

地方創生推進交付金に係る事業実施結果報告【令和3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(R3年度)	実績値(R3年度)	効果	実績に対する評価 今後の方針
1	佐渡戦略産品ブランド化プロジェクト	<p>【佐渡米品質向上プロジェクト】 1等米比率向上、販路拡大に伴う、ブランド力の向上による販売量及び農家所得の増加を実現。「伝える指導会」から農家と「一緒に考える指導会」に転換し、「おいしさ」と「みばえ」を兼ね備えた日本一の佐渡米づくりの実践。</p> <p>【ブランドカアップのための販売戦略】 サドメシラン店舗及び卸先を佐渡産品の情報発信拠点と捉え、関係歳への訪問等で佐渡の取組をPRし、店舗数の拡大及び取扱量増加を目指す。また、地域内での地産地消を進めるとともに、市場規模が大きい島外への佐渡産品の消費拡大を図る。</p> <p>【企業支援対策事業】 佐渡産品の情報発信、消費者等の動向確認のほか、海外への商談会、海外販路につながる商談会等への出展にかかる経費を一部補助し、更なる販売網販路拡大を図る。</p>	R1	25,627,219	12,813,609	① 輸出量(米・柿及び加工柿)	0.4t	19.0t	0.5t	<p>地方創生に相当程度効果があった</p> <p>(KPI未達成理由) KPI①については、おけさ柿は、4月当初の凍霜害により広域で被害が発生し、集荷量が大きく減少し輸出につながらなかった。 KPI②については、全国最低の作況指数となったが、基本技術の励行が浸透し、品質については、一等米比率が途中集計で89%となるなど向上が見られ、最終的には86%となった。 KPI④については、新型コロナの影響が払拭できず、外出自粛等の影響により販売店ではなく、通販等での購入に切り替わった影響もあり取組店舗が減少。</p> <p>(事業評価) 【佐渡米品質向上プロジェクト】 佐渡米未来プロジェクト品質向上90サポーター・100ほ場を選定し、現地指導会にて基本技術の励行を実施。品質向上のため春作業、中干、穂肥、水管理、刈取り指導会のほか、「栽培概要看板」「品質向上看板」の設置による情報発信を行ったことで、きめ細やかな生育情報を農家に届けることができた結果、品質向上の指標である、1等米比率を90%に近づけることができた。</p> <p>【ブランドカアップのための販売戦略】 重点作物については、佐渡における持続可能な農業の取組みやネオニコチノイドを使わない農業などの取組みが取り上げられ、主婦層でも取組みが評価(ESSEふるさとグランプリ受賞)されたこともあり、佐渡産知名度の向上が図られたほか、販売額が増加した。その他の産品の販売については、通年で様々な農産品を、サドメシラン店舗で活用できるよう、規格等の調整を行い事業を進めたが、新型コロナウイルス蔓延防止措置による休業等により、業務用の面では、販売額が思うように伸びなかった。</p> <p>【企業支援対策事業】 国内外への販路及び販売拡大を目指すなか、商談会や物産展に係る支援を実施したが、特に海外においては、昨年度に引き続きコロナ禍の影響により直接商談の機会が減少していることから目標数3件に対して実績数1件の支援となった。しかし、ウィズコロナ体制により商談機会も段階的に回復しており、今後も引き続き、販路拡大の可能性がある海外市場への佐渡産品のアプローチを推進する。</p> <p>(実績を踏まえた事業の見直し) R3年度が最終年度であった。佐渡米未来プロジェクトについては、取組みとして定着していることから、品質の低下がないよう今後も事業を継続する。 培った基本技術を活かしながら、全島で5割減の栽培を達成している佐渡市において、さらに踏み込んだ取組みとして、無農薬無化学肥料栽培の栽培技術の定着や収量の安定化、作業の省力化などに取組むと共に、販売に向けた取組にステップアップする。</p>	
					② コンヒカリ1等米比率	84.0%	90.0%	86.0%			
					③ JA重点作物(米・柿・干し柿)販売額	4,978百万円	5,008百万円	5,517百万円			
					④ 「朱鷺と暮らす郷づくり認証米」の販売店舗数	322店舗	340店舗	280店舗			

地方創生推進交付金に係る事業実施結果報告【令和3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(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	<p>【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。</p> <p>【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。</p>	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	<p>地方創生に相当程度効果があった</p> <p>(KPI未達成理由) KPI①、②、③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。 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。</p> <p>(事業評価) 【観光地域づくり推進事業】 タピエへの効果的なアプローチとして、佐渡観光の情報発信の起点であるさど観光ナビの日本語ページセッション数(サイト訪問数の指標)は798,784件に達し、また、タピエを支援する観光案内所の利用件数がR2年度の30,817件から35,749件と前年比116%まで伸びたことにより、旅行者の満足度(大変満足と回答した人)はR2年度の29.2ptから39.4ptに、リピーター率を41.4%から45.1%に伸ばす要因になったと考える。また、上記の取り組みにより佐渡のファンづくりを促進したほか、各種キャンペーンの実施により、さどまる倶楽部会員数をR2年度の約3倍まで増やすことができ、関係人口の拡大に寄与した。</p> <p>【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新潟・佐渡エリアとして3ルート、新潟・佐渡・会津若松エリアとして3ルート造成。また、現地プ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。ファン獲得に向けた事業を展開し、SNSを32記事、ブログを1記事発信したことで322,259人の見込み顧客に情報を届けることができた。 ・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。 以上の取り組みによりコロナ収束後のインバウンド獲得に向けたスタートダッシュを切れるようエリアを絞ったアプローチを行った。</p> <p>(実績を踏まえた事業の見直し) さど観光ナビのリニューアルをはじめ、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をR6年度までに56,000人を目指す。 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り、R8年度までに、コロナ禍前であるR元年度の外国人宿泊者数14,000人まで回復させることを目指す。</p>	
					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	1.95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			

地方創生推進交付金に係る事業実施結果報告【令和3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(R3年度)	実績値(R3年度)	効果	実績に対する評価 今後の方針	
3	歴史と文化が薫り 自然と人が共生できる美しい島づくり	<p>【佐渡体験交流事業】 友好バス事業は、友好都市等の家族を対象とし、島内消費を喚起するインセンティブを与え、佐渡へ家族旅行等を誘致し、佐渡航路の利用促進、市民間の相互交流など佐渡観光の振興につなげる。インセンティブとなる対象施設数を増やすとともに、佐渡をPRし誘客数の拡大を図る。ただし、地域通貨(だっちゃんコイン)に係る経費は対象外とする。冬期旅行推進調査委託については、通常よりも高めに価格設定をした商品も造成し、その動向や消費額、利用数等の比較等を検証する。</p> <p>【歴史・伝統文化等体験施設関係事務費】 佐渡金銀山ガイドシステム施設、ジオパーク拠点施設と連携し、「参加・体験型」施設としての実習指導のモデルコース設置事業を展開。また、佐渡版DMO、佐渡文化財団との連携を強化し、活動の活性化、裾野の拡大を目指し、特色ある佐渡の魅力を発信する。</p> <p>【ジオパーク推進事業】 ジオパーク拠点施設を活用し、ジオパーク活動をさらに発展させるため、市民講座、ガイド養成講座について開催回数、内容充実を図り、市民への普及啓発を図る。</p> <p>【佐渡ジオパーク推進協議会活動事業】 ジオパークは世界文化遺産や世界農業遺産を包括する「風呂敷」であると考えており、効果的にアピール、推進するため佐渡ジオパーク推進協議会を中心に、「佐渡らしさ」が見え、島の特色ある自然を活かしながら、持続可能な地域社会の実現に向け、「大地と地質遺産の保全」「学習・教育への活用」「ジオツーリズムの推進」に取り組む。新たに設定した活用ジオサイト及び拠点施設強化を図るため、ジオツアーに必要な案内看板及びロールスクリーンを設置し環境を整備する。また、新たに設定したサイトを含めた、ジオマップ、パンフレットの内容を見直し、広報、情報発信を行うとともに、サイトを見て回るモデルコースを設定し、「見て、聞いて、触れて、味わって、交流する」新たな体験・学習型観光を推進することで、より多くの来場者につなげたい。特に2019年教育旅行として設定したモデルコースを2020年より佐渡ジオパーク推進協議会が推進母体となり受入を行う。</p> <p>【佐渡金銀山ガイドシステム施設管理運営事業】 ジオパーク拠点施設と連携し、情報提供の拠点とする。また、研修会等を開催し、ガイド等の育成を行う。</p> <p>【生物多様性戦略推進事業】 2021年10周年記念イベント開催し、GIAHSの認知度を深める。また、3つのプログラムについて対外的に情報発信し誘客につながる経費を追加する。</p>	R1	68,858,086	34,429,043	①	市営観光・文化施設入場者数	248,984人	281,200人	116,494人	<p>地方創生に相当程度効果があった</p>	<p>(KPI未達成) KPI①、②については、新型コロナウイルス感染症の影響により観光客入込数が減少したことにより、目標値よりも大きく下回った。</p> <p>(事業評価) 【佐渡体験交流事業】 ・通年観光化の推進及び観光地域づくりに資するものとして冬の調査を実施。首都圏等から冬ならではの佐渡の味覚、歴史、文化を満喫できる旅行商品を造成。冬季に新型コロナウイルス感染が急増し、県内において初のまん延防止等重点措置が適用された。これにより、予約のキャンセルが発生したほか、販売を中止したため、利用実績については257人と、R2年度の239人から微増に留まったが、期間における旅行者ニーズや島内消費動向、満足度、再来訪意向について把握することができた。 ・小木直江津航路において令和3年度からJF(ジェットフォイル)が就航するにあたり、直江津航路からバスの持ち込みが出来なくなることにより島内バスの不足することが予測されることから、小木直江津航路を利用する上越方面からの修学旅行に対し、佐渡汽船と市で新潟航路のバス送料の支援を行った。バス航送9件15台の支援により、469人の修学旅行の機会損失を避け、誘客に繋げることができた。</p> <p>【歴史・伝統文化等体験施設関係事務費】 令和3年度の来館者は31,309人であり、新型コロナウイルス感染症拡大前の令和元年度との比較では21,038人減(40%減)となった。観光客等の島外からの来館者は望めなかったものの、各博物館での施設の特徴を生かした「ナイトミュージアム」や、「竹ぼっくりづくり体験」等のワークショップを取り入れた「佐渡博物館まつり」等のイベントの実施により、これまで博物館を利用したことのない市民からの参加が得られた。今後は、世界遺産登録を意識した観光コンテンツの磨き上げとして、博物館の魅力向上事業により、佐渡の豊かな歴史・文化、自然の観光素材の活用や魅力を発信する。さらに、施設の特徴を活かしながら、参加体験型施設として、関係機関と連携し博物館の来館者及びリピーターの増加につなげていく。</p> <p>【ジオパーク推進事業】 入門、初級、中級、上級の4コースの市民講座を開催し、延べ241名の参加があった。ガイド養成講座を開催し、3名の準認定ガイドが誕生した。 また、出前講座では延べ350人、出前授業では延べ1977人の参加があり、ジオパークについて市民への普及啓発を行った。 今後も市民講座や出前講座・授業を通して市民への普及啓発を図る。</p> <p>【佐渡ジオパーク推進協議会活動事業】 活用ジオサイトになっている場所21箇所に看板を整備した。見どころのうち20箇所のロールスクリーンを作製し、拠点施設や出前講座等で活用できる環境を整備した。また、教育旅行に対応できるようにジオパークガイドの研修を実施するとともに、佐渡の3事業(世界文化遺産登録を目指す「佐渡島の金山」、世界農業遺産(GIAHS)、ジオパーク)がわかるモデルコースを設定した。 今後、ロールスクリーンを出前講座・PRブースで活用し、ジオパーク活動を普及する。3事業を効果的に伝えるコースを教育旅行やマイクロツーリズム等で活用し、ジオパークガイドの利用者増加を目指す。</p> <p>【佐渡金銀山ガイドシステム施設管理運営事業】 令和3年度の来館者については、11,649人であり、新型コロナウイルス感染症の拡大やGOTOトラベルが無かったため、新型コロナウイルス感染症拡大前の令和元年度より8,989人少なかった。今後は、世界遺産を核としたプランディング、再訪問の契機となる魅力の磨き上げを行い、地域の賑わい創出及び交流を促進することで、来館者25,000人を目指す。 ジオパークと連携して、研修会等を実施し、ガイド等の育成を行うことができた。今後も、継続してガイドの人数を増やしていく。</p> <p>(実績を踏まえた事業の見直し) DMOを核に地域の魅力を活かした観光地づくりはリピーター率で一定程度の成果はあったが、各種アンケート調査で見えてきた、バス路線の整備に関する満足度の低さや観光地における二次交通の問題など「移動」に係る課題が残っている。「移動」の課題解決に向け、地域公共交通活性化協議会を中心にMaaS等の新たなモビリティサービスの推進体制を立上げ、多様な交通体制の整備を進めることで来訪者の回遊性の向上を図るほか、1人あたりの観光消費額をR3年度の39,485円からR8年度までに55,000円まで増額させることを目指す。</p>
						②	3ガイド(金銀山・トキ・ジオパーク)利用者数	67,083人	70,833人	45,949人		
						③	レポート率	34.0%	45%	45.1%		

地方創生推進交付金に係る事業実施結果報告【令和3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(R3年度)	実績値(R3年度)	効果	実績に対する評価 今後の方針
4	島の作物まるごとSADOSANブランド化構築事業	<p>【佐渡産ブランド構築事業】</p> <p>◆佐渡産ブランド構築推進委託 本市は本州と比べると温暖で降雪量も少ないことから、多種多様な品目の栽培が可能である。しかし、個々農家で自由に栽培している結果、量不足、出荷時期が不透明となり需要と供給が一致しておらず、ロスが多く、有利販売につながらず生産者の意欲低減の悪循環になっている。 生産意欲低下の悪循環と消費者(顧客)ニーズを解消するため、園芸作物のブランドを構築する。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農産物の生産から販売までの体制づくりを行った。</p> <p>◆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した。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した。 ・有機農法を推進するための研修会や現地実証栽培の実施 ・カット野菜ニーズ、消費動向、加工実証による事業化検証 ・担い手経営支援による園芸品目の複合化の推進と持続可能な経営体制の構築支援</p> <p>【佐渡産パワーアップ事業】</p> <p>◆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した。</p> <p>【佐渡産農産物消費促進事業】</p> <p>◆園芸作物のブランド化により、付加価値が加わり、従来の個と個の交流から業(集荷業者)と業(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。</p> <p>◆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した。</p> <p>【集落営農・担い手支援事業】</p> <p>◆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実施。 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がった。</p>	R3	13,396,552	6,698,276	① ECサイト販売額 (JA佐渡ベース)	0千円	5,000千円	4,326千円	地方創生に 相当程度効果があった	<p>(KPI未達成理由)</p> <p>KPI①については、JA佐渡においてはじめての取組みとなり、年度途中まで業務用で商品をセッとしたが、新型コロナウイルスの影響により、業務用が停滞したことから、思うような販売ができなかった。 KPI②については、関係機関と連携し就農相談等を受けているが、見通しの甘い就農計画や計画が策定できなかったりと計画通りの経営体確保までつながらなかったため未達成。 KPI③については、天候不順によりゴーヤの出荷量が低下したが、アスパラガス園地の育成が進み、出荷量が増加したことから、計画通りとなった。</p> <p>(事業評価)</p> <p>【佐渡産ブランド構築事業】 新潟食料農業大学と連携し、カット野菜工場の実現可能性や島内農家の経営に関する相談を現地で行い、経営の改善点などを提案したほか、保育園の有機給食を支えるための出荷団体が立ち上がり、一年を通じて出荷できる体制のモデルを構築できた。そのほかの地区でも生産者グループと保育園を直接結び透けることで、出口を明確にしたことにより、農家の所得の向上が図られた他、手掛けた保育園の地産地消率が大きく上昇。 さらに、無農薬無化学肥料での栽培による園芸品目を保育園で導入でき、佐渡産のブランド構築の方向づけることができた。</p> <p>【佐渡産パワーアップ事業】 重点品目であるアスパラガス、ルレクチェの出荷量の増加を目指すための園地を整備したことで、新規就農者が栽培の初期の段階から研修可能な園地としての機能も併せて、栽培技術の継承と販売額の増加の両面で効果が見込まれる。 国や県では支援できない小面積でも支援を行ったことで、園芸への初期導入や品目転換による経営の幅を広げることも効果があった。 特に、気候変動などにより栽培環境が変わる中で、鳥獣害の被害対策を行うことで、品質の低下を予防することができたほか、れんこんやレモンなどの新しい品目の導入が図られた。</p> <p>【佐渡産農産物消費促進事業】 新しい位置づけとして商談会を企画したが、新型コロナウイルス蔓延防止のため、商談会が開催できなかった。</p> <p>【集落営農・担い手支援事業】 174集落協定を対象に年齢分布等を見える化した地図を活用して、今後の地域農業についての話し合いを推進するとともに、各協定毎に担い手の位置付けをしたことで地域農業の維持と2名の新規就農者の確保につながった。 また、毎年協定内の話し合いを行うことにより、10年先を見据えたプラン作成を目指す。</p> <p>(実績を踏まえた事業の見直し)</p> <p>ECサイトについては、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ことから、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、全体的な出荷量の増大につなげる。 今後も年齢分布等を見える化した地図を活用して、集落営農を推進するとともに、新規就農者等を確保して地域農業の維持につなげる。</p>
					② 新規就農者数	2経営体/年	4経営体/年	2経営体/年			
					③ 戦略作物島外出荷量	47.80t	55.20t	58.56t			