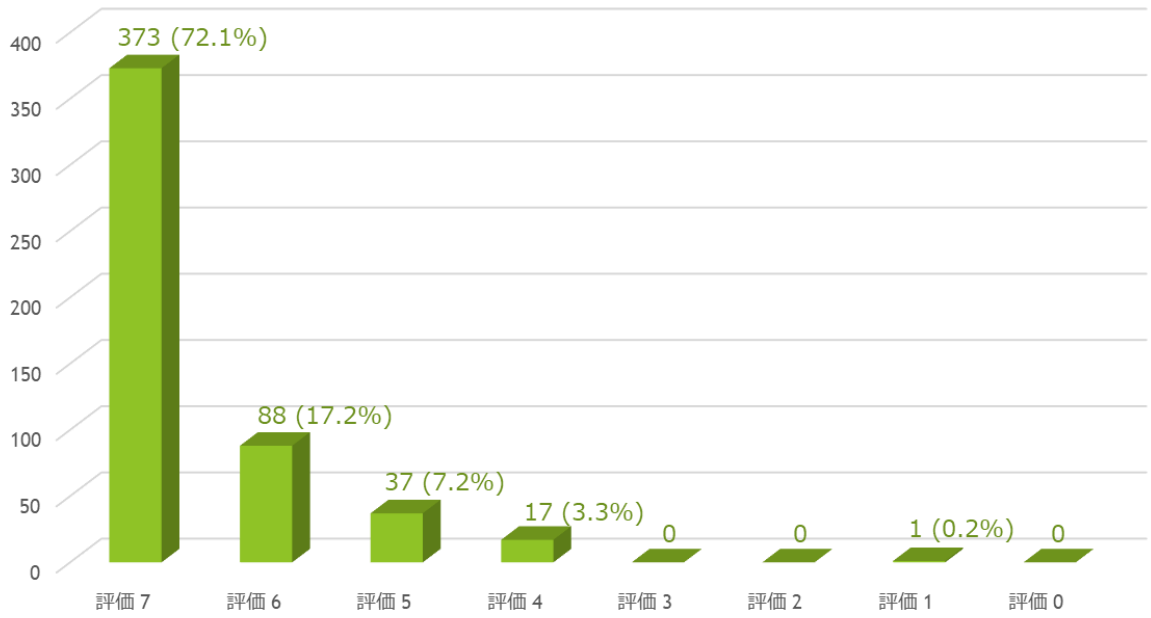


通販が始まれば、もっとデータが蓄積されて
何が売れるか迄落とし込める

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

家族、友人、知り合いなどに佐渡を紹介したいと思いますか？

517 件の回答

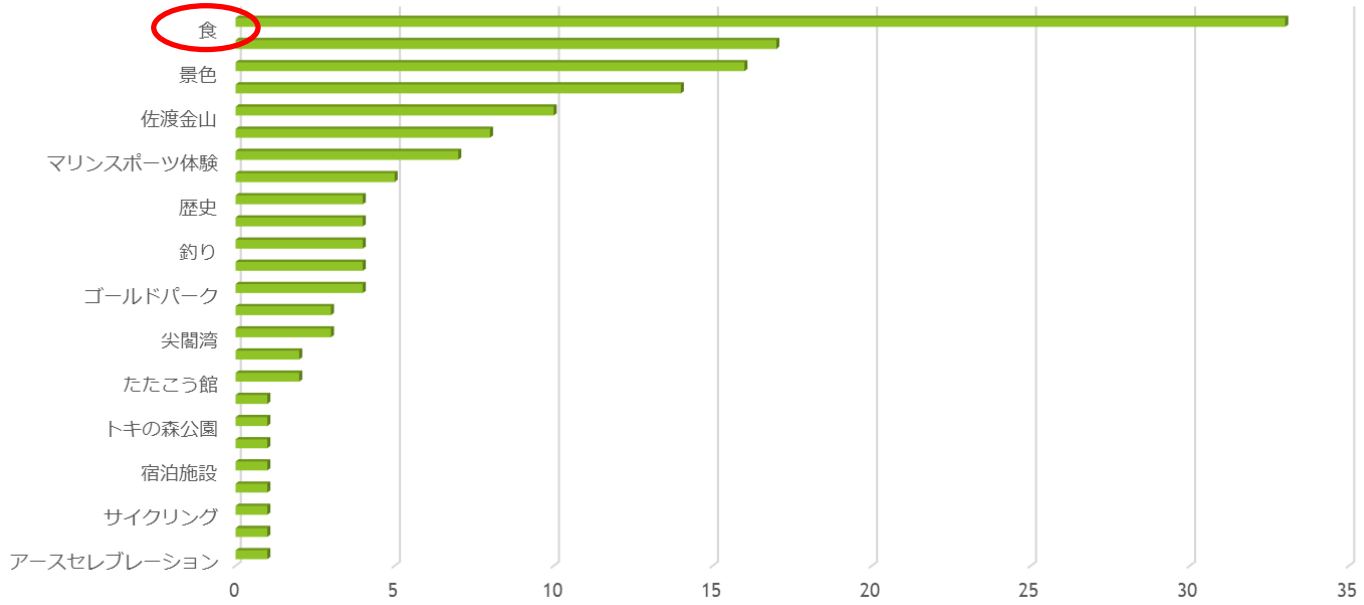


薦める度合いが強くなっている
紙だと顔がわからないので聞けない。CRMが出来ると同じ人に聞くということが出来る

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

何を紹介したいと思いましたか？（いくつでも）

572 件の回答



委託事業者のGAP調査では意向はわかるが、何を薦めたいかがわからない
どうしてもスポット＝ShightSeeg　前提

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

経営目標

2025年までに　　70万人の観光客
2030年までに　　100万人の島外の関係人口

そのために
さどまる倶楽部会員を増やして、広がりを持たせる。
会員から違う人にすすめてもらうために販促費を使う

2018年度1.6万人
2019年度⇒3万人
2020年度⇒5万人　　３万５千人？
2025年度⇒10万人

・単価の高い佐渡では、マスマーケティングを行うよりは、ダイレクトマーケティングを行っていったほうが、費用対効果が見込める
・他では真似できないアドバンテージ
・国も推奨

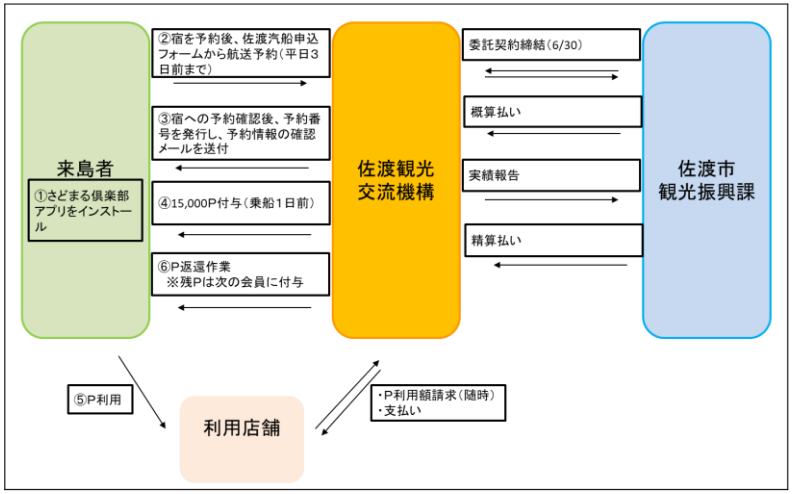
This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

キャッシュバックで会員を増やし、顧客資産化

県内での自動車の移動から県外の自動車移動へ

自動車航送代　通常片道21870円～
→7/4～8/31（お盆期間除く）は
さどまる倶楽部会員には往復１６，８００円
だっちゃコイン　15000Pt　ポイント還元　実質1,680円！

Go To travel キャンペーンへ期待しているが、、、、



This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

誘客の為のマーケティング戦略

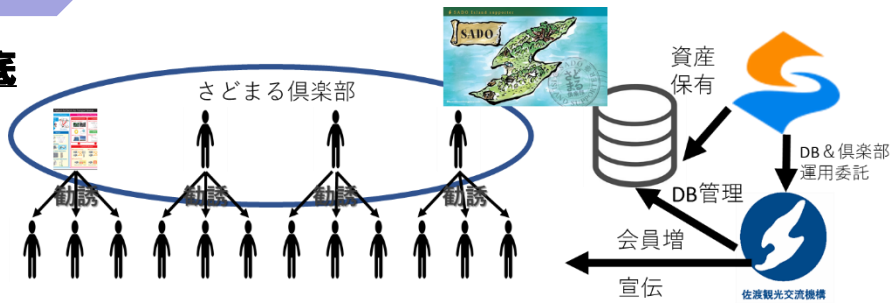
- ■ さどまる倶楽部会員に対するCRMを徹底し、ダイレクトアプローチを実施することで会員増を図る。
- ■ 島外企業との連携を強化し、会員情報を活用したデータマーケティングで販促チャネルを確保する。

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

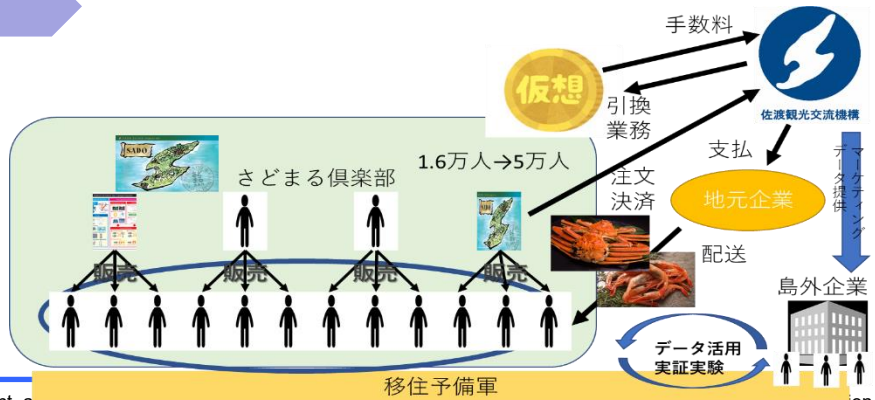


会員募集LP

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**



This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

目　的

観光客向けモバイル決済「さどまるPAY」（仮）経済圏の創出による持続可能な地域経済活性モデルの創出

- 佐渡島地域の観光消費の活性化
- 「さどまる倶楽部」会員基盤の強化
- データ獲得・活用による更なる地域・観光マーケティングの実現

ターゲット

佐渡島地域に来訪する観光客

- 日本人および訪日外国人双方を対象
- 「さどまる倶楽部」会員・同潜在会員を中心ターゲットとする

期待効果

観光消費の活性化と「さどまる倶楽部」会員基盤の強化・発展

- 観光客消費の更なる呼び込みによる集客・消費の向上（『外貨』の獲得）
- 「さどまる倶楽部」会員増による地域創生基盤の構築
- 同 会員のエンゲージメント強化の強化（消費増、リピート来訪促進）
- 顧客・購買データ獲得による地域・観光マーケティングの促進

など

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

報道関係各位

PRESS RELEASE

令和元年 11 月 27 日

さどまる倶楽部のスマートフォンアプリと地域通貨「だっちゃコイン」が始まります！

拝啓 ますますのご清栄のこととお慶び申し上げます。平素は格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。日頃 佐渡観光に関わる報道へのご協力ありがとうございます。

佐渡観光交流機構では、佐渡市地域振興課事業「さどまる倶楽部」の会員模向けのスマートフォンアプリのリリースと同アプリに搭載する地域通貨「だっちゃコイン」の試験運用を１２月１日より開始いたします。

「さどまる倶楽部」とは、佐渡が大好きで「もっと知りたい！」「良くしたい！」「応援したい！」という、島外在住の皆様から応援いただくためのサポーター制度です。2019 年 9 月末時点の会員数は 18,026 人で、自治体の域外の会員数としては日本最大級の会員数になっております。

スマートフォンアプリでは、さどまる倶楽部の会員登録と会員番号の即時発行、会員証のアプリでの提示等が可能となり、新規会員登録者や既存会員もアプリ登録していただくことで、これまで以上の利便性の向上が期待されます。

また、地域通貨「だっちゃコイン」とは、アプリ内の QR コード決済のシステムを利用し、店舗のレジにて、スマートフォンで QR コードを読み取ることによって、キャッシュレス決済が可能になります。

佐渡島内での使用に限ることで、さどまる倶楽部会員である観光客、インバウンド旅行客による、観光施設や飲食店、土産店、地元商店での利用と経済の活性化を目的としています。

「だっちゃコイン」の利用可能店舗は、佐渡島内で３３店舗（2019 年 11 月 27 日時点）からスタートし、徐々に拡大を図っていく予定です。

◆さどまる倶楽部とは？◆

◆ さどまる倶楽部アプリダウンロード ◆

https://sadomaru-crm.visitsado.com
上記ホームページよりスマートフォン／iPhone でダウンロード可能（12 月上旬予定）

本格始動は２０２０年３月を予定しており、今後は２０２０年の世界遺産登録に向けて、会員数５万人の日本最大の会員数を目指し、日本人観光客のみならず、台湾をはじめ諸外国からの個人観光客にもご利用いただける様々なキャンペーンやサービスを行なってまいります。

佐渡観光交流機構による、さどまる倶楽部を軸とした、個人観光客向け施策にどうぞご期待ください！

【お問い合わせ】一般社団法人佐渡観光交流機構（観光庁登録　観光地域づくり法人（DMO））
〒952-0011　新潟県佐渡市両津夷 384-11　TEL.0259-23-5230　FAX.0259-23-5232
広報担当：栗山　　HP https://www.visitsado.com/　（info@visitsado.com）
株式会社ポケットチェンジ（アプリ・通貨発行プラットフォーム提供会社）
HP https://paypoket-change.jp　（info@pokepay.jp/）

一般社団法人佐渡観光交流機構（観光庁登録　観光地域づくり法人（DMO））
〒952-0011　新潟県佐渡市両津夷 384-11
TEL.0259-23-5230　FAX.0259-23-5232

2019.11.27

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

報道関係各位

PRESS RELEASE

令和２年３月　日

インバウンド消費拡大の呼び水に

島内限定の観光通貨「だっちゃコイン」 中国・繁体字版をリリース！

拝啓 ますますのご隆盛のこととお慶び申し上げます。平素は格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。
日頃 佐渡観光に関わる報道へのご協力ありがとうございます。

佐渡観光交流機構はこのたび、３月のタイガーエア台湾の新潟空港就航に合わせて、観光通貨「だっちゃコイン」の中国・繁体字版をリリースします。

だっちゃコインは、島外の方のみ使用可能な「さどまる倶楽部」アプリのコンテンツです。今まで日本国内在住の方のみを対象としていた会員サービス「さどまる倶楽部」を、今回初めて海外在住の方でも利用できるように、日本最大級の訪日観光メディア「MATCHA」を運営する株式会社 MATCHA とタイアップし、繁体字版「さどまる倶楽部」をオープンいたしました。2020年２月現在、日本国内で 19,415 名の会員を有する「さどまる倶楽部」のお得なサービスを海外向けに展開することで、インバウンド客誘致の呼び水とし、佐渡島へ来ていただくことが目的です。

台湾～新潟間を就航するタイガーエア機内誌に、６ページにわたって佐渡島特集を掲載。さらにリーチ数１か月 2,500,000 人のタイガーエア WEB サイトのトップページにも繁体字版「さどまる倶楽部」へつながるバナーを設置し、台湾からの顧客を強化します。

本サービスは、島内では外貨の両替ができる場所が少なく、現金払いのみの商店も多いという現状を踏まえ、だっちゃコインという観光通貨を流通させることでインバウンド客が日本円を持っていない場合の機会損失を防ぐねらいを持っています。また、キャッシュレス化の進みが遅い島内に地域通貨を設けることでインバウンド客誘致と同時に地域活性化も図ります。佐渡観光交流機構による、さどまる倶楽部を軸とした個人観光客向け施策にどうぞご期待ください！

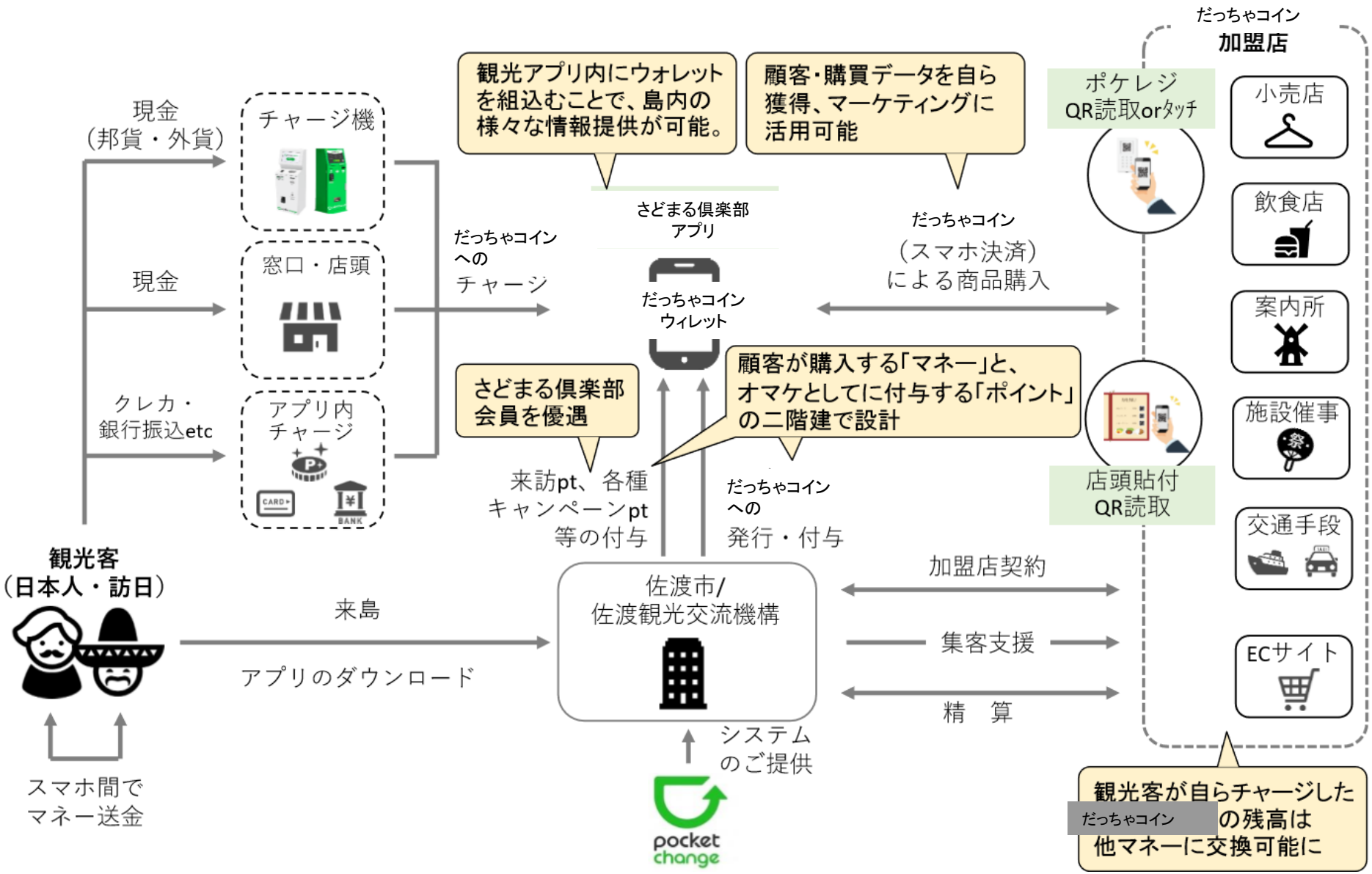
◆繁体字版「さどまる倶楽部」（株式会社 MATCHA）
https://matcha-jp.com/tw/sadomaru
◆さどまる倶楽部アプリダウンロード
iOS→https://apps.apple.com/app/id1482078595
Android
→https://play.google.com/store/apps/details?id=jp.co.kapapapapay.datcha

【お問い合わせ】一般社団法人佐渡観光交流機構（観光庁登録　観光地域づくり法人（DMO））
〒952-0011　新潟県佐渡市両津夷 384-11　TEL:0259-23-5230　FAX:0259-23-5232
広報担当：星山・中山　　HP https://www.visitsado.com/　（info@visitsado.com）

一般社団法人佐渡観光交流機構（観光庁登録　観光地域づくり法人（DMO））
〒952-0011　新潟県佐渡市両津夷 384-11
TEL:0259-23-5230　FAX:0259-23-5232

- 観光の目的としては**《外貨獲得》**
- この通貨は地域通貨ではなく**観光通貨**の位置づけであり、他の地域の地域通貨のように**《内需拡大》を目的としたものではない**
- 日本語だけではなく、繁体字版、英語版をリリース
- 佐渡の中小飲食店などにキャッシュレスは入れにくい
- 外貨両替もない
- クレジットカードが使えない
- 大手チェーン店では使えない

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.



This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

両津/小木/新潟港等に設置のチャージ機で島内通貨を専用アプリにチャージ…

外貨受付可能な端末設置でインバウンド対応もOK

QRコードや専用決済デバイスで、島内のお店やレストランで便利にスマホ決済

会員だけに特別なインセンティブや特典を付与することも可能

個人間送金で、グループ内での割り勘は勿論、次の来訪者へのプレゼントも

購入残高をSuica等に戻せることで、入手ハードルを下げ、チャージ額が上がる

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

- 今後島民向けへ
  - 島民カードとの連携課題
- お店にとって決済手数料は無料にしており、キャッシュレス決済がすすむ
- イベントでのつり銭管理もできる
- 販促費を会員獲得に注力することで、ダイレクトマーケティングと共に、データが取得できる

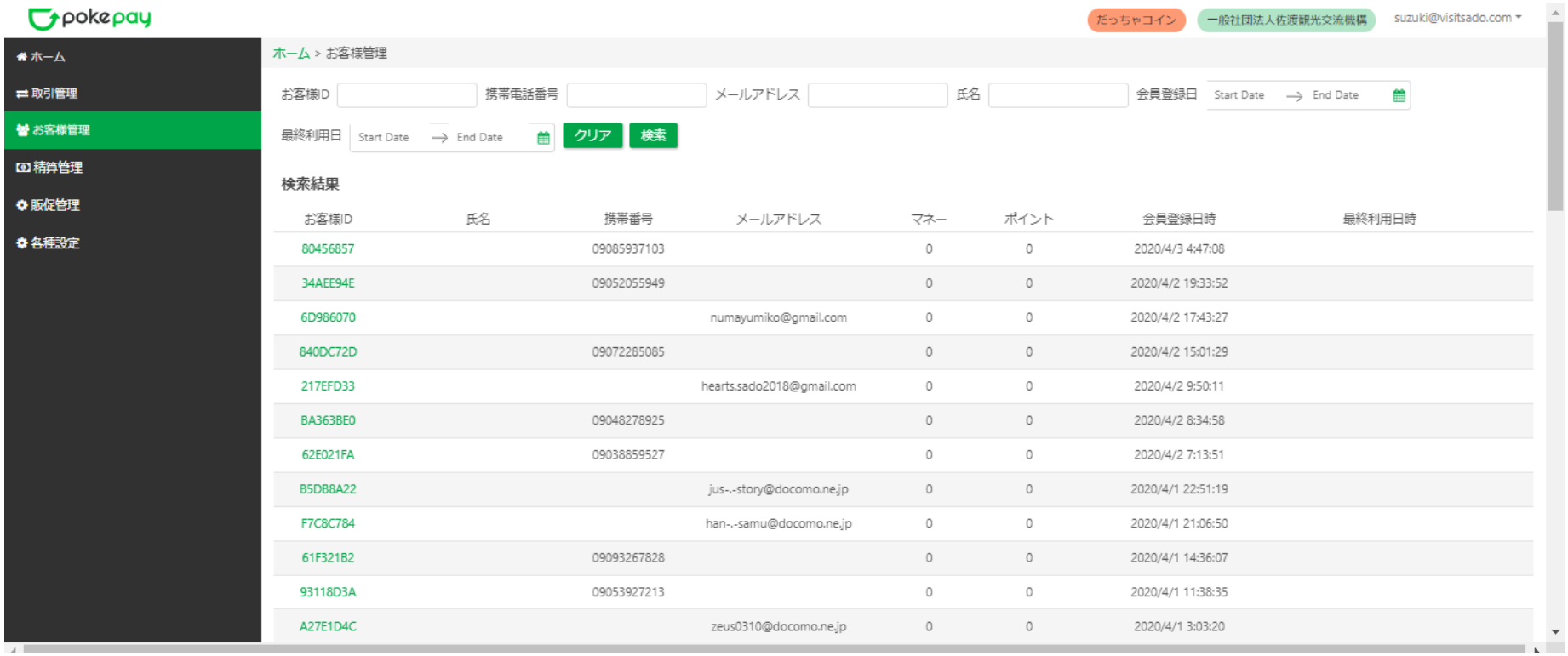
取引種別	取引ID	日時	店舗名（組織名）	端末ID	お客様名	お客様ID	総額
チャージ	11ED12A8	2020/07/26 15:29:35	一般社団法人佐渡観光交流機構 （一般社団法人佐渡観光交...			DB3E4B97	¥15,000
支払い	A923E78A	2020/07/26 15:21:45	佐渡汽船商事株式会社 （佐渡汽船商事株式会社）			7BF02D76	¥200
支払い	DA695315	2020/07/26 15:17:24	佐渡汽船商事株式会社 （佐渡汽船商事株式会社）			7BF02D76	¥3,965
支払い	63A4B30B	2020/07/26 15:11:37	エビス商事 （エビス商事）			7BF02D76	¥1,640
支払い	8EC9612A	2020/07/26 15:00:12	小木家 （小木家）			2AC246CE	¥4,335
支払い	1AFCD0CA	2020/07/26 14:39:46	スーパーたんぼぼ （スーパーたんぼぼ）			B8078507	¥540
支払い	58C23F4B	2020/07/26 14:32:35	尾畑酒造株式会社 （尾畑酒造株式会社）			11D58221	¥3,176
支払い	73402F83	2020/07/26 14:32:30	エビス商事 （エビス商事）			988DA754	¥1,930
支払い	536C48F0	2020/07/26 14:17:54	尾畑酒造株式会社 （尾畑酒造株式会社）			61962090	¥3,080
支払い	3BC0AA24	2020/07/26 14:16:50	パン屋カフェ クレアーレ （パン屋カフェ クレアーレ）			B17D5789	¥1,850
支払い	157D58D0	2020/07/26 13:21:31	(株)佐渡西三川ゴールドパーク （(株)佐渡西三川ゴールドパ...			15E9C83F	¥500
支払い	487A1B10	2020/07/26 13:09:53	持田家 （持田家）			577116D7	¥3,236
支払い	E3722131	2020/07/26 13:01:55	あげしま海かふぇ （あげしま海かふぇ）			7DA557F3	¥1,900
支払い	0F9EE6A2	2020/07/26 12:56:55	佐渡乳業直売所 みるく・ぽっと （佐渡乳業直売所 みるく...			B17D5789	¥330
支払い	7F012C58	2020/07/26 12:46:29	佐渡乳業直売所 みるく・ぽっと （佐渡乳業直売所 みるく...			11D58221	¥4,610
支払い	1BFBA811	2020/07/26 12:43:19	鮨 長三郎 （鮨 長三郎）			54C839CB	¥4,400
支払い	0C357F90	2020/07/26 12:36:59	竹屋 （竹屋）			2AC246CE	¥2,730
支払い	ABF19083	2020/07/26 12:30:14	パン屋カフェ クレアーレ （パン屋カフェ クレアーレ）			78C5856A	¥345
支払い	4A980AC2	2020/07/26 12:13:36	佐渡汽船商事株式会社 （佐渡汽船商事株式会社）			11D58221	¥7,214

取引種別	取引ID	日時	店舗名（組織名）	端末ID	お客様名	お客様ID	総額
チャージ	7DFE35E4	2020/07/23 13:14:25	両津港観光案内所 （一般社団法人佐渡観光交流...	79BF732B		BE13FDBF	¥128
支払い	EB913B99	2020/07/23 12:57:36	maSanicoffee （maSanicoffee）			BE13FDBF	¥190
支払い	284564A1	2020/07/23 12:56:11	maSanicoffee （maSanicoffee）			BE13FDBF	¥480
支払い	CA096C7B	2020/07/13 15:21:07	maSanicoffee （maSanicoffee）			BE13FDBF	¥1,410
支払い	A333F673	2020/07/12 17:43:03	ホテルニュー桂 （ホテルニュー桂）			BE13FDBF	¥500
支払い	7F660C9E	2020/07/12 12:50:11	maSanicoffee （maSanicoffee）			BE13FDBF	¥480
支払い	00BFACC3	2020/07/11 13:50:21	パン屋カフェ クレアーレ （パン屋カフェ クレア...			BE13FDBF	¥150
支払い	56A82CF9	2020/07/09 21:48:22	鮨 長三郎 （鮨 長三郎）			BE13FDBF	¥8,200
支払い	D4E3BF8D	2020/07/09 13:41:32	maSanicoffee （maSanicoffee）			BE13FDBF	¥450
支払い	FFB16230	2020/07/07 15:08:37	おにcafe （おにcafe）			BE13FDBF	¥700
支払い	932C9E44	2020/07/06 12:57:19	いしはら寿し （いしはら寿し）			BE13FDBF	¥990
チャージ	035D79DA	2020/07/03 12:50:14	Pokepay （ポケットチェンジ）			BE13FDBF	¥20,000

前のページ 1 次のページ

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

会員DB管理画面
（2022年3月までは紙のDBと併用）

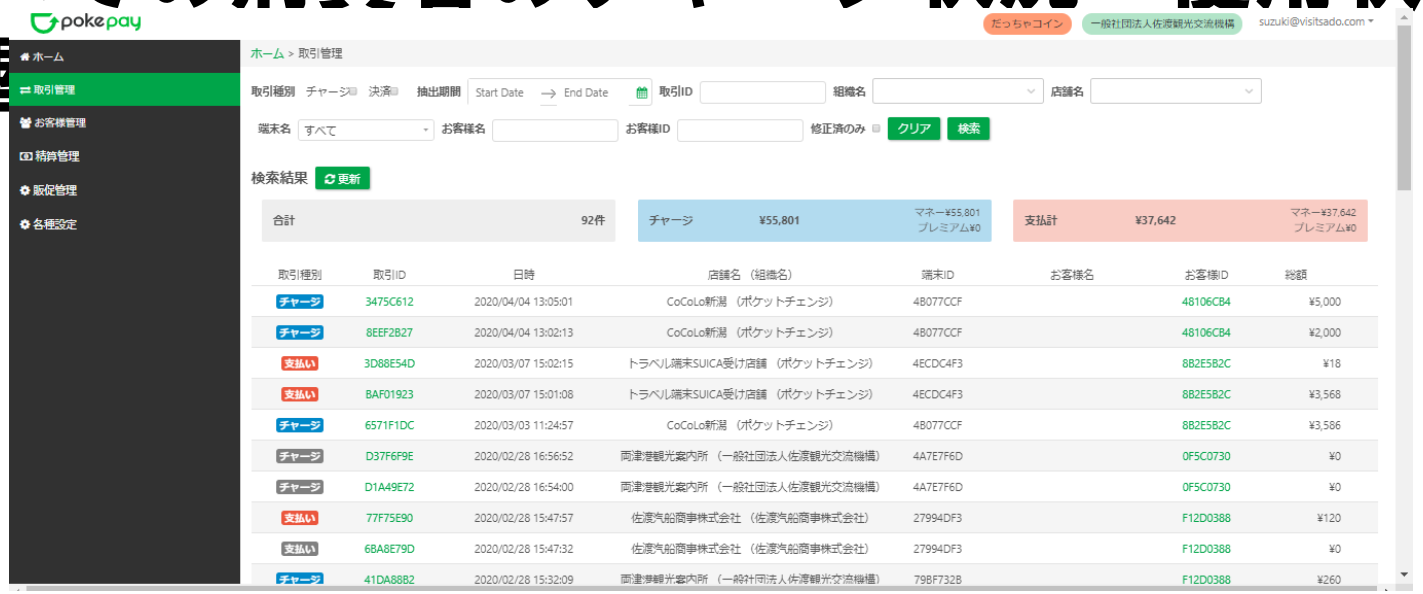


お客様ID	氏名	携帯番号	メールアドレス	マネー	ポイント	会員登録日時	最終利用日時
80456857		09085937103		0	0	2020/4/3 4:47:08	
34AEE94E		09052055949		0	0	2020/4/2 19:33:52	
6D986070			numayumiko@gmail.com	0	0	2020/4/2 17:43:27	
840DC72D		09072285085		0	0	2020/4/2 15:01:29	
217EFD33			hearts.sado2018@gmail.com	0	0	2020/4/2 9:50:11	
BA363BE0		09048278925		0	0	2020/4/2 8:34:58	
62E021FA		09038859527		0	0	2020/4/2 7:13:51	
B5DB8A22			jus-.-story@docomo.ne.jp	0	0	2020/4/1 22:51:19	
F7C8C784			han-.-samu@docomo.ne.jp	0	0	2020/4/1 21:06:50	
61F321B2		09093267828		0	0	2020/4/1 14:36:07	
93118D3A		09053927213		0	0	2020/4/1 11:38:35	
A27E1D4C			zeus0310@docomo.ne.jp	0	0	2020/4/1 3:03:20	

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

消費者行動把握

・すべての消費者のチャージ状況　使用状況が把握

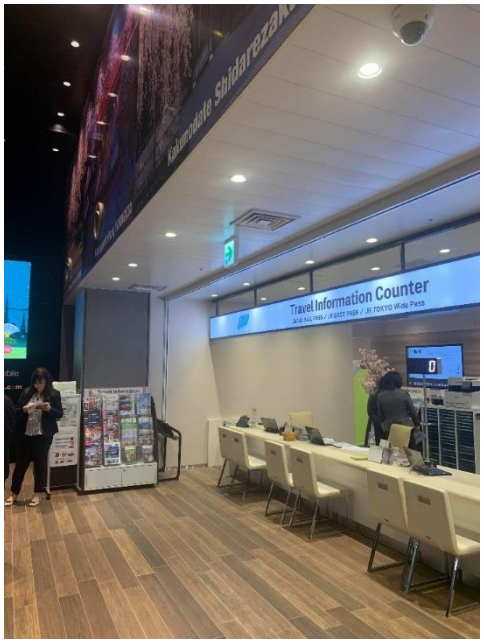


ターゲットとするロイヤルカスタマーの動向だけつかめればよい
スイスのように来島履歴でよりよいホスピタリティを

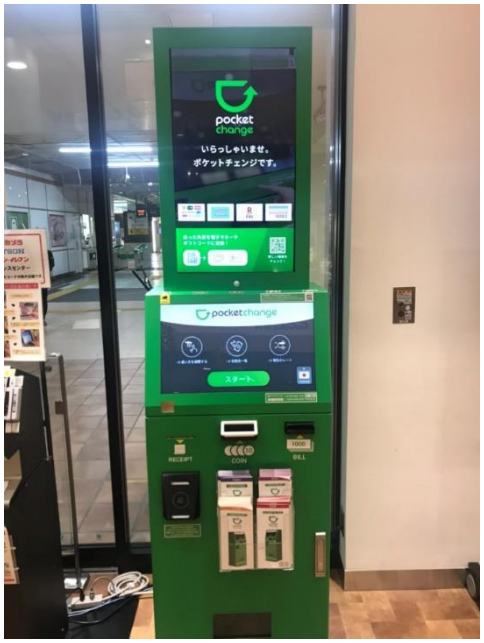
This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

ポケペイのネットワークを活かし
JRにて端末を設置

東京駅

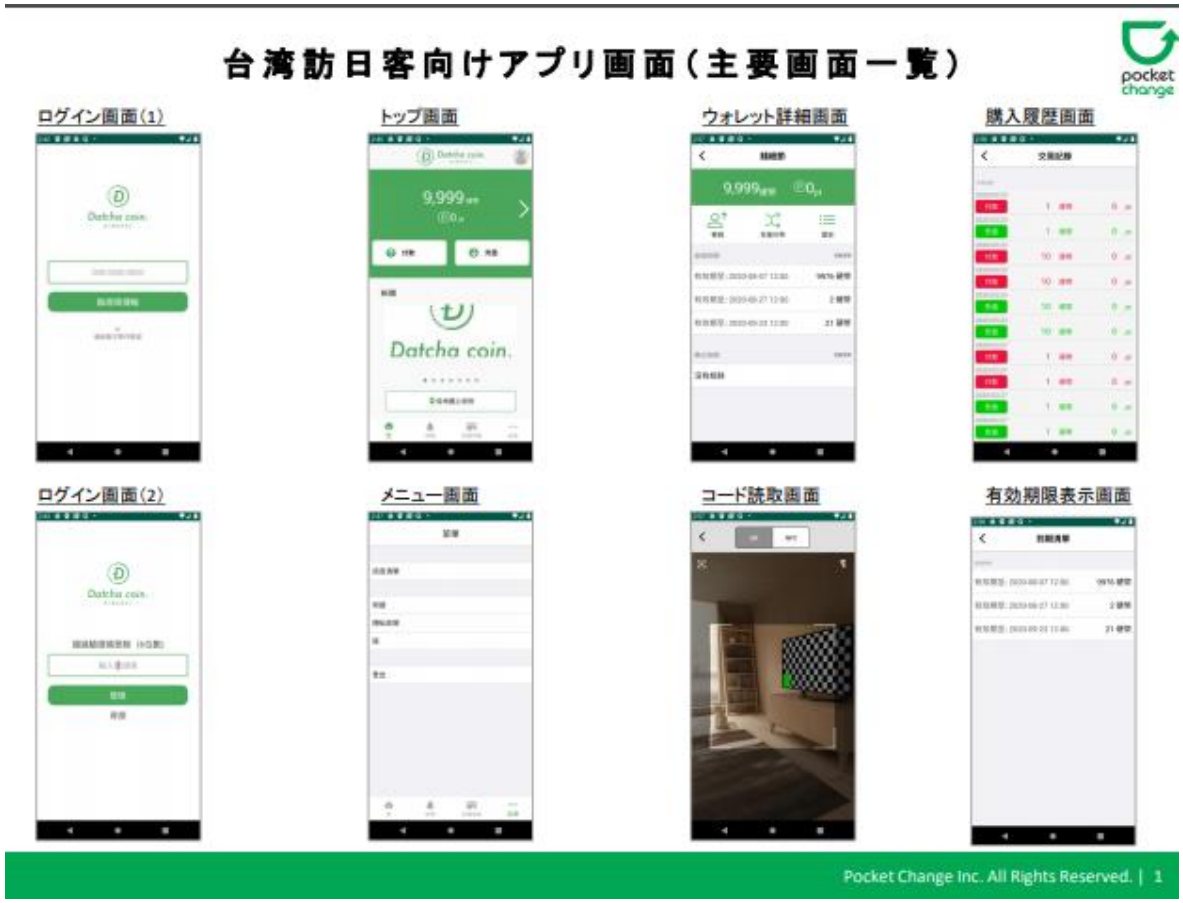


新潟駅



This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

台湾版アプリ運用画面①



This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

台湾版アプリ運用画面②

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

MACHA

タイガーエアページ

■LPページをターゲット国に設定ターゲット国の媒体自体に設置、観光情報への流入および会員獲得を図る
■繁体字版は　台湾などへのメディアに強いMACHA内に設置
■エアーキャリアと割引制度で連動
■キャッシュバックとしては一人の個人情報を取る原資として@500円を想定、目標数を獲得する（佐渡市との連動およびパートナー企業との連動

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

マーケティングスタディ

主催：佐渡インバウンド推進会 / (一社)佐渡観光交流機構

佐渡マーケティング勉強塾
「選ばれ続ける地域とは」

受講無料

政府認定 観光カリスマ
山田 桂一郎氏

日時 2020年 1月14日 火 14:00−15:00 あいぽーと佐渡

観光カリスマ 山田 桂一郎 Profile
JTIC.SWISS代表

2005年、内閣府・国交省(観光庁)・農水省から観光カリスマ(世界のトップレベルの観光ノウハウを各地に広めるカリスマ)として認定される。世界各地におけるマーケティングとブランディングの経験を活かし、日本国内の地域振興や経済活性化、 人材育成等に関する様々な事業化を推進している。また、多くの省庁や自治体の審議会や検討会等の委員、アドバイザーも務めている。内閣官房地域活性化伝道師、総務省地域力創造アドバイザー、内閣官房クールジャパン地域プロデューサー、環境省環境カウンセラー(事業部門・市民部門)、まちづくり観光研究所主席研究員、北海道大学客員教授、和歌山大学客員教授、奈良県立大学客員等。

お問合せ・お申込みは、(一社)佐渡観光交流機構 0259−23−5230 石塚・佐藤まで

- マーケティング勉強会を毎月もしくは隔月実施
  - インバウンド推進協議会を中心に次世代のリーダーシップを育てる

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

SADO-DMO　戦略の柱

経済効果創出

- 旅行消費額の拡大KPI
- 雇用と定住　起業支援
- 企業誘致・パートナーシップ

地域づくり・受け入れ環境の整備

- 地域の誇りを創出する（No-N0キャンペーン）
- 世界遺産に向けた対応
- 国内外の顧客への体験の創出
- 宿泊施設の受け入れ整備
- 多言語表記
- エコアイランド

顧客管理・知識の共有

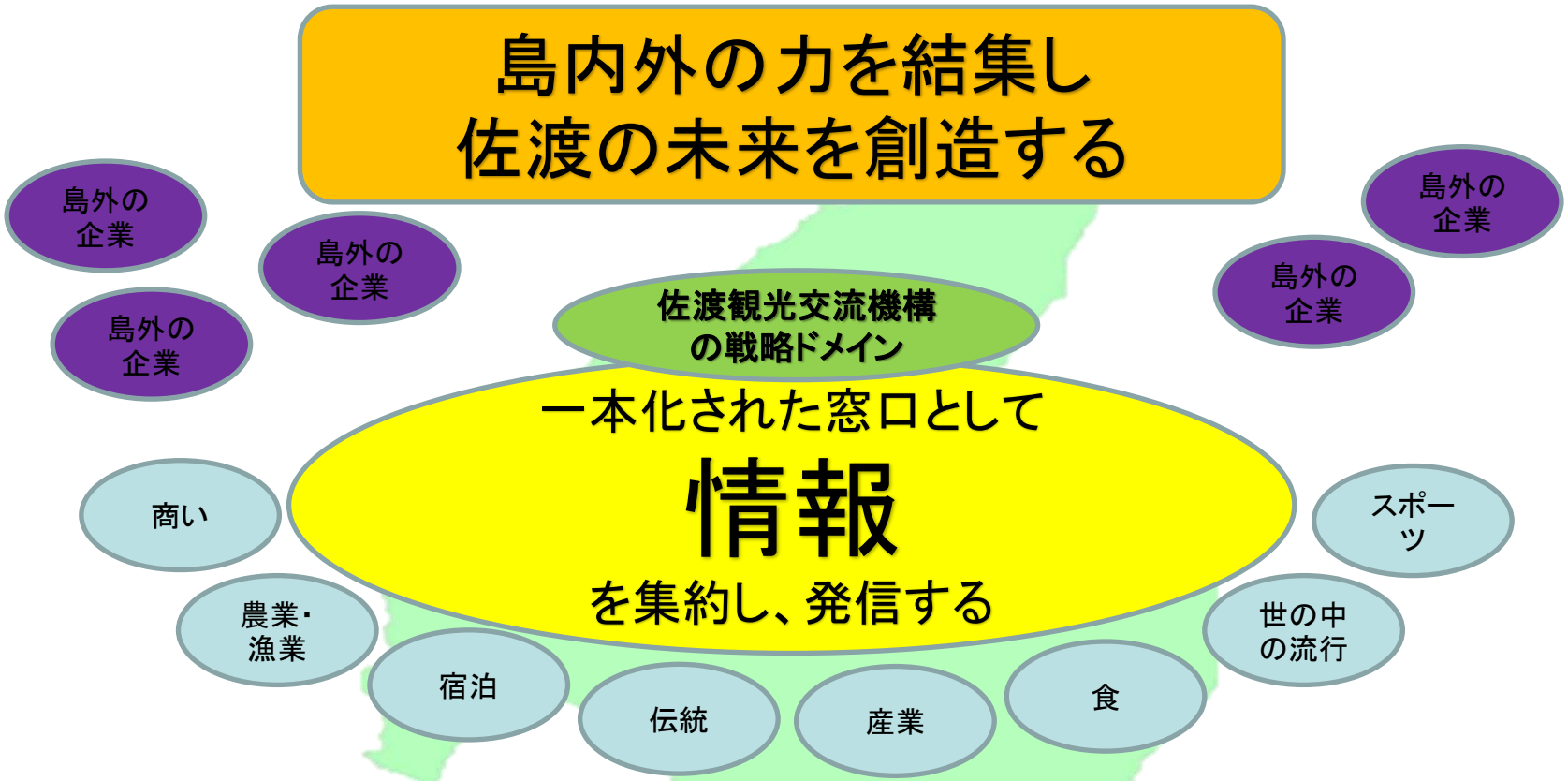
- さどまる倶楽部の会員数増
- 島内企業へのマーケティング勉強会の実施
- リーダーシップの育成

組織としての自立

・ブランディング
・本部支部会費の課題の解決

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

佐渡DMOのドメイン



- **佐渡は多様な文化や国人を受け入れ、伝統に昇華してきた歴史**
  - **もう一度ダイバーシティの島として島外の企業を呼び込み連携する**
- **日本の他地域とは一線を画すマネのできないオンリーワン戦略をとる**
- **観光客（島外住民）と地元住民との視点ギャップを埋め、島内外の住民を融和する**

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

人材の誘致　ダイバーシティの島として

- シーズナリティが強すぎて、通年雇用がしにくい
  - 住みにくい⇒稼げないとだめ⇒地域おこし協力隊は３年間
- インターンやワーキングホリデーの誘致
  - 昨年９月に説明会　台湾のインターンやワーキングホリデー
    - ・２０１８年３名
    - ・２０１９年５名
- ボランティアツーリズム
  - ２０１９年からヨーロッパからを模索（DMO形成事業を活用し、外部人材を登用）
- 企業研修誘致
- 大学との連携
- B　to　B　to　　Cとして
  - 様々な企業と連携

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

SADOTS(さどっつ)とは?

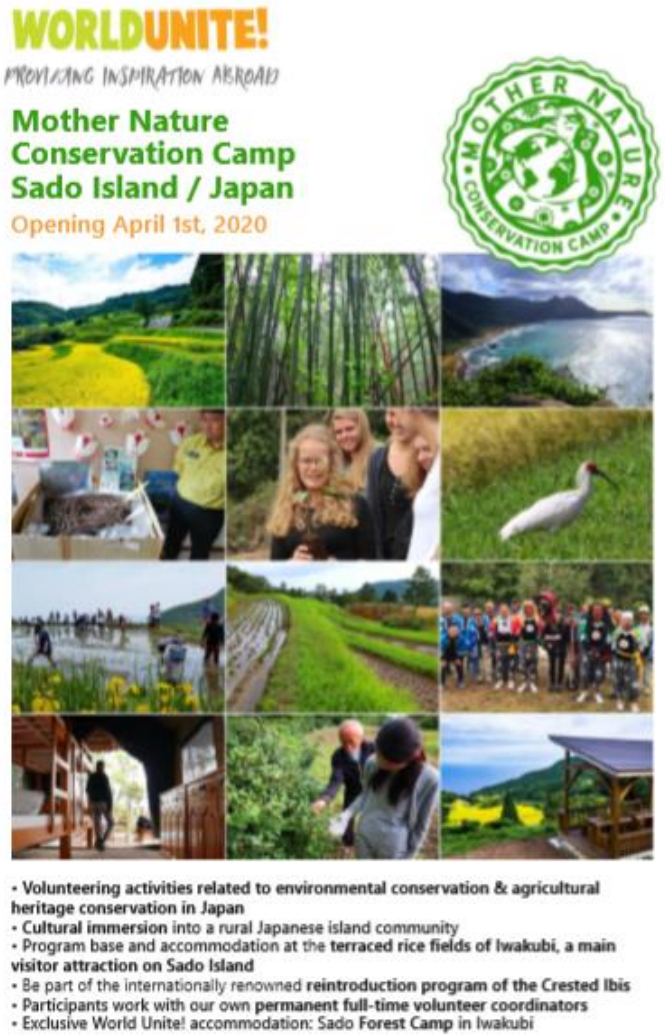
新潟県佐渡島には、自然や歴史・文化などの資源や地元の方たちの魅力がそこここにあふれています。
日ごろ企業の人材育成をご支援している私たちパーソル総合研究所は、そんな魅力あふれる環境の中で、リーダーシップ開発やチームビルドを目的とした研修やインセンティブツアーなどを企画・開発したいと考えています。
SADOTS(さどっつ)は、「佐渡」と「Dots(点)」を組み合わせた造語です。
島の魅力を実際に体感していただきつつ「人と人」「課題とソリューション」「首都圏と地方都市」など、可能性を点と点でつなぎ、あらたな絆や輪を創るべく、みなさまと共創するプロジェクトとなります。

佐渡 × Connecting The Dots

なぜ佐渡で研修プログラム?

当プロジェクトは、佐渡観光交流機構様より「MICE誘致」の一環として企業向けの研修プログラムを共同開発できないか、とお声がけいただいたことをきっかけとしてスタートいたしました。
MICEとはMeeting(会議・研修)、Incentive(招待旅行)、Convention(国際会議・学術会議)、Exhibition/Event(展示会)の頭文字を取った言葉です。
MICE誘致により、地域が盛り上がるだけでなく、人のつながりが生まれることで、新たなイノベーションを創出させるきっかけにもなります。

佐渡の魅力



企業の誘致

ボランティアツーリズムや
ワーキングホリデーによる人不足の解消

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

沿革

平成16年3月佐渡市合併 佐渡観光協会のほか10ヶ市町村の観光協会が存在

佐渡観光協会 | 両津 | 相川 | 佐和田 | 真野 | 金井 | 畑野 | 新穂 | 小木 | 羽茂 | 赤泊

平成18年4月佐渡観光協会に統合

小木・羽茂・赤泊を統合

佐渡観光協会

本部

両津 | 相川 | 佐和田 | 真野 | 金井 | 畑野 | 新穂 | 南佐渡

平成19年3月公益法人化

佐和田・真野・金井・畑野・新穂を統合

社団法人佐渡観光協会

本部（両津）

両津支部 | 相川支部 | 中央支部 | 南佐渡支部

平成19年5月第3種旅行業登録

平成23年4月第2種旅行業登録

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

本部事務所　両津港案内所
↓
佐渡島開発総合センター
↓
佐渡市役所第2庁舎内

平成20年5月
佐渡地区農山漁村体験推進協議会設立

事務所　佐和田行政サービスセンター内

平成25年5月（一般社団化）
一般社団法人佐渡観光協会

平成25年9月
一般社団法人佐渡地域観光交流ネットワーク設立

平成29年3月　真野観光案内所閉鎖
4月　あいぽーと佐渡に本部事務所移転

平成29年9月　あいぽーと佐渡に事務所移転

合併

平成30年3月　観光庁DMO登録

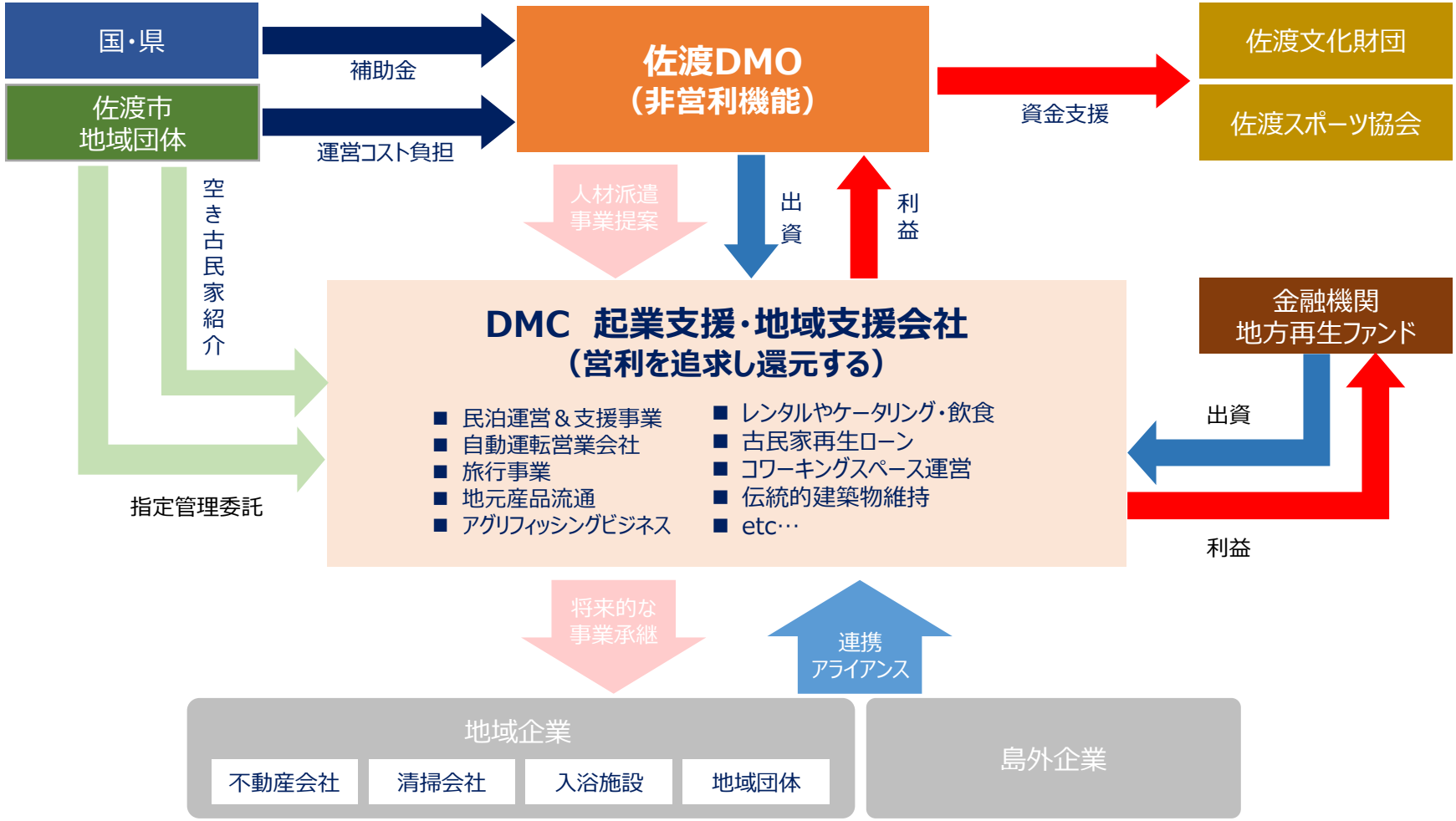
平成30年4月
一般社団法人佐渡観光交流機構

佐渡市から3名出向中⇒ガバナンスは効いている
機構メンバーは変わらず。効率化は行っているが企業風土や人材はまだまだ

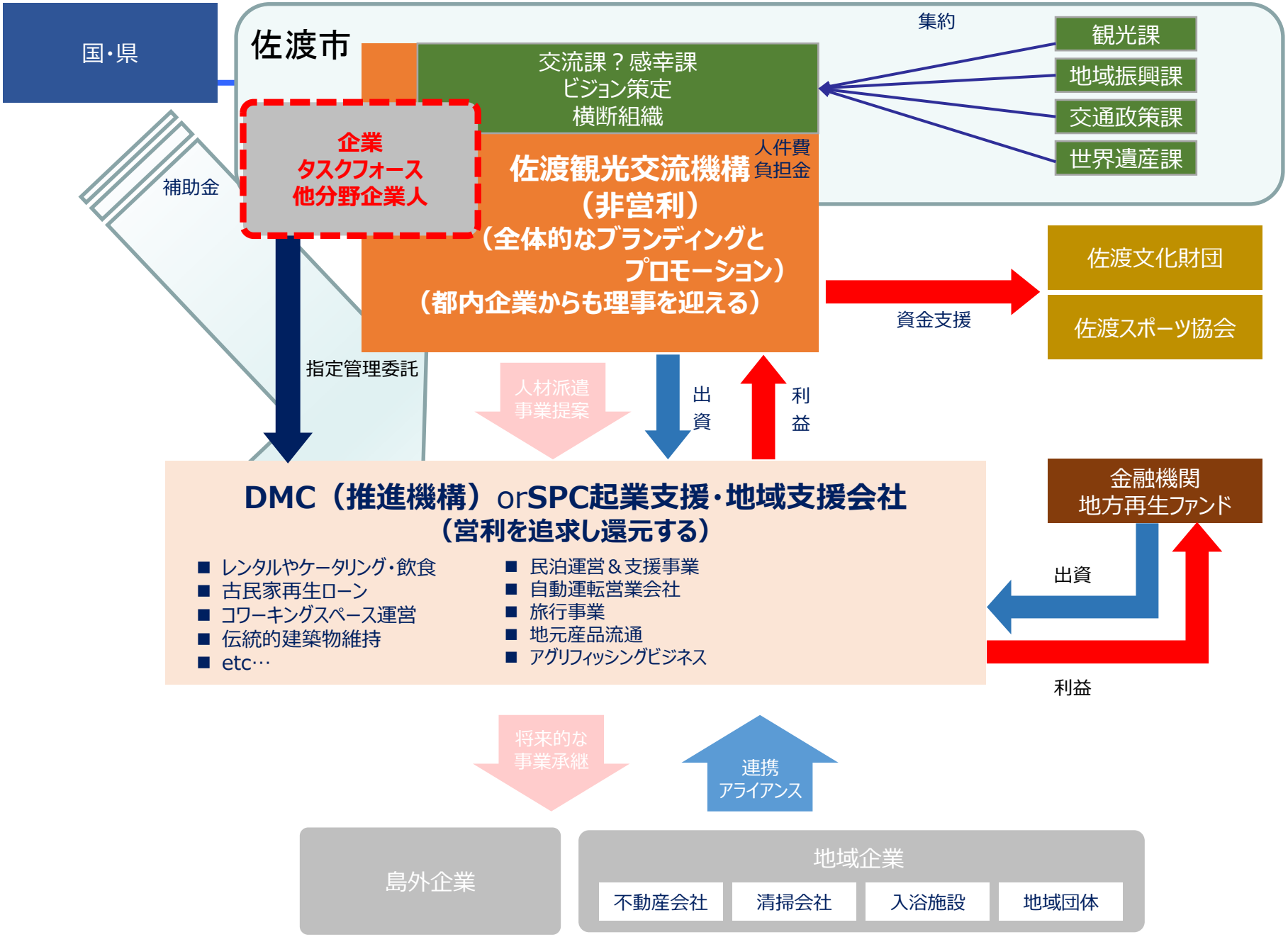
This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

自立した先に

■ 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。

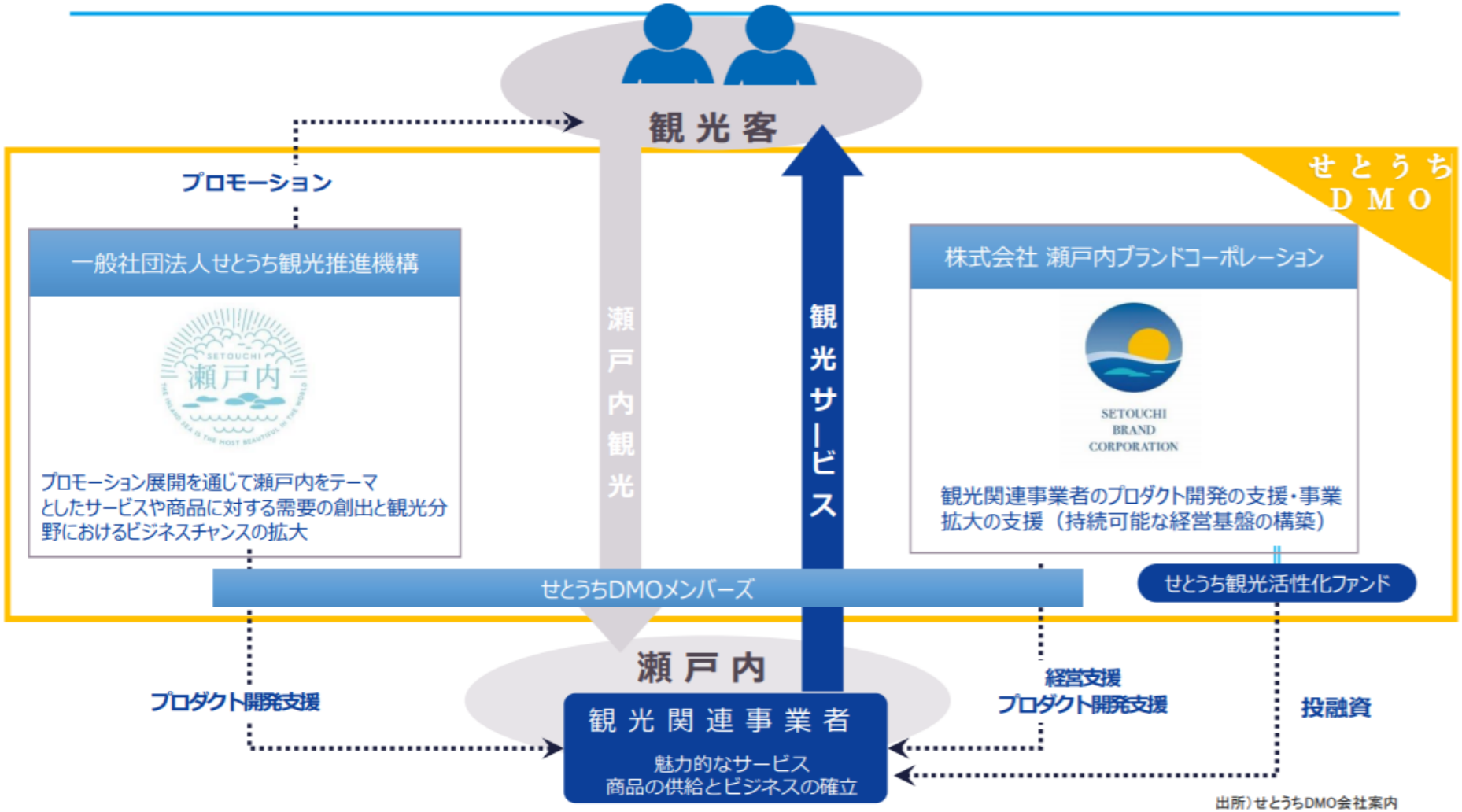


This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.



This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

せとうちDMO組織・運営体制の概念図



出所）せとうちDMO会社案内

DBJ

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

佐渡観光のロードマップ

コロナの状況を見据えて、適宜戦略を変更していく

	時系列	2020年	2021年	2022年
		4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月	1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月	1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月
	コロナ	自粛期（事業者保護・リブランディング）	V字回復準備期	V字回復期
		★ 収束？	★ 収束？	
イベント	世界遺産	★ 国内推薦？		★ 登録？
	日蓮	生誕８００年		佐渡法難７５０年
交通	航路	★ タイガーエアー航路開始？		★ トキエアー
	シェアサイクル	★ 両津？小木？	★ 両津？小木？	★ 相川
	自動運転	★ 小木-宿根木	★ 相川	
	配車システム	★ CREW試験導入？		
受入	古民家再生	★ まちづくりについてのプレスリリース	★ 会社設立、１件目	
	アウトドアセンター	★ キャンプサイト運用開始 レンタル開始　イベント実施		
	企業研修	★ 企業用リリース	★ コワーキングスペース	
マーケティング	さどまる等顧客獲得	２万人 ★ 獲得キャンペーン ★ 物販サイトの構築	３万人 ★ 獲得キャンペーン ★ ふるさと納税構築	５万人 ★ 獲得キャンペーン

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.

最後に

- **観光情報**
  さど観光ナビ
  https://www.visitsado.com/
  Facebook
  https://www.facebook.com/visitsado/
  Instagram
  https://www.facebook.com/sadotour/
  Twiter
  https://twitter.com/sadokankou
- **DMOに関する情報（マーケティング情報など）**
  https://sado-dmo.com/

This information was prepared by Sado Tourism Association solely for the use of our client, and it is not to be relied on by any third party without prior written consent of Sado Tourism Association.