

「佐渡金銀山」保存・活用行動計画  
令和6年度事業点検・評価調書

5-Ⅱ-5

5-Ⅱ-5

章	第5章 世界遺産を核とした魅力ある地域づくり	取組項目	地場産業の活性化
節	Ⅱ. 伝統文化・地場産業の振興		
事業(施策)名	5 佐渡産ブランド品開発	事業主体	佐渡商工会連絡協議会
事業実施期間	H28～R6	関連団体	佐渡市地域産業振興課
事業概要	<p>【事業目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 特産品の開発等により、佐渡産ブランドの価値の向上を図る。</li> </ul> <p>【事業内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 特産品の開発や既存商品のブラッシュアップに向けて、関係機関が連携して佐渡金銀山ブランドイメージを活用した戦略的な検討を進める。</li> </ul> <p>【本計画終了時点のゴール】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 佐渡金銀山のブランドイメージを活用しながら、新たな特産品の開発や既存商品のブラッシュアップを行い、販売促進ツールの拡大と併せ、更なる佐渡産品のブランド化を図る。</li> </ul>		
これまでの取組実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ニッポン全国物産展(池袋サンシャインシティ)に出展し、地域資源の販路拡大の取り組みを行った。</li> <li>○ 首都圏佐渡物産展(日本橋ブリッジにいがた、表参道新潟館ネスパス)の定期開催をはじめフードinにいがた(朱鷺メッセ)に出展し、商談会の開催や販路拡大等の支援事業を実施した。</li> <li>○ 商品開発セミナーや販路開拓バイヤーセミナーを開催した。また、自社商品売上向上セミナーやサービスのブラッシュアップ専門家派遣セミナーを開催し、ブランド化に向けた商品開発のノウハウを学んだ。</li> <li>○ 新たな事業者支援計画(経産省認定R2.3)により、佐渡圏域を一元化した事業者支援体制を推し進め、島外への販路及び需要開拓を促進するなど、戦略的な販路開拓事業の支援体制を確立した。</li> </ul>		
事業計画と実績	<p>【R6年度計画】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 佐渡金銀山ブランドイメージの確立に向け、関係機関と連携し、新たな商品開発と情報発信に取り組む。</li> <li>● 地元の素材・食材を活用した佐渡産品のPRを展開し、佐渡ブランド価値の向上と新たな佐渡ファンの獲得を図る。</li> </ul> <p>【R6年度実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 4事業所において、それぞれ、地元の素材・食材を活用し、新たに4つの商品開発を実施した。</li> <li>● 首都圏のイベント会場での2日間に渡る出店により、佐渡産品13品目を販売(販売数計49,136点)したことにより、佐渡ファン層の拡大と佐渡金銀山を背景とした佐渡島のイメージアップにつながった。</li> <li>● 商店街のフリーマーケットで、観光客を限定とした佐渡産食材のみでつくった「さどごはん」(5品目)の無料試食ブース開設し、38組の観光客の来場により、佐渡産食材と商品のPR・販路拡大につながった。</li> <li>● 世界遺産登録決定を受け、佐渡島の玄関口である商店街アーケード(総延長700m)に、お祝いと歓迎の短冊と提灯を掲げ、商店街全体で来島者歓迎ムードを高めてきた。</li> </ul>		
事業評価	<p>【ゴールに対する計画終了時の達成度】</p> <p>[ A ・ <u>B</u> ・ C ]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 佐渡金銀山ブランドイメージの活用として、世界遺産関連商品開発の商品化に向けた専門家派遣事業研修の受講により、5品目の販売が実現した。</li> <li>◇ 新たな佐渡産品の開発、既存商品のブラッシュアップとして、ブランディング商品開発セミナーに参加し15品目を開発した。また、ブラッシュアップ専門家セミナーと売り上げ向上セミナーをそれぞれ3回ずつ開催し、延べ34事業者が参加した。併せて、地元食材を活かした商品開発に4事業者が取組み、4つの新商品開発が実現した。</li> <li>◇ 佐渡産品のブランド化の向上・販路拡大として、フードメッセinにいがたへの毎年出店(R6除く)による商談会やバイヤー交渉を行い販路拡大を図った。また、首都圏物産展やイベント(祭り)への出店を4ヵ年(延べ4回)実施したことや、商店街イベント会場での無料試食会で佐渡産食材をPRしたことで、佐渡ブランドの定着と新たな佐渡ファン層の獲得につながった。</li> <li>◇ 佐渡金銀山ブランドイメージを活用した商品開発について、関連団体との連携を図った検討を進めることができなかった。</li> </ul> <p>※上記の全事業期間における自己評価を踏まえ、B評定とした。</p>		
課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 佐渡金銀山ブランドを背景とした商品開発を進め、更なる商品価値の向上を図る。</li> <li>■ 佐渡産品の島外流通を拡大するための一元的な情報発信とマーケティングの体制を構築する。</li> <li>■ 生産から販売に携わる事業者間の連携を深める。</li> </ul>		

A: 予定を上回る進捗  
B: 概ね予定どおり  
C: 遅れている。