

# **(一社)佐渡観光交流機構 令和6年度事業報告**

---

令和7年5月30日(金) 第1回通常総会

# 事業一覧

| 1 自主事業              | 2 市委託事業                             | 3 その他事業                       |
|---------------------|-------------------------------------|-------------------------------|
| 1-1 島内ゲストハウス交流会     | 2- 1 滞在型観光個人旅行促進業務                  | 3-1 トキ野生復帰推進事業 体験ツアー実施業務（環境省） |
| 1-2 アドベンチャートラベル事業部会 | 2-2 さどまる倶楽部運営管理等運営業務                | 3-2 新潟県グリーンツーリズム全体交流会（新潟県）    |
| 1-3 旅行業             | 2-3 観光案内所運営業務                       | 3-3 「しまだより」への情報発信業務委託（民間）     |
| 1-4 SNS情報発信事業       | 2-4 佐渡金銀山ガイドンス施設観光案内所運営業務           | 3-4 さどの島銀河芸術祭ツアー造成（民間）        |
| 1-5 佐渡310ヶ島フェス2025  | 2-5 佐渡金銀山ガイドンス施設展示室観覧料徴収事務          | 3-5 佐渡固有の文化活用事業（佐渡市）          |
|                     | 2-6 来島者動態調査分析業務                     | 3-6 宿泊施設運営に係る支援業務（民間）         |
|                     | 2-7 佐渡観光ナビ運営業務                      |                               |
|                     | 2-8 CRM運営管理業務                       |                               |
|                     | 2-9 特別な体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業 |                               |
|                     | 2-10 JRE Workation Pass発行・運用業務      |                               |
|                     | 2-11 世界遺産登録記念歴史・文化・自然体験キャンペーン事業     |                               |

# 1-1 島内ゲストハウス交流会



## 目的

佐渡島内のゲストハウスが意見を交わす交流会を開催。世界遺産登録を見据え、観光客の受け入れ態勢強化を目指す。  
観光客のニーズが多様化するなかで「佐渡島の金山」の世界遺産登録を見据え、受け入れ態勢の強化を目指してゲストハウス間の連携を強めるのが狙い。

## 事業概要

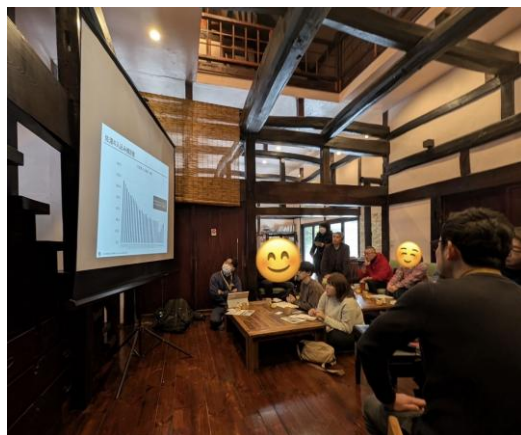
- ① 佐渡でのインバウンド状況、佐渡市、DMOの取り組み
- ② 佐渡市、DMOの取り組み事例紹介
- ③ 意見交換会

## KPI（目標値）

受入体制連携強化 観光客受入客数増加

## KPI（実績値）・達成率

|      |        |     |    |     |                      |
|------|--------|-----|----|-----|----------------------|
| 第1回目 | 参加施設目標 | 20件 | 実績 | 12件 | 6月19日開催@HOSTEL PERCH |
| 第2回目 | 参加施設目標 | 20件 | 実績 | 16件 | 2月12日開催@YOSABEI      |



## 結果・次年度に向けての検証

参加者からは運営する上での悩み事や課題などを共有し議論。特にどのようなOTAを利用しているか、外国語表記、対応をどうするか、リネンやクレーム等の対応方法など。  
OTAに関しては、海外のOTA（booking.com、Airbnb）のみで登録されている施設や、国内向けにじゃらん、楽天などにも登録している施設もあるが、基本的には海外に対してとても積極的に受け入れを行っている。言語対応に関しては、アプリでgoogle翻訳などを利用して対応しており、全く困ることはないとの意見。その他、シーズンオフ対策をどのように行うかが課題となった。

参加者からは、佐渡観光の現状やデータ分析、施設間での繋がり、悩みや課題を共有できた。などの平均的に満足されたようなご意見を頂いた。今後は月次の宿泊者データの協力をお願いし、現在データとして拾えきれていないFIT層（特にインバウンド）の情報収取を行っていく。

## 佐渡市観光交流戦略における位置づけ

### 重点取組

観光まちづくり推進・受入体制の整備

### 重点項目

- 1 まちあるき促進、地域との連携

# 1-2 アドベンチャートラベル事業部会



第一回  
佐渡アドベンチャートラベル事業部会

2024.06.27  
佐渡市公民館



## AT（アドベンチャートラベル）とは？

【定義】  
一般的に『アクティビティ』『自然』『異文化体験』の3つの要素のうち、  
2つ以上を組み合わせた旅行形態

さらに、ATを推進する自治体最大の課題であるアドベンチャートラベル・体験型・アドベンチャー（AT）は、  
『今までにないユニークな体験』『自己発見』『佐渡であること』『刺激』『ローインパクト』  
といった5つの体験価値を追求。

アドベンチャーとは、自然環境の中で身体を動かすことで、自然と人との絆を深め、自己発見や自己成長を促す旅行形態。また、アドベンチャーは、自然環境の中で身体を動かすことで、自然と人との絆を深め、自己発見や自己成長を促す旅行形態。また、アドベンチャーは、自然環境の中で身体を動かすことで、自然と人との絆を深め、自己発見や自己成長を促す旅行形態。

Copyright © Sado Tourism Association 2024. All Rights Reserved.

## 今後の佐渡ATについて



Copyright © Sado Tourism Association 2024. All Rights Reserved.

## 目的

佐渡島内のアクティビティに従事した事業者と共同で佐渡でのアドベンチャートラベルを推進し、造成、販売を行う。

## 事業概要

- ① アドベンチャートラベル概要説明、佐渡の体験実績
- ② 今後の佐渡アドベンチャートラベル造成、販売

## KPI（目標値）

体験消費額向上 → 5, 000円以上  
文化、自然、アクティビティ商品造成 3プラン造成・販売

## KPI（実績値）・達成率

文化、自然、アクティビティ商品造成 3プラン造成・販売  
**鬼太鼓体験、滝ツアー、サイクリングプラン**

## 結果・次年度に向けての検証

第1回目の事業部会を6月に実施。アクティビティ事業者をはじめ、観光関係事業者を交え、現在世界的に需要のあるアドベンチャートラベルの概要説明と佐渡でのアドベンチャー（旧エンジョイプラン）の実績など共有し、現状課題等の意見交換などを行った。  
本格的に造成するにあたり、スルーガイドの育成や販売販路の拡大、海外への販路等、今後行っていかなければいけない課題等が出てきたが、本事業を通して関係する事業者を巻き込みながら商品造成、販売を行っていく予定。

参加事業者：佐渡市、佐渡文化財団、スポーツ協会、佐渡汽船、サードフィールド、アウトドアベース、さどやニッポン、ダイビング協会、エコツアーガイド協会、鼓童文化財団

## 佐渡市観光交流戦略における位置づけ

### 重点取組

アドベンチャーツーリズム推進

### 重点項目

2 アクティビティツーリズム推進

# 1-3 旅行業

自主事業



## 目的

旅行業および旅行サービス手配業を持つ地域のDMOの強みを活かし、地域の魅力を発信し地域の経済循環に寄与するため、サドベンチャー・乗船券付きプランをはじめ受注旅行や宿泊斡旋など、地元事業者と協力しながら旅行商品の開発と販売を行う。

## 事業概要

- ・サドベンチャーのコンテンツ造成及び販売
- ・乗船券付きプランコンテンツ造成及び販売
- ・受注旅行
- ・宿泊斡旋
- ・さどまる倶楽部
- ・その他各種委託に係る体験企画及び販売

## KPI（目標値）

年間売上 88,600,000円

## KPI（実績値）・達成率

72,032,886円（81.3%）

## 結果・次年度に向けての検証

- ・サドベンチャー及び乗船券付きプラン売上 44,835,790円
- ・受注受け入れ 売上 16,185,058円
- ・その他 売上 11,012,038円

年間売り上げ目標には達しなかったものの、対前年売上では125%増と売り上げ面ではプラスで着地することができた。

SNSの効果的なプロモーション等、マーケティング戦略も少しずつ効果が出てきている。

目標と進捗管理を徹底しつつ、より顧客ニーズに合わせた商品の造成やPR方法の工夫をしていく。

## 佐渡市観光交流戦略における位置づけ

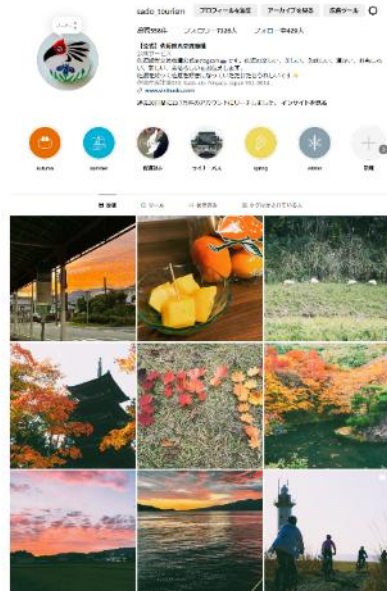
### 重点取組

アドベンチャーツーリズム推進  
(商品造成)

### 重点項目

- 1 長期滞在コンテンツ造成
- 2 アクティビティツーリズム推進

# 1-4 SNS情報発信事業



## 目的

フォロワーとの定期的なコミュニケーションにより、「佐渡」へのエンゲージメント率を高める。

最新情報を伝えたり、きれいな写真で魅力を伝えたりすることで、利便性の向上と誘客促進を図る。

## 事業概要

- ・ Instagram（日本語、英語）
- ・ X（日本語）
- ・ Facebook（日本語、英語）

での情報発信、運用を行う。

## KPI（目標値）

| 対象        | 指標             | 目標     |
|-----------|----------------|--------|
| Instagram | ①月末フォロワー数（3月末） | 6,590  |
|           | ②年間ENG数        | 12,000 |
|           | ③平均ENG率        | 6.6%   |
| X         | ①月末フォロワー数（3月末） | 6,520  |
|           | ②年間ENG数        | 21,600 |
|           | ③平均ENG率        | 4.8%   |
| Facebook  | ①月末フォロワー数（3月末） | 8,980  |
|           | ②年間ENG数        | 39,000 |
|           | ③平均ENG率        | 14.0%  |

## KPI（実績値）・達成率

| 対象        | 指標        | 3月実績  |
|-----------|-----------|-------|
| Instagram | ①月末フォロワー数 | 7,709 |
| X         | ①月末フォロワー数 | 6,595 |
| Facebook  | ①月末フォロワー数 | 9,281 |

## 結果・次年度に向けての検証

- ・ 継続して発信を行うことができた。
- ・ 3月時点のフォロワー数は、各SNSで目標を上回ることができた。

## 佐渡市観光交流戦略における位置づけ

### 重点取組

持続可能な「エコの島」ブランド化

### 重点項目

2 来訪目的になるプロモーション

# 1-5 佐渡310ヶ島フェス2025



## 事業額

6,549,123円

## 目的

中々PRできなかった「佐渡の島開き」に合わせて、来島意欲の強い「けえ島育ち」のフォロアーに対して、来島のきっかけを与えるとともに、イベントを通し佐渡の特産品や観光資源をインフルエンサーの影響を用いて発信することで佐渡ファン（関係人口）獲得を目指し、今後の更なる来島へとつなげる。

## 事業概要

ステージ：動画クリエイターけえ【島育ち】をゲストに迎え、  
けえ企画・演出による来場者参加型ステージ企画  
会場内：飲食物販テント、キッチンカー等

## KPI（目標値）

参加者合計 2000人（R5年度2,500人）  
宿泊パック 300人（R5年度 195人、195人泊）

## KPI（実績値）・達成率

参加者合計 1133人 56.6%  
宿泊パック 95名 延べ116人泊

## 結果・次年度に向けての検証

今期の開催は島外向けの料金設定、WEBを中心としたPRとした結果島民の参加が昨年より大幅に減ってしまった。しかし島外からのイベント参加者の評判は高く、「この料金でここまでしてもらえる神イベント」等のコメントを多数いただいた。スタンスを観光向けに振り切った結果、昨年より動員が減ったが、観光閑散期開催のイベント趣旨としては、間違えではなかったと思う。

## 2-1 離島滞在型観光個人旅行促進業務（企画乗船券販売促進事業）



### 事業額

61,226,533円

### 目的

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。

また、一次産業や地域との連携等により、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の構築を目指す。

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。

### 事業概要

- ① 個人フリー型企画乗船券の販売
- ② 団体型旅行商品の造成促進
- ③ 体験クーポン付き企画乗船券の販売

### KPI（目標値）

販売目標 9,578人（R5年度 10,452人）

個人 2,778人（助成金予算枠より算出、R5年度実績1,845人）  
 関東800人・関西400人・中部400人・県内800人・その他378人

団体 6,800人（助成金予算枠より算出、R5年度実績8,282人）  
 関東3,400人（R5実績4,034人） 関西1,000人（R5実績1,290人）  
 中部2,300人（R5実績2891人） その他100人（R5実績67人）

### KPI（実績値）・達成率

販売実績 12,299人（128.4%）

個人 2,800人（100.7%）  
 関東1,339人 関西263人 中部193人 県内260人 その他316人 不明429人

団体 9,499人（139.6%）  
 関東5,682人 関西1,653人 中部2,043人 九州121人

### 結果・次年度に向けての検証

乗船券付きプランについては、SNS等によるPRによる体験商品の認知度が向上している証拠といえ、SNS活用による発信の成果であると考ええる。旅行会社企画商品については、物価高騰の煽りを受け各社高単価商品となってきているが、価格以上の価値や他社との違いを提供するための工夫が感じられ、地域の観光資源の掘り起こしにも貢献度が高いと感じる。

次年度については、予算枠の制限もあるが、団体についてはインバウンド枠を新設し、誘致強化を図る。

### 佐渡市観光交流戦略における位置づけ

#### 重点取組

アドベンチャー・ツーリズム推進  
（商品造成）

#### 重点項目

1 長期滞在コンテンツ造成

## 2-2 さどまる倶楽部運営管理業務



佐渡アイランドサポーター

### さどまる倶楽部



#### 会員特典

- 1 佐渡汽船特別割引
- 2 クーポン利用可能店での特典
- 3 タクシー・レンタカー特別料金



#### 事業額

7,875,600円

#### 目的

さどまる倶楽部の会員情報を管理し、また、PR及び各種手配等を行い、新規会員獲得や会員の利便性向上を図る。

#### 事業概要

- ・予約手配業務
- ・さどまる倶楽部登録受付業務
- ・さどまる倶楽部PR業務

#### KPI（目標値）

さどまる倶楽部特別割引年間利用 4,640件  
さどまる倶楽部会員数 37,000名（年間伸び率1.3倍）

#### KPI（実績値）・達成率

さどまる倶楽部特別割引年間利用 3,756件（達成率 80%）  
さどまる倶楽部会員数 34,945名（達成率 94%）

#### 結果・次年度に向けての検証

- ・アプリ会員数が34,945名となり、対目標で94%の実績となった。
- ・定期的に配信しているメールマガジンの開封率が30～40%となっており、引き続きクリック数やアクション数の分析と佐渡の魅力や情報発信に力を入れ、誘客につなげていく必要がある。
- ・市と連携してふるさと納税の情報を発信し、寄付の促進にも貢献できている。

## 2-3 観光案内所運営業務



### 事業額

21,048,131円

### 目的

観光客等に対して的確な現地情報の提供による案内業務を行う

### 事業概要

- (1) カウンター業務
- (2) 観光案内所の運営管理業務
- (3) 観光ガイドの常駐に関する業務  
観光案内所の機能強化として、ふれあいガイド（町並みガイド）を佐渡観光情報案内所、相川観光案内所に常駐させ、来訪者からのガイド申し込みに対応できる状況を整備
- (4) 多言語対応  
A I 通信機（ポケットーク）で外国人観光客の窓口対応を行う



### 結果・次年度に向けての検証

問合せ及び案内等は、全体で 59,574件（前年比 99%）となった。経路としては窓口50%、電話24%が多く、前年比で両津は99%、南佐渡は104%、相川は90%となった。問合せ数が減少した理由としては、タビ前の情報発信の利用が増加し、タビナカの問い合わせが減ったためと考えられる（佐渡観光情報サイト「さど観光ナビ」のアクセスが前年比130%増加。中でも、Q&A等のタビ前情報ページのアクセスが230%と増加している）インバウンドについては、全体で1,876名、前年比108%と増加しており、上位シェアはアメリカ人（15%）、台湾（15%）、フランス人（13%）。インバウンドの誘客は、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が、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。

## 2-4 佐渡金銀山ガイドンス施設観光案内所運営業務



### 事業額

4,532,000円

### 目的

佐渡金銀山の拠点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すること

### 事業概要

- (1) 地域観光イベントと連携した取り組み
- (2) 来館者増加に向けた宣伝活動、情報発信
- (3) 当施設利用の佐渡市主催イベントをサポート
- (4) 当施設を拠点としたガイド機能強化
- (5) まちへの誘導と町内での消費喚起
- (6) 施設管理・点検

### KPI（目標値）

イベント参加者 1,900名  
(R5年度参加者1,607名、前年対比120%目標)

### KPI（実績値・達成率）

R6年4月～R7年3月まで参加者 3,283名、目標達成率 172%

### 結果・次年度に向けての検証

地域観光イベントと連携した取り組みについては、地域事業者やまちづくり会社である地域事業者、地域住民と連携したイベントを10回開催し、きらりうむ佐渡の認知度向上に務めた。きらりうむ佐渡への来場者の誘致に向けては県内外のイベントや商談会に参加し、パンフレット等による周知を行った。交通に関する地域課題（二次交通不足、駐車場不足、人材不足等）解決に向けて、佐渡市交通政策課、WILLER EXPRESS株式会社と連動し、自動運転バスによる試乗会を実施。相川ふれあいガイドを乗車させ、地域の魅力発信やコンテンツ造成の可能性を探った。今後も周遊施策を改善し、来館者数及び顧客満足度を高めていく。

## 2-5 佐渡金銀山ガイドンス施設展示室観覧料徴収事務



### 事業額

335,160円

### 目的

きらりうむ佐渡展示室観覧料徴収・売上金管理  
・券売機器管理

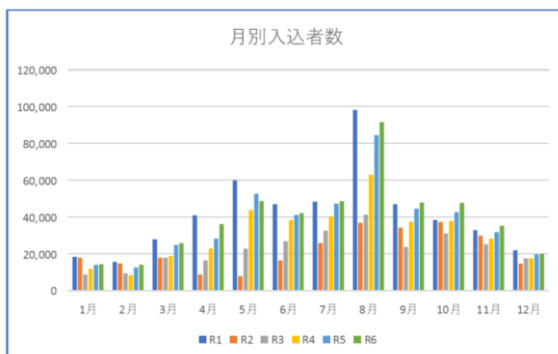
### 事業概要

- (1) 団体料金の収受、ツアー等団体への領収書の発行
- (2) 毎日の業務日誌の作成、  
観覧料の集計及び佐渡市への報告
- (3) 券売機2台分の釣銭の補充
- (4) 金庫の現金（売上、釣銭）管理（金庫の鍵を貸与）
- (5) 券売機の管理、不具合等の対応（券売機の鍵を貸与）

### 結果・次年度に向けての 検証

きらりうむ佐渡展示室観覧料徴収・売上金管理  
・券売機器管理を問題なく遂行した。  
今後も業務を確実に遂行する。

## 2-6 来島者動態調査分析業務



佐渡入込者数の現状

|     | R1      | R2      | R3      | R4      | R5      | R6      | R5,R6比較 |
|-----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 1月  | 18,222  | 17,785  | 8,686   | 11,764  | 13,864  | 14,267  | 102.9%  |
| 2月  | 15,428  | 14,733  | 9,365   | 8,170   | 12,370  | 13,914  | 112.5%  |
| 3月  | 27,734  | 17,730  | 17,760  | 18,685  | 24,670  | 25,676  | 104.1%  |
| 4月  | 40,884  | 8,609   | 16,298  | 22,745  | 28,180  | 36,063  | 128.0%  |
| 5月  | 59,894  | 7,723   | 22,703  | 43,651  | 52,499  | 48,530  | 92.4%   |
| 6月  | 46,913  | 16,302  | 26,812  | 38,207  | 41,059  | 42,088  | 102.5%  |
| 7月  | 48,217  | 25,772  | 32,489  | 40,083  | 47,109  | 48,500  | 103.0%  |
| 8月  | 98,175  | 36,807  | 41,132  | 62,862  | 84,371  | 91,464  | 108.4%  |
| 9月  | 46,885  | 34,137  | 23,651  | 37,310  | 44,327  | 47,768  | 107.8%  |
| 10月 | 38,335  | 37,168  | 30,866  | 37,759  | 42,505  | 47,622  | 112.0%  |
| 11月 | 32,801  | 29,854  | 25,080  | 28,192  | 31,585  | 35,088  | 111.1%  |
| 12月 | 21,750  | 14,526  | 17,425  | 17,389  | 19,530  | 19,931  | 102.1%  |
| 年計  | 495,239 | 261,145 | 272,268 | 366,815 | 442,069 | 470,910 | 106.5%  |

クルーズ船を除く

### 事業額

646,140円

### 目的

佐渡市の観光の現状及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、性別等の属性等のデータを分析した上で報告資料を作成する。

### 事業概要

- (1) 来島者動態に関するレポート
- (2) 来島者動態に関する報告書の作成

### KPI（目標値）

- ①来訪者満足度（大変満足割合）41.0%
- ②リピーター率 51.3%
- ③一人当たり旅行消費額 5.0万円  
（DMO事業計画に準拠）

### KPI（実績値）・達成率

- ①来訪者満足度（大変満足割合）41.3%
- ②リピーター率 33.7%
- ③一人当たり旅行消費額 5.6万円

### 結果・次年度に向けての検証

- ・毎月、来島者数の推計を行っている。
- ・来島者入込数の推計で、対前年比で106.5%となった。
- ・10、11月の伸びは顕著で、令和元年を超える入込となった。

### 佐渡市観光交流戦略における位置づけ

#### 重点取組

デジタルマーケティング

#### 重点項目

1 デジタルアンケートの実施

## 2-7 佐渡観光ナビ運営業務



### 事業額

5,695,360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。

### 事業概要

- (1) 運用、保守管理
- (2) 日本語ページへのコンテンツ追加
- ①「さどじまん」で定期的かつ時事的な現地目線の発信を行うため、現地ライターを募集し、年10回程度の記事掲載を行う。
- ②「佐渡島の金山」の世界遺産登録を見据え、関連ワードで検索したユーザーが着地するためのランディングページを作成する。
- ③ ①②に関するコンテンツ写真素材制作を行う。

### KPI（目標値）

年間アクティブユーザー(AU) 157万

### KPI（実績値）・達成率

年間アクティブユーザー(AU) 113万（達成率71%）

### 結果・次年度に向けての検証

- ・世界遺産登録のタイミングを絶好の契機と捉え、事前に用意していたキービジュアルや新着記事の掲載などを行い、流入を増加させた。
- ・世界遺産に関係したモデルコース記事などを掲載した。

### 佐渡市観光交流戦略における位置づけ

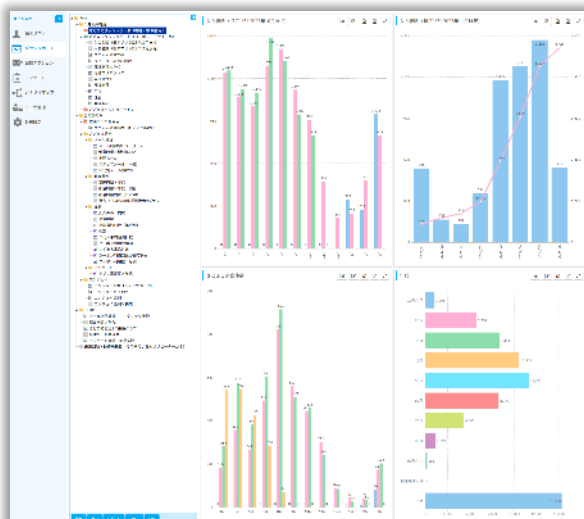
#### 重点取組

持続可能な「エコの島」ブランド化

#### 重点項目

2 来訪目的になるプロモーション

## 2-8 CRM運営管理業務委託



事業額

3,935,058円

目的

さどまる倶楽部会員の顧客情報を一元管理するCRMシステムを活用した旅マエから旅アトまでの一貫した情報発信を行い、滞在中の回遊を促し、島内での消費額増加につなげる。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。

事業概要

(1) CRMシステムの運用

CRMシステムを活用し、旅行消費額の増加及び満足度向上を図る。顧客のデータを基にしたセグメントやシナリオに基づいた自動化により、情報配信を実施する。

(2) データ分析

KPI（目標値）

- ①のべ年間メール配信会員数 2.5万通×12か月＝30万通
- ②メール開封率（開封数/配信数）42.0%
- ③リピーター率 51.3%

KPI（実績値）・達成率

- ①のべ年間メール配信会員数 42万通（達成率 140%）
- ②メール開封率（開封数/配信数）35.0%（達成率 83%）
- ③リピーター率 33.7%（達成率 66%）

結果・次年度に向けての検証

- ・CRMシステムを活用してステップメールの配信等を行った。
- ・定期メール 42万通を配信し、開封数は14万通となった。佐渡への誘客、消費額向上に向けてさらに発信を行う必要がある。

佐渡市観光交流戦略における位置づけ

重点取組

デジタルマーケティング

重点項目

2 さどまる倶楽部会員データ分析



## 2-9 特別な体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業

佐渡市受託

### 事業額

16,200,000円

### 目的

「佐渡島の金山」世界遺産登録を見据え、佐渡ならではの普段体験することのできない特別な体験を構築し、訪日外国人を中心とする誘客につなげるとともに、地域内での旅行消費額拡大を図る

### 事業概要

- (1) 着地型プレミアムツアー商品の造成・販売
- (2) Heritage Gastronomy 企画運営
- (3) プロモーション業務
- (4) イベント参加者の来訪者調査及び満足度調査

### KPI（目標値）

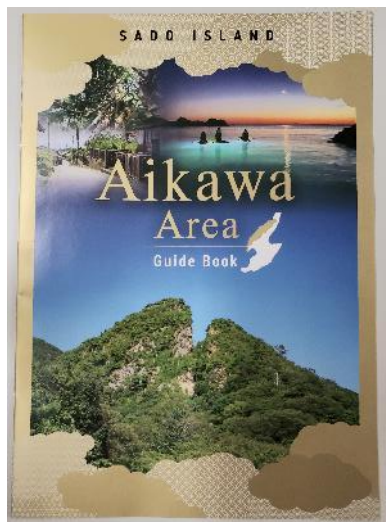
- (1) 6 商品造成・広報・販売、エリア冊子3500部製作配布
- (2) ガストロノミーイベント企画実行（1回）
- (3) プロモーション企画実行分析（広告1回）
- (4) 来訪者調査及び満足度調査（1回）
- (5) 地域紹介ツール企画作成（LP作成）

### KPI（実績値・達成率）

全て遂行・達成済

### 結果・次年度に向けての検証を追加

プライベートツアーを造成販売し、販売目標 400人、10,760,000円に対し、外国人、日本人の合計 32人、313,500円。Heritage Gastronomyは、販売目標26人、3,200,000円に対し、外国人、日本人の合計 7人、533,000円。来訪者調査及び満足度調査では、インバウンド顧客の満足度は「大満足」が50%、次回の参加意向は「やや参加したい」が42%と最多で今後の販売に繋がるような推奨度の高い体験を提供することができた。データ分析より、史跡佐渡金山が代表的で重要な観光施設であることが伺え、今後も史跡佐渡金山を核とした魅力的なコンテンツを提供し、誘客に繋げていく。



## 2-10 JRE Workation Pass発行・運用業務



### 事業額

660,000円

### 目的

JR東日本が自治体向けに販売する「JRE Workation Pass」を購入し、企業や起業家のニーズに応じてそのクーポンコードの発行・運用を行うことを通じて、佐渡市への研修・ワーケーションの誘致促進を図ることを目的とする。

### 事業概要

JRE Workation Passを購入し、申込者からの申込内容に基づき、クーポンコードの発行を行う。

### KPI（目標値）

クーポンコード利用 50口

### KPI（実績値）・達成率

クーポンコード利用 47口（達成率94%）

### 結果・次年度に向けての検証

- ・さど観光ナビ内の「佐渡ワーケーション」サブページにて、ワーケーションパスの申込の導線を設置し、ワーケーションに興味のあるユーザーにキャンペーンを周知した。
- ・新たにワーケーション向けの体験プランも提供した。

### 佐渡市観光交流戦略における位置づけ

#### 重点取組

持続可能な「エコの島」ブランド化

#### 重点項目

2 来訪目的になるプロモーション

## 2-11 世界遺産登録記念歴史・文化・自然体験キャンペーン事業



**世界文化遺産登録記念 歴史・文化・自然体験  
期間限定キャンペーン**

電動アシスト付きレンタサイクルで  
気軽にまちめぐり♪

令和6年8月24日（土）～11月30日（土）  
※相川・小木限定

基本料金：無料/2時間  
(オプションでヘルメット付き)  
(追加料金 1時間ごとに500円)

※レンタサイクルのタイプによって追加料金が異なりますので、  
案内所窓口にてご確認ください。

お問合せ先  
相川観光案内所：佐渡市相川三町目浜町18-1 ☎0259-74-2220  
南佐渡観光案内所：佐渡市小木町1935-26 ☎0259-86-3200  
営業時間：午前8時30分～17時まで

### 事業額

3,373,495円

### 目的

「佐渡島の金山」の世界遺産登録を機に、着地型体験やレンタサイクルの利用促進を図り、魅力の再発見とともに、佐渡での滞在時間延長と旅行消費額の拡大を図る。

### 事業概要

- ①サドベンチャー！の申込者向けに、島内で利用できる2,000円クーポン券を発行する。
- ②2時間無料レンタサイクルを実施する。また、シティタイプの電動自動車を追加購入し、キャンペーンにおいて活用する。

### KPI（目標値）

- ①クーポン付与目標 5,000人
- ②レンタサイクル貸し出し 1,200人

### KPI（実績値）・達成率

- ①クーポン付与768人（達成率 15%）
- ②レンタサイクル貸し出し646人（達成率53%）

### 結果・次年度に向けての検証

クーポン回収率は94%となった。

文化や自然を楽しむ体験への申込み促進に向けて、お得感のあるクーポンにより、一定程度の効果があったと思われる。

レンタサイクル2時間無料キャンペーンを実施し、相川・小木周辺でのレンタサイクル利用を底上げできた。

### 佐渡市観光交流戦略における位置づけ

#### 重点取組

持続可能な「エコの島」ブランド化

#### 重点項目

2 来訪目的になるプロモーション

## 3-1 トキ野生復帰推進事業



### 事業額

631,000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。

### 事業概要

- (1) 企画・参加者募集・ツアー運営
- (2) 地元受け入れ団体との協力体制の構築、調整

### KPI（目標値）

- ①企業活動等ツアー経費 1 団体に対し、旅費の一部補助額100,000円
- ②個人プランツアー 30組に対し体験料の一部補助額 405,000円

### KPI（実績値）・達成率

- ①企業活動等ツアー「第四北越まごころの会」9/7実施（100%）
- ②個人プランツアー 12組に対し318,000円（78%）



### 結果・次年度に向けての検証

第四北越まごころの会様のボランティアイベントの実施を、椎泊集落に受け入れていただいた。椎泊集落はトキと暮らす郷認証米活動に取り組む農家や、昼食づくり体験を担っていただけるお母さん達の協力により、今年度初めて実施し今後も協力を続けていただければという。

個人向けプランはサドベンチャーにてトキと金山をめぐるタクシープラン等を販売した。

## 3-2 新潟県グリーンツーリズム全体交流会



### 事業額

350,000円

### 目的

新潟県内のグリーン・ツーリズム関係者が一堂に会し、開催地域の取り組み事例を学ぶとともに親睦を深め、意見交換等を通じて今後のグリーンツーリズムの取り組みに資する場とする。

### 事業概要

開催地域の地域協議会（農泊・グリーンツーリズム部会）市、県の担当で構成した実行委員会が運営主体となり、1泊2日の研修を行う。

### KPI（目標値）

県内・島内より60名参加目標

### KPI（実績値）・達成率

全日参加 45名、交流会のみ参加6名、事例発表と体験のみ参加6名  
合計 57名参加（達成率95%）

### 結果・次年度に向けての検証

宿泊・交流会を敷島荘で行い、事例発表を金井コミュニティセンターにて開催した。

#### ■事例発表・エクスカーション（テーマ別現地見学）

- ①佐渡島の古来からの"繋がり"が外国人にも響く  
さどやニッポン株式会社 代表取締役 相田忠明
- ②「人にも地球にも優しい商品を」合同会社島とりどり 江龍田 崇大
- ③野生のトキと野生復帰を支えた農業

## 3-3 「しまだより」への情報発信業務委託



事業額

66,000円

目的

「さどっさり」における島内の情報発信  
<https://www.sadossari.jp/>

事業概要

「さどっさり」内『しまだより』コーナーにて佐渡島内の  
 地元ネタ記事作成（毎月1本）

KPI（目標値）

毎月1記事×12か月＝12記事執筆納品

KPI（実績値・達成率）

R6年4月～3月まで12記事納品済み、達成率100%

結果・次年度に向けての  
検証

委託内容を滞りなく遂行した。  
 今後もウェブアクセス向上に役立てる記事作成を行う。

## 3-4 さどの島銀河芸術祭 ツアー造成



大佐渡コース

歴史建造物 金沢屋旅館で  
お座敷体験コース

のろま人形とわら細工

### 事業額

965,000円

### 目的

アートをきっかけとして、佐渡の豊かな自然や文化を深く体験することで、より長期の滞在へつなげ、インバウンド満足度を高めブランド力を向上させる。

### 事業概要

令和6年6月29日～令和6年11月10日の間で民謡・のろま人形芝居・わら細工・鬼太鼓・能を活用し下記の業務を行う

- ①着地型商品開発販売
- ②販売管理・登録（サドベンチャー上）
- ③LPサイト作成
- ④その他

### KPI（目標値）

造成書品数 5商品  
設定本数 10本  
募集人数 10×10人

### KPI（実績値）・達成率

|      |      |      |                    |
|------|------|------|--------------------|
| 設定本数 | 設定本数 | 18本  | （達成率 180%）         |
| 造成商品 | 日本語  | 10商品 | （内2商品に関しては販売後取り下げ） |
|      | 英語   | 8商品  |                    |
| 募集人数 | 5名   | （5%） |                    |

### 結果・次年度に向けての検証

佐渡の芸能を取り入れた商品は地域文化のPRの為にも有益である一方、造成側の思いの強さが前面に出ており、ややプロダクトアウト気味であり、内容の魅力を十分に「楽しい」体験として見せられていなかった可能性がある。また、実際の販売についての調整に時間がかかり実施日までかなり日がない状態での販売開始となり、十分にPR期間が持てなかった。

時期に関しては、「より参加したい」と思わせる工夫をし、実施日の2か月前には商品として公開されるよう準備をする必要がある。

## 3-5 佐渡固有の文化活用事業企画運営業務



### 事業額

9,157,687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2024を核に、関連事業（佐渡体験プログラム、佐渡固有の文化活用事業、インバウンド受入強化事業など）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。

### 事業概要

- ①薪能管理運営業務（5か所）
- ②佐渡小木たらい舟・さざえ祭り及び夜のさざえ拾いの管理運営業務
- ③春駒・のろま人形上演会の管理運営業務

### KPI（目標値）

参加者合計 6,500人（R5年度6,327人）

### KPI（実績値）・達成率

参加者合計 4,850人・74.6%

### 結果・次年度に向けての検証

①薪能集客約1,616名。②集客約3,150名。③集客約84名。総集客約4,800名。天候の影響もあり集客目標には届かなかった。運営体制へテコ入れが必要なイベントもあり、受け入れ強化を目的に運営の見直しを図るなど、さらに充実したイベントの提供ができるように取り組む。

### 佐渡市観光交流戦略における位置づけ

#### 重点取組

アドベンチャーツーリズム推進  
（商品造成）

#### 重点項目

2 アクティビティツーリズム推進

## 3-6 宿泊施設運営に係る支援業務



### 事業額

1,247,510円

### 目的

2021年12月3日「佐渡地域における歴史的資源を活用した地域活性化に関する連携協定」に基づき地域活性化を行う

### 事業概要

- (1) 着地型商品の企画・販売広報
- (2) フロント拠点構築支援
- (3) フロント受付代行

### KPI（目標値）

- (1) 着地型商品の企画・販売（本数を委託元と協議）
- (2) フロント拠点構築（運用フロー、葉作成：日英各1部、宿案内説明書作成：日英各1部）
- (3) フロント代行業務（受付案内）

### KPI（実績値・達成率）

- (1) 委託元と協議中
  - (2) 達成率100%
  - (3) 200,000円に対し、9月までで82,500円利益、41%
- ※（3）は事業額とは別で成果報酬型の利益

### 結果・次年度に向けての検証

フロント拠点機能強化を目的とし、まちあるきツールを作成し、まちへ誘導する仕組みを構築する

### 佐渡市観光戦略における位置づけ

#### 重点取組

観光まちづくり推進・  
受入体制の整備

#### 重点項目

- 1 まちあるき促進、地域との連携