

委託事業

事業名	金額
滞在型観光個人旅行促進業務（継続：佐渡市受託）	55,864,930 円
<p>【目的】</p> <p>国の「特定有人国境離島地域社会維持推進交付金」を活用して、佐渡ならではの旅行者ニーズに合わせた魅力ある着地型の旅行商品造成を積極的に推進し、地域内での消費誘発及び地元との交流等による満足度の向上、経済波及効果とリピート率の向上を図るため、一次産業や地域との連携等による佐渡の本物の魅力を旅行者に伝え、地域で稼ぐことができる滞在交流型観光を目指す。さらに全体的に観光客が減少する中で、需要の高いコンテンツや佐渡ならではのものに注目し、本物の歴史文化、食及び体験等を組み合わせることで滞在交流を促進する。</p>	
<p>【内容】</p> <p>個人フリー型企画乗船券「体験パック」、団体型旅行商品への乗船券割引支援、体験クーポン付き企画乗船券の販売を行い、各種メディアで広告宣伝を行った。また体験パック販売サイトのシステム改修、更新など販売を増やすための施策を行った。さらにテーマ別観光旅行商品造成としてボランティアツーリズムやアドベンチャーツーリズムなどニーズに合わせた佐渡ならではの商品開発を行いリピート率向上や関係人口拡大促進を行った。</p>	
<p>【検証】</p> <p>「体験パック」利用者数は1,520人となり、<u>昨年の実績（1,330人）から1割程度伸びた</u>。人数では西三川GPでの砂金取り体験（222人）、琴浦洞窟（202人）、シーカヤック（145人）、金山MR（158人）などが人気。団体申請受付25件、実施24件で実績は8,282人（昨年6,654人）。1泊でも利用できる佐渡市固有の文化イベント（薪能など）を組込みこんだプランでの申請/実施は0件であった。団体については晩秋～冬のツアーが弱いため、対策が必要。テーマ別観光旅行商品造成についてはボランティアとアドベンチャーについての商品造成は行ったものの開催時期や商品単価など一般層に刺さるものではなかった。今後内容含め磨き上げを行う。アウトドア商品については佐渡の自然や景観のみならず、地域との交流、また伝統や文化、歴史、食事など、<u>通常の旅行では経験できない事が盛り込まれている点に対して、お客様より高評価を得た</u>。参加者の移住への興味を引くきっかけにもなっており、リピーター獲得や関係人口拡大へ活きた商品となった。</p>	
インバウンド向けの企画乗船券販売業務（継続：佐渡市受託）	1,229,830 円
<p>【目的】</p> <p>国の「特定有人国境離島地域社会維持推進交付金」を活用して、増加するインバウンド旅行者ニーズに合わせた佐渡ならではの魅力ある着地型旅行商品を造成し、市内に滞在する外国人旅行者を増やすことで宿泊利用増と滞在時間の延長を図り、島内消費の拡大に繋げる。</p>	
<p>【内容】</p> <p>①島内体験施設とインバウンド向けの体験内容を打合せし調整、販売窓口である佐渡汽船（新潟港、直江津港）及び新潟空港内売店と取扱方に関する打合せして企画乗船券を造成・発売した。</p> <p>販売期間：2024年5月10日～12月31日</p> <p>利用期間：2024年5月10日～2025年1月9日（復路乗船日と体験日の最終）</p> <p>※佐渡汽船の燃料油価格変動調整金の変動するため、5～9月と10月～12月の2期間でクーポンは印刷</p>	

した。

②佐渡観光交流機構の英語版 SNS (Facebook) で販売開始予告～販売開始～販売中と継続的に情報発信をした。

③サンフロンティア佐渡が日本国内外のインフルエンサーを活用し多言語で SNS を使って佐渡の観光情報発信していることから、ディスカバー佐渡体験クーポン付き乗船券の記事も掲載することを条件にして、その観光情報発信に併せてディスカバー佐渡体験クーポン付き乗船券の PR、情報発信を行った。台湾・ヨーロッパ (イタリア)・アメリカへ向け、SNS を活用した広い範囲への情報の展開ができた他、投稿の閲覧者に対する佐渡の魅力発信の効果も得られた。

④株式会社ジープラスメディアが運営し、日本の内外で高い知名度を誇る老舗の英語ニュースサイト「Japan Today」へ英語のトップジャックバナーによる公告を掲載した。

掲載期間：7月31日～8月8日

PV・インプレッション数：756,784

クリック数：2,988

CTR：0.39

2. 販売・利用実績

販売枚数計：大人券 73 枚、小人券 1 枚 合計 74 枚

体験施設使用枚数計：@500 円券×183 枚、@250 円券×4 枚

・国別では「台湾」のお客様の利用が 25 人で一番多く、次に「アメリカ (10 人)」「カナダ (7 人)」の順であった。

・利用体験施設としては「佐渡金山」が一番多く、次に「西三川ゴールドパーク (砂金取り)」「力屋観光汽船 (たらい舟)」の順であった。

【検証】

コロナ明け首都圏を中心に訪日外国人旅行者数の増加が見込まれる中、リピーター用の日本国内の地方都市への「二次交通パス」のような訪日外国人にとって分かりやすい商品が必要とされている。

商品の券面の作成および SNS での情報発信も「英語」で行ったが、**国別の利用者数では「台湾」が一番多く**、台湾でのイベントで告知した成果が出ている。ただ、販売箇所からの意見では、台湾からの観光客が購入時に、英語が分からないので日本語版の券を購入したケースも複数あったため、タイガーエアーの新潟便に併せて「繁体字版」の造成をするかは今後検討する必要がある。

佐渡観光交流機構の SNS 以外の情報発信では、訪日在日外国人向けの日本最大級の英語情報サイトを運営する「ジープラスメディア」を通じてアースセレブレーション開催まえにプロモーションを行ったため、イベント期間中の購入者が多かった。

さらにパスの券面にアンケート用 QR コードを入れて回答できるようにしたが回答はなかった。

佐渡への更なる訪日外国人の誘客商品として今後も期待できる。**冬季の体験施設の休業による実施の難しさを緩和するため、体験の中身を見直し通年での継続的な販売をしていきたい。**

さどまる倶楽部台帳管理等運営業務 (継続：佐渡市受託)

5,077,300 円

【目的】

さどまる倶楽部の新規入会や会員特典に係る会員情報を管理し、また、PR 及び各種手配などを行い、新規会員獲得や会員の利便性向上を図る。

【内容】

「さどまる倶楽部仮会員証発行業務」

・観光案内所に来所された入会希望者に対して、さどまる倶楽部アプリの登録案内をした。

・アプリへの会員登録が完了している方で、アプリの不具合等で会員証が提示できない方へ「臨時会員証」を発行した。

「さどまる倶楽部 PR 業務」

- ・会員募集ウェブページの更新・新規会員の獲得をした。
- ・会員特典案内パンフレットの作成・発送・登録を行った。
- ・さどまる倶楽部に係る PR 業務、アプリ会員への移動業務に関するデータベース登録を含む事務処理・問い合わせ対応をした。
- ・さどまる倶楽部協賛店・指定宿泊施設に係る登録申請受付・新規登録施設の情報追加作業を行った。

※このほかに付随業務として、さどまる倶楽部会員で指定宿泊施設への宿泊をされる方への佐渡汽船予約受付及び来島回数による佐渡汽船特典乗船チケットの手配に関する業務を行った。

【検証】

令和 5 年 3 月 31 日時点で、会員数は合計 63,160 名であった。

キャンセルを除いた手配件数が 4,509 件となり、前年比 127%となった。

11 月からは協賛店利用をクーポンという形にし、利用実績が把握できるようにした。11 月～3 月のクーポン利用回数はのべ 953 件であった。

今後はさらなる会員獲得にむけて、佐渡観光ナビなどからの流入数を増加させる施策などを図っていききたい。

観光情報発信業務（継続：佐渡市受託）

9,857,705 円

【目的】

長期的な観光入込数を支えるため、県内でも屈指のユーザー数を誇る「さど観光ナビ」と連携し、新規層を開拓するための広告宣伝と、見込み客の来訪を促す販売促進、来訪者の利便性向上のための観光情報提供を一体的に行い、戦略的な情報発信につなげる。

【内容】

- ・様々な媒体を利用した新規層への広告宣伝およびコンテンツ作成
- ・キャンペーン、着地型観光商品等の販売促進
- ・佐渡さんぽ、観光マップ等のパンフレット類の作成

【検証】

Instagram にて情報拡散力のある Y&Z 世代へ佐渡コンテンツを訴求し、1700 名以上の新規フォロワーを獲得。SNS 上には約 200 件のタグ付けされた投稿がなされ、佐渡コンテンツの認知拡大が図れた。

11 月下旬からは、さどまる倶楽部会員向けメールマガジンの運用を開始。ターゲットに合わせた旬の情報を定期的に届けている。顧客情報と、コミュニケーション上で生じたデータなどを解析し、ブラッシュアップを続けていくことで、今後も売れる商品開発、訴求方法などマーケティングにも活用していきたい。

観光案内所運營業務（継続：佐渡市受託）

22,473,487 円

【目的】

- ①観光案内所運營業務：佐渡市を訪れた観光客等に対し、的確な現地情報の提供による案内を行う。
- ②ふれあいガイド常駐実証事業：まち歩きガイドを各観光案内所に常駐させることにより、待ち時間・宿チェックイン前の時間を有効活用し、案内の幅を広げる。
- ③ガイド養成事業：ガイドの資質向上を図る。

【内容】

- ①佐渡観光の拠点となる両津港、相川、南佐渡の 3 か所において案内業務を行い、窓口・電話・メール等

で観光客が求める観光情報の提供、さどまる倶楽部・エンジョイプラン・宿泊等の予約手配、バスフリーパス・イベントチケット等の物品販売などに努めた。

②両津港佐渡観光情報案内所、相川観光案内所、南佐渡観光案内所に一定期間各ふれあいガイドを常駐させ、常にまち歩きガイドへ出発できるよう体制整備した。

③ガイド養成については先進地視察を行い、実際にガイドを受け、ガイドコースやガイド育成についての取組についての理解を深めた。

【検証】

①問合せ及び案内等について、全体で 60,325 件（前年度 55,058 件）、**前年比 110%となった。**問合せ経路としては窓口 44%、電話 32%が多く、前年対比で両津は 99%、南佐渡は 107%と前年に準ずる対応件数であったが、相川への問い合わせは前年比 157%と大幅に増加した。**インバウンドについては、全体で 1,732 名（364 名）、前年比 476%と大幅に増加しており、ターゲットであるフランス人（16%）及びアメリカ人（15%）が外国人のシェアを占めている。**インバウンドの誘客については、広報や営業などの戦略実行から誘客までに複数年がかかると言われているが、佐渡来島の決め手が「海外エージェントからの提案推薦」や「旅行雑誌」によるものが多いことから、これまで行ってきた広報・宣伝や営業の成果が出てきたと考えられる。

②ふれあいガイド常駐については関東、関西の方々の利用が多く、次いで新潟市内の方々の利用が多かった。アメリカやフィリピンの方々の利用もあり、多様な方々に佐渡の魅力を知って頂くことができた。**利用者の属性としては親子連れが多く、バスの待ち時間やお昼までの時間などを活用してまち歩きをされた。**

ふれあいガイドとのまち歩きを通して、佐渡の自然や歴史、文化についての理解が深まったとの感想を頂いており、佐渡観光の満足度向上にも繋がったと考えられる。

③先進地研修については、技術力の高いガイドの実践の場を目の当たりにすることにより、佐渡のふれあいガイドが士気を高め、参考にできる部分を自身のガイド業務に取り入れるなど、**先進地研修により得た経験を自身のガイド業務に活かすことができた。**また、顧客としての視点より「話の中に独自のエピソードを交えることで、説明がより印象的になる」ということに気づき、ガイドとして顧客価値や満足度を高めるヒントを得た。今後はガイド全体の質の向上を目指し、日本語ガイド・英語ガイド講座を複数回行うとともに、全島を案内できるスルーガイド（インバウンド対応含む）の育成も進める。

佐渡金銀山ガイダンス施設観光案内所運營業務（継続：佐渡市受託） 4,532,000 円

【目的】

佐渡金銀山への玄関口として、交流人口の拡大やきらりうむ佐渡を軸とした地域の賑わいを創出し、観光情報発信・イベント等を一元的に提供することで、施設の魅力度向上、来館者へのおもてなしを提供するため、当施設の賑わい創出及び交流促進を図る。

【内容】

窓口での観光案内・施設の紹介、展示室への誘導、地域業者と連動したイベント開催、まちへの誘導ツアーなど、きらりうむ佐渡の認知度向上及び誘致、顧客のまちへの誘導を行った。

○イベント概要

①きらりうむ佐渡 4 周年記念イベント [2023/4/29(土・祝)-5/7(日)] 201 名

②きらりうむマルシェ [2023/5/6(土)] 185 名

③宵の舞マルシェ [2023/6/3(土)] 217 名

④きらりうむ佐渡七夕イベント [2023/7/1(土)-7/7(金)] 101 名

⑤きらりうむ佐渡夏休みイベント [2023/8/6(日)-8/13(日)] 42 名

⑥ 夏休みマルシェ [2023/8/6(日)] 147名	
⑦ きらりうむ佐渡秋イベント [2023/10/14(土)-10/22(日)] 18名	
⑧ きらりうむ佐渡秋冬イベント [2023/11/25(土)-12/3(日)] 16名	
⑨ ミライチサンタマルシェ [2023/12/3(日)] 403名	
⑩ 自動運転バス試乗ツアー [2024/1/13(土)、1/14(日)] 47名	
⑪ 新年マルシェ [2024/1/13(土)] 102名	
⑫ 巨大佐渡島金山すごろくイベント [2024/2/1(木)-2/29(木)の土、日、祝日] 38名	
⑬ ひなまつりマルシェ [2024/3/3(日)] 511名	
⑭ 3月イベントワークショップ体験 [2024/3/24(日)-31(日)] 35名	
【検証】 地域の行事や取り組みと連携、連動したイベントやツアーを行い、まちへの回遊を促進することができた。冬期間も積極的にイベントやツアーを開催したが、 <u>相川観光案内所のインスタグラムを見て来館した方が多く、引き続き広報を強化し、きらりうむ佐渡の認知度向上、来場促進を図りたい。</u>	
佐渡金銀山ガイドンス施設展示室観覧料徴収事務(継続:佐渡市受託)	340,164円
【目的】 佐渡金銀山ガイドンス施設 展示室の観覧料を確実に徴収、管理を行う。	
【内容】 団体料金の収受、ツアー等団体への領収書の発行、業務日誌の作成、観覧料の集計及び佐渡市への報告、券売機の釣銭の補充、金庫の現金管理、券売機の管理、不具合等の対応、受託現金出納簿の記載、証拠書類の整理	
【検証】 問題、エラーもなく、佐渡金銀山ガイドンス施設展示室の観覧料を確実に徴収・管理することができた。	
観光ニーズ調査分析業務(継続:佐渡市受託)	1,789,150円
【目的】 佐渡市の観光の現状および経年における観光動態の推移を把握し、有効な観光施策を検討するため、島外旅行者を対象とした来島目的や年代、性別等の属性、滞在日数等の基礎的な内容のアンケートを実施し、データ分析の上で報告資料を作成する。	
【内容】 ・来訪者の満足度及び属性についてのアンケート調査を実施 ・佐渡汽船の航送実績データの月ごとの分析	
【検証】 <u>令和5年の入込者数は44.2万人と推計され、令和4年と比較して7.4万人増加した。2023年5月には新型コロナウイルスの感染症法の位置づけが「5類」へと引き下げられ、国内旅行の需要がほぼ戻りつつある。来訪者の満足度は、前年に比べ1.9pt減少した。リピーター率も前年比4.8ptと大きく減少した。さどまる倶楽部やふるさと納税などのリピーター率を上昇させるための施策をさらに進める必要がある。旅行消費額は51,494円と前年から5,172円増加した。</u>	
教育旅行誘致業務(継続:佐渡市受託)	107,880円
【目的】 (1) 島外小学校が佐渡市内で実施する教育旅行の現地下見に係る島内レンタカー使用料の支援に関する業務を予算の範囲内において実施する。 (2) 島内小学校が佐渡市内の農山漁村で実施する宿泊体験に係る体験料の支援に関する業務を予算の範	

<p>圏内において実施する。宿泊体験に係る支援は4校程度を目標とする。</p>	
<p>【内容】 佐渡で教育旅行の実施を検討している学校団体に事前調査等で来島した際に、島内レンタカー利用への補助を行った。そのほか島内小学校等が体験学習を実施する際の体験料補助を行った。下見補助6件（前年9件）、体験補助4件（前年5件）</p>	
<p>【検証】 本年は6校すべて新潟県内からの実施であった。旅行会社等へ周知を行っていたが、利用の多くが年度末・年度初めに集中するため、今事業の周知が間に合わない学校があった。<u>今後は制度の見直しをし、より効果のある誘致方法を検討したい。</u></p>	
<p>合宿・コンベンション誘致業務（継続：佐渡市受託）</p>	<p>1,146,205 円</p>
<p>【目的】 交流人口の拡大に寄与する合宿・コンベンションを誘致し、地域経済の活性化を図る。</p>	
<p>【内容】 （1）文化・スポーツ合宿誘致 市外の学生団体の佐渡市内での合宿開催を支援し、誘致活動を予算の範囲内において実施する。</p> <p>①対象合宿 1回の合宿で2泊以上の宿泊を伴い、かつ、延べ宿泊数が20人泊以上を対象とする。</p> <p>②対象期間 令和5年4月1日から令和6年3月31日とし、3月31日までに支援を完了できる合宿とする。ただし、令和5年8月10日（木）～令和5年9月3日（日）の期間にかけて行う文化・スポーツ合宿は対象としない。</p> <p>■実績人数：265名、延べ宿泊数1273人泊</p> <p>（2）コンベンション誘致 市内でのコンベンションの開催を支援し、誘致活動を予算の範囲内において実施する。</p> <p>①対象コンベンション 主な会場および宿泊施設が佐渡市内であり、連続して2日以上のお会期があるものとする。</p> <p>■実績人数：1回実施 80名、延べ宿泊数55人泊</p>	
<p>【検証】 公共施設のみならず、<u>一般のホテル、民宿を利用するケースが多いため、一定の経済効果は見られた。</u>また、コンベンションは1回の実施のみであったため、年度当初に申込のあった<u>1件で予算額が満額に達してしまっ</u>たため、枠の拡大やより多くの団体が利用できる制度の検討が必要である。</p>	
<p>地域の観光資源を活用したプロモーション業務（新規：佐渡市受託）</p>	<p>4,702,166 円</p>
<p>【目的】 対岸市等と連携したプロモーションを展開することで、「佐渡島の金山」の世界文化遺産登録を契機とした、国内外の観光客が佐渡を来訪する機会創出を図るほか、アジアと欧米をターゲットとし、佐渡の認知度拡大を図る。</p>	
<p>【内容】 （1）対岸市等の広域連携を行っている地域とのプロモーション活動の実施</p> <p>①4月15日（土）～4月16日（日） 第9回 日本各地の名産・観光巡りフェア2023」において新潟県観光ブースに佐渡市と出展。</p> <p>②4月17日（月） 新潟県観光商談会 in 名古屋において、国内旅行会社に対して商談を行った。</p>	

- ③ 5月2日(火)～5月4日(木) 大阪で行われた日本海トラベルマルシェにおいて観光PRを行った。
- ④ 5月20日(土)～5月21日(日) 仙台で行われた「未来の杜仙台2023」の新潟県ブースにて佐渡観光PRを行った。
- ⑤ 5月22日(月) 仙台で行われた新潟県観光商談会in仙台にて国内旅行会社に対して商談を行った。
- ⑥ 5月25日(木)～5月26日(金) 会津・佐渡広域観光推進協議会の総会に出席、R5年度事業計画について打ち合わせをした。
- ⑦ 6月5日(月) 新潟県グリーン・ツーリズム推進協議会の令和5年度第1回部会へ参加し検討チームと合同検討会を行った。
- ⑧ 7月7日(金)～7月8日(土) ネクスコ東日本、佐渡汽船、佐渡市(観光振興課)の3社連携にて、首都圏に向けた商品PRを行った。
- ⑨ 8月30日(水) ホテルオークラ新潟「佐渡フェア」のオープンに先駆けて関係者を招いて開催する発表試食会に参加した。
- ⑩ 9月19日(火)～9月20日(水) 東京で行われた秋の新潟県観光商談会にて旅行会社に対して商談会を行った。
- ⑪ 9月23日(土) 会津十楽2023秋の陣にて、佐渡市・新潟市共同ブースで出展し観光PRを行った。
- ⑫ 9月25日(月)～9月27日(水) 新潟県観光協会主催の関西圏の旅行会社向けの商談会に参加し商談を行った。
- ⑬ 10月5日(木)～10月6日(金) ときメッセで行われた商工会議所女性会全国大会において佐渡ブースを設置し、佐渡のPRを行った。
- ⑭ 10月14日(土) なおえつ鉄道祭の一環として行われるスタンプラリーに合わせて佐渡PRブースを設置し佐渡観光のPRを行った。
- ⑮ 10月26日(木)～10月29日(日) 「ツーリズムEXPOジャパン2023大阪・関西」に新潟県ブースにて出展し観光PRを行った。
- ⑯ 11月15日(水)～11月16日(木) 新潟県グリーン・ツーリズム実践者同士の交流、刈羽・柏崎視察。来年開催地としての挨拶。
- ⑰ 2月19日(月)～2月21日(水) 大阪市で行われた新潟県観光商談会にて旅行会社に対して商談会を行った。
- ⑱ 3月23日(土) 大岡山さくらまつりでの佐渡PR要請があり参加した。 ※佐渡市八幡地区と大田区自治会は防災協定あり。

(2) 国内外で行われる商談会等での誘客活動の実施

- ① 6月19日(月)～6月23日(金) 台湾の訪日旅行会社に対して送客タイプに合わせたセールスを行った。
- ② 8月27日(日)～9月2日(土) 上越新幹線沿線協議会 インバウンド事業(VJ事業)で、アメリカの旅行会社等に対しセールス。
- ③ 10月12日(木)～10月13日(金) 新潟県国際観光推進課の招聘した中国の旅行会社10社に対し商談会を行った。
- ④ 10月26日(木)～10月28日(土) JNTO主催のインバウンド商談会に参加し、海外の旅行会社等に対して商談を行った。
- ⑤ 11月13日(月) ソウル～新潟便の就航に伴い、新潟県国際観光推進課が韓国の旅行会社5社を招

聘し商談会を行った。

⑥ 12月7日(木)～12月13日(水) 観光PRイベント「日本東北遊楽日」に「新潟県ブース」で出展し観光プロモーションを行った。

⑦ 1月21日(日)～1月26日(金) 台北中心に新規の旅行会社を中心に訪問し、4月以降の佐渡商品の造成についてのセールスを行った。

⑧ 2月25日(日)～2月29日(木) 台南及び高雄の旅行会社への再商談及び台北の旅行会社に対して新規のセールスを行った。

⑨ 2月17日(土)～2月21日(水) 高雄市の取り組みを理解するために佐渡市と視察に参加。高雄市高官と面会・食事会にも参加。

⑩ 1月17日(水)～1月18日(木) ハワイ及びロサンゼルス旅行会社を招聘しFAMトリップを行った。

【検証】

事業における対岸自治体との連携は必要不可欠であり、単独での事業に比べて同じ費用でも大きな規模の事業が実施可能となる。引き続き、対岸都市と連携を取りながら佐渡への誘客を進めていきたい。

また、台湾はコロナ明けの訪日旅行需要が高いため、新潟空港への直行便の就航を契機として今後も定期的に新潟と佐渡での連携したイベントを持続的・効果的に実施し、台湾からの誘客に繋げたいと考える。

佐渡観光ナビ運営業務(継続:佐渡市受託)

8,195,000円

【目的】

佐渡市公式観光情報サイト「さど観光ナビ」を運用し、「旅マエ」「旅ナカ」の旅行者のニーズに沿った情報発信を行い、佐渡の魅力度および旅行者の満足度の向上を図る。

【内容】

- ・佐渡市公式観光情報サイト「さど観光ナビ」の運用、保守管理
- ・インバウンドページ制作
- ・日本語ページコンテンツ追加(①金銀山関連記事製作 ②ハッシュタグ機能の追加 ③キービジュアル更新)
- ・佐渡市教育旅行サイト制作

【検証】

英語圏のお客様に特化した情報を提供できるように、また英語圏のお客様が好むようなデザインにすることを目的に、英語ページの改修を行った。「佐渡島(さど)の金山」世界遺産登録により相川エリアでの滞在が増えることを想定し、滞在中の飲食についてスポットを当て、【昼】【夜】それぞれをテーマに飲食店を取材・記事掲載した。

令和5年度のアクセスは、95万ユーザー、147万セッションと、前年度対比で129%となった。

だっちゃんコインシステム運営業務(継続:佐渡市受託)

3,539,619円

【目的】

観光地域通貨システムの運用、管理を行い、デジタル化及びキャッシュレス化の促進と利便性の向上を図る。

【内容】

(1)だっちゃんコインの管理運用等

だっちゃんコインアプリについて、汽船ダイヤの変更が生じた際には、ダイヤ変更の作業も行った。表示内容の変更が必要である箇所については修正を行った。また、だっちゃんコインの支払い・チャージの管理を行った。

<p>(2) 観光地域通貨システムの管理運用、LP の保守管理等 アプリ登録者がアプリを通して加盟店にて使用した金額について、毎月精算管理を行った。 また、加盟店の変更に伴うLP情報の更新を行った。</p>	
<p>【検証】 観光地で使える地域通貨として、キャッシュレス決済を促進するという一定の目的を果たすことができた。 だっちゃんコインについては、<u>10月末にサービス終了となった</u>。これに伴い、5月1日以降は新規のチャージを停止した。 アプリユーザーに対しては、4月から周知を開始しており、<u>トラブルなくサービス終了を迎えることができた</u>。 ただ、今年度は4月からだっちゃんコインのサービス終了を告知していたため、利用額は4.6万円と少額にとどまった。</p>	
<p>観光花緑化業務委託料（新規：佐渡市受託）</p>	<p>167,374 円</p>
<p>【目的】 来訪者を花と緑の景観でおもてなしし、満足度向上につなげるため、地域の活動団体と連携した中で花の植栽や地域の緑化推進を実施する。</p>	
<p>【内容】 島内9か所で、地域の活動団体と連携した花緑化活動を実施した。</p>	
<p>【検証】 島内各地で行われる<u>花緑化活動を支援</u>することにより、美しい佐渡の景観を観光客に提供できている。市民団体の自主的な活動を支援した結果、<u>継続的な環境美化</u>、観光満足度の向上に寄与している。</p>	
<p>さどまる倶楽部アプリ改修業務（新規：佐渡市受託）</p>	<p>9,924,869 円</p>
<p>【目的】 さどまる倶楽部会員の顧客情報を一元管理するCRMシステム導入とアプリ改修を行うことで、旅前から旅後まで一貫した情報発信を可能とする。これにより滞在中の回遊を促し、島内での消費額向上につなげる。また、顧客の属性に最適な情報を顧客ごとに配信する仕組みを整えることで、満足度向上につなげる。</p>	
<p>【内容】 会員管理のためのCRMシステム導入、さどまる会員アプリ改修CRM連携を行う。</p>	
<p>【検証】 顧客の属性に応じたセグメントによりメール配信を行えるようになった。会員データの詳細な分析を行うことができ、旅行傾向や属性に基づいたマーケティング戦略を検討できるようになった。 今後は、島内での消費額向上につなげるため、<u>来島予定のある顧客に対して、周辺の観光情報・飲食店情報などを配信したり、来島後一定期間が経った顧客に対して再来訪を促進するメールを配信したり</u>といった打ち手を行っていく。配信された情報に対する反応を顧客ごとに心理学的属性として蓄積し、心理学的属性によるターゲティングを行えるように設定を行っていく。</p>	
<p>山本悌二郎像寄贈記念イベント支援業務]（新規：佐渡市受託）</p>	<p>2,969,839 円</p>
<p>【目的】 当市の偉人である山本悌二郎氏の縁から台湾政府と共催で開催する交流イベントを実施するにあたり、来島する台湾関係者の受け入れや芸能披露の手配などを行うことで、当市と台湾の交流を深めることを目的とする。</p>	

【内容】 交流イベントの出演者や照明など舞台や会場に関することの手配（7/22）、島内の移動手段や通訳、視察対応などの手配を行った。	
【検証】 7/22 に佐渡市の偉人である山本悌二郎氏の銅像が台湾政府から寄贈されたことを記念し、台湾訪問団及び佐渡市の来賓を招き、銅像の除幕式を実施した。 <u>25名の台湾訪問団をお招きすることができ</u> 、佐渡市と台湾の交流を深めることができた。	
(EC) アートツアー造成業務委託（新規：佐渡市受託）	2,220,000 円
【目的】 佐渡の食、民俗、工芸、日本酒、大自然、アクティビティなどを活用し、高付加価値な滞在型コンテンツ及び旅行商品の企画開発を図る。	
【内容】 食、自然、民俗学、工芸、日本酒の5つのテーマについて、それぞれ2泊3日のツアーを企画開発する。	
【検証】 <u>1組6名のアートツアーへの申し込みをいただいた</u> 。今後はコースの中身の修正をしながら、自社の英語版の販売サイトにおいて継続的に販売していきたい。	
佐渡ジオパーク日本認定10周年記念事業参加者受付業務（新規：佐渡市受託）	1,694,000 円
【目的】 佐渡ジオパーク日本認定10周年記念事業の参加者がエクスカーション及び記念式典、祝賀会等へ参加するための受付業務や、宿泊するホテルの手配などの調整業務を実施し、円滑な事業運営を図ることを目的とする。	
【内容】 (1) 受付システムによる島内外からの参加受付を行った。 島内 180人 島外 36人 計216人 ① WEB上に参加者受付フォームを立ち上げた。(別紙参照) ② 参加受付業務及び管理業務を行った。 ③ 宿泊手配、交通手配及び管理業務を行った。 ④ 申込受付に関する料金徴収と支払いを行った。 (2) エクスカーションに関する業務 ①エクスカーション4コースの実施にかかる手配を行った。 ・新潟交通佐渡の観光バスの手配 ・ツアーコースで施設見学に係る経費の支払いを行った。 ・4コースそれぞれに旅程管理者を配置し、旅程管理を行った。	
【検証】 島内外からの参加者の <u>受付をホームページ上で行い、申込から決済まで一貫して行うことができた</u> 。お客様のご要望に合わせ、電話受付、銀行振り込み等、柔軟に対応した。各種手配についても、関係機関と連絡を取り、円滑な運営を行うことができた。	
トキ野生復帰推進事業（新規：新潟県受託）	468,820 円
【目的】 トキの野生復帰に向けた社会環境整備のため、トキ野生復帰活動への支援者・参加者の拡大を図ることを目的として県内外の参加者を対象としたトキに関する体験ツアーを実施し、活動への理解を深めるとも	

に、新潟県の環境イメージ向上と企業の CSR 活動、学校や各種団体等の環境保全活動の創出・発展等に寄与することを目指す。

①野生のトキが最後まで生息していた地として知られ、トキ放鳥地にもなった両津・片野尾地区の棚田を整備することをメインとした日帰りの商品を企画・開発し、9月9日(土)、第四北越まごころの会の23名のお客様を対象に実施した。

片野尾集落の棚田では、江の掃除と生きもの調査を行い、トキが暮らしやすい環境づくりについて学び体験した。また、昼食は棚田で参加者とともに設置したぬか釜で炊飯した片野尾棚田米や、無農薬野菜やサザエをつかったサザエ汁などを、集落の方と参加者が一緒に調理した。その他、トキの森公園をガイドの案内でまわり、トキ野生復帰に向けた取り組みと、トキと共生する地域の方の暮らしを学んだ。

参加人数：23名(大人17名、中学生1名、小学生4名、幼児1名)

②9月から10月にかけて、親子をターゲットに、ビオトープづくりと生きもの調査を体験するほか、トキの森公園内をトキガイドの案内で見学、また、SNSで話題の斎藤農園のフルーツけずりと、無農薬野菜でつくるお弁当つきのタクシー日帰りプランを企画した。最小催行人数は2名に設定し、期間内の土日祝日を対象に、体験のみの「エンジョイプラン」と船付の「体験パック」を9月中旬より10月末にかけ販売したが集客実績はなかった。

③11月～2月末の設定で、野生のトキ見学ツアーを販売した。内容はトキガイドが付きタクシーで国中地区を案内、トキの野生復帰に関する話をしながら野生のトキを探して双眼鏡で見せる体験内容で、エンジョイプランと体験パック(船付)の両方で販売した。

実績：3組、大人4名が参加

④12月～2月末の設定で、サステナブルな佐渡をテーマに野生のトキ鑑賞と廃材(Tシャツなどの布)を使った草履づくり体験を入れた商品をエンジョイプランと体験パック(船付)の両方で販売した。

実績：2組、大人3名、小人1名が参加

【検証】

第四北越銀行まごころの会様にご参加いただいたツアーのように、体験を通して、佐渡の自然の魅力、人の魅力、食の魅力を島外の方に感じていただくことができ、また受け入れる側もトキを通してお客様と繋がりをもつことができよかった。ツアーをきっかけに双方の継続的な交流が広がることを願いたい。

体験内容については、トキについての講話やビオトープづくり、生きもの調査などは学び要素が多いため、今後ボランティア団体をはじめ、学校や企業研修などにご利用いただくと良い内容ではないかと感じた。

トキの見学ツアーに関しては、組込んだ商品を3商品造成し販売したが、親子をターゲットに造成した、ビオトープづくりと生きもの調査を体験+トキの森公園内をトキガイドの案内で見学+SNSで話題の斎藤農園のフルーツけずり+無農薬野菜でつくるお弁当つきのタクシー日帰りプランは残念ながら実績はなし。

トキガイドが野生復帰に関する説明をし、野生のトキを探しながら佐渡の国中地区のたんぼをまわる内容を組込んだ商品を2商品販売し、5組8名のお客様にご参加いただいた。

個人向けのプランに関しては、4月中に商品造成し、来島が多いゴールデンウィークと夏休みの期間を入れた設定にして、親子をターゲットとし、夏休みの自由研究などと絡めて行うと良いのかもしれない。

また、春・夏商品と秋・冬商品の季節を分けて商品設定をする必要がある。

次年度も反省点を修正しながら商品造成をしていきたい。

佐渡固有の文化活用事業企画運営業務（継続：アースセレブレーション実行委員会から受託） 7,344,342 円

【目的】

佐渡の文化芸術の力を活用した国際発信力のある拠点形成のため、アース・セレブレーション 2023 を核に「響く島。SADO」をコンセプトとした関連事業（佐渡体験プログラム、芸術祭プロジェクト、自然を活用したメディア芸術推進事業、佐渡固有の文化活用事業など）を実施し、新たな魅力を創出することにより新規ターゲットの誘客を図ることを目的に事業を行う。

【内容】

アース・セレブレーションを核に「響く島。SADO」をコンセプトとした関連事業として、薪能・たらい舟など佐渡の文化に特化した関連イベントを実施した。観客総数：6,327 人（天領佐渡両津薪能 840 人、大膳神社薪能 150 人、佐渡小木たらい舟・さざえ祭り 4,736 人、二宮神社薪能 150 人、春日神社薪能 180 人）

【検証】

コロナ禍明けで催しについても通常開催とした。来場者数についてはコロナ前には戻り切っていないが、佐渡固有の文化を体感できる機会の提供は、旅行満足度の向上につながっていると感じた。また薪能については、夜間の開催ということで宿泊に繋がり、かつ空き時間の娯楽としての側面も見出すことが出来ると捉えた。そうして自然と佐渡固有の文化に接し、地域の文化への興味を示すきっかけとなれば、再度の来訪へつながると確信することができた。

インバウンドについても少数ながら見受けられるようになってきた。大半の日本人同様に内容に理解は無くとも、日本文化の雰囲気味わえる機会というのはとても新鮮で貴重であろうと感じる。異国の旅行の醍醐味を正直に提供していくのも大切な役割であると改めて感じた。

相川まちごとミュージアム Project（新規：株式会社 相川車座受託） 3,400,000 円

【目的】「相川まちごとミュージアム Project」を推進し、分散型ホテル滞在者向のコンテンツのテストを行う。

地域の魅力を高め、エリア内の回遊率・滞在時間・観光消費向上させる。

【ターゲット】

史跡佐渡金山を訪問する観光客及びきらりうむ佐渡を訪問する観光客

【内容】

地域事業者、佐渡市と協議し、佐渡金銀山をテーマに「史跡 佐渡金山」と「きらりうむ佐渡」の入場券をセットにした周遊チケットを造成・販売。

【期間】

R5. 8/4-10/31

【施策】

史跡佐渡金山、北沢浮遊選鉱場を含む相川エリアを回遊する着地型観光の開発

- ①共通チケット企画・調整・販売・管理
- ②プロモーション企画・実行
- ③着地型観光商品の開発
- ④マーケティング調査

【検証】

（実績・効果検証）

公共施設と民間施設の入場料をセットにした前例のない商品であったが、**目標販売数 2,000 枚に対し、1,726 枚（達成率 87%）と高い結果に終わった。**また、共通チケット利用によりエリア滞在時間が1時間以上伸び、施設訪問を予定していなかった方々のチケット購入により観光消費額が増加した。観光施設や飲食店舗等と連動し特典を提供したことで、相川の歴史だけでなく、文化・自然・食なども楽しんで頂く事ができ、**滞在時間向上・観光消費額向上に繋がった**（特典のレンタサイクル利用1～2時間利用が48%→56%と8%増加、3時間利用が17%→25%と8%増加）

- ・周遊チケットの売上合計 1,726 枚、2,368,900 円（紙チケット、顔認証チケット）
- ・特典店舗利用数（18 店舗）：216 回
- ・ランタンイベント販売数 156 基（島内客 55%、島外客 45%）9 月 23 日（土祝）実施

（課題と対策）

顧客価値をさらに明確にした商品に改良し、関係事業者にとってもメリットのある商品に仕立てる。また、周遊チケットを利用したモデルコースを提案する。マーケティング施策については、タビマエでの広報や販売を実現し、行動データを蓄積し、顧客の嗜好毎におすすめ商品を提案する仕組み（レコメンド機能）を整える。

「しまだより」情報発信業務（新規：株式会社 DI Palette 受託）	79,200 円
--------------------------------------	----------

【目的】

ウェブサイト「さどっさり」内『しまだより』コーナーでの情報発信

【内容】

ウェブサイト「さどっさり」内『しまだより』コーナーの原稿執筆を行う。月2記事 ※毎月10日、20日頃に1本ずつ

【検証】

観光事業者おすすめのフォトスポットや立ち寄りスポットを紹介。
実際に紹介した場所を訪れたという方々からの声も頂いており、今後も佐渡の旬の情報を発信していく。

海洋周辺地域における訪日観光促進事業 海外メディアを活用した 佐渡観光魅力発信業務（新規：佐渡市受託）	1,206,942 円
--	-------------

【目的】

海外在住者の佐渡市への誘客促進を目的とし、佐渡観光魅力発信について、訴求力の高い海外メディアを活用して効果的なプロモーションを実施する。

【内容】

- 1 米豪を中心とする海外在住者に対し、TripAdvisor への広告出稿
- 2 TripAdvisor に佐渡の体験の掲載を行った。

【検証】

60 万インプレッション程度を想定していたが、**対象範囲の限界から 34 万インプレッションにとどまった。**

当初、米豪ユーザーかつ新潟県とその隣県を検索したユーザーを対象としていたが、広告対象としては範囲が狭すぎ、想定インプレッションに及ばないことが分かった。そこで、追加で対象国と対象とする旅行先の範囲を広げ、広告を展開した。

今後は、アースセレブレーションをはじめとして外国人観光客の需要の高まる夏季に、体験プランの積極的な掲出・プロモーションを行い、旅行者の利便性を高めていくことが必要と考える。

補助事業

観光地域づくりの体制強化事業（専門人材）（新規：観光庁補助金）	24,316,624 円
<p>【目的】</p> <p>①雨宮隆三氏：インバウンド向け古民家を活用した受け入れ施設運営</p> <p>②岡崎慎祐氏：アフターコロナに向けた観光地域戦略の策定と地域 DX 推進および CRM を含むデジタルマーケティングの強化</p> <p>③水谷威信氏：観光地経営を推進する持続可能な組織基盤強化と地域支援機能強化に向けた人材採用および組織づくり</p>	
<p>【内容】</p> <p>①DMO と相川車座主体による DIGTOWN 相川の実行・運用のマネジメント支援／相川車座主体での地域運営体制・生業づくり／相かわ地区の受入施設開発のプロジェクトマネジメント／DMO・佐渡市・民間企業連携による佐渡全体でのまちづくり支援体制の整備</p> <p>②国内外向け着地型旅行商品の造成・磨き上げ／着地型旅行商品の販売拡大／マーケティング強化のための CRM 導入・サービス開発／リピーターや地域のファン拡大を目的としたユーザコミュニケーションの確立／デジタルマーケティング勉強会の実施</p> <p>③マスタープランをふまえた実施計画の作成とその実行とマネジメントの支援／高付加価値化によるインバウンドと富裕層の受入環境整備の支援／インバウンドや富裕層獲得に向けた高付加価値化基本計画策定の支援</p>	
<p>【検証】</p> <p>①4 棟 7 室のホテルの改修工事が完了。金ぶら周遊チケットの企画販売によるきらりうむ佐渡の活性化を実現。今後は分散型ホテルでのまちのフロント機能を DMO が実施することで自主財源の確保、拡大を目指す。</p> <p>②当機構担当のマーケティングに対する専門的知識・スキルが向上。今年度はサイト改修やデータ整備などマーケティングを行うためのインフラを整備した。R6 年度はこれらを活用した本格的な運用を開始するため、引き続き当該専門人材の支援を申請中。</p> <p>③DMO の現状把握のため職員個々へのヒアリング・経営数値の確認、観光庁事業「地域一体となった高付加価値化事業」の申請書作成の支援を行った。</p>	
観光地域づくりの体制強化事業（安定的な財源の確保）（新規：観光庁補助金）	4,522,120 円
<p>【目的】</p> <p>公的財源に頼るところが大きい当 DMO の安定的な財源の確保のための計画を策定する</p> <p>①公的財源の安定性強化 / ②既存事業の収益性改善 / ③収益力の高い事業の開発</p>	
<p>【内容】</p> <p>①佐渡市との継続的な協議機会を設け、DMO の佐渡市に対する提供価値の明確化および果たすべき役割の明瞭な意思表示を実施した</p> <p>②委託事業の整理（事業仕分けと DMO 機能維持に必要な案件の整理、進捗管理の強化による請求時減額の減少）、</p> <p>旅行事業（海外 OTA システムの導入による新たな販路の構築、自社販売サイトのリニューアル、システム改修による業務効率化とオペレーション軽減）、会員事業（会員向けメニューの洗い出しと整理）、レンタサイクル事業の現状把握・売上利益の可視化</p>	

③新規事業の可能性検討のため、先進事例地域（長崎、丹波篠山）の視察、YouTuber とのタイアップイベント実施	
【検証】 専門人材の力を借りながら、既存事業の整理に始まり、スキームや事業自体の改善と持続可能な仕組み化に向けたマネジメントの改善、新たな収益源の検討と実証事業の企画実施など、様々な事業領域で組織的な事業のパフォーマンスを改善する取り組みができた。課題に対して自ら考え、行動することにより、職員の企画実行に関わるスキルや経験値を高めることができた。引き続き経営企画室を中心に、持続可能なDMO 経営に向けて取組を続けていきたい。	
地域一体なった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業／面的DX 化事業（新規：観光庁補助金）	9,007,562 円 （国費 4,503,781 円、市負担金 4,503,781 円）
【目的】 旅行者の個人化やニーズの多様化に対応するため、これまでデータ活用が不十分であった「さどまる倶楽部会員制度」の会員データを用い、個別最適化した対応を行い、利便性を上げつつ周遊を促進し、地域での旅行消費額の最大化を図ることを目的とする。	
【内容】 データ基盤となるさどまる倶楽部 CRM の構築をベースとして、主な接点となる会員アプリの開発を行い、会員とのコミュニケーションの機会を増やし、会員の嗜好性や位置情報、クーポン使用履歴といったデータを収集するシステムを構築した。	
【検証】 一方で、2023 年秋に佐渡汽船が導入を予定していた新しい予約システムに対応した決済連携機能を予定していたが、佐渡汽船側の新しい予約システムの導入が 2024 年春以降に延期となったため、決済機能の導入がまだ完了していない。 11 月のアプリリリース以降、3,701 件のアプリダウンロードと、399 件の佐渡汽船予約申し込みがあり、のべ会員数は 24,946 人、11 月～3 月のクーポン利用回数のはのべ 953 件であった。	

自主事業

外国人のメール問い合わせ対応 [info@visitsado.com]	
【目的】 問い合わせ内容に応じた英語での情報提供・支援。	
【内容】 観光客のメール問い合わせ内容に応じて英語で返信すること。	
【検証】 5 年度のメールでの外国人による問い合わせ数は全体で約 92 件。 問い合わせ内容は、主にお宿の代理予約、レンタカーとレンタサイクルの案内。 国籍別で見ると、アメリカ、フランス、オーストラリアが一番多い。	
海外向け情報発信 [Facebook, JNTO]	
【目的】 海外に佐渡の良さを知っていただくこと。	
【内容】	

海外の観光客に響きそうなコンテンツとイベント情報を投稿すること。

【検証】

FB 投稿数（2023 年 4 月～2024 年 3 月 19 日現在）：90 件（その中いいね数、リーチとシェアが比較的に多い：13 件）

JNTO 投稿数：ウェブサイトは 4 月末までメンテナンスによってアクセスできないため、全体投稿数が確認できず不明。

JNTO への来島外国人数登録

【目的】

JNTO に佐渡に来た外国人観光客数を毎月報告。

【内容】

窓口にお問い合わせに来た外国人観光客の国籍と問い合わせ内容を記録し、毎月 JNTO の会員ページで報告。E-Mail での問い合わせ、日本語の話せない外国人の対応。

【検証】

令和 5 年度は全部で 896 人から問い合わせがあった。

問い合わせ件数について国籍別でみると、1 番多いのは香港 54 件、その次はアメリカ 41 件、台湾が 39 件、フランスが 36 件、シンガポールが 31 件、オーストラリアが 28 件となっている。国籍不明は 50 件。