

（各交付対象事業の重要業績評価指標(KPI)の実績値等）

NO.	交付対象事業の名称	事業内容	開始年度	総事業費	交付金額	本事業における重要業績評価指標(KPI)				本事業終了後における実績値	実績値を踏まえた事業の効果について	
				単位:円	単位:円	指標		事業開始前	目標値(R3年度)	実績値(R3年度)	効果	実績に対する評価 今後の方針
2	新たな観光資源開拓×佐渡版DMO 戦略的観光地域づくりプロジェクト	【観光地域づくり推進事業】 佐渡版DMOが中心となり、多様な関係者と連携し、中長期的な視点による観光地経営を進めていく。 【外国人旅行者誘致事業】 台湾・アジア方面については、ターゲットとする地域を絞りながら、県内自治体との連携による旅行会社、商談会等へのセールスを実施する。	R1	114,670,960	57,335,480	①	さどまる倶楽部会員が佐渡を訪れた数	1,500人	6,000人	4,372人	地方創生に相当程度効果があった	(KPI未達成理由) KPI①、②については、新型コロナウイルス感染症の影響による外出自粛・渡航制限が影響し、観光客入込数が減少したことに伴い未達成。③については、コロナ禍で来訪者の属性割合に変化があった(ビジネスが相対的に増えた等)により平均泊数が下がったことにより未達成。KPI④については、新型コロナウイルス感染症の影響による各種イベント等での効果的なPRやキャンペーンを打ち出せなかったことにより未達成。 (事業評価) 【観光地域づくり推進事業】 佐渡観光交流機構による観光戦略のもと、「滞在時間の延長＝顧客消費額の増大」となる仕組みを推進するため、地域にある資源(自然・歴史・文化・食など)と多様な資源を活用した事業を展開。また併せて、関係人口のベースとなるファンクラブ「さどまる倶楽部」の会員数を増やし、佐渡に複数回訪れる仕組みを構築。 【外国人旅行者誘致事業】 ・佐渡地域の認知度向上及び佐渡地域への観光誘客を促進するため、佐渡の観光資源や地域の魅力などをNational Geographic Travelerフランス版に掲載することにより、佐渡観光の魅力を発信した。 ・台湾に向けた持続的なインバウンドプロモーション展開として、台湾人目線での魅力的な観光地を調査し、より実需に沿った観光ルートを造成。また、現地ブロガーのローカルアンバサダー化を図り、より深い地域の情報を継続に発信し、ファン獲得に向けた事業を展開。 ・国内外の観光客の広域観光ニーズへの対応や長期滞在・周遊観光の促進及びクルーズ船による観光客のニーズに対応するため、各地域と連携し、対岸市との航路の活用、相互の観光魅力向上、旅行商品造成支援をはじめ、多くの観光客が佐渡へ来訪する機会を創出。 (実績を踏まえた事業の見直し) 多様化する旅行ニーズに沿った情報発信を行い、佐渡の魅力度及び旅行満足度の向上を図り、さどまる倶楽部会員数の増加を目指す。 インバウンドについては、令和4年6月から入国制限が緩和されることから、これまで同様、旅行会社、商談会等でのセールスのほか、新潟空港台湾便の再開状況を見据え、ターゲットを絞ったアプローチを図っていく。
						②	外国人延べ宿泊数	17,000人泊	22,000人泊	254人泊		
						③	観光客1人当たり平均宿泊数	1.89泊	1.93泊	1.71泊		
						④	関係人口数(さどまる倶楽部会員数)	16,000人	50,000人	45,191人		