

デジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進タイプ)に係る事業実施結果報告【令和4年度報告】

(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 (R4年度)	実績値 (R4年度)	効果	実績に対する評価 今後の方針	
1	島の作物まるごとSADOSANブランド 化構築事業	【佐渡産ブランド構築事業】 ◆佐渡産ブランド構築推進委託 初年度に引き続き、園芸作物のブランド構築に向けた検討を進める。ブランド化にあたっては、大学の学術的な知識やアドバイスを取り入れ、佐渡の環境負荷に配慮した栽培手法や生産体制、品質規格等の統一した要件の基盤を整備する。さらには、安心・安全な農産物であり、なおかつ、おいしさを証明し、消費者(顧客)から選んでもらえるよう、学生アンケート等を実施し、分析結果を踏まえた販売戦略の検討を進める。 ◆佐渡産高付加価値化実証事業委託 慣行で実施してきた「勘」による栽培ではなく、気象データや土壌分析などのデータ蓄積を、検証した結果として栽培手法を確立させるため、研究機関である大学と連携する。実証結果を反映し、科学的、効率的な栽培による生産量の拡大と園芸作物のブランド化により差別化販売を目指す。また、大学が持つ有機栽培等の学術的な指導のほか、新規就農者の営農計画作成を支援し、経営チェック体制を構築する。 【佐渡産パワーアップ事業】 ◆佐渡産出促進事業補助金 付加価値を高め、差別化販売を目指す意欲ある生産者を対象に、園芸作物のブランド化に係る経費、ブランド化した園芸作物の販売促進等に要する経費を補助する。 【佐渡産農産物消費促進事業】 ◆園芸作物のブランド化により、付加価値化が加わり、従来の個と個の交流から業(集荷業者)と(ホテル、学校、飲食店等)との交流に事業展開し商談会を開催する。今まで蓄積したノウハウを活用し、ターゲットを変更することで、島外からの移入に依存している園芸作物の流れを変える。 ◆地元食材を利用したスローフードの開発により、1次産品の高価格化、新たな流通経路の形成のための社会実験として市内で重点地区を選定し、佐渡産農産物の生産による地域の賑わいを創出する。 【集落営農・担い手支援事業】 ブランド化による高付加価値化、差別化販売を推進にあたっては、地域を活性化させ、盛り上げる担い手が必要不可欠となる。10年先を見据えた検討を行うため、担い手構成、年齢分布等を見える化する。データを活用し、優先的に守るべき農地(エリア)との選定、集落営農の検討、中心的経営体や新規就農者とのマッチングを行う。 地域全体で佐渡産農産物の生産を高めることを目的に、地域における農地情報と担い手情報をつなぎ、将来的な推移を計測することで、集落との話し合いを強化し、担い手確保。集積・集約化など地域農業の維持につなげる。	R3	11,057,883	5,528,941	①	ECサイト販売額 (JA佐渡ベース)	0千円	11,000千円	13,463千円	地方創生に 相当程度効果があった	(KPI未達成理由) ■KPI②について 就農相談から経営定着まできめ細やかな支援が必要となるものであり、相談はあったが目標値には届かなかった。 ■KPI③について 6～7月にかけて降水量が少なく初期生育が確保できなかったことと8月の多雨による日照不足により全体的に収量と品質の低下が見られたため、目標に達しなかった。 (事業評価) 【佐渡産ブランド構築事業】 保育園の有機給食を支えるための野菜の出荷団体を中心に、一年を通じて出荷できる体制のモデルを拡大、構築できた。特に、無農薬無化学肥料での栽培による園芸品目を保育園からECサイトでの販売にもつなげることで、佐渡産のブランド構築の底上げと通年で提供できることで、認知度の向上にもつなげることができた。 【佐渡産パワーアップ事業】 輸送事業者と連携し、生産者が生産に集中できるよう島内全島への配送を担う体制づくりを行うことができた。 重点品目であるみかん、ルレクチェにおいて、新規生産者が栽培当初から参加できる研修園地を整備した。生産技術の習得と併せて、新規栽培の後押しを行うことができた。 【佐渡産農産物消費促進事業】 小木地区地産地消のまちづくり推進協議会が中心となり、地域の漁業者、飲食店、観光事業者が連携した取組みを進めることができた。 商談会についても、新型コロナウイルスの感染の浮き沈みにより、実施時期の調整が難しく、大規模に開催することができなかったが、試食を含めたマッチング商談会を実施し、地鶏ひげやさどシルクレんこんなどの新しい食材を紹介、PRすることができた。 【集落営農・担い手支援事業】 ブランド化による高付加価値化、差別化販売を推進し地域を活性化させ、盛り上げるためには担い手が必要不可欠となるため、システムを活用し広く話し合いの強化を進めた。 (実績を踏まえた事業の見直し) ■ECサイト販売額(JA佐渡ベース) SNSなどと連携して農家の取組みやコンセプトを伝えることで、販売量が増加する傾向があることから、積極的にPRするほか、新型コロナウイルスの影響により、業務用の大規模規格よりも、核家族が購入しやすい規模のサイズで商品を設定することで、販売戸数が伸びる傾向にある。商品に応じて、個人用、業務用向けを整理し、ターゲットを絞り込んでそれぞれの品目の販売戦略を再構築し、市場ルートや直接販売、ECサイトでの販売などを複合的に取り組んで販売額の増加に努める。ECサイトによる認知度の向上から、希少な品目や少量であっても取引を行いたいという問合せも多くなってきており、JA佐渡が情報を整理し、積極的な出荷を農家に促すことで、全体的の出荷量の増大につなげる。 ■新規就農者数 引き続き、10年先を見据えた担い手構成、年齢分布を見える化し、地域全体で園芸作物の生産を高めていくため、地域における農地情報と担い手情報をつなぎ、将来的な推移を計測することで、集落との話し合いを強化し、担い手確保、集積・集約化など地域農業の維持につなげる。 ■戦略作物島外出荷量 出荷計画や配送計画、利用計画などの習慣づけを行い、無計画な生産による食品ロスの防止や、「売れない農産物」の作付けを無計画に行わないよう農家への意識付けを行う。佐渡産農産物消費促進としては、サドメシラン店舗の意向なども踏まえ、佐渡の魅力をしっかり伝え、継続的に取引可能な体制づくりを行う。
						②	新規就農者数	2経営体／年	7経営体／年	5経営体／年		
						③	戦略作物島外出荷量	47.80t	63.70t	50.68t		

デジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進タイプ)に係る事業実施結果報告【令和4年度報告】

(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 (R4年度)	実績値 (R4年度)	効果	実績に対する評価 今後の方針	
2	日本一輝けるスタートアップアイランド ～多様な人財が集まり、安心して暮らし・働き・チャレンジできる島づくり～	【「稼げる」地域づくりと「働く」人材の確保から安心して「働き」・「チャレンジ」し輝ける環境づくり】 ①島内企業全体のブランド力向上、選ばれる会社になるための仕掛けづくりと、魅力があり安心して働ける環境の創出 ②企業の成長に必要な適切な支援策等の活用、最大限の効果が得られるための本質的な課題の言語化、アフターフォローを含めたパートナーシップマネジメント体制の構築 ③若手起業家等が活躍し、次世代の担い手が輝ける仕組みづくり ④若者の交流人口の拡大と定着による賑わいの創出 ⑤若者の定着率を高めるための郷土に愛着を持つUターンの受入促進のための取組み 【都市部とのつながりを築き、都市部からの新しいひとの流れをつくり安心して「暮らせる」環境づくり】 ①多くの移住者を受け入れ、定着させるための体制の構築 ②佐渡出身者への情報発信とUターン者の受入れ促進 首都圏で暮らす40歳未満の佐渡出身者のUターンの促進、コミュニティの形成を目的として都心部で開催しているイベント「佐渡部」を単なるイベントではなくUターン促進のための事業を再構築するとともに、移住希望者の相談対応、移住者の仕事、生活等への支援する仕組みの強化を図る。 ③空き家活用のマネジメント強化による景観の維持と資源の有効活用および気軽に移住者や2地域居住者が暮らせる環境づくり。	R4	31,556,220	15,778,110	①	Uターン定着率(%)	0%	65.00%	83.51%	地方創生に非常に効果的であった	(KPI未達成理由) ■KPI④について 起業家の交流・発信拠点「シェアオフィス」に5社の首都圏の企業を誘致できたが、会社の規模が比較的大きく、事業の主戦場が首都圏にあり、佐渡における事業を開始したところであるため本社機能移転が実現しなかった。 (事業評価) 【「稼げる」地域づくりと「働く」人材の確保から安心して「働き」・「チャレンジ」し輝ける環境づくり】 ■島内企業全体のブランド力向上、企業の成長に必要な適切な支援策等の活用 ・自社ホームページ製作費の支援を通じて、製造業など幅広い業種に対して認知度向上のための入り口整備を支援することができた。 ・SNSの活用方法やプロモーション方法、JAL職員から接客マナーを学ぶなど、経営改善に向けたスキルアップセミナーを年間11回開催した。 ・年間でインターンシップの参加学生38名(前年比+5名)、受入企業17社(前期比▲1社)と参加学生を全国から募集したことにより、増加した。 ・新社会人向け交流会やセミナーを開催し、知識習得に加えて横の繋がりを深めた。 ・高校生の職場見学、企業説明会や就職ガイダンスを開催し、キャリア教育や島内就職希望者の情報収集の場を設けた。 ■若手起業家等が活躍し、次世代の担い手が輝ける仕組みづくり ・起業家の交流・発信拠点「シェアオフィス」に5社の企業を誘致し、今後、佐渡での事業を始めることで地元企業との交流が図られる。 ■若者の交流人口の拡大と定着 ・島内の小学生を対象に「佐渡式株式会社(仮称)」を開催し、地域学習や佐渡の魅力発信の経験を通じて郷土への愛着心を涵養した。 【都市部とのつながりを築き、都市部からの新しいひとの流れをつくり安心して「暮らせる」環境づくり】 ■Uターンの受入促進と定着させるための体制の構築 ・Uターン者の受入促進のための情報発信をはじめ、定着支援の仕組みづくりを進めた。
						③	インターンシップ受入企業数(社)	10社	15社	17社		(実績を踏まえた事業の見直し) ■Uターン定着率 ・佐渡暮らしサポーターを拡大し、活動を推進するとともに、Uターンサポートセンターにおける定着支援に関する活動を強化することで、定着率の向上に努める ■Uターン者数 ・当該年度に作成した情報発信ツールを活用し、Uターン者の受入促進や関係人口拡大のために、首都圏での交流会を実施する ■インターンシップ受入企業数 ・参加学生は増加しているが島内企業の就職に繋がらないため、企業の雇用に重点を置いたコンセプトに変更を行う。
						④	ベンチャー企業の本社機能移転数(社)	0社	2社	0社		■ベンチャー企業の本社機能移転数 ・起業家の交流・発信拠点「シェアオフィス」に進出した企業の定着化を図るとともに、コワーキングスペースを本市と連携協定を締結する大学や企業をはじめ地元企業との交流スペースとして利活用を図る。 ・実施設計を踏まえて、古民家を活用した企業研修・ワーケーションの拠点を整備する。民間の活力を活かして運用することし、首都圏の企業や佐渡へ進出する起業家の研修施設として稼働率を高めて、企業誘致や連携、本社機能移転に繋げていく。

デジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進タイプ)に係る事業実施結果報告【令和4年度報告】

(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 (R4年度)	実績値 (R4年度)	効果	実績に対する評価 今後の方針
3	「元気なしまびと」を起点とした「魅力あるしま」づくりプロジェクト	【交流・居場所づくり ～社会参加及びコミュニティ形成の促進～】 ◆年齢や性別、障がいの有無を問わず多様な人々が、それぞれ関わりをもつため、交流・活動の拠点を設置し、同時に子育て環境の向上等に取り組むことで、様々な人の社会参加やコミュニティの形成を促す。 【活躍・しごと ～生涯活躍のまち＝「魅力あるしま」へ～】 ◆女性や高齢者、障がい者等を含め、誰もがその能力を生かしてコミュニティの中で活躍するために、個々のニーズに応じてスキルやポテンシャルが活かせるような地域課題解決や地域活性化の取組みに対し、支援を行うことで、持続可能な地域づくりを図り、ひいては就業機会の創出にも繋がる。 【市民の健康対策 ～「元気なしまびと」づくり～】 ◆生涯現役の人材育成に向け、健康寿命、食育、運動及びそれらの教育にアプローチする事業を行うとともに、医療・介護・福祉等の各種施策・支援に横串を通し、一体的かつ効果的に事業を推進するための組織との連携を図ることで、自発的かつ持続的な健康づくりを展開する。	R4	38,440,430	19,220,214	①	地域づくり活動に関わった人数(人)	4,442人	4,474人	6,743人	地方創生に非常に効果的であった （事業評価） 【交流・居場所づくり ～社会参加及びコミュニティ形成の促進～】 ■地域力強化推進 社会福祉協議会が進める地域課題解決に向けた住民主体の体制づくりを支援し、地域力向上を推進した。 ■子育て支援 市内の公園や子どもの遊び場などの情報発信のため、晴れの日47か所、雨の日26か所が検索可能な「佐渡おでかけマップ」を作成。子育て世代への利便性向上とコミュニティ形成の場づくりに繋がった。 【活躍・しごと ～生涯活躍のまち＝「魅力あるしま」へ～】 ■地域づくり活動支援 令和4年度は雪害もあったことから、災害対応として155の集落等でコミュニティ交付金の活用があった。集落等の支援をしながら、支所・行政サービスセンターと集落との関係性を密にすることにもつながった。 【市民の健康対策 ～「元気なしまびと」づくり～】 ■自発的かつ持続的な健康づくりの推進 市民の健康寿命への意識の醸成を図るため、健康推進月間を設けてキャンペーンとフェスティバルを実施したほか、スポーツ・レクリエーションの普及を進め、健康づくりの促進を図った。あわせて、市民の健康管理の改善に向けて、尿中塩分濃度調査の検査結果を用いた啓発や栄養改善の個別指導等を行った。 （実績を踏まえた事業の見直し） ■地域づくり活動に関わった人数 引き続き、地域コミュニティの維持を図るため、地域内での助け合いや困りごと解決に取り組む集落等を支援していく。 ■しまびと元気応援団参加数 地域や関係団体・機関との連携を図り、つながりを活かした健康づくりを継続する。 ■健康・スポーツ教室、ウォーキング教室の参加者数 新型コロナウイルスが5類感染症へと移行し、外に出る機会が増加していることから、今後も継続して事業を実施し、健康づくりの促進を図っていく。
						②	しまびと元気応援団参加数(人)	4,299人	5,039人	8,141人	
						③	健康・スポーツ教室、ウォーキング教室の参加者数(人)	1,380人	1,460人	2,282人	

デジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進タイプ)に係る事業実施結果報告【令和4年度報告】

(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 (R4年度)	実績値 (R4年度)	効果	実績に対する評価 今後の方針	
4	持続可能な観光地域づくりを目指した「佐渡版MaaS」実証事業	≪佐渡版Maas「観光地における新たなモビリティ」≫ 【MaaSのプラットフォームとなるだっちやコインシステムの構築】 ◆現在ある「だっちやコイン(地域通貨)」を活用し、MaaS提供に際しての活用が見込まれる。だっちやコインを市民も利用できるよう改修し、キャッシュレスを通じた利用拡大を図る。 【ユニバーサルな佐渡市に向けての拠点づくり】 ◆前身事業の課題・ニーズを踏まえ、これまでの取り組み成果を活かし、世界遺産を核とした地域の賑わいを創出する拠点づくりを目指す。観光地でのMaaSの活用は、情報収集や事前予約、キャッシュレス決裁に対する来訪者ニーズの充足や、来訪者の体験価値を向上させることに加え、観光地の課題解決につながる。観光地型MaaSの実証として、佐渡金銀山ガイドンス施設を拠点とし、世界遺産を核とした新たなコンテンツの強化を図ると共に、観光情報発信・予約・決済を一元的に提供することで、スマートな体験価値を提供 【観光コンテンツの磨き上げ】 (1)博物館の魅力向上事業 佐渡の豊かな歴史・文化、自然を観光素材として磨き上げるため、博物館資料を分かりやすく解説紹介し、固有種も多い、植物などの新たな資料の公開や活用に取り組むほか、施設毎に特色を持たせて複数の施設を巡ってもらえる工夫を施す。また、資料を街中の事業所や公共施設などに広げ、旅行者が買い物やまち歩きの中で佐渡の歴史や芸術などに触れる機会を提供することで、街中への誘客促進と旅行消費拡大につなげる (2)地域の伝統技能発信事業 無名異焼の土づくりから焼き上がりまでの制作工程や裂織制作工程等を映像作成し、来館者へ佐渡の貴重な国指定重要無形文化財である伝統工芸の発信を行い、発信力の強化を図る (3)地域文化保存継承・体験事業 持続可能な観光地域づくりを進めるためには、当市に残る貴重な文化資源を保存継承したうえで、それらを観光・産業、他分野に活用していく必要がある。そのため、観光客と市民が一体となった文化体験メニューを提供し、担い手の育成と観光振興を図る 【観光CRM体制の整備】 ◆個人旅行への転換、ニーズの多様化が進んでいる中で、顧客との市場コミュニケーションが複雑化している。域内事業者の経済活動に対してDMOがリーダーシップを発揮し、地域全体で稼ぐ仕組み、既存顧客へのロイヤリティ付与による良好な関係性構築のため観光CRMの体制を整備する 【エリア別観光拠点づくりの推進】 ◆MaaSによる二次交通強化とあわせ、市内3か所の観光案内所を拠点として周遊する仕組みを構築し、各エリアのステークホルダーと連携しながらエリア内観光を推進する ≪佐渡版MaaS「過疎地域における新たなモビリティ」≫ 【タクシー共同配車体制の構築】 ◆MaaS実装に向けて、タクシー事業者のIT化を推進するため、Web上での配車管理と複数社による共同配車体制を整備し、住民や来訪者の利便性向上と利用促進を図る	R4	72,695,645	36,347,822	①	1人当たりの旅行消費額(円)	39,535円	44,690円	46,322円	地方創生に非常に効果的であった	(事業評価) 【MaaSのプラットフォームとなるだっちやコインシステムの構築】 市民に使い勝手の良い、持続可能なサービスの提供について検証することができた。佐渡汽船のシステムへの自動連携までは至らなかったが、webシステムを構築し、令和5年度に構築する新アプリの礎を築くことができた。 【ユニバーサルな佐渡市に向けての拠点づくり】 拠点である佐渡金銀山ガイドンス施設(きらりうむ佐渡)の令和4年度の来館者は20,033人であり、令和元年度の新型コロナウイルス感染症拡大前の令和元年度の97%まで回復した。月1回程度のファミリー層向けイベントやマルシェを行ったほか、現地への円滑な誘導を図るため、佐渡金銀山音声ナビの導入、散策マップ等の制作を行い、来訪者の満足度向上及び佐渡金銀山遺跡の理解促進につながった。 【観光コンテンツの磨き上げ】 (1)博物館の魅力向上事業 佐渡植物園において、薬草を取り入れた展示計画策定に向け、佐渡国薬種24品に含まれているサドオケラについて、専門家の助言を受けながら生育調査等を行った。 (2)地域の伝統技能発信事業 相川技能伝承展示館では、伝統工芸の無名異焼や裂織に関して映像制作を行い発信力強化の基盤整備を行った。 (3)地域文化保存継承・体験事業 史跡佐渡奉行所跡を活用し開催した鈍翁茶会では、189名の参加をいただき、満足度向上に向けた取り組みができた。 【観光CRM体制の整備】 佐渡市公式観光情報サイト「さど観光ナビ」は佐渡の世界観がより伝わるサイト構成や、google検索からの流入を強化するための全体改修を行ったほか、趣味別の記事コンテンツを充実させ、サイト滞在時間の向上を図った結果、サイトセッション数が1,186,971と、令和3年度の722,005と比べ大幅に増加させることができた。また、観光ニーズ調査の結果等を踏まえ、佐渡観光交流機構の外部人材と連携して今後の施策を検討し、令和5年度から本格的に実施予定のマーケティングデータを活用した、ターゲットに応じたアプローチに繋げることができた。 【エリア別観光拠点づくりの推進】 前年度に比べコロナが緩和化したことも踏まえ、観光案内所の利用件数は55,049件と、令和3年度の35,749件から大幅に増加した。また、佐渡観光交流機構の地域づくりの推進による受け入れ態勢の強化や、旅マエをターゲットにした情報発信により、観光旅行者の満足度向上に寄与した。 【タクシー共同配車体制の構築】 市内のタクシー業者(5社、39台)にシステムを導入したことにより、効率的な配車システムが可能となり来訪者や住民に利便性の高い移動サービスを提供できた。 (実績を踏まえた事業の見直し) ■1人当たりの旅行消費額、観光旅行者の満足度 ・マーケティングデータを駆使しタビナカでの行動に沿ったアプローチを行えるよう、状況に応じた情報発信を行えるアプリを構築し、旅行消費額の増加及び旅行満足度の向上に繋げる。 ・令和6年度の世界遺産登録を目指す中で、世界遺産を核としたブランディング、佐渡の豊かな歴史・文化、自然を観光素材としての磨き上げを進める。 ・観光需要の回復に伴う旅行者の増加に対応すべく、観光案内所の運営によるタビナカの支援、ガイド常駐によるまち歩きの促進や満足度の向上を図る。 ■路線バス利用者 バス・タクシーだけでなく、地域が持っている交通資源について、デジタル技術を通じてフル活用することで、誰もが利用しやすい地域交通の確保を目指す。
		②				観光旅行者の満足度(%)	29.20%	30.40%	35.90%			
		③				路線バス利用者(万人)	35万人	36万人	36万人			