

## 佐渡観光復興計画

歴史と文化の自然の宝庫、佐渡の観光復興を図り、“感動の島”佐渡を再生することを目的とする。

訪れる観光客は“感動すること”を期待している。そして観光客の『強くて深い感動』は、島への再訪問を促す。しかし、現状では、佐渡への再訪問率（リピーター率）は極めて低い。最近の日本政策投資銀行の調査によると、佐渡への観光客のリピーター率は33%であり、しかもそのうち約半数は7年前以前に来訪している。これを除けば佐渡へのリピーター率は15.6%ということになる。

このリピーター率の低さが現状での佐渡観光の構造的な問題である。つまり佐渡へ再訪したいと思う観光客が少ないわけで、その原因は様々考えられるが、佐渡を初めて訪れた観光客には、佐渡へもういちど来たいという気持ちが起きないこと、佐渡での感動が少ないこと、またサービスに満足出来なかったことなどが想定できる。

ディズニーランドの97.5%、北海道、沖縄の60～70%のリピーター率に及ぶべくもないが、少しでもリピーター率を上げることが、佐渡観光復興にキーワードになることは間違いない。

リピーター率を上げるということは、佐渡ファンを増やすことであり、佐渡観光に感動と喜びを感じて帰った観光客は友人、知人、家族など周囲の人々に必ず口コミで佐渡の良さを伝えてくれる。反対に不快に感じた人々による口コミで、佐渡の悪印象も容易に周囲に伝わってしまう。

もういちど来たくなるような観光、あるいは観光地にするためにはどのような手立てを講ずれば良いのか、真摯に考える必要がある。

観光を計画する人の50%は口コミで行き先を決めるといわれている。

観光客が佐渡観光を本当に感動して満足して帰るかが、その後の佐渡観光の帰趨を決定付ける。だからこそ、その感動度、満足度の尺度として、リピーター率は重要なのである。

そこで、この計画を遂行するために、原則は次のとおりとする。

1. 大目標を「リピーター率の向上」とする。
2. 観光実態を出来るだけ数値で分析的にとらえ、あらゆるジャンルで数値目標を設定する。
3. またそのための観光統計作成のための協力を観光関係者に求め、出来れば条例を定めて観光統計づくりを実施する。

具体的な実行計画は次のとおりとする。

(1) ひとつのキャッチフレーズ

“感動の島” 佐渡

(2) 3つの理念

1. 佐渡の観光資源を自然にそのまま見せる。  
作り物はできるだけ避け、本物あるいは生活そのものを見せる。
2. 満足のいく、感動するサービスを提供する。  
とりわけ旅館でのサービス向上が喫緊の課題であり、そのために宿泊客の単価アップを図る。
3. 島全体で、島民全員で観光復興に取り組む。  
島全体での観光に対するコンセンサスが先ず必要。島民の一致協力を図る。

(3) 5つの基本的行動

1. ほんものをありのままに見せる受地型商品の開発  
例：伊藤赤水さんと焼く無名異焼ツアー
2. 宿泊施設でのサービスの向上  
例：オンリーワンづくり。単価のアップ  
例：団体から個人へ（個人旅行率を50%に）
3. 佐渡観光まちづくり協議会の発足  
例：観光関係者、まちづくり関係者、商工会、外食関係者、農業・漁業関係者などを網羅する
4. 新潟市での宣伝活動  
例：新潟県の本土側でのシンパづくり  
注）新潟県本土側からの観光客の割合が34～39%しかないが、これを50%に引き上げる
5. 目標数値の設定  
例：リピーター率50%  
団体・個人旅行構成比の改善（現在団体が8割を、個人・団体半々に）

#### (4) 7つのアクション

##### 1. 観光統計の整備

観光統計条例の制定

注) リピーター率、個人旅行率、平均宿泊日数、平均宿泊単価など、分析的に把握し、目標数値を設定する必要がある。

##### 2. ご当地検定の実施

佐渡百選を活用

注) 島民の自らの島への理解と、島外の佐渡ファンの固定化を図る

##### 3. 旅館HP・インターネット予約システム作成支援

個人旅行の取り込み

注) 個人客を増やすことによって単価アップが可能となるが、それには宿泊施設でのHPのレベルが課題である。

注) 個人客はインターネットでHPを見て行き先、宿泊先を決定する傾向が強い。

##### 4. 観光ガイドの増強とネットワーク化

注) いくら観光資源を優れていても説明がないものは理解されない。丁寧な説明があれば、観光客の満足度が向上する。

##### 5. 観光まちづくり協議会の定期的な開催

##### 6. レンタサイクルシステムの実現

##### 7. 新潟市での定期的なPR活動

例：新潟市での佐渡観光シンポジウムの開催。

新潟市への転勤族、駐在しているマスコミ関係者向けの宣伝や招待旅行の実施など。

注意：観光キャンペーンによって、一時的な観光客誘致は行う必要があるが、佐渡観光で今一番大切なのは構造的な改革である。当計画は、目前の客数を増やすための施策ではなく、構造的な改善を施すことにより、持続的、段階的な復興を期すものである。