# 佐渡観光の現状と
# これからを考える
# 意見交換会

**2026年11月25日**







主催：一般社団法人 佐渡観光交流機構(DMO)

# 本日の流れ

・佐渡の観光動向（2026年1月～10月）（３０分）

・佐渡の観光コンテンツの現状とこれから（２０分）

・質疑応答（10分）

・観光プロモーションの報告（佐渡汽船さまより）（１０分）

～休憩（１０分）～

・これからの佐渡観光についての意見交換（４０分）

# 佐渡観光の動向データ

## 2026年 1-10月(推計値)

※本資料は、DMO独自の調査に基づき、佐渡観光の現状や動向を把握するために作成した参考資料です。
今後の観光施策や地域の取り組みを考えるための基礎情報としてご活用ください。

出典
来訪者数　＝　佐渡汽船の改札実数 × 乗船データから出した構成比
観光消費額　＝　来訪者数 × 佐渡来訪者満足度調査の1人あたり消費額





# 1-10月の来訪者 492,384人。前年より 54,173人 増加

来訪者数 (1-10月)

**492,384人**

**+54,173人**
**(前年 438,211人・+12.4%)**

観光消費額(地域に落ちるお金)

**308.48億円**

**+86.75億円**
**(前年 221.73億円・+39.1%)**

1人あたり消費額

**62,650円**

**+12,051円**
**(前年 50,599円・+23.8%)**

2泊で滞在する人の割合

**31.4%**

**+3.5pt**
**(27.9% → 31.4%)**

- 前年を下回ったのは1月だけで、海が荒れた日が16日(前年9日)あり、船の欠航が増えたことが要因。
- 増加分の内訳(人数)は、目的別では観光 +54,918人、エリア別では関東方面 +48,460人。
- 唯一減少したエリアは、県内(新潟県)は -34,565人のみで、その他エリアは全て増加。
- 伸び率では、中国・九州・四国 +77.7%、関西 +60.5%など遠くに行けば行くほど伸び率が高い。

出典: 佐渡汽船 乗船データ / 佐渡来訪者満足度調査(2026年) / 佐渡市 観光施設月報 / さど観光ナビ ・推計値

# 【今年の主な増加分のカスタマージャーニー】
# 旅の流れ: 決め手はSNSへ、滞在は長く、満足度は3年で最高

① 旅前 ― 知る・決める

**SNS 23.8%**

**佐渡を選ぶ決め手にSNSを挙げた人。3年前は18.1%**
**(18・19Pで詳しく)**

▶

② 旅中 ― 島で過ごす

**2泊 31.4%**

**前年は27.9%。島で過ごす時間が長くなっています**
**(8・17Pで詳しく)**

▶

③ 旅アト ― 帰ったあと

**満足度 6.46**

**前年は6.18で、3年のなかで最も高い**
**(12・13Pで詳しく)**

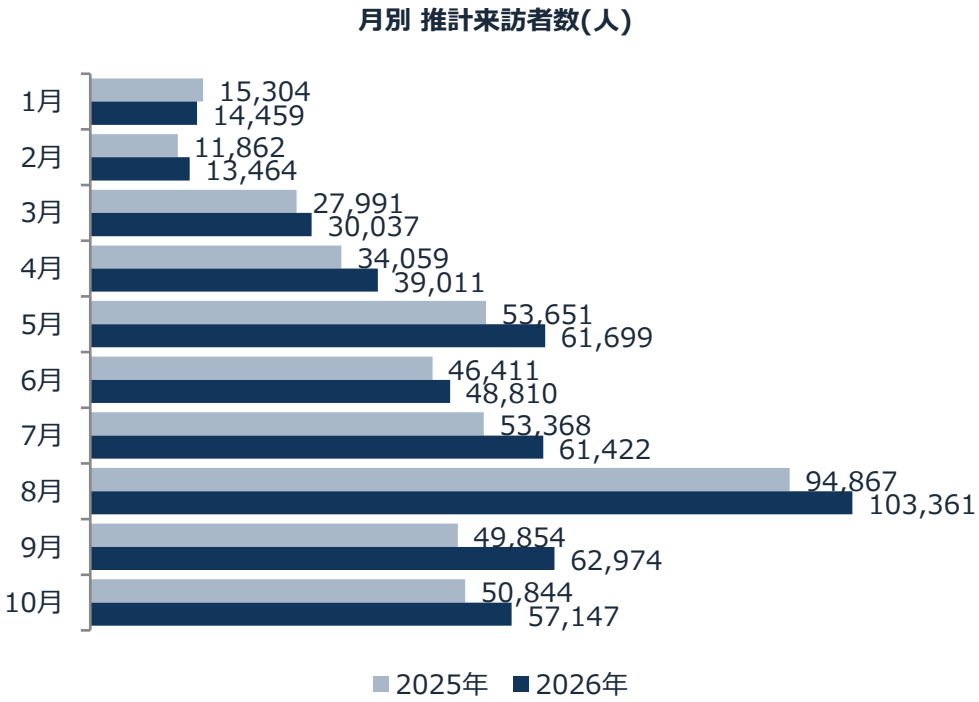
どの場面も前年より良くなっています。

次にどこを強くするか、皆さんと考えたいところです！

★以降のページでは、
**来訪者数** → **どこから来たか** → **何に使ったか** → **満足度** の順に、この3つの場面を見ていきます

出典: 佐渡汽船 乗船データ / 佐渡来訪者満足度調査(2026年) / 佐渡市 観光施設月報 / さど観光ナビ ・推計値

# 月ごとの来訪者: 下回ったのは1月だけ。9月が最も伸長




**1月 -845人(-5.5%)**
唯一の前年割れ。ジェットフォイルが306便中92便欠航(30.1%)で欠航が増えた。

**7月 +8,054人(+15.1%)**
9月に次ぐ伸び率。全航路で欠航0便。

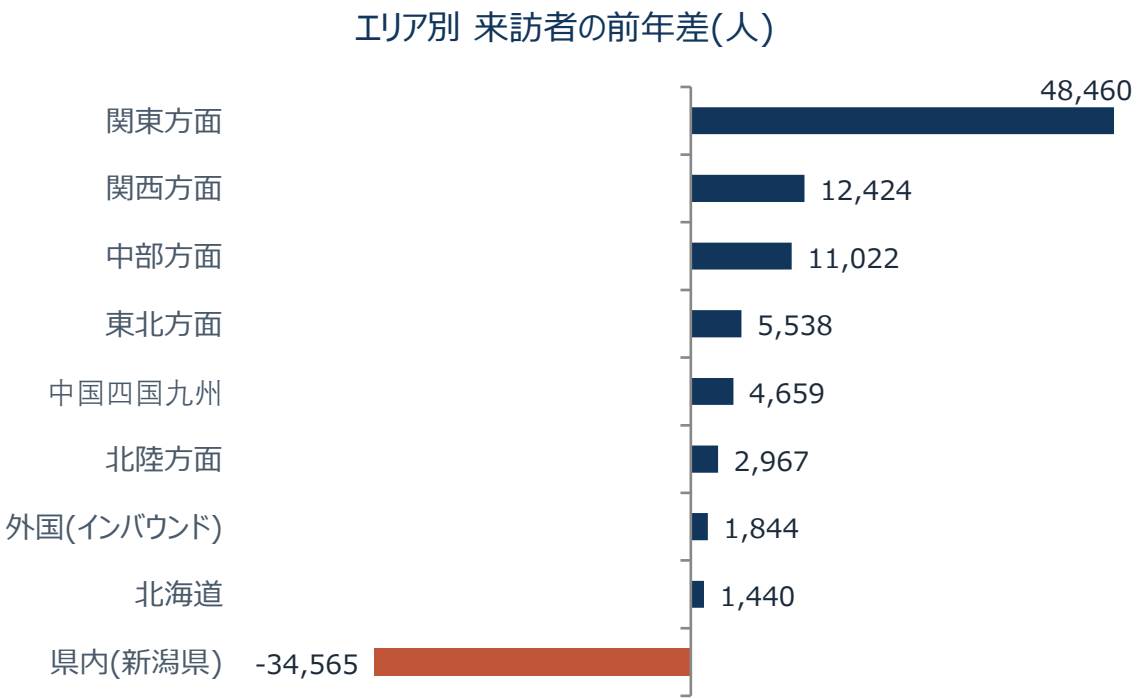
**8月 +8,494人(+9.0%)**
103,361人で年間最大。2番目に多い9月(62,974人)の1.6倍。

**9月 +13,120人(+26.3%)**
人数、増加率ともに最も高い伸び。連休や天候需要だけでない伸びを見せた。

**10月 +6,303人(+12.4%)**
欠航45便(ジェットフォイル27便・直江津航路18便)のなかでも堅調に増加。

出典: 佐渡汽船 乗船データ / 佐渡来訪者満足度調査(2026年) / 佐渡市 観光施設月報 / さど観光ナビ ・推計値

# どこから来たか: 関東方面 +48,460人、県内(新潟県) -34,565人




**関東方面 +48,460人**
1-10月累計：230,442人
(前年 181,982人・+26.6%)。
増加分の89.5%を占める主な要因。

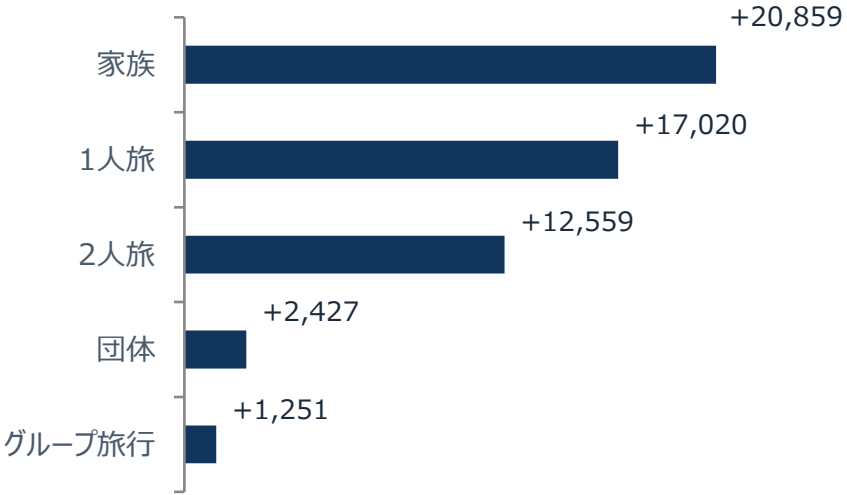
**外国(インバウンド) +1,844人**
1-10月累計： 7,903人
(前年 6,064人・+30.4%)。
人数は少ないが堅調な伸び。
※ 正確なデータが取れておらず、おそらくもっと増加している・・・

**県内(新潟県) -34,565人**
135,647人
(前年 170,212人・-20.3%)。1-8月に集中して減り、9月以降は前年並み

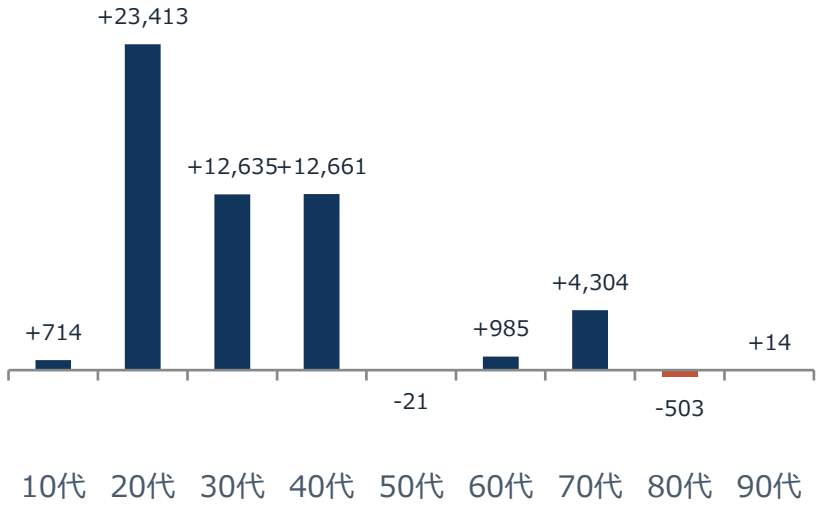
出典: 佐渡汽船 乗船データ / 佐渡来訪者満足度調査(2026年) / 佐渡市 観光施設月報 / さど観光ナビ ・推計値

# 誰と来たか･年代は？：家族 +20,859人、20代 +23,413人

誰と来たか 来訪者の前年差(人)

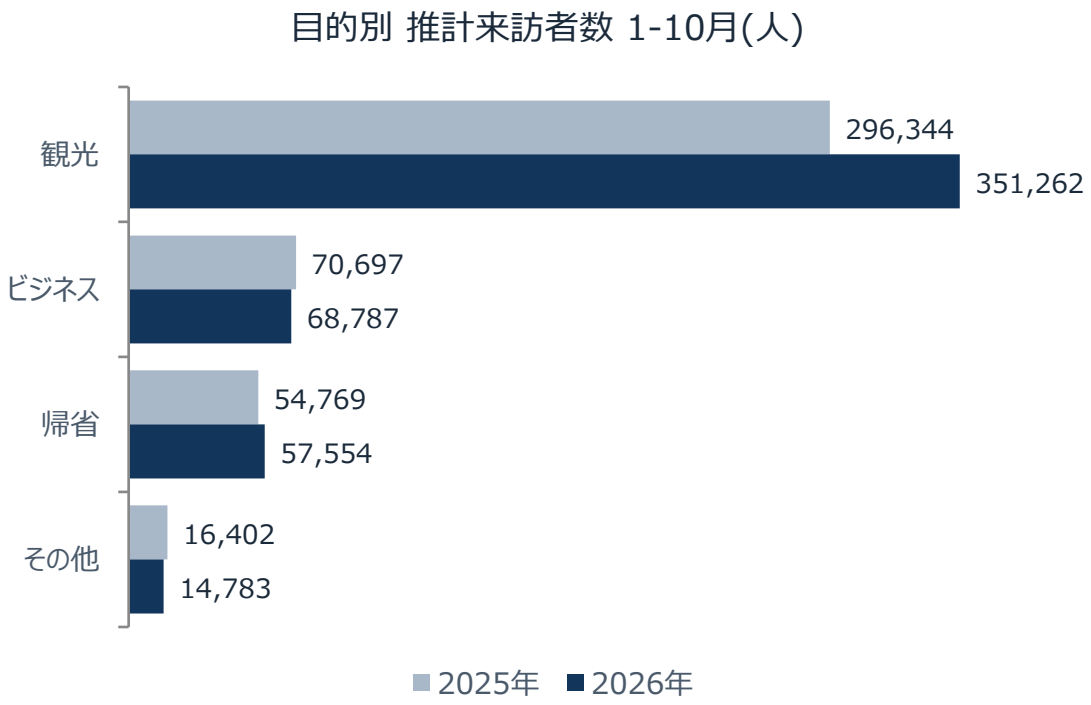



年代別 来訪者の前年差(人)




出典: 佐渡汽船 乗船データ / 佐渡来訪者満足度調査(2026年) / 佐渡市 観光施設月報 / さど観光ナビ ・推計値

# 何をしに来たか: 観光が +54,918人(+18.5%)



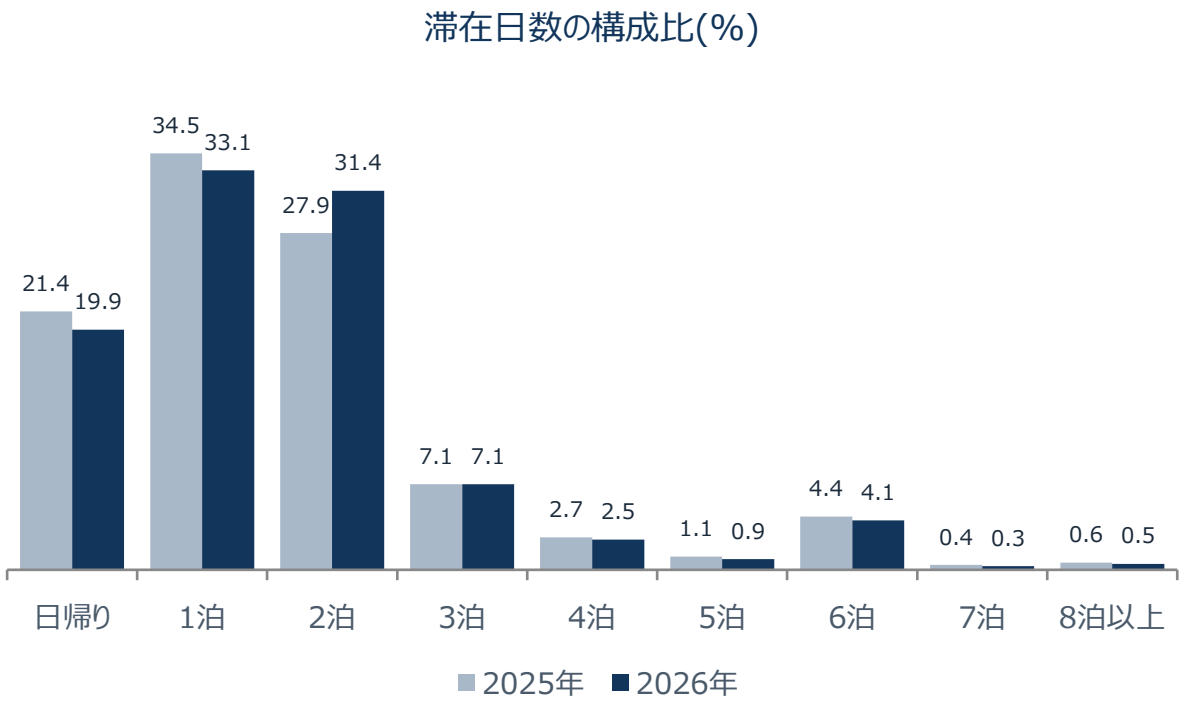

**観光 +54,918人**
351,262人
(前年 296,344人・+18.5%)
増加分のほぼすべてを観光が占める

**帰省 +2,785人**
57,554人
(前年 54,769人・+5.1%)

**ビジネス -1,910人**
68,787人
(前年 70,697人・-2.7%)

出典: 佐渡汽船 乗船データ / 佐渡来訪者満足度調査(2026年) / 佐渡市 観光施設月報 / さど観光ナビ ・推計値

# 何日滞在したか: 2日滞在する人が 27.9% → 31.4% に増加




**2泊 +3.5pt**
101,250人(前年 86,491人)
2泊に集中する動き。2025年からこの傾向は見られていたが、2026年4月から加速

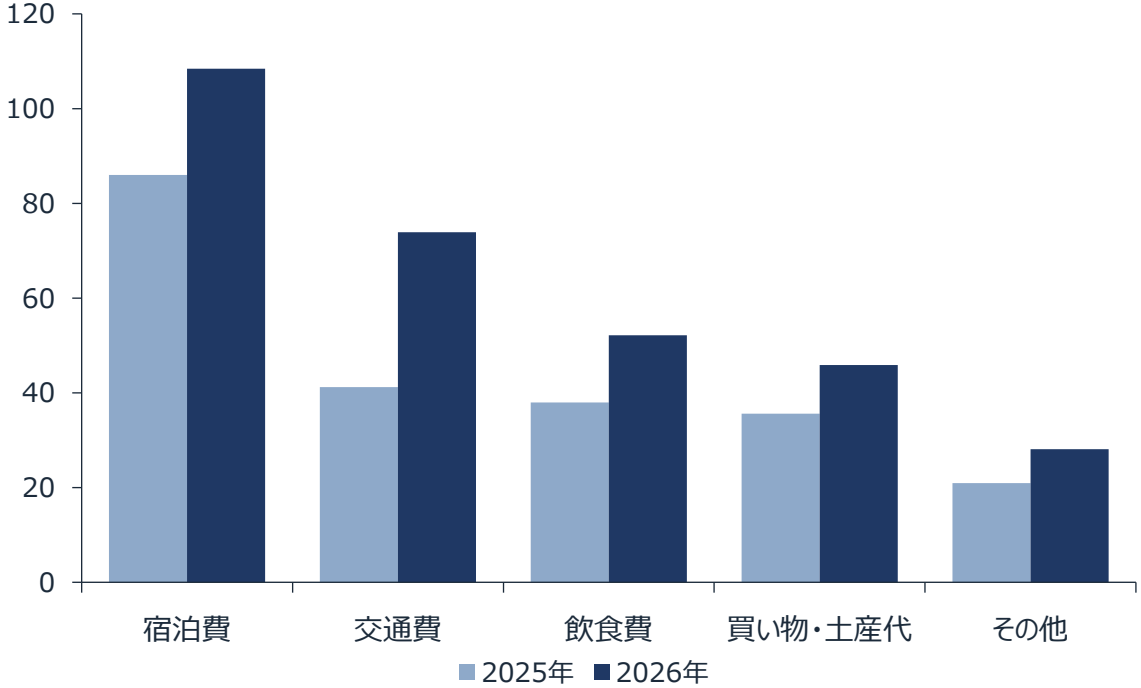
**日帰り -1.5pt**
21.4% → 19.9% 日帰りがこの中で最も減少幅が大きい

**1泊 -1.4pt**
34.5% → 33.1% 最も割合の多い1泊が減少

**平均の滞在日数 2.62日 → 2.63日**
ただし長期滞在は減り、2泊に寄っていることで、平均は微増という結果

出典: 佐渡汽船 乗船データ / 佐渡来訪者満足度調査(2026年) / 佐渡市 観光施設月報 / さど観光ナビ ・推計値

# 何に消費しているか:
# 宿泊108.42億円が最大、交通が +32.70億円で最大の伸び




**宿泊費 108.42億円**
前年 86.01億円(+22.41億円)。1人あたり 21,714円 → 23,721円

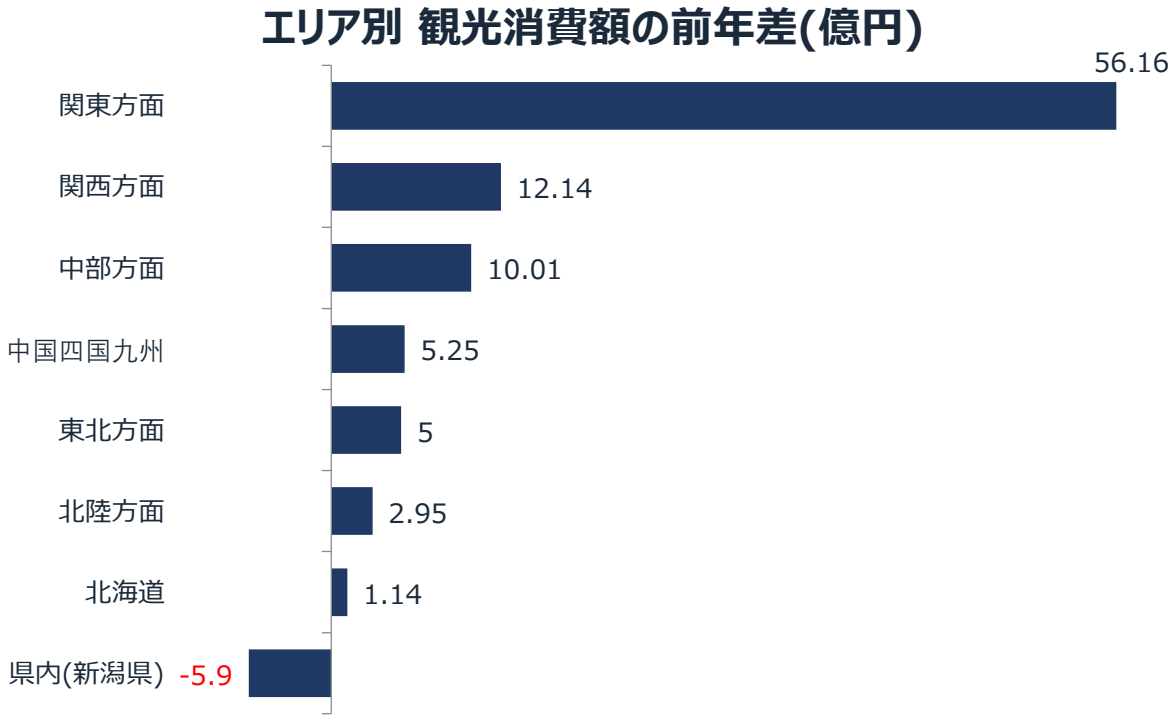
**交通費 73.93億円**
前年 41.23億円(+32.70億円)。増えた額がいちばん大きい費目

**全体 308.48億円**
前年 221.73億円(+86.75億円)。
1人あたり 50,599円 → 62,650円

※ 総額はエリア別の積み上げ308.48億円を基準に、費目の構成比で割り振ったものです。1人あたりの金額は佐渡来訪者満足度調査の回答。
交通費は2025年→2026年で質問のしかたが変わったため、前年との差には質問変更の影響が含まれます。

出典: 佐渡汽船 乗船データ / 佐渡来訪者満足度調査(2026年) / 佐渡市 観光施設月報 / さど観光ナビ ・推計値

# どこの人が消費しているか:
# 308.48億円のうち 163.07億円が関東方面



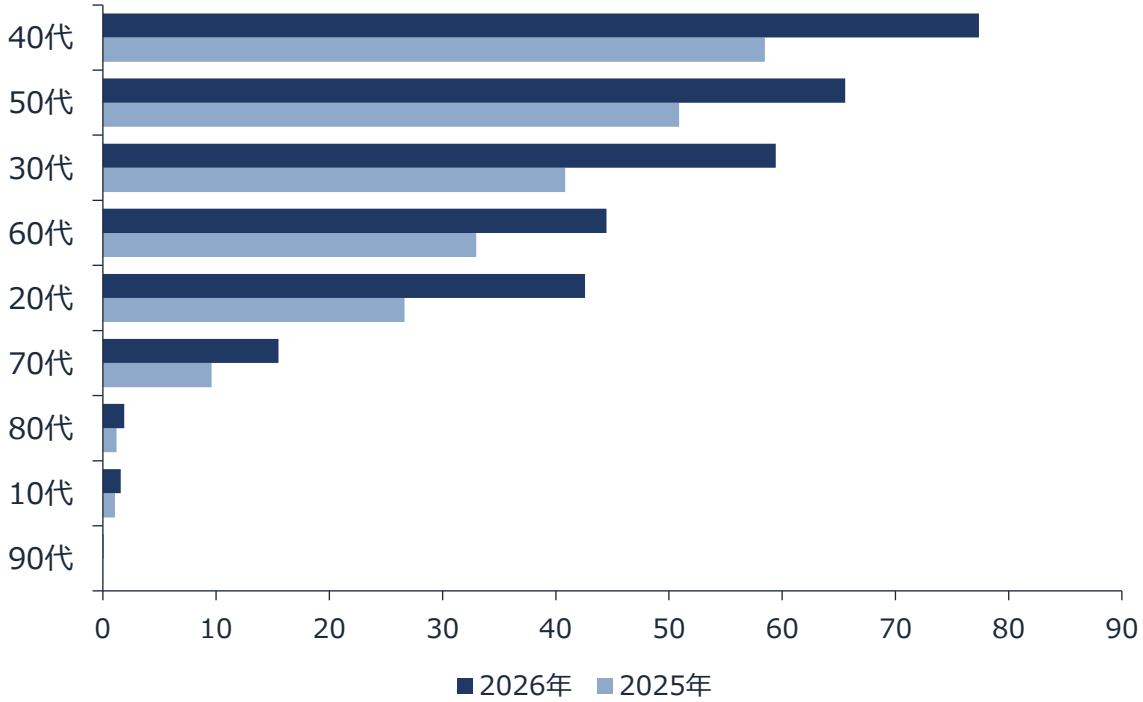

**関東方面 163.07億円**
前年 106.91億円(**+56.16億円**)。
1人あたり 58,745円 → 70,763円
来訪者 181,982人 → 230,442人

**県内(新潟県) 61.68億円**
前年 67.58億円(-5.90億円)。
1人あたり 39,706円 → 45,474円
来訪者 170,212人 → 135,647人

**全体 308.48億円**
前年 221.73億円(+86.75億円)
来訪者 438,211人 → 492,384人

出典: 佐渡汽船 乗船データ / 佐渡来訪者満足度調査(2026年) / 佐渡市 観光施設月報 / さど観光ナビ ・推計値

# 消費額の大きい年代は: 40代 77.39億円が最大




**40代 77.39億円**
前年 58.47億円(+18.92億円)。
増えた分の21.8%でいちばん大きい
人数の増加は家族層が増えたことが主な要因

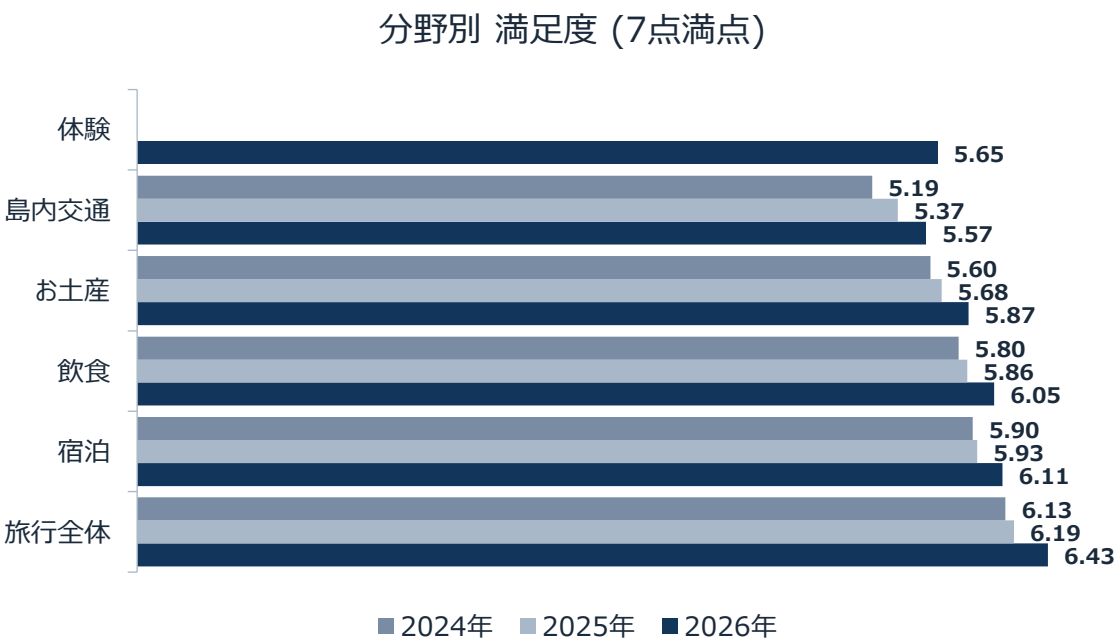
**次に大きいのは30代・20代**
30代 +18.58億円(21.4%)、
20代 +15.94億円(18.4%)
SNS経由

**1人あたりは60代以上が高い**
60代 75,353円・70代 73,457円に対し、20代は 51,186円。人数で増え、単価で支えています

※ 総額はエリア別の積み上げを基準に、年代別の構成比で割り振ったものです。

出典: 佐渡汽船 乗船データ / 佐渡来訪者満足度調査(2026年) / 佐渡市 観光施設月報 / さど観光ナビ ・推計値

# 満足度: 比べられる5分野すべてが上昇、旅行全体は 6.43




**旅行全体 6.43**
前年 6.19 → +0.24。3年でいちばん高い水準です

**宿泊 6.11**
前年 5.93 → +0.18。宿泊費が上がった年に満足度も上がりました

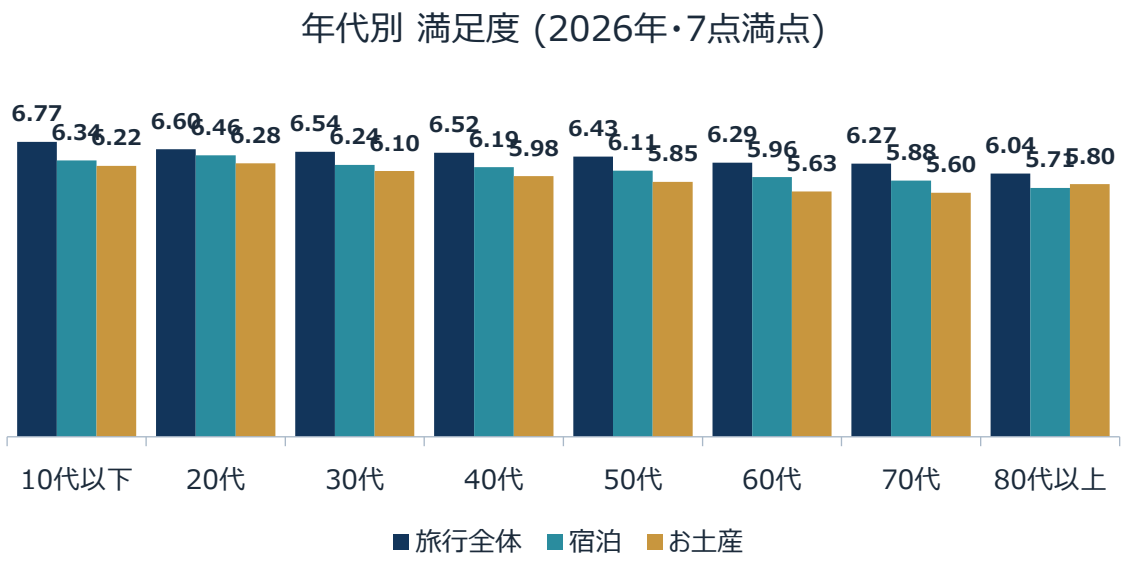
**島内交通 5.57**
3年続けていちばん低い分野。ただし上がり幅は最大(+0.20)

**※ 体験(2026)は昨年と比較が困難のため参考値**

7点満点の平均。1-10月の回答で、2026年 4,236 / 2025年 4,270。2024年は調査開始年のため2024年10月～2025年3月の5,479。
宿泊は2026年で「未経験」の選択肢がなくなったため、3年とも「1泊以上の回答者」にそろえています。

出典: 佐渡汽船 乗船データ / 佐渡来訪者満足度調査(2026年) / 佐渡市 観光施設月報 / さど観光ナビ ・推計値

# 満足度を年代で見ると: 年齢が上がるほど下がります




**20代と60代の差**
旅行全体 -0.31 / 宿泊 -0.50 / お土産 -0.65

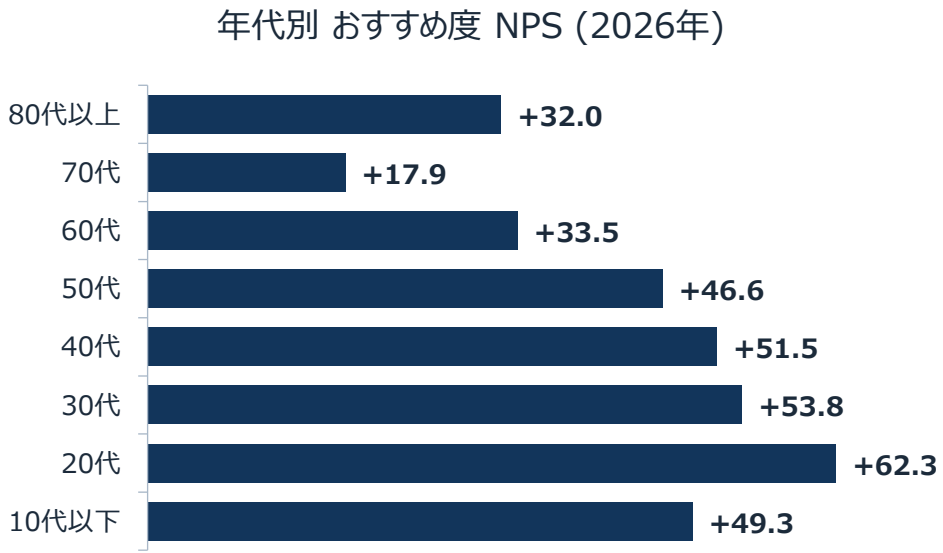
**回答の半分が50-60代**
50代 994人・60代 1,127人で全体の50.1%

**島内交通は30代が最低**
5.46。20代5.63・70代5.62より低い

2026年1-10月(回答 4,236)。宿泊は1泊以上の回答者のみ。回答者の年代構成はアンケートの配り方による偏りがあるため、人数ではなく「率」だけを使っています。

出典: 佐渡汽船 乗船データ / 佐渡来訪者満足度調査(2026年) / 佐渡市 観光施設月報 / さど観光ナビ ・推計値

# 年代別の特徴: 若い人ほど人にすすめ、使うのは60代以上

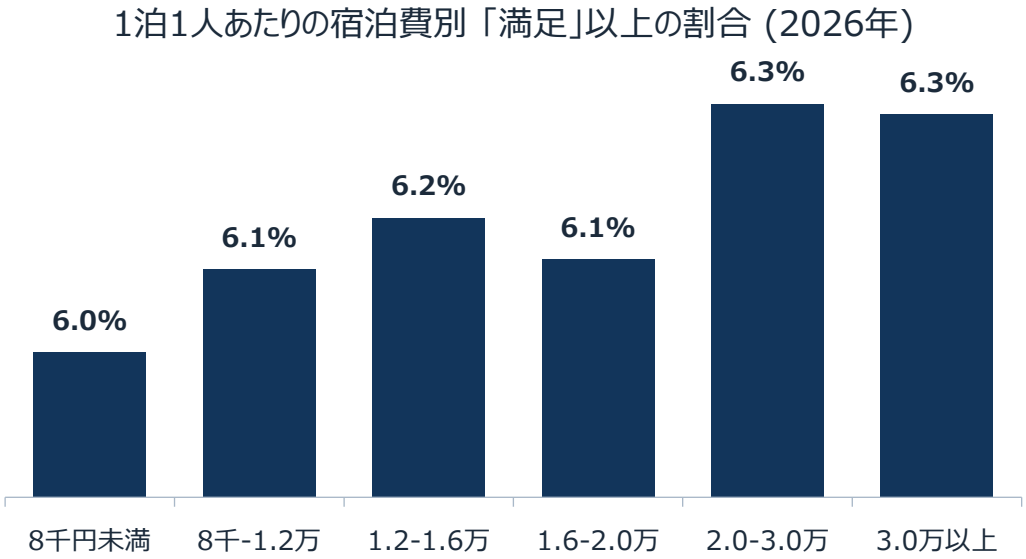



| 年代 | 来訪者(人) | 滞在日数 | 消費額(円) | 満足度 | おすすめ度 |
|---|---|---|---|---|---|
| 10代以下 | 3,034 | 3.3日 | 53,553 | 6.77 | +49.3 |
| 20代 | 85,959 | 2.8日 | 51,189 | 6.60 | +62.3 |
| 30代 | 93,232 | 2.8日 | 65,955 | 6.54 | +53.8 |
| 40代 | 122,496 | 2.7日 | 65,430 | 6.52 | +51.5 |
| 50代 | 102,981 | 2.7日 | 65,736 | 6.43 | +46.6 |
| 60代 | 60,993 | 2.9日 | 75,415 | 6.29 | +33.5 |
| 70代 | 21,828 | 3.1日 | 73,348 | 6.27 | +17.9 |
| 80代以上 | 1,865 | 3.2日 | 107,563 | 6.04 | +32.0 |

来訪者数は推計値(1-10月)。滞在日数・消費額・満足度・おすすめ度は佐渡来訪者満足度調査(2026年1-10月・回答4,236)。おすすめ度(NPS)は「人にすすめたいか」を-100～+100で表した指標です。年代構成は配り方による偏りがあるため、人数は推計値、アンケートは率だけを使っています。

出典: 佐渡汽船 乗船データ / 佐渡来訪者満足度調査(2026年) / 佐渡市 観光施設月報 / さど観光ナビ ・推計値

# 宿泊費: 高い宿に泊まった人ほど満足度が高い

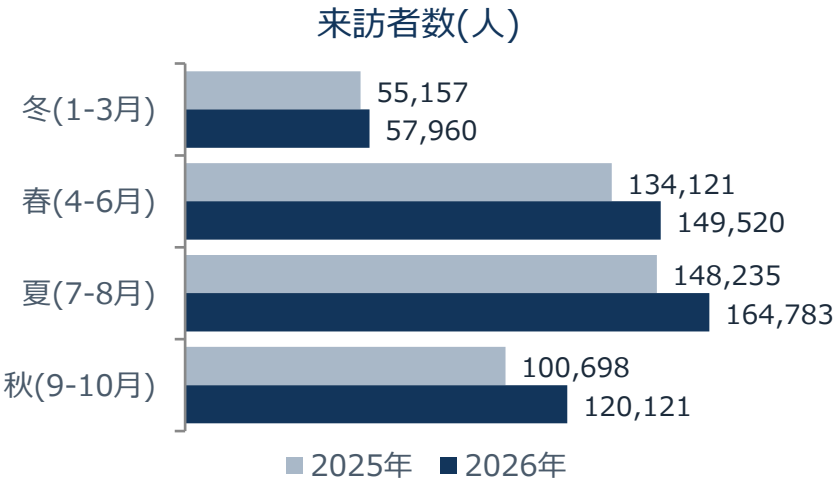


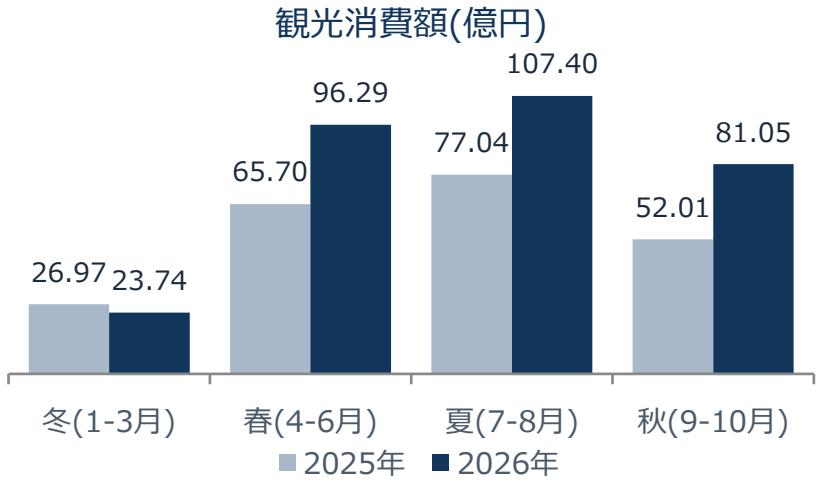

| 1泊1人あたり | 人数 | 満足度 | 満足以上 |
|---|---|---|---|
| 8千円未満 | 694 | 6.04 | 78.5% |
| 8千-1.2万 | 759 | 6.12 | 79.6% |
| 1.2-1.6万 | 710 | 6.17 | 81.4% |
| 1.6-2.0万 | 431 | 6.13 | 78.4% |
| 2.0-3.0万 | 488 | 6.28 | 87.1% |
| 3.0万以上 | 360 | 6.27 | 87.2% |

2026年1-10月・1泊以上の回答者(3,442人)、宿泊費0円の回答は除外。1泊1人あたり = 宿泊費 ÷ 泊数。値段が上がると満足度が下がる、という関係は出ていません。

出典: 佐渡汽船 乗船データ / 佐渡来訪者満足度調査(2026年) / 佐渡市 観光施設月報 / さど観光ナビ ・推計値

# 時期別: 秋(9-10月) +19,423人、冬(1-3月)だけ消費額が減少

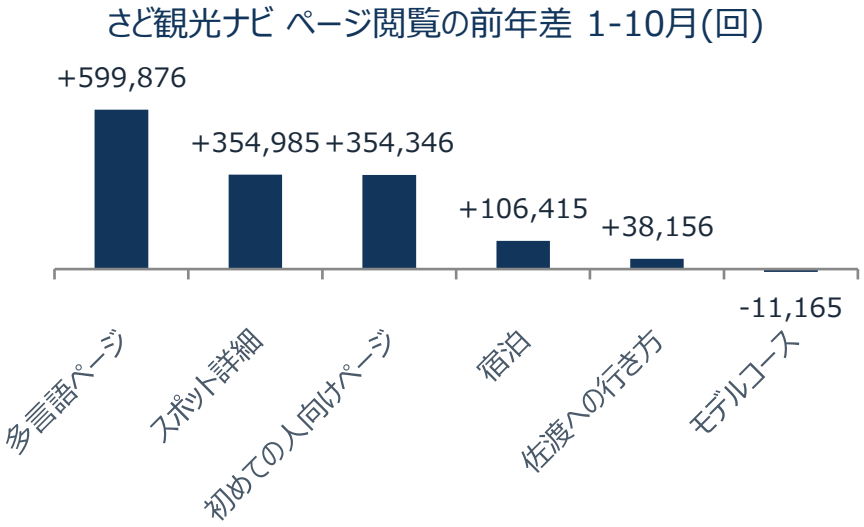



**冬(1-3月)：**来訪者: +2,803人(+5.1%)と増加しているにも関わらず、消費額単価:40,959円(-7,938円)に下がったため総消費額:-3.23億円。海が荒れた日が41日(+7日)。観光目的は43%で年平均よりも約27%ほど低い時期、残りはビジネスと帰省。
**春(4-6月)：**来訪者 +15,399人(+11%)、消費額単価:64,399円(+15,413円)で総消費額:+30.59億。天候が落ち着き(荒天15日(-5日)、遠方地域からの来訪者が増加。県内45%→29%、関東38%→44%
**夏(7-8月)：**来訪者 +16,548人(+11.2%)、消費額単価:65,177円(+13,205円)で総消費額:+30.36億。荒天2日(-2日)で海がほぼ荒れない時期。家族が26.5%→30.5%と増え、滞在1.81泊で4季のなかで最長(帰省が伸びた)。満足度6.49は年間で最高。ただし3連休以上の日数は6日→3日と減っており、連休に頼らずに伸びた時期。
**秋(9-10月)：**来訪者 +19,423人(+19.3%)、消費額単価:67,474円(+15,825円)で総消費額:+29.04億。人数・単価ともに4季で最も伸びた季節。3連休以上が6日→8日(+2日)、観光目的が72.1%→77.8%で年間最高、2泊が29.8%→33.6%。来訪者数・単価・観光目的の比率・2泊率のすべてが4季の最高値。

出典: 佐渡汽船 乗船データ / 佐渡来訪者満足度調査(2026年) / 佐渡市 観光施設月報 / さど観光ナビ ・推計値

# 旅行スタイルの変化: 2泊に集中し、旅マエの下調べが少ない来訪者が増加




| 変わったこと | 前年 | 今年 |
|---|---|---|
| 2泊で滞在する割合 | 27.9% | 31.4% |
| 旅程(モデルコース)を見る | 392,016回 | 380,851回 |
| **初めての人向けページを見る** | **157,045回** | **511,391回** |
| 佐渡金山のページを見る | 93,238回 | 69,342回 |

佐渡金山は入館者が +30,916人(+17.3%)と増えている一方、来る前にページを見る人は -23,896回(-25.6%)。
「調べてから行く場所」から「来てから立ち寄る場所」に変わってきています。
小木のたらい舟は逆で、来る前のページ閲覧が +44,851回(+49.4%)。
※ さど観光ナビのアクセス解析、自動巡回によるアクセスを除いた数字です。

出典: 佐渡汽船 乗船データ / 佐渡来訪者満足度調査(2026年) / 佐渡市 観光施設月報 / さど観光ナビ ・推計値

# 来訪の決め手: YouTube と Instagramが増え、予約サイトが減少

| 分類 | 決め手 | 2024年 | 2025年 | 2026年 | 3年の差 |
|---|---|---|---|---|---|
| 人から | 家族や友人の口コミ | 34.6% | 33.5% | 30.3% | -4.3pt |
| **SNS・動画** | **YouTube** | **10.7%** | **12.2%** | **14.4%** | **+3.7pt** |
| **SNS・動画** | **Instagram** | **6.8%** | **7.7%** | **10.2%** | **+3.4pt** |
| SNS・動画 | X（旧Twitter） | 2.7% | 2.0% | 2.3% | -0.4pt |
| SNS・動画 | Facebook | 1.1% | 0.8% | 0.9% | -0.2pt |
| **公式サイト** | **さど観光ナビ** | **14.2%** | **13.9%** | **16.0%** | **+1.8pt** |
| 公式サイト | 佐渡汽船公式サイト | 17.4% | 16.4% | 14.0% | -3.4pt |
| 公式サイト | にいがた観光ナビ | 9.9% | 8.8% | 9.5% | -0.4pt |
| 公式サイト | さどまる倶楽部 | 7.4% | 5.9% | 5.5% | -1.9pt |
| 予約・代理店 | 旅行予約サイト | 14.1% | 14.0% | 9.5% | -4.6pt |
| 予約・代理店 | 旅行代理店の店舗 | 5.7% | 4.8% | 5.9% | +0.2pt |
| 紙・個人 | 雑誌 | 8.7% | 7.6% | 7.6% | -1.1pt |
| 紙・個人 | 新聞 | 3.6% | 2.1% | 2.5% | -1.1pt |
| 紙・個人 | 個人のブログ | 2.6% | 2.9% | 2.7% | +0.1pt |
| その他 | その他 | 25.7% | 27.5% | 28.7% | +3.0pt |

**増えたのは動画・Instagram・さど観光ナビ**
YouTube 10.7%→14.4%
Instagram 6.8%→10.2%
さど観光ナビ 14.2%→16.0%

**減ったのは予約サイトと口コミ**
旅行予約サイト 14.1%→9.5%
家族や友人の口コミ 34.6%→30.3%
佐渡汽船公式サイト 17.4%→14.0%

**SNSの中身はYouTubeがいちばん多い**
YouTube 14.4% > Instagram 10.2% > X 2.3% > Facebook 0.9%

佐渡を選ぶきっかけとして挙がったものの割合です(いくつでも選べるため合計は100%を超えます)。2025年・2026年は1-10月、2024年は調査開始年のため2024年10月～2025年3月。「その他」は自由記述のため中身は分かっていません。「旅行予約サイト」はじゃらん・楽天トラベル・JTBなどです。

出典: 佐渡汽船 乗船データ / 佐渡来訪者満足度調査(2026年) / 佐渡市 観光施設月報 / さど観光ナビ ・推計値

# 年代別の決め手: 20代はInstagram、30〜40代はYouTube

| 決め手 | 20代以下 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代以上 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| YouTube | **15.1%** | **25.2%** | **22.7%** | 10.5% | 9.7% | 7.9% |
| Instagram | **24.6%** | **19.0%** | **12.0%** | 7.9% | 3.5% | 1.5% |
| X（旧Twitter） | **5.2%** | **6.4%** | **2.8%** | 1.1% | 0.6% | – |
| 家族や友人の口コミ | **40.7%** | **33.1%** | **31.0%** | 27.8% | 27.2% | 27.5% |
| さど観光ナビ | **14.5%** | **13.9%** | **18.8%** | 17.6% | 15.7% | 12.9% |
| 佐渡汽船公式サイト | **12.1%** | **16.4%** | **15.0%** | 15.9% | 12.9% | 10.4% |
| にいがた観光ナビ | **9.1%** | **8.5%** | **9.5%** | 11.0% | 9.4% | 8.4% |
| さどまる倶楽部 | **3.6%** | **2.6%** | **5.6%** | 7.4% | 6.7% | 3.2% |
| 旅行予約サイト | **4.2%** | **3.9%** | **5.9%** | 9.0% | 14.6% | 16.8% |
| 旅行代理店の店舗 | **1.8%** | **2.1%** | **3.4%** | 3.8% | 9.8% | 14.6% |
| 雑誌 | **5.0%** | **3.9%** | **5.5%** | 9.2% | 9.3% | 10.9% |
| 新聞 | **0.8%** | **1.5%** | **1.3%** | 1.6% | 3.5% | 7.7% |
| 個人のブログ | **2.4%** | **3.8%** | **3.6%** | 2.6% | 1.8% | 3.2% |
| その他 | **23.0%** | **28.0%** | **31.6%** | 31.9% | 29.1% | 23.0% |

### 20代以下はInstagram、30〜40代はYouTube

20代以下は Instagram 24.6% > YouTube 15.1%。30代で逆転して YouTube 25.2%、40代 22.7%。年齢が上がるほどSNSが減る、という形になっていません

### 子連れ家族の3人に1人がYouTube

「けえ島育ち」です。子連れ家族は33.3%(3年前24.7%)。それ以外の同行者は10.5%で3倍以上の差。未就学児のいる家庭では35.4%。島から出た子ども向けの動画が、そのまま来訪の決め手に

### 年配の方は旅行会社、ナビは全年代

旅行予約サイトは70代以上16.8%・20代以下4.2%。一方さど観光ナビは12.9〜18.8%で、年代の差がいちばん小さい入口です

18ページと同じ設問を年代ごとに見たものです(2026年1-10月)。年代を書いてくださった4,236人が分母(20代以下504人・30代532人・40代675人・50代994人・60代1,127人・70代以上404人)。「−」は該当者なし。Facebookは全年代で1%台のため省いています。右の子連れ家族の数字は同行者を書いてくださった方(2026年712人)が分母です。

出典: 佐渡汽船 乗船データ / 佐渡来訪者満足度調査(2026年) / 佐渡市 観光施設月報 / さど観光ナビ ・推計値

# 決め手の「その他」の中身: テレビ・島の動画・ゲーム

| 書かれていたこと | 件数 |
|---|---|
| 帰省・墓参り | 108件 |
| 佐渡そのものの魅力 | 77件 |
| **テレビ・映画** | **70件** |
| 前にも来た・ゆかり | 69件 |
| 人に誘われた | 56件 |
| ずっと行ってみたかった | 53件 |
| **行ったことのない県・島** | **50件** |
| 旅行会社の案内 | 42件 |
| 仕事・出張・研究 | 41件 |
| 大会・イベント | 39件 |
| **ゲーム・コラボ・収集** | **31件** |
| 交通・割引 | 24件 |
| SNS・動画 | 22件 |
| ガイドブック・紙 | 18件 |
| **「けえ島育ち」名指し** | **15件** |
| 検索・AI・地図 | 13件 |
| 新潟の用事のついで | 7件 |
| 分類できず | 40件 |

**テレビが67件 — 選択肢にありませんでした**
トキのNHKスペシャル、ブラタモリ、せっかくグルメ、地元局(UX・NST)。新聞(105人)や個人のブログ(111人)と同じくらいの入口が、ずっと「その他」に埋もれていました

**「けえ島育ち」が名指しで15件**
YouTubeという選択肢があるのに、わざわざチャンネル名を書いた方が15人。「けぇ【島育ち】にハマった娘のリクエスト」「けぇのファンなので」

**「行ったことのない県・島を埋めたい」が50件**
「離島巡り」「島旅行が趣味」「行ってない県を巡っていて」。佐渡でなければならない理由がない方も、確実にいらっしゃいます

**ゲーム・コラボ・収集が31件**
「がたます」(アイドルマスターとのコラボ)、ドラクエウォーク、マンホールカード、御朱印帳、道の駅スタンプラリー、謎解き。打ち手がいちばん具体的に見えるかたまりです

18・19ページの「その他」を選んだ1,190人のうち、778人が自由に書いてくださった内容です(2026年のみ)。14個の選択肢がどれも当てはまらず「その他」だけを選んだ方が950人、回答者の22.9%いらっしゃいました。分類はこちらで文章を読んで振り分けたものです。

出典: 佐渡汽船 乗船データ / 佐渡来訪者満足度調査(2026年) / 佐渡市 観光施設月報 / さど観光ナビ ・推計値

# 一緒にやりたいこと🔥

| 2027年度にDMOが取り組むこと | 一緒にお願いしたいこと |
| --- | --- |
| ① 情報発信を強くする(SNS・さど観光ナビ・AI対策) | **写真や動画の素材、よかった点・困った点を持ち寄る場をつくりたい。<br>事業者だけでなく住民の方もみんなでご協力いただきたい！** |
| ② 観光の好景気を、観光以外の仕事にも広げる | **みんなでウェルカムな体制をつくり、サービスの質を上げたい！** |
| ③ 佐渡の良さを商品にして、地域裨益を広げる | **これまで観光と関係ないと思っていた事業者・住民にも参加してほしい** |

| | | | |
| --- | --- | --- | --- |
| **年代：<br>20代 +23,413人** | **施設の入館：<br>+140,148人** | **観光消費額：<br>+86.75億円** | **満足度：<br>3年で最高 6.46** |

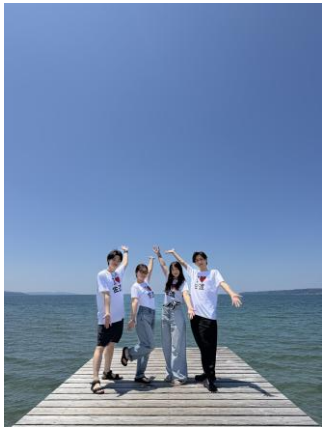
**とにかくご意見を聞かせてください！事業者・住民みんなで、佐渡の観光をさらに盛り上げましょう！**

出典: 佐渡汽船 乗船データ / 佐渡来訪者満足度調査(2026年) / 佐渡市 観光施設月報 / さど観光ナビ ・推計値

# 佐渡の観光コンテンツの現状とこれから







あめやの桟橋



海鮮丼



ナイトカヤック



トレッキング



天然杉



背合（せなごう）バス停



斎藤農園



ナイトはんぎり



文化体験



寺社仏閣






SHIMPO
WHEEL 21



# 旅行業事業 概要

■ 募集型旅行・受注型旅行の造成・販売

・募集型企画旅行
・団体・個人のお客様向け旅行のコーディネート
・さどまる倶楽部佐渡汽船手配
・宿泊斡旋

■ サドベンチャー！ 着地型体験商品

・サドベンチャー体験のみプラン
・佐渡汽船 乗船券付プラン（有人国境離島）

■ その他事業

・観光庁「観光需要分散のための地域観光資源のコンテンツ化促進事業」

# 募集型旅行・受注型旅行の造成・販売

# 受注型・募集型手配旅行（4～10月の前年同期比）

**利用人数**

**587人**

**＋243人**

前年同期　344人

さどまる・宿泊斡旋は除く

**地域への経済効果（手配分のみ）**

**約2,760万円**

**＋1,460万円**

**人数は前年度1年分の111.3%**

2025年度の年間 527人に対し、10月末で587人。

**売上は7か月で前年度1年分を超える**

2025年度の1年分 6,153万円に対し、2026年度は10月末で3,454万円。

# サドベンチャーとは？

**当機構が運営する、佐渡島内の体験・アクティビティ予約サイトおよび体験プログラムのことです。**
**自然や文化を通じた「冒険」や「交流」をテーマに、地元ならではの体験を提供しています。**













## 地元の事業者や住民が講師となり、多彩なプログラムを全島展開しています。







全体（4〜10月の前年同期比）

# 962人増えて6,860人（サドベンチャーを通して）

### 体験人数

## 6,860人

**＋962人**

前年同期 5,905人

### 地域への経済効果（体験のみ）

## 5,688万円

**＋1,554万円**

前年同期 4,134万円

### お一人あたり

## 9,435円

**＋976円**

前年同期 8,459円

**売上は7か月で前年度1年分を超える**

2025年度の1年分 6,153万円に対し、2026年度は10月末で6,853万円

**うち、約83%は地域への経済効果として還元**

**人数は前年度1年分の97.7%まで来ています**

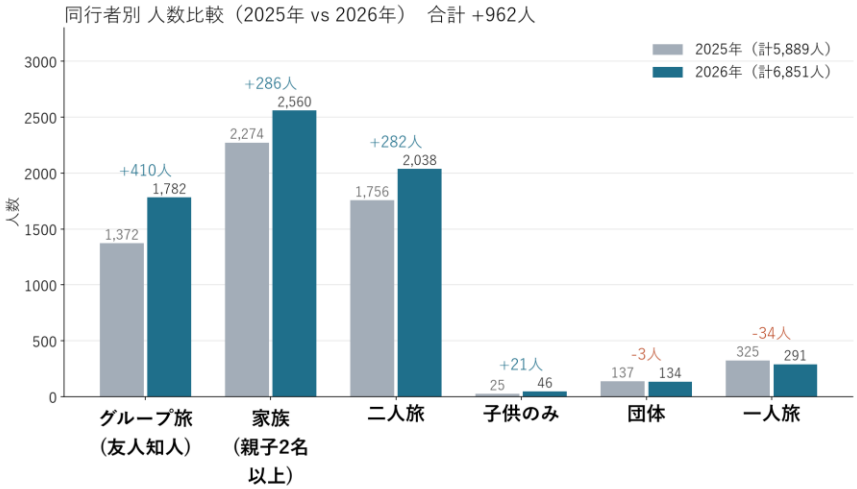
2025年度の1年分 7,009人に対し、10月末で6,860人。あと149人です。

出典：サドベンチャー予約データ。乗船券付きプランで1予約が2行に分かれる分は名寄せ済み。ガイド手配・中止処理など体験以外の行は除いています。

お客様の同行者

# グループ旅が410人増で最大。一人旅だけが減る

| 同行者 | 人数 2025 | 人数 2026 | 増減 |
|---|---|---|---|
| グループ旅（友人知人） | 1,372 | 1,782 | +410人 |
| 家族（親子2名以上） | 2,274 | 2,560 | +286人 |
| 二人旅 | 1,756 | 2,038 | +282人 |
| 子供のみ | 25 | 46 | +21人 |
| 団体 | 137 | 134 | −3人 |
| 一人旅 | 325 | 291 | −34人 |
| **合計** | **5,889** | **6,851** | **+962人** |



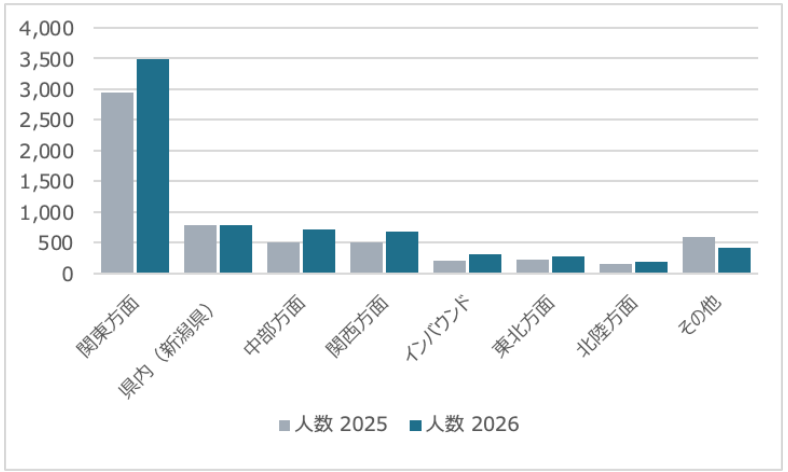

「家族（親子2名以上）」は、大人と子供・幼児の組み合わせをすべて含みます。本編の島全体では家族が22,621人増えており、体験でも同じ動きが出ています。

出典：サドベンチャー予約データ。両年とも4〜10月。単価＝売上 ÷ 人数。

お客様の居住地

# 関東方面が545人増。県内のお客様は横ばい

| エリア | 人数 2025 | 人数 2026 | 増減 |
|---|---|---|---|
| 関東方面 | 2,944 | 3,489 | +545人 |
| 県内（新潟県） | 776 | 790 | +14人 |
| 中部方面 | 507 | 709 | +202人 |
| 関西方面 | 498 | 679 | +181人 |
| 外国 | 202 | 304 | +102人 |
| 東北方面 | 222 | 275 | +53人 |
| 北陸方面 | 152 | 185 | +33人 |
| その他 | 588 | 420 | −168人 |
| **合計** | **5,889** | **6,851** | **+962人** |




・関東方面は＋545人。島全体でも関東方面が＋48,460人で、増加分の大半を占めています。

・県内のお客様は790人で＋14人。島全体では県内が34,565人減っており、体験はその影響を受けていません。

出典：サドベンチャー予約データ（4〜10月）。島全体の数字は本編「佐渡来訪者傾向2026年1-10月」。

人気体験（人数ベース）※サドベンチャーを通して

# 2026年度 4～10月の上位10体験

| | 体験 | 人数 2025 | 人数 2026 | 増減 |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 高速モーターボート 琴浦洞窟めぐり | 896人 | 1,031人 | ＋135人 |
| 2 | シーカヤック（小木・琴浦洞窟） | 633人 | 1,011人 | ＋378人 |
| 3 | ゴールドパーク 砂金とり＋アクセサリー作り | 400人 | 760人 | ＋360人 |
| 4 | はんぎりデイクルーズ（たらい舟） | 469人 | 588人 | ＋119人 |
| 5 | **金ぶらフリーパス＆小判作り** | 944人 | 456人 | −488人 |
| 6 | **小判作り体験（きらりうむ佐渡）** | — | 306人 | 新規 |
| 7 | 加茂湖ナイト／サンセットカヤック | 82人 | 268人 | ＋186人 |
| 8 | ウミホタル観察会 | 243人 | 244人 | ＋1人 |
| 9 | おまかせ観光タクシー貸切 | 166人 | 238人 | ＋72人 |
| 10 | 達者海岸ナイトカヤック | 128人 | 202人 | ＋74人 |

※ 上記の他に相川観光案内所での現地販売（下記）を送客。

**・金ぶら： 907枚**

**・小判体験： 576枚**





お客様アンケート（回答446件）

# 満足度95%、ガイドの人柄と知識が高評価

**体験の満足度**

**95.5%**

うち「大変満足」67.7%

**事業者の対応**

**95.3%**

「大変満足」71.3%は全項目で最高

**友人に紹介したい**

**92.8%**

口コミでの広がりに期待

**料金設定への満足**

**90.8%**

乗船券付きプランが「お得」の声

**初めての来島**

**68%**

新しいお客様の獲得に貢献

**自由記述より**

トキガイド、たらい舟の船頭、タクシー運転手、カヤックや太鼓の講師など、人柄と知識を称える声が多数

出典：サドベンチャー お客様アンケート（回答446件）。満足度は「大変満足」「満足」「やや満足」の合計。

アンケートから見えた課題

# 今後検討が必要な2つの点

課題 1

## 予約・案内情報を見やすく

ホームページ操作性の満足 86.1%
（全項目では一番悪い）

・乗船券付きプランの情報整理
・ビジュアルの強化
・集合場所・駐車場の案内
・コースの違い

課題 2

## 料金と内容のバランス

一部の体験で「料金に見合わない」の声

・料金設定の課題
・料金に対する満足度を上げる

出典：サドベンチャー お客様アンケート 自由記述（回答446件）。

まとめ

# 旅行業部門の成果と今後の重点

**成果**

4～10月で962人増の6,851人、売上は1,872万円増の6,853万円。一人あたりの単価も976円上がった。売上は7か月で前年度1年分を超えた。
佐渡らしい、地域に根差したツアー・体験の造成を行い、売上が増加することで、地域事業者や体験インストラクター等地域還元が増加。今年度は商品単価増加を目指し、体験への申し込み人数、体験の単価も上昇。これに伴い地域裨益が増加している。

**お客様**

友人同士が410人、家族が286人増加。関東方面が545人増で、来訪者の動きと一致。同行者の構成比は、ペア40%・親子26%・友人同士21%・１人：旅12%・団体 1%という比率。
・家族利用の増加。親子（家族）は、昨年24%→今年26%と増加している。家族や子どもでも取り組める体験（小判づくり体験・高速モーターボート・はんぎりたらい舟）を多く利用。
・ペアは40%の構成比は前年とは変化が見られないが、シーカヤック・ナイトシーカヤック体験等マリンスポーツにて大人の２名様グループ利用が目立った。

**今後の重点**

現在の人気コンテンツとして、世界遺産登録以降、金山のみならず、大野亀、万畳敷、あやめの桟橋などスポットや、たらい舟、ナイトカヤック、トキといった自然にまつわる様々なものへと多様化しています。
サドベンチャーでは、これらの顧客のニーズをいち早くキャッチし、ニーズに合わせた商品ラインナップを充実させ、さらに来訪者の満足度を上げ、体験から佐渡ブランドの価値を高める。
さらに、予約のフローやWEB表記など、ユーザビリティの向上に努め、より顧客満足度の向上を図る。

# 佐渡の資源を高付加価値商品へ



# 佐渡の魅力を「価値ある体験」に。

## 地域の力で、観光を地域経済へ波及させる。

**事業の目的**　現在、好調な佐渡観光を既存の観光事業者だけでなく、1・2次産業を巻き込み、地域の経済へ波及させるため、**地域の文化・食・自然・暮らしの価値**を再発見し、事業者とともに磨き上げて商品化するとともに、適正な対価を得られる体験・サービスを通じて、誘客の地域・時期分散と地域経済の活性化を目指します。

## 造成を進めている５つの商品プラン（案）

観光 × 農業・漁業 × 食 × ものづくり × 文化 × 行政 × 佐渡DMO

※各プランの具体的な体験内容・提供事業者・販売方法等は、今後追記します。

### PLAN A

**文化を守る人に出会う**

Living Heritage

佐渡の文化を守り・育む人びととの交流を軸とするプラン。こだわりの米作り農家、太鼓や能等の佐渡で受け継がれる芸能に関わる人々と出会う。

### PLAN B

**島の食と生産者を味わう**

Terroir & Gastronomy

佐渡が誇る米・酒・海産物のテロワール食文化を軸に、生産者や漁師・杜氏・棚田農家との対話を通じて「食と土地のつながり」を体感する

### PLAN C

**自然と心を整える**

Slow Travel

ドンデン高原でのトレッキングや鬼太鼓体験、棚田での暮らし体験を中心に「急がない旅・深く感じる旅」を提案。

### PLAN D

**手仕事に触れる**

Artisan Experiences

佐渡が育んだ「つくる文化」を手と感覚で体験するプラン。無名異焼や裂き織等、職人との対話・制作体験・作品持ち帰りを通じ、「日本のものづくりの精髄」を深く学ぶ旅

### PLAN E

**知られざる佐渡を巡る**

Hidden Treasures

1日の入山数に制限のある外海府ルートを中心に、佐渡金山の育んだ文化を体験。「誰も行ったことのない場所へ」という欲求に応えるExclusiveな体験を。

５プランを起点に、観光業以外の多様な事業者とも新たな体験・サービスを継続的に造成します。

観光 × 農業・漁業 × 食 × ものづくり × 文化 × 行政 × 佐渡DMO

**業種を越えてつながる「共創プラットフォーム」へ。佐渡の価値を、ともに育て、届け、地域に還す。**

# 「特定有人国境離島地域社会維持交付金」
# を活用した滞在型観光促進



# 特定有人国境離島地域社会維持交付金を活用した滞在型観光促進

有人国境離島法による地域の保全及び特定有人国境離島地域に係る地域社会の維持のため必要な施策の1つ。領海や排他的経済水域（EEZ）の保全拠点を維持し、持続的な居住環境を確保するために国が交付している制度。

**①航路・航空運賃の低廉化支援：** 住民などの航路運賃（JR運賃並み）や航空路運賃（新幹線運賃並み）の引き下げ

**②輸送コスト支援（物資の費用負担軽減）：** 農水産品などの流通・輸送コストへの支援

**③雇用機会の拡充：** 雇用増を伴う事業拡大を行う民間事業者等への資金補助（雇用機会拡充事業）

**④定住・移住支援：** 新規雇用者の移住経費などの支援

**⑤滞在型観光促進支援:**もう一泊したいと旅行者に思わせるような島での食や体験といった地域の魅を旅行商品化や観光サービスの担い手の育成などの取組を支援

## 離島滞在型観光促進業務

着地型商品＋佐渡汽船往復乗船券を組み合わせた【個人型】プラン

2022年　1,398人
2023年　1,520人
2024年　2,680人
2025年　2,923人
2026年　2,512人（9月末時点）



例：トレッキングプラン

旅行商品に体験を組み込んだ2泊3日以上の【団体型】プラン

2022年　6,654人
2023年　8,282人
2024年　9,499人
2025年　10,673人（10月末終了）
2026年　6,033人（9月末時点）

# ご質問への回答

事業者・住民の皆さまからいただいたご質問　※抜粋

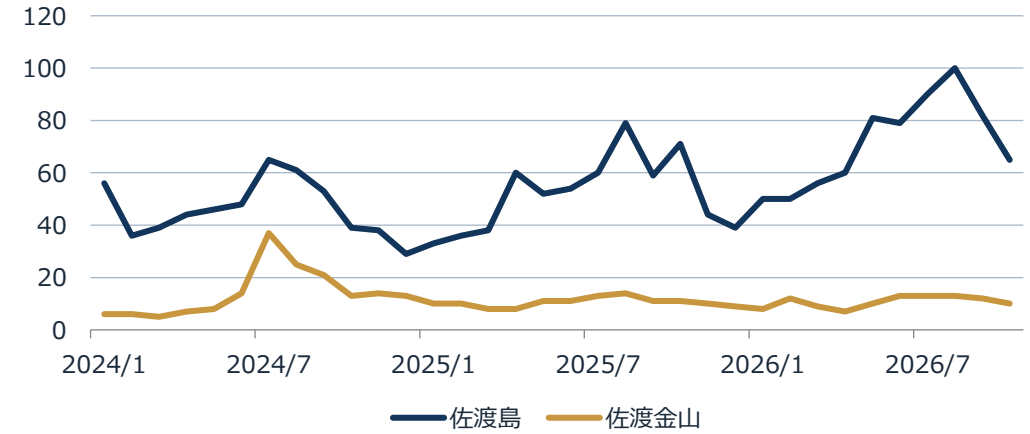
# いただいたご質問

| | ご質問 |
|---|---|
| 1 | 世界遺産と佐渡観光の関係性 |
| 2 | 交通対策と食事対策、PRの方向性 |
| 3 | サドベンチャーのカテゴリー別の変化と注力カテゴリー |
| 4 | 商工業者による観光関連事業への関わり方 |
| 5 | 島外各地への宣伝企画について |
| 6 | 複数回来島の仕掛けづくり／保全にお金が回るしくみ |
| 7 | 11月から2月までの閑散期をどう乗り越えるか / 閑散期対策 |

出典: 佐渡汽船 乗船データ / 佐渡来訪者満足度調査(2026年) / 佐渡市 観光施設月報 / さど観光ナビ ・推計値

# 【世界遺産と佐渡観光の関係性】
# 世界遺産の登録は入口。伸びているのは町並みと自然

**インターネットで調べられた回数の推移(いちばん多い月を100とした指数)**




**観光施設の入館(7-10月・分野ごとの伸び率)**

| 分野 | 25→26年 | 24→25年 | 2年で |
|---|---|---|---|
| 町並み・歴史文化 | 128% | 122% | 156% |
| 自然・生きもの | 127% | 113% | 143% |
| 体験・ものづくり | 126% | 106% | 134% |
| 金山関連 | 123% | 108% | 132% |
| 施設 計 | 125% | 111% | 138% |
| (参考)来島者 | 114% | 106% | 121% |

**2024年7月に「佐渡金山」が最も多く調べられ、4か月で登録前の水準に戻りました。**2026年は登録前と同じです。一方「佐渡島」は上がり続け、**2026年8月に過去最大**になりました。

施設の入館も、**町並み・歴史文化が2年で156%と最も伸び、金山関連の132%が最も低い**です。**登録は入口をつくりましたが、いまお越しの方は金山を目的にしているわけではありません。**施設全体は来島者の伸び(121%)を上回る138%で、来た方がより多くの場所を回っています。

出典: 佐渡汽船 乗船データ / 佐渡来訪者満足度調査(2026年) / 佐渡市 観光施設月報 / さど観光ナビ ・推計値

# 【交通対策と食事対策、PRの方向性】
# 交通は6分野で最も低い。食事は味ではなく「開いていない」

**分野ごとの満足度(2026年・7段階)**

| 分野 | 大変満足 | 満足 | 平均 |
|---|---|---|---|
| 旅行全体 | 56.8% | 35.2% | 6.45 |
| 食事 | 41.5% | 36.1% | 6.05 |
| 宿泊 | 39.7% | 34.6% | 5.97 |
| 買い物・土産 | 29.9% | 42.9% | 5.88 |
| 体験 | 32.1% | 31.0% | 5.66 |
| 交通 | 24.9% | 38.8% | 5.59 |

**食事の動き(3年・同じ4-10月で比較)**

| 食事 | 2026年 | 2025年 | 2024年 |
|---|---|---|---|
| 大変満足 | 41.5% | 34.1% | 32.4% |
| 満足 | 36.1% | 36.1% | 35.4% |
| 平均 | 6.05 | 5.86 | 5.79 |
| 「開いていない・入れない」の声 | 175件 | 133件 | — |
| 食事に触れた自由記述 | 432件 | 381件 | — |

**交通は6つのなかで最も低く5.59です。**

路線バスは4.99、レンタカーは5.66。公共交通は佐渡市が担う領域で、今後も縮小が見込まれます。

DMOの役目は現状を数字で見える化して正しくお伝えし、**住民の皆さんと一緒に判断の土台をつくること**だと考えています。

食事は**今年はじめて「大変満足」が「満足」を上回りました。味の問題ではありません。**

ただ自由記述の「開いていない」「入れない」「店が少ない」という声は**175件で、昨年の133件から増えています。**

この声は10回以上お越しの方でも初めての方でも同じだけ出ます。下調べでは避けられないということです。

出典: 佐渡汽船 乗船データ / 佐渡来訪者満足度調査(2026年) / 佐渡市 観光施設月報 / さど観光ナビ ・推計値

# 【交通対策と食事対策、PRの方向性】
# 宿以外に約200億円。いちばん伸びた月は8月ではなく9月

**何に使われたか(1-10月)**

| 費目 | 2026年 | 2025年 | 1人あたり |
|---|---|---|---|
| 宿泊費 | 108.42億円 | 86.01億円 | 22,019円 |
| 交通費 | 73.93億円 | 41.23億円 | 15,014円 |
| 飲食費 | 52.13億円 | 37.99億円 | 10,588円 |
| 買い物・土産代 | 45.89億円 | 35.57億円 | 9,320円 |
| その他 | 28.10億円 | 20.92億円 | 5,707円 |
| 合計 | 308.48億円 | 221.73億円 | 62,650円 |

**来訪者が増えた月(1-10月)**

| 月 | 2026年 | 2025年 | 増減 |
|---|---|---|---|
| 9月 | 62,974人 | 49,854人 | +13,120人 |
| 8月 | 103,361人 | 94,867人 | +8,494人 |
| 7月 | 61,422人 | 53,368人 | +8,054人 |
| 5月 | 61,699人 | 53,651人 | +8,048人 |
| 10月 | 57,147人 | 50,844人 | +6,303人 |
| 9-10月が年間に占める割合 | 24.4% | 23.0% | +1.4pt |

島に落ちたお金は308.48億円。**宿泊が108.42億円で、残りの約200億円は宿以外に落ちています。**

飲食52.13億円、買い物・土産45.89億円。土産は製造業、飲食は農業・漁業の出口です。

一方、佐渡の飲食で島外のお客さま向けに振り切っているお店はほとんどありません。冬に商売にならない島で、通年を島外客に預けるのは無理があるからです。ただ、**いちばん伸びた月は8月ではなく9月(+13,120人・126.3%)**で、9-10月が年間に占める割合も上がりました。**通年ではなく9月・10月だけなら、島外のお客さま向けの商売は成り立ちますか。**

皆さんのお店で、島外の方は今どのくらいでしょうか。

食事の答えは、正直まだ持っていません。ただ、**観光のお客さま向けの商売をする人が増えるしかない**のではないかと思っています。PRは、**SNSを強化して誘客のしくみをつくること**に注力します。

出典: 佐渡汽船 乗船データ / 佐渡来訪者満足度調査(2026年) / 佐渡市 観光施設月報 / さど観光ナビ ・推計値

# 【サドベンチャーのカテゴリー別の変化と注力カテゴリー 】
# カテゴリー別の動き。金山関連の減少は入口が移った分を含む

**サドベンチャーのご利用人数(1-10月)。本編21ページの内訳です**

| カテゴリー | 2026年 | 2025年 | 増減 | 1人あたり 2026年 | 1人あたり 2025年 |
|---|---|---|---|---|---|
| マリンスポーツ | 3,606人 | 3,207人 | +399人 | 9,545円 | 6,727円 |
| 金山関連 | 1,636人 | 2,500人 | -864人 | 8,333円 | 5,505円 |
| 歴史・文化 | 444人 | 557人 | -113人 | 9,410円 | 7,010円 |
| イベント | 393人 | 967人 | -574人 | 31,135円 | 9,621円 |
| 自然鑑賞 | 197人 | 254人 | -57人 | 2,001円 | 1,465円 |
| ディスカバー | 194人 | 83人 | +111人 | 9,943円 | 9,675円 |
| トレッキング | 183人 | 117人 | +66人 | 14,672円 | 11,352円 |
| トキ関連 | 154人 | 107人 | +47人 | 7,578円 | 5,169円 |
| 乗馬 | 141人 | 43人 | +98人 | 9,816円 | 10,745円 |
| 食 | 111人 | 188人 | -77人 | 4,421円 | 4,332円 |
| その他・終了した商品 | 262人 | 395人 | -133人 | — | — |
| 合計 | 7,321人 | 8,378人 | -1,057人 | 10,407円 | 6,736円 |

本編21ページのとおり、**人数は1,057人減り、商品は123本から104本になりました。金山関連-864人、イベント-574人**(2025年3月の大きなイベント分)、歴史・文化-113人。増えたのは**マリンスポーツ+399人**ほか。

**この表はサドベンチャーを通った分だけで、島の体験すべてではありません。**金ぶらフリーパス＋小判づくりはサドベンチャー経由で951人→456人に減っていますが、**相川観光案内所が直接お受けしている分が別に2,354人あります。金山関連の減少は、需要が減ったというより販売の入口が移った分を含みます。**

**歴史・文化は島全体では2年で156%といちばん伸びている分野です(3ページ)。そこを我々の商品では取れていません。**コロナ前との比較は、2022年より前は規模が小さく判断材料にならないため入れていません。

出典: 佐渡汽船 乗船データ / 佐渡来訪者満足度調査(2026年) / 佐渡市 観光施設月報 / さど観光ナビ ・推計値

# 【島外各地への宣伝企画について】
# 複数回お越しの方は消費も口コミも初回を超えない

**来島回数ごとの様子(2026年)**

| 来島回数 | 割合 | また来たい | すすめたい | 1人あたり |
|---|---|---|---|---|
| 初めて | 65.2% | 5.24 | 54.1% | 71,332円 |
| 2回目 | 12.3% | 5.36 | 48.4% | 70,222円 |
| 3回目 | 4.5% | 5.63 | 51.9% | 59,926円 |
| 6-9回目 | 2.7% | 6.19 | 50.9% | 55,348円 |
| 10回以上 | 11.3% | 6.47 | 56.3% | 59,096円 |

**行かれた場所(3年・同じ4-10月で比較)**

| 行かれた場所 | 2026年 | 2025年 | 2024年 |
|---|---|---|---|
| 佐渡金山 | 74.2% | 77.8% | 76.4% |
| 北沢浮遊選鉱場 | 62.3% | 56.0% | 52.3% |
| 宿根木集落 | 40.1% | 35.7% | 34.9% |
| 大野亀・二ツ亀 | 32.0% | 24.0% | 28.2% |
| 祭・イベント | 7.7% | 6.4% | 8.9% |

複数回お越しの方は、当然ながら佐渡を好きでいてくださる方です。「また来たい」も回数とともに強くなります。ただ、**使っていただく額は初めての方71,332円に対し10回以上の方は59,096円**で、滞在が長くなるのに消費は減ります。人にすすめてくださる割合も、初めての方54.1%と10回以上の方56.3%でほとんど変わりません。

佐渡は海を渡る必要があるので、気軽に何度もとはなりにくい場所です。実際、**来訪者の65%は初めての方で、いまの広がりは初めて来た方がすすめてくださることで起きています。**

保全にお金が回るしくみづくりは、**我々が担う領域ではないと考えています。文化財団があり、そちらの役割です。**我々ができるのは観光と祭り・寺社をつなぐところまでです。**祭りやイベントに行かれた方は7.7%で3年横ばい。**町並みや景観は伸びているのに、祭りには届いていません。まずここをつなぐのが我々の仕事だと思っています。

出典: 佐渡汽船 乗船データ / 佐渡来訪者満足度調査(2026年) / 佐渡市 観光施設月報 / さど観光ナビ ・推計値

# 【閑散期対策】
# 冬の欠航は月8日前後。止まるのはジェットフォイル・直江津航路

**2026年1～10月の欠航実績**
**7,058便のうち250便 = 3.5%**
**・カーフェリー 0.5%**
**直江津 6.4%**
**・ジェットフォイル 5.4%**

船が止まりやすい日 = 航路上(佐渡海峡中央)で日最大波高2.0m以上(2022-2026年の平均)。
2026年1月はジェットフォイル306便中92便(30.1%)が欠航しました。

| 時期(2026年) | 来訪者 | 消費額 | 1人あたり |
|---|---|---|---|
| 秋(9-10月) | 120,121人 | 81.05億円 | 67,474円 |
| 夏(7-8月) | 164,783人 | 107.40億円 | 65,177円 |
| 春(4-6月) | 149,520人 | 96.29億円 | 64,399円 |
| 冬(1-3月) | 57,960人 | 23.74億円 | 40,959円 |

出典: 佐渡汽船 乗船データ / 佐渡来訪者満足度調査(2026年) / 佐渡市 観光施設月報 / さど観光ナビ ・推計値

# 考えたいこと：限られた予算を、閑散期に向けるかどうか

| 論点 | 数字 |
|---|---|
| ① 規模 | 冬(1-3月)の来訪者は 57,960人。8月の1か月 103,361人より少ない |
| ② 1人あたり | 冬 40,959円 = 夏 65,177円の63%。同じ1人でも地域に落ちるお金は約3分の2 |
| ③ 船の便 | 冬に止まるのはジェットフォイル(冬期就航率70～90%台)。カーフェリーは冬でも95%台 |
| ④ 受入 | 冬は営業時間の短縮や休業があり、来ても回れる場所が限られる |

**同じ予算を置くなら、どこに置くか。皆さんの考えをお聞かせください。**

**A | 冬(12-1月)に新しい需要をつくる**

**B | 天候が落ち着く3月・11月に寄せる**

**C | 混んでいる時期(夏・秋)をさらに伸ばす**

**D | 冬は受入体制(営業日・交通)の整備**

③は2026年1～10月の欠航実績(佐渡汽船 月報)。島に渡れないのではなく、速い船(ジェットフォイル)が直前まで読めないという意味です。

出典: 佐渡汽船 乗船データ / 佐渡来訪者満足度調査(2026年) / 佐渡市 観光施設月報 / さど観光ナビ ・推計値

# 佐渡汽船さまパート

# 休憩（１０分間）



## 意見交換会（４０分）

# これからの佐渡観光をより良くしていくために、何が必要だと思いますか？

1.今の佐渡観光の課題は何か？

2.佐渡の魅力として、今後伸ばしていくべきものは何か？

3.そのために、どのような取り組みが必要か？

・**課題**　現在の佐渡観光で改善が必要だと思うこと

・**可能性**　今後伸ばしていくべき佐渡の魅力

・**取り組み**　これから必要だと思う具体的な取り組み

今後の佐渡観光の振興や、佐渡観光交流機構（DMO）の取り組みの参考とするため、皆さまのご意見・ご感想をお聞かせください。

**アンケートのご協力をお願いします**